

PEMBERDAYAAN BAGI PELAKU USAHA TELUR ASIN MELALUI INOVASI RASA DI DESA KARANGPANDAN KECAMATAN REJOSO KABUPATEN PASURUAN

Muhammad Mashuri¹, Indri Febrianti², Ade Fuad Wahyu Sasmito³

^{1,2,3}Universitas Merdeka Pasuruan.

*mashuri@unmerpas.ac.id, *febriantiindri920@gmail.com,

*adefuad.wahyusasmito@gmail.com

ABSTRACT

Karangpandan Village is one of the villages in Pasuruan Regency located in Rejoso District. The results of the duck farming business are processed into salted egg products which have an important role in supporting the people's economy in Karangpandan Village. However, traditional salted egg products with minimal flavor innovation are considered less attractive to the wider market. This activity aims to empower micro business actors through flavor innovation in salted eggs, by developing rendang and spicy onion flavor variants. The implementation method consists of coordination with local partners, direct practice of making flavored salted eggs by the author, and evaluation of process and product results based on organoleptic tests. The results show that the addition of typical spices of the archipelago can improve the taste, visual appeal, and selling value of salted eggs. This flavor variant product is preferred by consumers, especially the younger generation, and has the potential to expand the market and increase business turnover. This simple innovation is an effective strategy in increasing the competitiveness of local food-based micro businesses. This activity also shows the importance of mastering production techniques and marketing strategies based on flavor innovation in supporting the economic independence of the people of Karangpandan Village.

Keywords: Micro business, taste innovation, salted eggs, community empowerment, local food products.

ABSTRAK

Desa Karangpandan merupakan salah satu desa di Kabupaten Pasuruan yang terletak di Kecamatan Rejoso. Hasil dari usaha peternakan bebek diolah menjadi produk telor asin yang memiliki peran penting dalam menopang perekonomian rakyat di Desa Karangpandan. Namun, produk telur asin tradisional yang minim inovasi rasa dinilai kurang menarik bagi pasar yang lebih luas. Kegiatan ini bertujuan untuk memberdayakan pelaku usaha mikro melalui inovasi rasa pada telur asin, dengan mengembangkan varian rasa rendang dan pedas bawang. Metode pelaksanaan terdiri atas koordinasi dengan mitra lokal, praktik langsung pembuatan telur asin rasa oleh penulis, serta evaluasi proses dan hasil produk berdasarkan uji organoleptik. Hasil menunjukkan bahwa penambahan bumbu khas nusantara dapat meningkatkan cita rasa, daya tarik visual, serta nilai jual telur asin. Produk varian rasa ini disukai oleh konsumen, khususnya generasi muda, dan berpotensi memperluas pasar serta meningkatkan omzet usaha. Inovasi sederhana ini menjadi strategi efektif dalam meningkatkan daya saing usaha mikro berbasis pangan lokal. Kegiatan ini sekaligus menunjukkan pentingnya penguasaan teknik produksi dan strategi pemasaran berbasis inovasi rasa dalam mendukung kemandirian ekonomi masyarakat Desa Karangpandan.

Kata kunci : Usaha mikro, inovasi rasa, telur asin, pemberdayaan masyarakat, produk pangan lokal.

PENDAHULUAN

Usaha mikro merupakan kegiatan ekonomi yang dilakukan oleh individu atau kelompok kecil, yang ditandai dengan kepemilikan aset dan pendapatan usaha yang rendah, serta jumlah tenaga kerja yang terbatas. Menurut Tambunan (2009), usaha mikro umumnya dikelola secara informal, beroperasi dalam skala rumah tangga, serta menggunakan teknologi sederhana dengan tingkat produktivitas yang relatif rendah. Meskipun demikian, usaha mikro memiliki peranan penting dalam perekonomian nasional, terutama dalam penyerapan tenaga kerja dan peningkatan kesejahteraan masyarakat berpenghasilan rendah. Sedangkan menurut (Zimmerer & Scarborough, 2005) Usaha mikro adalah jenis usaha berskala kecil yang dikelola secara mandiri oleh individu atau kelompok kecil. Usaha ini tidak memiliki pengaruh dominan dalam industrinya dan umumnya hanya beroperasi dalam lingkup lokal dengan jumlah tenaga kerja yang terbatas.

