



PENDAMPINGAN PENGEMBANGAN TELASIH BIK RESTI DAN STRATEGI PEMASARAN BERBASIS DIGITAL SEBAGAI PENINGKATAN EKONOMI BERKELANJUTAN PASCAERUPSI SEMERU

Siva Putri Setyaningtias^{1*}, Dinda Putri Prameswari², Dwi Rizky Ardi Putra³,
Ferdi Hidayatullah⁴, Yudha Nurdian⁵

¹Departement/Jurusan/Prodi, Universitas, Negara, Email (Trebuchet MS, 9 pt)

^{1,2}Prodi Teknologi Industri Pertanian, Universitas Jember, Indonesia,

¹sivaputri09@gmail.com, ²dindapp702@gmail.com

³Prodi Teknik Kimia, Universitas Jember, Indonesia, ³dwi.rizky.ardip@gmail.com

⁴Prodi Teknik Elektro, Universitas Jember, Indonesia, ⁴ferdi16.fh@gmail.com

⁵Prodi Kedokteran, Universitas Jember, Indonesia, ⁵yudhanurdian78@gmail.com

ABSTRAK

Abstrak: Telur asin merupakan telur mentah yang diolah melalui proses pengolahan dan pengasinan. Keuntungan dari proses pengasinan adalah meningkatkan cita rasa dari telur, yakni masir atau berpasir yang terdapat pada kuning telur. Peluang bisnis telur asin cukup besar sehingga diharapkan dapat berkembang dengan pesat khususnya di Dusun Rekesan Timur. Tujuan dari produksi telur asin yaitu menciptakan peluang dalam pengembangan ekonomi berkelanjutan pascaerupsi Semeru dan sebagai aksi ketahanan pangan berkearifan setempat, memanfaatkan telur bebek untuk diolah menjadi produk telur asin yang memiliki nilai jual yang lebih tinggi. Metode yang digunakan oleh mahasiswa KKN untuk pelaksanaan pengembangan telur asin melalui beberapa kegiatan diantaranya menggali potensi UMKM, Survey dan melakukan inovasi pembuatan telur asin, sosialisasi, dan pendampingan melalui digital marketing. Hasil yang diperoleh dari kegiatan pengembangan diantaranya produk telur asin, kemasan produk dari karton, poster produk, dan foto studio mini untuk membantu melancarkan proses pemasaran serta pendampingan melalui platform digital marketing seperti Facebook, Google Maps, WhatApps Business yang diharapkan dapat memaksimalkan penjualannya dan produk telur asin Dusun Rekesan Timur lebih dikenal luas.

Kata Kunci: Telur Bebek; Telur Asin; Inovasi; Sosialisasi; Pemasaran Digital.

Abstract: Salted eggs are raw eggs that are processed through a processing and salting process. The advantage of the salting process is that it enhances the taste of the egg, which is the gritty or gritty content of the egg yolk. The salted egg business opportunity is quite large so it is hoped that it will develop rapidly, especially in the East Rekesan Hamlet. The purpose of salted egg production is to create opportunities for sustainable economic development after the Semeru eruption and as an action for food security with local wisdom, utilizing duck eggs to be processed into salted egg products that have a higher selling value. The method used by KKN students for the implementation of salted egg development is through several activities including exploring the potential of MSMEs, surveying and carrying out salted egg making innovations, socialization, and assistance through digital marketing. The results obtained from development activities include salted egg products, product packaging from cardboard, product posters, and mini photo studios to help expedite the marketing process and assistance through digital marketing platforms such as Facebook, Google Maps, WhatApps Business which is expected to maximize sales and egg products. salty Dusun Rekesan Timur is more widely known.

Keywords: Duck Eggs, Salted Egg, Inovation, Socialization, Digital Marketing.

**Article History:**

Received : 18-04-2022
 Revised : 19-04-2022
 Accepted : 02-10-2022
 Online : 25-10-2022



This is an open access article under the
 CC-BY-SA license

A. PENDAHULUAN

Dusun Rekesan Timur merupakan Dusun yang terletak di Desa Penanggal, Kecamatan Candipuro, Kabupaten Lumajang, memiliki potensi produksi telur asin. Hal ini dikarenakan mayoritas penduduk berprofesi sebagai peternak bebek. Profesi tersebut memiliki banyak kelebihan dalam segi ekonomi. Banyaknya peternak bebek di dusun rekesan timur ini salah satunya didukung lokasi yang terletak di daerah pedesaan yang mana banyak terdapat lahan persawahan. Bebek yang ditenakkan yaitu bebek petelur. Salah satu produk olahan yang cukup banyak menyerap produk telur bebek adalah telur asin.

