

# Pendampingan Strategi Pemasaran Umkm “Telur Asin As-Siddiqi” guna Meningkatkan Omset Penjualan di Desa Bagon Kecamatan Puger Kabupaten Jember

Hayatul Maspufah<sup>1</sup>, Yuliatin Azizah<sup>2\*</sup>, Hamzah Fansuri<sup>3</sup>, Nely Supeni<sup>4</sup>

<sup>1,2,3,4</sup> Manajemen, Institut Teknologi dan Sains Mandala, Indonesia

## Abstrak

UMKM Telur Asin AS-SIDDIQI Ibu Sumaiya adalah UMKM yang didirikan oleh seorang ibu rumah tangga berusia 48 tahun, telah mendirikan usaha telur asin sederhana namun bermakna di daerah Puger desa Bagon. Permasalahan aspek manajemen usaha, bidang administrasi dan keuangan yaitu belum ada catatan pembukuan, belum memiliki kemampuan wirausaha yang inovatif sekaligus kreatif, terlihat dari UMKM telur asin belum memiliki keterampilan atau pengetahuan yang cukup dalam menjalankan atau mengembangkan usahanya. Tujuan Kegiatan Pengabdian Masyarakat yang ingin dicapai adalah meningkatkan profesionalitas UMKM telur asin baik dari segi wirausaha, manajemen usaha, kualitas dan kuantitas produk dan jangkauan pemasaran. Metode: melakukan pendampingan dan pelatihan pentingnya pencatatan / pembukuan sederhana, pengembangan profil wirausaha, manajemen, bisnis, kualitas dan kuantitas produk dengan cara memberikan ceramah / sharing pendapat pada UMKM telur asin, praktek cara memproduksi telur asin agar kualitas produk yang dihasilkan lebih baik dengan cara melakukan pendampingan bidang pengembangan produksi. Beberapa capaian yang bermanfaat bagi mitra pengabdian diantaranya, pemilik “UMKM Telur Asin as Siddiqi” mengerti dan memahami cara membuat pembukuan sederhana, mengerti cara memproduksi telur asin agar kualitas produk yang dihasilkan lebih baik dengan mempraktekkan secara langsung sesuai langkah - langkah yang telah diberikan saat tim pengabdian memberikan pendampingan.

**Kata Kunci:** UMKM, Telur Asin, Strategi Pemasaran

Korespondensi:

Yuliatin Azizah  
(yuliatin.azizah@itsm.ac.id)

Submit: 30-11-2025

Revisi: 05-12-2025

Diterima: 30-12-2025

Terbit: 10-01-2026



## 1. Pendahuluan

Era globalisasi merupakan perwujudan yang nyata dalam perdagangan bebas, hal ini menjadi tuntutan pasar terhadap produk-produk berkualitas tinggi dan sehat yang terlebih lagi yang mampu bersaing dengan produk – produk dari dalam dan dari luar daerah, tidak kalah pentingnya ialah proses pemasaran untuk setiap produk. Pemasaran adalah salah satu kegiatan pokok yang perlu dilakukan oleh perusahaan barang atau jasa dalam upaya untuk mempertahankan kelangsungan hidup usahanya. Hal tersebut disebabkan karena pemasaran merupakan salah satu kegiatan perusahaan, dimana secara langsung berhubungan dengan konsumen. Maka kegiatan pemasaran dapat diartikan sebagai kegiatan manusia yang berlangsung dalam kaitannya dengan pasar. Dalam era persaingan usaha yang semakin kompetitif sekarang ini, setiap pelaku bisnis yang ingin memenangkan kompetisi dalam persaingan pasar akan memberikan perhatian penuh pada strategi pemasaran yang dijalankannya (Azizah et al., 2024). Produk-produk yang dipasarkan dibuat melalui suatu proses yang berkualitas akan memiliki sejumlah keistimewaan yang mampu meningkatkan kepuasan konsumen (Yulisetiari et al., 2024) atas penggunaan produk tersebut. Dengan demikian pelanggan mau dan rela untuk kembali menikmati apa yang ditawarkan oleh perusahaan dan menjadi pelanggan yang setia bagi perusahaan. Sedangkan untuk dapat mendistribusikan kualitas dibidang jasa merupakan hal yang tidak mudah. Oleh karena itu, dalam proses pendistribusian barang kepada konsumen harus ada perhatian penuh dari manajemen pemasaran paling atas hingga karyawan level bawah (Azizah et al., 2025). Salah satu masalah pokok yang menjadi kendala dalam pemasaran adalah banyaknya saingan didalam pasar itu sendiri baik dari produk sejenis maupun dari produk lain.