Usaha mikro telur asin merupakan salah satu jenis usaha yang berkembang di beberapa daerah Indonesia. Menurut (Suharno & Amri, 2000) dan (Warsito & Rohaeni 2005) Telur asin merupakan telur itik yang diolah tanpa membuka cangkangnya, diawetkan melalui proses pengasinan. Garam yang digunakan berfungsi sebagai pengawet alami untuk menghentikan aktivitas mikroba dan memberikan aroma serta rasa unik pada telur, sehingga masa simpannya menjadi lebih panjang. Telur asin juga memiliki beberapa manfaat seperti memenuhi Kebutuhan Nutrisi Tubuh, meningkatkan daya tahan tubuh, menjaga Kesehatan tulang, serta menyediakan vitamin A, B12, B kompleks, D, dan E, yang bermanfaat untuk membantu fungsi penglihatan, sistem saraf, dan melindungi dari kerusakan.

Tabel 1
Kandungan Nutrisi dalam Telur Asin

Kandungan Nutrisi	Kadar Nutrisi	
	Telur Bebek Biasa	Telur Asin (Bebek)
Energi	189 kal	195 kal
Lemak	14,3 gr	13,6 gr
Air	70,8 gr	66,5 gr
Kalsium	56 mg	120 mg
Zat Besi	2,8 mg	1,8 mg
Protein	13,1 gr	13,6 gr
Fosfor	175 mg	157 mg
Vitamin A	1230 IU	841 IU
Vitamin B1	0,18 mg	0,28 mg

Desa Karangpandan, yang terletak di Kecamatan Rejoso, Kabupaten Pasuruan, dikenal sebagai salah satu sentra produksi telur asin di wilayah Jawa Timur. Usaha Mikro yang bergerak dalam produksi telur asin di desa ini umumnya dijalankan oleh keluarga secara turun-temurun dengan skala rumahan. Proses produksinya masih banyak mengandalkan metode tradisional, mulai dari perendaman telur bebek dalam larutan garam atau baluran bubuk bata yang dicampur abu, hingga proses pematangan melalui perebusan atau pengasapan. Rata-rata pelaku usaha memproduksi 100 hingga 500 butir telur per hari, tergantung musim dan permintaan pasar. Telur bebek sebagai bahan baku diperoleh dari peternak lokal maupun desa tetangga, yang menjalin

hubungan pasokan secara informal. Pemasaran dilakukan secara langsung ke pasar tradisional, warung, atau melalui pesanan eceran dari pelanggan tetap. Beberapa usaha mikro telah mulai memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi dan penjualan, meskipun keterbatasan literasi digital dan akses permodalan masih menjadi tantangan utama. Usaha Mikro telur asin di Karang Pandan berkontribusi terhadap pendapatan rumah tangga dan membuka lapangan kerja lokal, sekaligus melestarikan kearifan lokal dalam pengolahan pangan tradisional.

Di Desa Karangpandan, salah satu pelaku usaha inovasi Telur Asin yang dijadikan contoh dalam pengembangan adalah milik Ibu Dewi, awalnya beliau memulai usaha dari ternak bebek pada tahun 2009, kemudian pada tahun 2010 ibu Dewi mulai mengembangkan menjadi pengasin telur bebek. Namun pada kenyataan di lapangan, pelaku usaha mikro Telur Asin ini masih mengalami keterbatasan dalam hal ide inovasi, teknik produksi, hingga strategi promosi. Hal ini membuat pemasaran telur asin cenderung stagnan dan terbatas pada lingkup lokal saja. Oleh karena itu, perlu dilakukan program pemberdayaan yang menyasar peningkatan kapasitas pelaku usaha dalam mengembangkan varian rasa yang lebih menarik dan sesuai dengan preferensi konsumen modern. Agar inovasi terkhusus dalam pembuatan telur asin aneka rasa, dengan harapan produsen telur asin dapat melakukan inovasi dalam pembuatan telur asin mereka untuk dapat memberikan pengalaman baru dalam mengkonsumsi telur asin dengan berbagai rasa, mengatasi kebosanan konsumen akan telur asin, meningkatkan penjualan atas produk telur asin serta menambah pasar telur asin.