Telur asin merupakan sebuah produk olahan telur yang memiliki kadar komponen gizi yang tidak kalah dibanding telur segar (Benjakul & Kaewmanee, 2017). Pengasinan telur merupakan suatu metode yang dapat digunakan untuk proses pengawetan telur bebek. Pengasinan telur bertujuan untuk mencegah kerusakan dan kebusukan telur serta memberikan cita rasa yang khas dari telur. Metode pengasinan telur ada beberapa macam, diantaranya adalah metode merendam telur dalam larutan air dan garam, membungkus telur dengan adonan tanah liat, abu gosok, atau bubuk batu bata (Rahdiana, 2021).

Peluang bisnis telur asin cukup besar sehingga diharapkan untuk dapat berkembang dengan pesat. Umumnya kriteria telur yang dijadikan telur asin memiliki ukuran yang cukup besar dengan cangkang yang tebal dan kuning telur yang berwarna orange. Untuk mendapatkan kriteria tersebut para peternak memberikan pakan yang berkualitas tentunya serta pemeliharaan secara intensif sehingga mudah mengontrol pakan dan kesehatan bebek. Selain sebagai telur asin, kelebihan lain dari telur bebek banyak dimanfaatkan pada industri olahan telur seperti roti, lauk pauk bahkan jamu. Sehingga peternak bebek tidak perlu khawatir mengenai pemasaran telur bebek. Selain kelebihan, berternak bebek petelur juga mempunyai beberapa kekurangan diantaranya Bebek mempunyai tingkat konsumsi pakan yang tinggi, Bebek lebih sensitif terhadap pakan yang kualitasnya kurang bagus dan berjamur, Perawatan bebek harus cermat agar tidak mengalami stres yang akan mempengaruhi produksi telur.

Menurut Purwana et al. (2017) tercatat, jumlah UMKM di Indonesia cukup banyak, sekira 50 juta pelaku UMKM. Pada era digital saat ini, pelaku UMKM akan membutuhkan teknologi informasi yang tepat untuk bisa tumbuh berkembang dan bersaing di era digital saat ini. Akhsani & Nurdian (2021) perlunya pendampingan kepada masyarakat untuk

melanjutkan perekonomian setelah terdampaknya pandemi dan meletusnya Gunung Semeru.

B. METODE PELAKSANAAN

1. Waktu dan Lokasi

Pelaksanaan KKN dilaksanakan selama 45 hari. Program yang dijalankan KKN (kelompok 11) tim kewirausahaan yaitu pengembangan telur bebek menjadi produk makanan telur asin dengan kemasan yang lebih modern dan pemasaran yang berbasis online. Program ini memiliki peluang dalam pengembangan ekonomi berkelanjutan pascaerupsi Semeru dan sebagai aksi ketahanan pangan berkearifan setempat. Pelaksanaan KKN ini dilaksanakan di Dusun Rekasan Timur, Desa Penanggal, Kecamatan Candipuro, Kabupaten Lumajang. Kegiatan pelatihan tersebut merupakan salah satu kegiatan dalam rangkaian Kuliah Kerja Nyata (KKN) Universitas Jember. pemilihan lokasi tersebut didasarkan atas anjuran Universitas Jember untuk melakukan KKN, sejalan dengan tema kegiatan KKN yaitu KKN Kolaboratif Peduli Semeru.

2. Persiapan Rencana Kegiatan

- a. Survey lokasi KKN Desa Penanggal dusun Rekasan Timur
- b. Melakukan koordinasi dengan perangkat desa dan masyarakat
- c. Melakukan koordinasi dengan tim lapangan
- d. Pembagian divisi tim anggota pelaksanaan kegiatan
- e. Melakukan koordinasi tim pelaksana KKN kewirausahaan (kelompok 11) dengan UMKM dan peternak.
- f. Observasi lokasi yang akan digunakan untuk kegiatan, dan menganalisis permasalahan yang ada di UMKM.
- g. Merencanakan pembagian tugas sesuai dengan kegiatan dan menyusun jadwal kegiatan, dan mempersiapkan bahan dan alat yang dibutuhkan.
- h. Melakukan pendampingan UMKM.

3. Pelaksanaan

Tahap kedua adalah tahap pelaksanaan, yaitu tahap pelaksanaan KKN tema kewirausahaan dengan sasaran UMKM telur asin Bapak Gito dan para peternak di Dusun Rekasan Timur dengan melakukan diskusi langsung dengan sasaran KKN, yakni UMKM Bapak Gito dan para peternak bebek di Dusun Rekasan Timur. Dari diskusi tersebut pemilik UMKM dan peternak bebek mengutarakan kendala-kendala yang dihadapi, kemudian permasalahan tersebut diolah dan dituangkan dalam bentuk canvas kegiatan. Untuk mempermudah pelaksanaan, dibuat juga roadmap agar kegiatan KKN selama empat puluh lima hari bisa lebih terorganisir.