Hal tersebut merupakan tanggung jawab besar yang harus dimenangkan oleh suatu perusahaan jika ingin tetap eksis didalam persaingan bisnis. Persaingan yang semakin tajam dan perubahan-perubahan yang terus terjadi harus dapat dijadikan pelajaran oleh manajemen pemasaran agar dapat secara proaktif mengantisipasi perubahan-perubahan yang terjadi baik masa sekarang dan akan datang. Penjelasan tentang pengertian UMKM adalah usaha perdagangan yang dikelola oleh badan usaha atau perorangan yang merujuk pada usaha ekonomi produktif, salah satu UMKM adalah UMKM Telur Asin. UMKM Telur Asin AS-SIDDIQI Ibu Sumaiya, seorang ibu rumah tangga berusia 48 tahun, telah mendirikan usaha telur asin sederhana namun bermakna di daerah Puger desa Bagon. Hampir setahun lalu, ibu Sumaiya memutuskan untuk memanfaatkan lahan kecilnya untuk beternak bebek dan memproduksi telur asin. Telur asin dibuat dengan cara merendamnya dalam campuran air garam, cabai, dan bawang merah selama seminggu. Ibu Sumaiya dengan hati-hati dan mandiri mengontrol seluruh proses produksi, mulai dari beternak bebek hingga mencampurkan bumbu dan mengasinkan telur bebek.

Usaha Bu Sumaiya masih tergolong kecil dan jumlah bebeknya belum mencapai 100 ekor. Meski begitu, ia berhasil mengumpulkan sekitar 40 butir telur dari ternaknya setiap hari. Telur-telur ini diolah menjadi telur asin dan bisa disimpan hingga dua bulan. Sebaliknya, telur yang belum di olah dapat disimpan selama sebulan. Bu Sumaiyah menjual produknya dengan sangat personal dan hanya menerima pesanan dari warga sekitar. Ibu Sumaiya memproduksi kurang lebih 40 butir telur asin setiap harinya, namun kami dapat meningkatkan produksi hingga 100 butir jika ada pesanan khusus. Telur asin rebus dijual seharga Rp 3.000 per buah dan telur mentah dijual seharga Rp. 2.500 per buah. Salah satu kendala utama dalam mengembangkan bisnis Ibu Sumaiya adalah kurangnya pengenalan produk yang lebih formal, seperti label, yang dapat membantu membedakan dan mengidentifikasi produknya di pasar. Tanpa merek yang jelas, produk telur asin Ibu Sumaiyah akan kesulitan bersaing dengan produk sejenis yang sudah ternama. Selain itu, strategi pemasaran yang tidak terorganisir dan pengelolaan keuangan yang tidak terorganisir juga merupakan tantangan tersendiri. Meski begitu, Sumaiya bertekad untuk mengembangkan bisnisnya lebih jauh. Dukungan dalam bentuk pelatihan dan saran sangat diperlukan terutama dalam hal branding, pemasaran dan pengelolaan keuangan yang lebih efektif. Dengan adanya pelatihan ini diharapkan Ibu Sumaiya tidak hanya meningkatkan produksi dan penjualan, namun juga memperluas jangkauan pasar dan memperkenalkan produknya kepada masyarakat lebih luas. Melalui upaya tersebut, Ibu Sumaiya berharap usaha telur asinnya semakin berkembang dan membawa manfaat ekonomi tidak hanya bagi keluarganya tetapi juga bagi masyarakat sekitar.

Permasalahan mitra :

Beberapa permasalahan prioritas yang dihadapi oleh mitra dalam hal ini UMKM telur asin yang akan dicarikan jalan keluarnya bersama-sama dengan pihak pelaksanaan program adalah sebagai berikut :

A. Permasalahan produksi

1. Permasalahan pada UMKM telur asin adalah kurangnya modal dalam hal ini modal pengembangan produksi seperti pengembangan dalam hal ternak unggas ( bebek ).
2. Alat produksi umkm yang masih kurang memadai seperti terbatasnya wadah yang digunakan.