Menurut (Yusnawati, Muslimah & Fahriana, 2024) Inovasi rasa yang dipadukan dengan kemasan visual yang menarik dapat menjadi strategi efektif bagi Usaha Mikro untuk memasuki pasar lebih luas. Varian rasa tidak hanya meningkatkan daya tarik konsumen, tetapi juga memperkuat positioning produk sebagai pilihan yang lebih modern dan relevan dengan kebutuhan konsumen. Selain itu, Menurut (Kotler, 2021) menjelaskan bahwa pemasaran sebagai rangkaian kegiatan sosial dan manajerial yang memungkinkan individu atau kelompok mencapai tujuan mereka yaitu kebutuhan dan keinginan melalui penciptaan nilai serta pertukaran produk atau layanan secara sukarela. Atas dasar permasalahan yang telah ditemukan di lapangan sebagaimana yang sudah dituangkan, maka penulis tertarik untuk meneliti dan menyusun Jurnal yang berjudul “Pemberdayaan Bagi Pelaku Usaha Telur Asin Melalui Inovasi Rasa di Desa Karangpandan”



Gambar 1
Produk Telur Asin Yang dijual Bu Dewi



Gambar 2
Tempat Usaha

METODE PELAKSANAAN

1. Tahap Identifikasi Permasalahan

Tahap ini dilakukan dengan mendatangi ke Lokasi secara langsung, dan melakukan wawancara dengan Ibu Dewi selaku pemilik Usaha Mikro Telur Asin DW. Dari informasi yang diberikan dan kondisi lapangan yang terjadi, diketahui permasalahan yang saat ini menjadi kendala perkembangan usaha telor asin DW yaitu packaging yang terkesan sederhana, rasa yang masih tradisional dan kurangnya identitas Lokasi Usaha Mikro Telur Asin DW.

2. Tahap Pelaksanaan Kegiatan

a. Packaging yang digunakan Rumah Telur Asin DW terkesan sederhana

Solusi dari permasalahan packaging pada usaha telur asin DW diwujudkan melalui pembuatan kemasan yang dilengkapi dengan logo serta penambahan stempel pada produk telur asin itu sendiri. Upaya ini bertujuan untuk meningkatkan daya tarik visual produk, memperkuat identitas usaha, serta memberikan kesan profesional pada produk yang dipasarkan. Tahapan pelaksanaan kegiatan ini diawali dengan penjadwalan diskusi bersama pemilik usaha telur asin DW yang dilaksanakan satu kali pada tanggal 2 Juli 2025. Dalam diskusi tersebut, tim pengabdian masyarakat menyampaikan ide pengembangan desain kemasan, termasuk rancangan label dan logo, serta prototype stempel yang telah dirancang sebelumnya. Diskusi ini juga menjadi sarana untuk menerima masukan dari pemilik usaha agar hasil akhir dari desain kemasan dan stempel dapat sesuai dengan harapan dan karakteristik usaha yang dijalankan.

b. Telur Asin yang diproduksi DW memiliki rasa yang masih tradisional

Solusi dari permasalahan rasa yang masih tradisional adalah dengan menginovasi rasa telur asin original menjadi telur asin rasa rendang dan bawang pedas. Sebelum menginovasi rasa telur asin, hal yang perlu dilakukan adalah menumpulkan informasi tentang cara pembuatan serta komposisi yang diperlukan pada tanggal 5 Juli 2025. Kemudian pada tanggal 10 Juli 2025 tim pengabdian melaksanakan R & D telur asin rasa rendang dan bawang pedas yang siap disajikan pada tanggal 24 Juli 2025.

c. Kurangnya identitas serta lokasi Usaha rumah telur asin DW

Sebagai upaya mengatasi permasalahan pemasaran dan legalitas usaha, tim pengabdian melaksanakan program berupa pembuatan banner, stempel, pengurusan Nomor Induk Berusaha (NIB), serta penambahan lokasi ke Google Maps yang dilaksanakan pada 19 Juli 2025. Program ini bertujuan untuk meningkatkan legalitas, visibilitas, dan aksesibilitas dalam menghadapi tantangan pasar digital.