Adapun pelaksanaan program pendampingan pengembangan telur asin ada beberapa kegiatan yaitu.

a. Menggali Potensi UMKM telur asin

Pada tahap menggali potensi UMKM telur asin yaitu dengan mengunjungi secara langsung Bapak Poniman selaku ketua RW di dusun Rekasan Timur. Kegiatan ini dilaksanakan dalam bentuk pengenalan kelompok peternak, menggali potensi UMKM telur asin yang ada di dusun tersebut dan dilanjutkan dengan diskusi dan sarasehan terkait potensi yang ada. Kegiatan tersebut bertujuan untuk mengetahui informasi potensi peternak bebek dan UMKM dalam pengembangan telur bebek menjadi telur asin

b. Survey dan Inovasi Pembuatan Telur Asin

Pada tahap survey yaitu dengan mengunjungi secara langsung para peternak bebek dan UMKM telur asin yang ada di dusun Rekasan Timur. Kegiatan ini dilaksanakan dalam bentuk pengenalan tim KKN kewirausahaan kepada peternak bebek dan UMKM, Pemaparan program pengembangan telur asin, pengalaman sebagai peternak bebek dan UMKM telur asin dan dilanjutkan dengan diskusi dan sarasehan terkait pengalaman dan permasalahan yang ada. Kegiatan ini bertujuan untuk mengetahui permasalahan yang dialami peternak bebek dan UMKM telur asin yaitu kurangnya pengetahuan mengenai produksi telur asin dan pemasaran yang masih belum maksimal.

Pada tahap inovasi pembuatan telur asin yaitu dengan melakukan praktikum terlebih dahulu cara pembuatan telur asin. Kegiatan ini dilaksanakan di posko putri di dusun rekasan timur. Metode yang digunakan adalah metode di kepal dan direndam. Kegiatan ini dilakukan bertujuan untuk mendukung pengembangan usaha telur asin agar pembuatan telur asin lebih mudah sehingga masyarakat lebih tertarik dalam melakukannya.

c. Sosialisasi

Pada tahap sosialisai yaitu dengan mendatangkan dua narasumber yaitu Bapak Mutaqim selaku pengepul telur bebek yang menjelaskan tentang cara pemeliharaan ternak bebek dan Bapak Dodit selaku pengusaha telur asin yang menjelaskan tentang proses pembuatan telur asin. Mahasiswa KKN UNEJ juga turut andil dalam penyampaian materi mengenai pemasaran produk telur asin melalui media sosial atau digital marketing dan pengembangan pemasaran offline dengan menggunakan poster. Sasaran atau subjek yang dituju dalam kegiatan sosialisasi ini adalah Bapak/Ibu peternak bebek dan UMKM telur asin di Dusun Rekesan Timur. Kegiatan ini di lakukan di salah satu rumah warga dan merupakan posko mahasiswi KKN kelompok 11 yaitu di

rumah bapak Jono, dan di hadiri oleh bapak Kholil selaku kepala dusun rekasan timur dan bapak Poniman selaku ketua RW 05. Kegiatan sosialisasi ini bertujuan agar para peternak bebek dapat memanfaatkan telur bebek untuk diolah menjadi produk yang memiliki nilai jual lebih tinggi dengan cara pengasinan dan untuk UMKM telur asin agar dapat mengembangkan pengolahan telur asin dan pemasaran yang lebih maksimal.

d. Pendampingan Digital Marketing

Pada tahap pendampingan *digital marketing* ini tahap awal yang dilakukan yaitu melakukan kunjungan ke UMKM dan para peternak bebek yang berminat dalam usaha Telur asin untuk mensosialisasikan digital marketing yang di mulai pada tanggal 12 Februari 2022. Selanjutnya di lakukan pengambilan gambar produk telur Asin yang akan dipajang atau di promosikan di media sosial. Digital marketing di lakukan di media sosial serta online shop seperti Facebook, WhatsApp busines, dan google bisnisku. Kami juga memberikan desain poster yang sudah jadi kepada mereka agar dapat di gunakan pada saat pemasaran secara offline serta kami juga membantu menyebarkan poster tersebut ke market terdekat seperti catring dan warung makan. Langkah terakhir yaitu apabila para UMKM yang baru berminat sudah melakukan produksi telur asin kami akan membuatkan google bisnisku sekaligus mengedukasi cara penggunaannya. Kegiatan ini dilaksanakan bertujuan agar dengan adanya platform digital marketing ini dapat membuat Telur Asin buatan dusun rekasan timur ini lebih di kenal luas serta dapat memaksimalkan penjualannya.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Penggalian Potensi

Dusun rekasan timur memiliki potensi dalam pengembangan telur bebek menjadi telur asin. Tercatat ada sekitar 8 peternak bebek di wilayah Rekesan Timur yang menjual telur bebek langsung ke pengepul. Hal ini sangat disayangkan karena telur bebek dari peternak tidak diolah terlebih dahulu sehingga hasil keuntungan yang didapat kurang maksimal. Oleh karena itu perlu dilakukan pengolahan lebih lanjut agar mendapatkan keuntungan yang maksimal. Keuntungan yang didapat dari pengolahan telur bebek lumayan signifikan yakni selisih antara telur bebek dan telur asin bisa mencapai 500-1000 rupiah.