B. Permasalahan aspek manajemen usaha

1. Bidang administrasi dan keuangan yaitu belum ada catatan pembukuan.
2. Dari sisi sumber daya manusia, UMKM telur asin belum memiliki kemampuan wirausaha yang inovatif sekaligus kreatif, terlihat dari UMKM telur asin belum memiliki keterampilan atau pengetahuan yang cukup dalam menjalankan atau mengembangkan usahanya. Kurangnya kemampuan UMKM telur asin dalam menciptakan ide-ide baru.
3. Kurangnya kemampuan UMKM telur asin dibidangstrategi pemasaran yang efektif dan efisien.

## 2. Metode

Kelompok usaha sasaran yang hendak dituju dalam kegiatan pelaksanaan pengabdian masyarakat ini adalah UMKM telur asin di Desa Bagon Kecamatan Puger Kabupaten Jember. Solusi yang ditawarkan kepada UMKM telur asin terhadap permasalahan yang sering dihadapi oleh mereka antara lain dilakukan beberapa program sebagai berikut :

- a. Melakukan pendampingan dan pelatihan pentingnya pencatatan / pembukuan sederhana, pengembangan profil wirausaha, manajemen, bisnis, kualitas dan kuantitas produk dengan cara memberikan ceramah / sharing pendapat pada UMKM telur asin.
- b. Praktek cara memproduksi telur asin agar kualitas produk yang dihasilkan lebih baik dengan cara melakukan pendampingan bidang pengembangan produksi.

### 3. Hasil dan Pembahasan

Pengabdian diawali dengan sosialisasi pendampingan dan pelatihan yang akan dilakukan untuk perkembangan lebih baik unit usaha ini.



**Gambar 1.** Sosialisasi Strategi Pemasaran Pada Mitra  
Sumber Data : Pengabdian 2025

Proses pelatihan yaitu memproduksi telur asin dengan kualitas yang baik, diperlukan perhatian pada bahan dan proses pembuatan. Berikut langkah-langkah pendampingan pada “UMKM telur asin As Siddiqi” untuk memproduksi telur asin berkualitas:

1. Pemilihan Telur: Gunakan telur bebek yang segar dan berkualitas. Telur yang terlalu lama atau retak dapat mengurangi kualitas telur asin. Untuk mengetahui kesegaran telur, rendam telur dalam air. Jika telur tenggelam, artinya masih segar; jika mengapung, sebaiknya jangan digunakan.
2. Pencucian Telur: Cuci bersih telur dari kotoran dengan air bersih, kemudian lap hingga kering. Pencucian bertujuan untuk membersihkan pori-pori kulit telur dari kotoran yang dapat mengurangi daya serap garam.
3. Pembuatan Campuran Pengasin: Ada dua metode yang umum digunakan untuk mengasinkan telur: metode perendaman air garam dan metode baluran adonan garam.\

#### **Metode 1:**

Perendaman Air Garam, Siapkan air dan garam dalam wadah. Gunakan perbandingan sekitar 1 liter air untuk 250 gram garam (sesuaikan jumlahnya sesuai kebutuhan). Rebus air dan garam hingga garam larut. Setelah mendidih, biarkan air garam dingin. Masukkan telur bebek ke dalam larutan air garam yang sudah dingin. Pastikan seluruh telur terendam. Tambahkan pemberat (misalnya piring kecil) di atas telur agar tetap terendam dalam air garam. Biarkan telur terendam selama 10–14 hari untuk menghasilkan rasa asin yang pas.

#### **Metode 2:**

Baluran Adonan Garam, Campurkan garam dengan abu gosok atau tanah liat. Perbandingannya bisa 3 bagian garam dengan 1 bagian abu gosok atau tanah liat. Tambahkan sedikit air hingga campuran menjadi adonan yang bisa dibalurkan ke telur. Balur telur dengan campuran ini hingga seluruh permukaan telur tertutup. Simpan telur yang sudah dibaluri dalam wadah kedap udara selama 10–14 hari. Setelah pengasinan selesai, telur asin bisa dimasak dengan cara direbus atau dikukus. Rebus telur asin selama 30–60 menit hingga matang. Untuk hasil yang lebih lembut dan lezat, bisa juga dikukus selama 1–2 jam. Setelah matang, telur asin bisa disimpan di suhu ruangan atau di kulkas untuk memperpanjang masa simpannya. Telur asin yang disimpan di kulkas dapat bertahan lebih lama.