3. Tahap Monitoring dan Evaluasi

Tahap monitoring dilakukan untuk mengidentifikasi hambatan yang terjadi ketika program pengabdian berlangsung: wawancara, mendesain banner, stempel dan pendaftaran NIB. Hambatan yang terjadi dikategorikan menjadi dua bagian yaitu hambatan kecil dan hambatan besar. Hambatan kecil jika hambatan dapat langsung dilakukan perbaikan. Hambatan besar jika hambatan tersebut tidak dapat diselesaikan dengan cepat karena keterbatasan waktu dan dana. Penyelesaian hambatan besar dilakukan pada program pengabdian berikutnya.

Evaluasi kinerja dilihat dari indikator yang telah ditetapkan pada masing-masing kegiatan pengabdian yang dilakukan. Evaluasi kegiatan berdasarkan indikator tersaji pada Tabel 2.

Tabel 2
Evaluasi kegiatan berdasarkan indikator

No.	Tujuan	Indikator Ketercapaian
1	Packaging yang digunakan Rumah Telur Asin DW terkesan sederhana	Rumah Telur Asin DW menerapkan masukan desain packaging dari tim pengabdi.
2	Tim pengabdian menginovasi terkait rasa telur asin dw menjadi telur asin rasa rendang dan pedas bawang	Rumah Telur Asin DW menyetujui dengan inovasi rasa yang diajukan oleh tim pengabdi dan menyerahkan sepenuhnya terkait uji coba ke tim pengabdi
3	Tim pengabdian memberikan pemahaman terkait pentingnya identitas serta lokasi usaha	Tim pengabdi mendaftarkan lokasi usaha ke google maps, membuat stempel telur dan membuatkan NIB.

Penilaian terhadap hasil akhir telur asin mencakup warna & tekstur, aroma khas sesuai bahan rasa yang dipilih, rasa (tingkat keasinan dan cita rasa tambahan). Semua aspek tersebut diamati secara visual dan melalui dokumentasi praktik yang digunakan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi hasil akhir. Evaluasi ini tidak hanya untuk menilai hasil, tetapi juga mendorong pemahaman yang mendalam terhadap proses, serta menumbuhkan kemampuan kritis dan analitis dalam mengaplikasikan ilmu secara praktis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Mayoritas masyarakat Desa Karangpandan, Kecamatan Rejoso, Kabupaten Pasuruan, memiliki mata pencaharian di sektor usaha mikro yang salah satunya adalah produksi telur asin dengan cita rasa tradisional. Usaha telur asin DW telah berjalan sekitar 15 tahun. Kegiatan produksi dilakukan secara rutin, produksi telur asin dilakukan setiap hari dikarenakan telur asin DW bahan baku telurnya berasal dari kendang bebek yang dikelola sendiri oleh ibu dewi yang saat ini telah mencapai 2000 bebek dengan kapasitas rata-rata mencapai ± 300 butir telur asin setiap kali panen. Kegiatan produksi dilakukan secara rutin, produk telur asin yang dihasilkan kemudian dipasarkan dengan harga yang relatif terjangkau, yaitu Rp2.000 per butir untuk telur asin mentah, Rp3.000 per butir untuk telur asin matang, dan Rp84.000 per kantong yang berisi 30 butir telur. Harga jual yang tergolong rendah ini menjadi salah satu ciri pemasaran di wilayah tersebut, yang umumnya ditujukan untuk memenuhi kebutuhan pasar lokal dan pelanggan tetap.

Dari gambaran tersebut, kami melakukan fokus program pemberdayaan terhadap pelaku usaha mikro dalam produksi telur asin melalui strategi inovasi rasa telah memberikan dampak yang signifikan terhadap peningkatan daya saing produk di pasar. Dalam kegiatan ini, para pelaku usaha tidak hanya diberikan pendampingan secara teknis dalam proses produksi, tetapi juga diarahkan untuk mengeksplorasi varian rasa yang lebih variatif dan menarik. Beberapa inovasi rasa yang dikembangkan, seperti rasa bawang pedas dan rendang, terbukti mampu menarik minat konsumen yang lebih luas, terutama dari kalangan remaja dan generasi muda yang cenderung mencari pengalaman kuliner baru dan unik. Inovasi tersebut tidak hanya menambah nilai jual produk, tetapi juga memberikan peluang bagi pelaku usaha untuk memperluas pasar dan meningkatkan daya tarik visual serta rasa dari telur asin yang sebelumnya hanya mengandalkan rasa original tanpa inovasi lebih lanjut. Upaya ini secara langsung berdampak pada peningkatan penjualan dan omzet, serta menumbuhkan semangat kewirausahaan lokal.