Gambar 1. Penggalian Potensi ke Peternak Bebek.

Berdasarkan hasil survey yang dilakukan pada Gambar 1. masalah dalam pengembangan telur bebek ini adalah proses pemasaran, karena mayoritas peternak bebek yang ada disana kurang memahami proses pemasaran produk. Proses pemasaran dapat diatasi dengan melakukan promosi secara konsisten lewat media *offline* maupun *online*, serta pemasaran produk sendiri juga dapat dilakukan lewat BUMDES. Proses pemasaran yang baik dilakukan dengan promosi produk yang menarik, untuk itu perlu dilakukan branding dari suatu produk baik kemasan maupun media promosi (poster, brousur, dan lain-lain).

Melihat potensi tersebut KKN 11 Dusun Rekesan Timur melakukan kegiatan pengembangan potensi telur asin yang ada di Dusun Rekesan Timur. Kegiatan Pengembangan dilakukan dengan tujuan memotivasi warga agar sadar mengenai potensi tersebut. Kegiatan yang dilakukan oleh KKN 11 Dusun Rekesan Timur adalah dengan melakukan pembimbingan peternak bebek mengenai pengembangan telur asin, serta diadakan sosialisasi tentang telur asin dengan pemateri atau narasumber yang sudah profesional dibidang peternakan bebek dan telur asin.

2. Survey dan Inovasi Produk

Setelah melakukan survei kepada para peternak bebek yang berada di Dusun Rekesan Timur terdapat produk mentahan berupa telur bebek yang berpotensi untuk dijadikan produk olahan yang komersial dan memicu adanya peluang usaha yaitu telur asin. Prospek nilai jual yang dimiliki telur asin cukup tinggi yang dapat meningkatkan penghasilan masyarakat. Namun, masyarakat masih minim pengetahuan untuk inovasi produk telur asin.

Berdasarkan hasil survei terdapat salah satu peternak yang sudah menjalankan usaha pembuatan telur asin. Metode yang digunakan yaitu menggunakan media air dan garam kasar dan waktu yang dibutuhkan selama 13 hari. Metode ini memerlukan waktu yang lama sehingga masyarakat kurang tertarik untuk melakukannya. Beranjak dari hal itu keterampilan pembuatan telur asin perlu dikuasai agar dapat mendukung pengembangan usaha telur asin di Dusun Rekesan Timur.



Gambar 2. Proses Pembuatan Telur Asin.

Gambar 2. menunjukkan Mahasiswa KKN 11 UNEJ yang berinisiatif melakukan eksperimen pembuatan Telur Asin Gurih Bikinan Rekesan Timur (Telasih Bik Resti). Eksperimen ini menggunakan 2 metode pembuatan yaitu di kepal dan direndam. Bahan yang digunakan yaitu berupa bata yang sudah dihancurkan, air dan garam yang sudah ditakar. Proses diawali dengan merendam telur selama 2 menit untuk menguji kualitas telur, jika ada yang mengambang artinya telur tidak segar. Kemudian bersihkan dan ampelas telur lalu diamkan hingga kering. Campur batu bata dengan air dan ditambahi garang yang telah ditakar sebelumnya lalu aduk sampai menjadi pasta. Sisihkan beberapa telur untuk metode kepal dengan ketebalan 3 cm dan beberapa telur direndam langsung di dalam pasta. Kedua metode tersebut dipisahkan menggunakan dua buah wadah untuk mengetahui hasil dari kedua metode tersebut. Pengamatan dilakukan selama 3 hari yaitu pada hari ke-5, ke-6, dan ke-7. Telur diambil kemudian dibersihkan lalu dikukus selama 45 menit. Setelah matang, telur di dinginkan dan dilakukan uji organoleptik berupa warna, rasa, dari masing-masing telur.

Tabel 1. Hasil Uji Organoleptik Telur Asin.