- c. Bidang pemasaran memberikan bantuan berupa stemple, label untuk kemasan telur asin, serta peralatan pengemasan telur asin seperti mika dan krat.

#### **Hasil dan Luaran yang Dicapai**

Setelah melakukan beberapa pendekatan selama kegiatan pengabdian masyarakat di “UMKM telur asin As Siddiqi” terdapat beberapa capaian yang bermanfaat bagi mitra pengabdian diantaranya :

1. Pemilik “UMKM Telur Asin As Siddiqi” mengerti dan memahami cara membuat pembukuan sederhana.

2. Pemilik “UMKM Telur Asin As Siddiqi” mengerti cara memproduksi telur asin agar kualitas produk yang dihasilkan lebih baik dengan mempraktekkan secara langsung sesuai langkah - langkah yang telah diberikan saat tim pengabdian memberikan pendampingan.
3. Pemilik “UMKM Telur Asin As Siddiqi” memiliki stemple yang bisa digunakan, memiliki label serta nama merk telur asin, sebagai salah satu strategi meningkatkan pemasaran sehingga bisa meningkatkan hasil penjualan produksi telur asin baik telur asin mentah dan telur asin matang.

#### Luaran yang Dicapai

Pemilik “UMKM Telur Asin As Siddiqi” semakin memahami arti pentingnya cara memproduksi telur asin agar memiliki kualitas produk yang lebih baik agar hasil produksi telur asin tidak cepat membusuk, memahami arti pentingnya pencatatan keuangan dan manajemen pemasaran.

Branding yang dihasil dapat dilihat dalam gambar berikut dibawah ini:



**Gambar 3.** Brand dan Kualitas Produk  
Sumber: Pengabdian 2025



**Gambar 4.** Pelatihan dan Pendampingan Usaha  
Sumber: Pengabdian 2025

## 4. Kesimpulan

Beberapa hal yang dapat disimpulkan dari pelaksanaan kegiatan Pengabdian Masyarakat adalah sebagai berikut: 1) Pemilik “UMKM Telur Asin As Siddiqi” mengerti dan memahami cara membuat pembukuan sederhana. 2) Pemilik “UMKM Telur Asin As Siddiqi” mengerti cara memproduksi telur asin dengan kualitas produk yang dihasilkan lebih baik, sehingga telur asin mentah dan matang yang dihasilkan tidak cepat membusuk. 3) Pemilik UMKM Telur Asin memiliki stemple yang bisa digunakan, memiliki label serta nama merk telur asin baru yaitu “Telur Asin As Siddiqi”. 4) Memberikan pengalaman bagi tim pelaksana pengabdian dalam penerapan Iptek kepada masyarakat.

## Daftar Pustaka

- Azizah, Y., Amin, S., & Maspufah, H. (2024). Digital Marketing Dalam Upaya Peningkatan Pendonor Di UTD PMI Kabupaten Bondowoso. *PRAXIS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(3), 91–103. <https://doi.org/10.47776/praxis.v2i3.833>
- Azizah, Y., Amin, S., Maspufah, H., & Supeni, N. (2025). Pelatihan Pengolahan Limbah Gedebog Pisang menjadi Keripik sebagai Produk Ramah Lingkungan. *Welfare: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 64–69. <https://doi.org/10.30762/welfare.v3i1.2017>
- AMRILLAH, D. H. (2022). "Perkembangan Industri Telur Asin di Kelurahan Limbangan Wetan Kecamatan Brebes dan Pengaruh Terhadap Sosial Ekonomi Masyarakat, Tahun 1980-2005.". *Indonesian Journal of History Education* 2, no.2.
- I Made Wahyu Wijaya, Putu Sekarwangi Saraswati. (2023) “Pelatihan Pembuatan Telur Asin Bebek untuk Peningkatan Daya Saing Usaha Ternak Satwa Sari di Kabupaten Jembrana”. *Lumbung Inovasi: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*. <https://journal-center.litpam.com/index.php/linov>
- Yulisetiari, D., Mochammad, F., Elisa, N., Sudarsih, Prasetyaningtiyas, S., & Bambang, I. (2024). The Influence Of Product Quality And Service Quality On Consumer Satisfaction. *Journal of Economics and Business Letters*, 3(5), 11–17. <https://doi.org/10.55942/jeb1.v3i5.242>
- Zahra, S. (2022). "Definisi, Kriteria Dan Konsep UMKM".