Telur asin DW dengan pemilik Ibu Dewi menjadi sasaran kami untuk melakukan inovasi rasa rasa, hal ini dikarenakan ibu dewi sangat terbuka dan mempunyai bahan baku telur asin yang

banyak karena berasal langsung dari bebek yang berada dikandang Ibu dewi. Lebih jauh lagi, kegiatan pemberdayaan terhadap telur asin DW ini menunjukkan bahwa pendekatan berbasis inovasi dan adaptasi terhadap kebutuhan pasar merupakan kunci keberhasilan dalam mendukung pertumbuhan usaha mikro. Selain itu, Ibu Dewi juga mendukung penggunaan pemanfaatan teknologi informasi seperti pemasaran melalui media sosial dan e-commerce menjadi faktor penting dalam menjangkau konsumen secara lebih luas dan efisien. Dengan demikian, kegiatan ini tidak hanya meningkatkan kualitas produk, tetapi juga mendorong kemandirian ekonomi masyarakat, khususnya pelaku usaha mikro berbasis produk lokal seperti telur asin.



Gambar 3
Penyuluhan kepada Pemilik Usaha

Setelah kami melakukan pendampingan berupa penyuluhan kepada Ibu Dewi, selanjutnya kami melakukan pelaksanaan untuk menciptakan inovasi rasa rasa pada telur asin DW dengan tahapan sebagai berikut :

a. Pemilihan Bahan Baku

Pemilihan bahan merupakan tahapan awal yang sangat penting dalam proses inovasi produk pangan, termasuk dalam pembuatan telur asin dengan varian rasa seperti rendang dan bawang pedas. Bahan baku utama yang digunakan adalah telur itik segar berkualitas baik, yang memiliki cangkang utuh, tidak retak, dan bersih. Untuk pengembangan rasa, digunakan bumbu rendang dan bawang pedas yang diolah dari bahan alami seperti cabai, bawang merah, bawang putih, serai, dan rempah-rempah lainnya.

Menurut Syarief dan Halid (1993) menyebutkan bahwa mutu bahan baku sangat berpengaruh terhadap kualitas produk pangan yang dihasilkan, baik dari segi rasa, aroma, tekstur, maupun daya simpannya. Maka dari itu, pemilihan telur itik yang masih segar serta bumbu alami menjadi dasar penting dalam pengolahan telur asin berinovasi rasa. selain itu, menurut Winarno (2004) menambahkan bahwa keberhasilan kombinasi rasa dalam suatu produk makanan sangat dipengaruhi oleh kesesuaian antara bahan dasar dan tambahan, baik secara sensorik maupun dari sisi kimianya, yang menunjukkan pentingnya kecermatan dalam memilih jenis bumbu untuk inovasi rasa rendang dan bawang pedas.

b. Pengembangan Desain

Pengembangan desain produk merupakan tahapan penting dalam proses inovasi pangan, termasuk dalam pengembangan telur asin dengan varian rasa seperti rendang dan bawang pedas. Desain produk mencakup penentuan metode pengolahan, formulasi bumbu, teknik pemberian rasa, serta proses pengemasan agar produk akhir tidak hanya memiliki cita rasa yang khas, tetapi juga aman dan menarik secara visual.