No.	Pengamatan	Metode	Warna Masir	Rasa Asin
1	Hari ke-5	Rendam	3	1
		Kepal	2,5	2
2	Hari ke-6	Rendam	2	2
		Kepal	2,5	1
3	Hari ke-7	Rendam	3	4
		Kepal	2	3

Keterangan:

Parameter warna	Parameter rasa
1. Tidak terang (tidak kuning)	1. Tidak asin
2. Cukup terang (cukup kuning)	2. Cukup asin
3. Terang (kuning kemerahan)	3. Asin
4. Sangat terang (merah)	5. Sangat asin

Dari uji organoleptik yang dilakukan didapatkan telur dengan metode rendam pada hari ke-7 memiliki rasa yang lebih asin dan memiliki warna kuning kemerahan. Menurut (Lesmayati & Rohaeni, 2014) metode rendam menghasilkan albumin telur yang lebih padat, rasa asin yang dihasilkan telur dikarenakan terjadi proses ionisasi garam NaCl yang berdifusi dan osmosis ke dalam cangkang melalui pori-pori kerabang yang terdapat pada telur. Pori-pori kerabang yang terdapat pada telur bebek lebih besar daripada telur unggas lain sehingga dapat memudahkan proses penyerapan garam pada seluruh bagian telur saat pengasinan. Menurut (Rahmatan & Syafrianti, 2016) terbentuknya warna kuning tua tersebut dihasilkan karena kuning telur kehilangan air selama proses perendaman dalam larutan garam. Pengasinan menyebabkan kadar air telur menurun sehingga warna kuning pada kuning telur semakin pekat.

Begitu pula pada parameter warna, dari hasil dapat diketahui bahwa hari-ke 7 menghasilkan warna telur asin yang terang. Jika suatu produk mempunyai warna yang menarik dapat meningkatkan selera konsumen untuk mencoba makanan tersebut, warna menjadi atribut kualitas yang paling penting walaupun suatu produk pangan bernilai gizi tinggi, rasa enak dan tekstur baik, namun apabila warna yang ditampilkan kurang menarik akan menyebabkan produk pangan kurang diminati oleh konsumen (Samudera & Malik, 2018).

3. Sosialisasi

Minimnya pengetahuan masyarakat khususnya peternak bebek untuk mengembangkan telur asin, serta minat para peternak untuk melakukan inovasi produk. Maka diadakanlah sosialisasi terhadap peternak bebek dan UMKM yang bertema Kolaborasi KKN UNEJ Peduli Semeru dan Multipihak Dorong Eksistensi Telasih Bik Resti (Telur Asin Gurih Bikinan Rekasan Timur).



Gambar 3. Sosialisasi Tentang Pemeliharaan Bebek dan Pembuatan Telur Asin.

Sosialisasi ini mendatangkan 2 narasumber yaitu Bapak Mutaqim selaku pengepul telur bebek yang menjelaskan tentang cara pemeliharaan ternak bebek dan Bapak Dodit selaku pengusaha telur asin yang menjelaskan tentang proses pembuatan telur asin. Mahasiswa KKN UNEJ juga turut andil dalam penyampaian materi

mengenai pemasaran produk telur asin melalui media sosial atau digital marketing dan pengembangan pemasaran offline dengan menggunakan poster.

Pada gambar 3 terlihat bahwa sasaran atau subjek yang dituju dalam kegiatan sosialisasi ini adalah Bapak/Ibu peternak bebek dan UMKM telur asin di Dusun Rekesan Timur Desa Penanggal Kecamatan Candipuro Kabupaten Lumajang. Kegiatan ini dilakukan di salah satu rumah warga dan merupakan posko mahasiswi KKN kelompok 11 yaitu di rumah bapak Jono, dan dihadiri oleh bapak Kholil selaku kepala dusun rekesan timur dan bapak Poniman selaku ketua RW 05. Peternak bebek sangat antusias dengan adanya sosialisasi ini dibuktikan dengan interaksi antara audiens dan narasumber yang sangat interaktif.

Kegiatan sosialisasi ini bertujuan agar para peternak bebek dapat memanfaatkan telur bebek untuk diolah menjadi produk yang memiliki nilai jual lebih tinggi dengan cara pengasinan. Harapan kami ke depannya agar para peternak bebek dapat mempraktakkannya sendiri di rumah minimal untuk dikonsumsi sendiri dan bahkan dapat dijual sebagai salah satu upaya meningkatkan ekonomi.

4. Pemasaran

Produksi dan penjualan (UMKM) telur asin di Dusun Rekesan Timur desa Penanggal Kec. Candipuro Kab. Lumajang ini yang sudah berjalan usahanya hanya 1 saja yaitu bapak Gito dan setelah diadakannya sosialisasi mengenai bisnis telur asin terdapat 3 peternak bebek yang berminat untuk menjalankan bisnis telur asin, akan tetapi kendala yang mereka hadapi adalah masih belum maksimal dalam pemasarannya, padahal terdapat banyaknya pedagang konvensional yang ada di Kabupaten Lumajang menyebabkan persaingan semakin ketat. Sehingga pembisnis telur asin yang kurang terkenal akan tersisih. Dengan model pemasaran online diharapkan dapat menambah penghasilan mereka dengan memajang harga yang bersaing (Prayogo & Nurdian, 2020).