Menurut Sutrisno (2012) menekankan bahwa desain produk yang baik tidak hanya berfokus pada rasa dan bentuk, tetapi juga harus mudah diproduksi dan menarik bagi konsumen. Oleh karena itu, desain telur asin rasa rendang dan bawang pedas juga mempertimbangkan kemasan yang menarik serta penambahan elemen informasi yang sesuai standar pangan.

c. Pengolahan Bahan

Pengolahan bahan merupakan salah satu tahap paling penting dalam menentukan kualitas dan keberhasilan suatu produk olahan pangan. Pada pembuatan telur asin varian rasa rendang dan bawang pedas, proses pengolahan dilakukan secara teliti dan sistematis, dimulai dari tahap pembersihan telur, pembuatan adonan bumbu, hingga proses pengasinan. Telur itik yang digunakan dipilih dari bahan baku berkualitas dengan kondisi kulit mulus dan bebas retakan. Sebelum diolah, telur dicuci menggunakan air bersih yang mengalir untuk menghilangkan kotoran, lapisan debu, dan mikroorganisme yang menempel pada permukaan kulit telur. Proses pencucian ini penting untuk mencegah kontaminasi yang dapat menurunkan mutu produk. Setelah dicuci bersih, telur dikeringkan menggunakan lap bersih atau diangin-anginkan hingga permukaannya tidak lagi basah. Selanjutnya, permukaan cangkang telur dihaluskan menggunakan amplas dengan hati-hati agar bumbu rempah dapat meresap secara merata ke dalam telur.

Pembuatan bumbu rendang dan bawang pedas menggunakan bahan-bahan alami pilihan seperti bawang merah, bawang putih, cabai merah, cabai rawit, lengkuas, serai, serta berbagai rempah tradisional lainnya. Seluruh bahan dihaluskan menggunakan ulekan atau blender, kemudian ditumis dengan minyak secukupnya hingga matang sempurna. Proses penumisan ini bertujuan untuk mengeluarkan aroma khas dan memaksimalkan cita rasa rempah. Dalam tahap ini, pengaturan suhu dan waktu penumisan menjadi faktor penting agar bumbu tidak gosong, karena bumbu yang terlalu matang atau terbakar dapat memengaruhi rasa akhir produk.

Menurut Winarno (2004), pengolahan pangan merupakan rangkaian proses yang bertujuan mengubah bahan mentah menjadi produk siap konsumsi dengan mempertimbangkan rasa, tekstur, aroma, dan daya simpan. Prinsip ini diaplikasikan dalam proses pembuatan telur asin inovasi rasa, di mana bumbu yang telah matang kemudian dicampurkan ke dalam adonan pengasinan yang terdiri dari campuran garam dan bubuk batu bata halus. Adonan ini berfungsi sebagai media untuk melapisi telur sehingga garam dan bumbu dapat meresap sempurna ke dalamnya.



Gambar 4
Proses Pembuatan Rasa Rendang



Gambar 5
Proses Pembuatan Rasa Pedas

Proses pembaluran dilakukan dengan hati-hati, memastikan seluruh permukaan telur tertutup rapat oleh campuran bumbu dan garam. Telur yang sudah dibaluri kemudian disusun rapi dalam wadah tertutup dan didiamkan selama 10–14 hari. Lama waktu perendaman ini disesuaikan agar cita rasa bumbu rendang dan bawang pedas dapat meresap secara merata ke dalam bagian putih dan kuning telur, sekaligus memberikan tingkat asin yang pas.

Dalam setiap proses pengolahan pangan, pengaturan suhu, waktu, dan kebersihan merupakan faktor utama yang memengaruhi mutu produk akhir. Oleh karena itu, selama proses pengasinan dan pemberian rasa, kebersihan peralatan dan lingkungan kerja selalu dijaga. Hal ini dilakukan untuk memastikan telur tetap segar, bebas dari kontaminasi, dan mampu mempertahankan kualitas rasa hingga produk siap dipasarkan. Hasilnya, telur asin varian rasa rendang dan bawang pedas tidak hanya memiliki rasa yang unik dan khas, tetapi juga memiliki daya simpan yang baik, sesuai dengan standar mutu pangan olahan.

d. Hasil Inovasi

Berdasarkan hasil percobaan yang telah dilaksanakan, telur asin dengan inovasi rasa rendang dan bawang pedas yang diolah melalui metode pemeraman menggunakan campuran bubuk bata dan garam yang telah dipadukan dengan bumbu rendang serta rempah-rempah pilihan selama rentang waktu 10 hingga 14 hari menunjukkan perubahan yang signifikan pada karakteristik fisiknya. Perubahan paling mencolok terlihat pada warna kuning telur yang menjadi lebih kecokelatan dibandingkan telur asin biasa, menandakan adanya penyerapan bumbu secara optimal selama proses pemeraman. Selain perubahan warna, aroma telur asin juga menjadi lebih kuat dan khas, dipengaruhi oleh perpaduan rempah yang meresap hingga ke bagian dalam telur. Tekstur kuning telur tampak lebih padat dan lembut, sedangkan bagian putih telur terasa lebih gurih dengan sedikit sentuhan rasa rempah.

Hasil ini mengindikasikan bahwa metode pemeraman dengan inovasi bumbu mampu menghasilkan produk telur asin yang tidak hanya memiliki cita rasa unik, tetapi juga daya tarik visual yang lebih tinggi, sehingga berpotensi meningkatkan minat konsumen dan nilai jual produk di pasaran. Adapun hasil inovasi rasa rasa tersebut sebagaimana dalam gambar dibawah ini :



Gambar 6
Telur Asin Original



Gambar 7
Telur Asin Rendang



Gambar 8
Telur Asin Bawang Pedas

Selain dari inovasi terhadap rasa rasa tersebut, karena produk telur asin DW ini dijual dipasaran bebas, kami juga melakukan rancangan desain kemasan (packaging) serta media promosi berupa banner yang diajukan oleh tim pengabdi telah mendapatkan persetujuan dari pemilik usaha Rumah Telur Asin DW. Persetujuan tersebut menunjukkan bahwa desain yang dibuat dinilai relevan dengan citra merek usaha, sesuai dengan kebutuhan promosi produk, dan mampu merepresentasikan identitas usaha secara visual. Implementasi desain kemasan

dan banner ini diharapkan tidak hanya meningkatkan daya tarik produk di mata konsumen, tetapi juga memperkuat strategi pemasaran melalui tampilan yang lebih profesional, konsisten, dan komunikatif. Selain rancangan desain kemasan, kami juga mendaftarkan usaha ibu Dewi dengan membantu dalam pembuatan Nomor Induk Berusaha, sehingga dengan adanya Nomor Induk Berusaha tersebut, Ibu Dewi sudah mempunyai legalitas dalam melakukan usaha Telur Asin DW. Dengan demikian, kegiatan ini menjadi salah satu bentuk kontribusi nyata program pengabdian masyarakat dalam mendukung pengembangan usaha kecil agar lebih kompetitif di pasar.



Gambar 9
(a) Kemasan Lama; (b) Kemasan Baru ; (c) Label Telur Asin



Gambar 10
Penyerahan Nomor Induk Berusaha dan Penanda Toko

Setelah rangkaian pelaksanaan sampai dengan hasil yang didapatkan dalam melakukan inovasi rasa rasa, desain packaging dan pengurusan nomor induk berusaha, potensi berwirausaha dengan memanfaatkan telur asin dengan inovasi rasa rendang dan bawang pedas merupakan bentuk pengembangan produk pangan berbasis kearifan lokal dan preferensi konsumen modern. Melalui praktik ini, diketahui bahwa penambahan bumbu khas nusantara tidak hanya meningkatkan cita rasa, tetapi juga memperkaya nilai jual dan daya saing produk telur asin di pasaran. Sebagaimana dikemukakan oleh Winarno (2004), pengolahan pangan yang dilakukan dengan penambahan rempah dan bahan fungsional dapat memperluas karakteristik sensori suatu

produk, sekaligus menambah keberagaman dalam konsumsi. Inovasi rasa pada telur asin ini merupakan contoh konkret dari aplikasi teknologi pangan sederhana yang tetap menjaga kandungan nutrisi telur, seperti protein, lemak, dan mineral, namun dengan pendekatan rasa yang lebih diterima oleh masyarakat luas (parafrase dari Sutrisno, 2010).

Dari hasil praktik inovasi rasa terhadap telur asin DW, dapat didiketahui bahwa metode perendaman telur dalam campuran bumbu kering maupun basah selama 10–14 hari menunjukkan hasil yang optimal dari segi rasa dan tekstur. Telur asin rasa rendang memiliki aroma yang khas dan gurih, sedangkan varian bawang pedas memberikan sensasi pedas yang menggugah selera. Inovasi ini diharapkan dapat menjadi alternatif pengembangan usaha mikro, terutama dalam sektor pangan berbasis lokal yang bernilai tambah.