Menurut Purwana et al., (2017) penggunaan teknologi digital telah mempengaruhi semua aspek, termasuk pemasaran. Pelaku UKM juga harus berani mencoba hal baru seperti pemasaran digital ini untuk terus mengembangkan usahanya. Dalam melakukan pemasaran digital, pelaku UKM dituntut untuk selalu belajar dan berfikir secara terbuka terhadap perkembangan teknologi yang ada. Pelaku UKM harus mampu mempertimbangkan media yang cocok untuk mempromosikan produknya dan cara komunikasi yang tepat sesuai dengan sasaran konsumen dari produk yang dimiliki.

Segi strategi, banyak yang bisa dilakukan seperti untuk pemasaran produk telur asin dapat dilakukan secara digital, membuat

label sendiri untuk produk telur asin yang menarik, beri kombinasi produk telur asin lain dari yang lain agar pembeli tertarik untuk memilih produknya, pembuatan video produk yang ditayangkan di akun media sosial atau melakukan live promosi dan edukasi dan pengenalan kualitas produk dengan menggunakan kata-kata yang mengundang pembeli serta penggunaan hashtag (#) agar produk lebih mudah ditemukan konsumen. Pemasaran Telur Asin bisa dikatakan belum maksimal terutama pemasarannya yang hanya dilakukan secara offline. Padahal dengan banyaknya pesaing usaha telur asin menjadi sesuatu yang penting bagi pelaku usaha untuk mempromosikan produknya melalui platform online agar terjangkau lebih luas lagi (Rafhdian et al., 2017).

Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Widani et al., (2019) disimpulkan bahwa e-commerce adalah salah satu media promosi yang sangat efektif karena dapat menekan biaya operasional misalnya meminimalisir penggunaan kertas dan juga dapat memperluas jaringan pasar. Selain itu, e-commerce juga dapat meningkatkan market exposure karena dapat menjangkau konsumen dimanapun melalui media sosial. Dengan demikian, jangkauan pasar menjadi lebih luas dan meningkatkan pendapatan usaha (Afrilia, 2018).

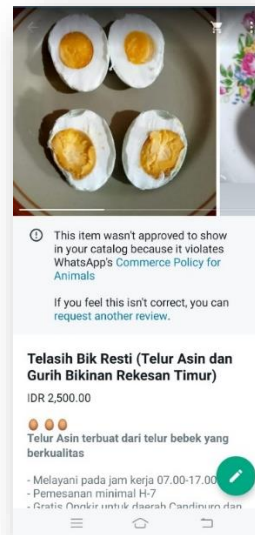


Gambar 4. Pendampingan dalam Pembuatan Digital Marketing

Gambar 4. menunjukkan mahasiswa KKN 11 UNEJ tim kewirausahaan yang berinisiatif melakukan pendampingan terhadap UMKM dan yang baru berminat dalam bisnis telur asin. Pendampingan ini meliputi pemberian contoh kemasan, poster produk yang lebih menarik serta minim biaya pembuatan, mendampingi dalam pengambilan gambar produk agar terlihat lebih bagus, dan mendampingi dalam pemasaran produk Telur Asin melalui media sosial.



Gambar 5. Digital Marketing di Facebook.



Gambar 6. Digital Marketing di WhatsApp Bisnis.

Pada Gambar 5 dan 6 *digital marketing* di lakukan di media sosial serta *online shop* seperti Facebook, WhatsApp Busines, dan Google Bisenisku. Menurut Setiawati & Widyartati (2017) salah satu manfaat internet sebagai sarana memperkenalkan dan memasarkan produk barang atau jasa. Dari sisi finansial, pemasaran online sangat menjanjikan untuk peningkatan laba usaha. Hal inilah yang menjadi dasar kami untuk membranding produk telur asin melalui *digital marketing*.

Kami juga memberikan desain poster yang sudah jadi kepada mereka agar dapat di gunakan pada saat pemasaran secara *offline* serta kami juga membantu menyebarkan poster tersebut ke market terdekat seperti catring dan warung makan. Langkah terakhir yaitu apabila para UMKM yang baru berminat sudah melakukan produksi telur asin kami akan membuatkan Google Bisenisku sekaligus mengedukasi cara penggunaanya.



Gambar 6. Produk Telur Asin



Gambar 7. Telur Asin dalam Kemasan

Perbaikan kualitas produk sangat penting untuk dilakukan untuk meningkatkan kepercayaan konsumen akan produk yang ditawarkan. Peningkatan kualitas produk dapat dilakukan dengan cara melakukan kontrol mutu produk secara berkala dan detail dengan memperhatikan kewananan dan kebersihan dari produk itu sendiri.

Selain itu, pelaku UKM juga harus bisa menyesuaikan ketahanan produk dengan lebih memperhatikan penggunaan kemasan. Hal ini dikarenakan penjualan yang lebih banyak dilakukan secara daring, sehingga daya tahan dan lama simpan produk serta kemasan produk harus lebih ditingkatkan.

Perlu diperhatikan juga dalam proses pembuatan kemasan yaitu penulisan informasi produk secara lengkap akan menambah kepercayaan konsumen terhadap produk, serta desain kemasan yang menarik juga akan menambah minat konsumen terhadap produk. Pelaku UKM harus melakukan perbaikan kualitas produk dan pelayanan. Akan tetapi, untuk dapat meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk, pelaku UKM harus sudah melakukan branding (pemberian identitas produk) terhadap produknya. Minimal produk yang dimiliki sudah memiliki nama dagang (merk), logo usaha, dan label kemasan (Nurdian, 2021). Hal ini karena identitas dari produk sangat penting karena identitas inilah yang dapat membantu meningkatkan reputasi bisnis serta memudahkan konsumen untuk mengenali, mengingat, dan merekomendasikan produk yang telah dibelinya. Gambar 7 dan 8 merupakan contoh kemasan dan desain stiker yang di buat oleh mahasiswa KKN 11 UNEJ tim kewirausahaan.

Selain pendampingan pemasaran oleh mahasiswa KKN, adapula bantuan pemasaran dari pihak Desa Penanggal berupa pemasaran melalui Bumdes. Menurut (Adawiyah, 2018; Sarinah et al., 2019; Tiballa, 2017; Utami et al., 2019) bumdes adalah sebuah badan usaha atau mitra desa dan bisa dijadikan wadah bagi masyarakat yang menciptakan dan melakukan usaha dalam bidang ekonomi.

4. Penyempurnaan Kegiatan

Kegiatan ini di apresiasi dengan baik oleh pemilik UMKM dan peternak bebek tentunya dengan menerapkan protokol kesehatan dan selalu memantau situasi dan kondisi sekitar ketika pendampingan. Tim Kewirausahaan KKN 11 UNEJ memiliki harapan agar dengan adanya pengembangan produk telur asin dan pemasaran ini, maka peningkatan nilai jual produk juga semakin meningkat. Selain itu, target penjualan telur asin yang semula hanya untuk konsumsi masyarakat sekitar dapat diperluas dengan adanya platform digital marketing dapat membuat Telur Asin buatan dusun rekasan timur lebih di kenal luas serta dapat memaksimalkan penjualannya. Dengan adanya produk telur asin khas dusun Rekasan Timur ini tentu juga akan mendorong penguatan branding desa tersebut sehingga dapat menjadi ciri khas dusun tersebut.

Era pandemi dan pascaerupsi semeru yang telah melanda kehidupan di dunia termasuk Indonesia, mempunyai dampak yang sangat signifikan dalam bidang perekonomian. Begitu pula yang terjadi pada masyarakat

Dusun rekesan timur tepatnya para peternak bebek yang mengalami penurunan omset dalam penjualan telur bebek. Banyak dari mereka yang mengeluh tentang ketidakpastian pendapatan dikarenakan kondisi yang masih belum memungkinkan untuk nilai jual telur tinggi. Hal ini tentu saja menjadi perhatian, karena untuk melanjutkan hidup mereka perlu memiliki penghasilan yang cukup. Mahasiswa KKN mempunyai gebrakan baru untuk membantu meningkatkan perekonomian peternak bebek, dengan menginovasi produk bernilai jual tinggi berupa telur asin yang siap saji dan memasifkan pemasaran melalui *digital marketing*. Setelah melakukan inovasi produk di bagian kewirausahaan, antusias masyarakat peternak bebek sangat tinggi. Mereka mencoba bisnis baru untuk meningkatkan perkenomian dengan membuat produk telur asin.

D. SIMPULAN DAN SARAN

Dari kegiatan KKN Kolaboratif Peduli Semeru yang telah dilaksanakan memberikan dampak positif sehingga terdapat interaksi aktif berupa simbiosis mutualisme antara mahasiswa dan masyarakat. Di Dusun Rekesan Timur produksi telur asin memiliki peluang dalam pengembangan ekonomi berkelanjutan pascaerupsi Semeru dan sebagai aksi ketahanan pangan berkearifan setempat. Adanya sosialisasi dapat dimanfaatkan oleh para peternak bebek untuk memproduksi telur asin dan meningkatkan perekonomian di Dusun Rekesan Timur. Hasil implementasi dari *digital marketing* dapat memberikan manfaat untuk jangka panjang.

Sebaiknya para peternak bebek harus memberikan pakan yang berkualitas, perawatan bebek yang harus cermat, dan metode pembuatan telur asin yang efisien untuk mendapatkan telur asin yang berkualitas. Lebih memanfaatkan teknologi internet guna mengejar ketertinggalan pada pasar digital. Juga sangat diharapkan meningkatnya kepercayaan diri pada setiap pelaku usaha telur asin yang tengah merintis usahanya.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim penulis mengucapkan kepada Universitas Jember termasuk di dalamnya LP2M (Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat) UNEJ atas dukungan dan berbagai bantuannya sehingga kegiatan Kuliah Kerja Nyata Kolaboratif Peduli Semeru 2022 terlaksana dengan baik dan dapat selesai tepat waktu juga dapat memberikan manfaat kepada warga di Dusun Rekesan Timur. Serta kepada pihak yang memberikan gagasan, saran, masukan dan juga pandangan terhadap penyusunan artikel pengabdian ini.

DAFTAR RUJUKAN

Adawiyah, R. (2018). *Strategi pengembangan badan usaha milik desa (bumdes) berbasis aspek modal sosial (studi pada bumdes surya sejahtera, Desa*

- Kedungturi, Kecamatan Taman, Kabupaten Sidoarjo*). Universitas Airlangga.
- Afrilia, A. M. (2018). Digital marketing sebagai strategi komunikasi pemasaran “waroenk ora umum” dalam meningkatkan jumlah konsumen. *Jurnal Riset Komunikasi*, 1(1), 147–157.
- Akhsani, H. R., & Nurdian, Y. (2021). Mitigasi Dampak Pandemi Melalui Pendampingan Pelaku Usaha Mikro Bisnis Kedai Kopi Kekinian. *Dedication: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(2), 163–172.
- Benjakul, S., & Kaewmanee, T. (2017). Sodium chloride preservation in duck eggs. In *Egg innovations and strategies for improvements* (pp. 415–426). Elsevier.
- Nurdian, Y. (2021). Pemberdayaan Usaha Mikro Minuman Jamu Beras Kencur Melalui Pasar Digital di Ranuklindungan, Pasuruan. *DIKEMAS (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 5(1).
- Prayogo, F., & Nurdian, Y. (2020). Resureksi Bawang Goreng Produk Unggulan Sumberdadap Tulungagung di Tengah Pandemi. *Jurnal Ilmiah Pangabdh*, 6(2), 145–149.
- Purwana, D., Rahmi, R., & Aditya, S. (2017). Pemanfaatan digital marketing bagi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM)*, 1(1), 1–17.
- Rahfdian, M. A., GS, A. D., & Hasan, A. F. (2017). Brand equity on brand image of tourism object in Surabaya. *IMC 2016 Proceedings*, 1(1).
- Rahdiana, N. (2021). PENDAMPINGAN PROSES PRODUKSI TELUR ASIN ASAP PADA KELOMPOK USAHA TELUR BEBEK DI DESA PASIRKALIKI, RAWAMERTA, KARAWANG. *JURNAL PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT*, 27(3), 283–292.
- Rahmatan, H., & Syafrianti, D. (2016). Pengaruh konsentrasi garam terhadap kadar protein dan kualitas organoleptik telur bebek. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pendidikan Biologi*, 1(1).
- Samudera, R., & Malik, A. (2018). Berbagai Media Pembuatan Telur Asin terhadap Kualitas Organoleptik. *AL-ULUM: JURNAL SAINS DAN TEKNOLOGI*, 4(1), 46–49.
- Sarinah, I., Sihabudin, A. A., & Suwarlan, E. (2019). Pemberdayaan Masyarakat Dalam Bidang Ekonomi Oleh Pemerintah Desa Pangandaran Kecamatan Pangandaran Kabupaten Pangandaran. *Moderat: Jurnal Ilmiah Ilmu Pemerintahan*, 5(3), 267–277.
- Setiawati, I., & Widyartati, P. (2017). Pengaruh strategi pemasaran online terhadap peningkatan laba UMKM. *Proceedings*, 1(1).
- Tiballa, R. (2017). Partisipasi Masyarakat dalam Pelaksanaan Program Badan Usaha Milik Desa (BUMDES) di Desa Swarga Bara Kabupaten Kutai Timur. *Jurnal Universitas Mulawarman*. <https://Ejournal.Ip.Fisip-Unmul.Ac.Id/Site>.
- Utami, K. S., Tripalupi, L. E., & Meitriana, M. A. (2019). Peran Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) dalam peningkatan kesejahteraan anggota ditinjau melalui kewirausahaan sosial. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 11(2), 498–508.
- Widani, N. M., Abiyasa, A. P., & Darma, G. S. (2019). Menguji Ketajaman Implementasi E-Commerce Dalam Penjualan Kamar Hotel di Bali. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 16(2), 79–98.