SIMPULAN

Program pengabdian masyarakat yang dilaksanakan di Desa Karangpandan ini berhasil menunjukkan bahwa inovasi rasa pada produk telur asin dapat menjadi strategi efektif dalam meningkatkan daya saing usaha mikro berbasis pangan lokal. Melalui pengembangan varian rasa rendang dan bawang pedas, pelaku usaha tidak hanya memperoleh keterampilan teknis baru dalam proses produksi, tetapi juga mendapatkan pemahaman terkait pentingnya desain kemasan dan strategi promosi untuk memperluas pangsa pasar. Proses perendaman selama 10–14 hari dengan penambahan bumbu khas nusantara terbukti menghasilkan produk dengan cita rasa yang lebih kompleks, aroma khas yang kuat, serta tampilan visual yang lebih menarik dibandingkan telur asin tradisional.

Selain peningkatan kualitas produk, kegiatan ini juga berdampak positif terhadap aspek legalitas dan pemasaran, antara lain melalui pembuatan kemasan baru, banner promosi, stempel produk, serta pendaftaran Nomor Induk Berusaha (NIB) dan penambahan lokasi usaha pada Google Maps. Kombinasi inovasi produk dan penguatan identitas usaha tersebut diharapkan dapat memperluas jangkauan pemasaran, meningkatkan omzet, serta mendorong kemandirian ekonomi masyarakat. Dengan demikian, pendekatan terpadu yang menggabungkan inovasi rasa, pengemasan, dan promosi berbasis teknologi informasi layak direkomendasikan sebagai model pemberdayaan yang dapat direplikasi pada usaha mikro lain di berbagai daerah.

DAFTAR RUJUKAN

Departemen Pertanian Republik Indonesia. (2018). *Strategi Ketahanan Pangan Nasional*. Jakarta: Sekretariat Jenderal Kementerian Pertanian.

Kotler, P. (2021). *Marketing Management* (ed. terbaru). Pearson (Definisi pemasaran: proses sosial & manajerial).

Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management* (14th ed.). New Jersey: Pearson Education Inc.

Munawi, H. A., Nevita, A. P., Rachmad, S., Hapsari, K. R., Istiasih, H., & Pangestu, D. A. (2024). *Pengembangan Usaha Mikro Telur Asin Aneka Rasa di Desa Sonoageng Kabupaten Nganjuk*. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, 5(2), 2894-2901.

Nugroho, Y. (2019). *Inovasi UMKM dalam Pengembangan Produk Lokal*. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat*, 5(1), 45–53.

Sari, D. N., & Wibowo, R. (2021). *Strategi Digital Marketing pada UMKM di Era Industri 4.0*. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 10(2), 89–97.

Sutrisno, E. (2010). *Teknologi Pengolahan Telur*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Sutrisno. (2012). *Desain Produk Inovatif*. Yogyakarta: Andi Offset.

Syarief, R., & Halid, H. (1993). Pengantar Teknologi Pangan. Jakarta: UI-Press.

Tambunan, T. T. H. (2019). Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di Indonesia: Isu-Isu Penting. Jakarta: LP3ES.

Ulrich, K. T., & Eppinger, S. D. (2008). Product Design and Development (4th ed.). New York: McGraw-Hill.

*Warsito & Rohaeni, E. S. (2005). Definisi dan metode pengasinan telur itik utuh. Dalam *Suharno & Amri, Beternak Itik Secara Intensif* (448-450). Jakarta: Penebar Swadaya.*

*Dhermawan, F., Delvina Sari, P., & Asmul Fauziah, Y. (2025). Inovasi Rasa dan Strategi Pemasaran: Kunci Sukses UMKM Seblak di Tengah Persaingan. *Socius: Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial**

*Warsito, T., & Rohaeni, E. (2016). Inovasi Produk dan Strategi Pemasaran UMKM. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 21(2), 123–130.*

*Yusnawati, Y., Muslimah, M., & Fahriana, N. (2024). Inovasi Kemasan dan Variasi Rasa Kerupuk Ikan untuk Meningkatkan Daya Saing Usaha Kecil Menengah. *Martabe: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat**