ISSN : 2722-578X, *http://ejournal.lppm.ubhara.id*, *Vol:2. No:1 , 2020*

JURNAL ARTIKEL LUARAN PROGRAM KERJA

KULIAH KERJA NYATA (KKN) – TEMATIK UBHARA

TAHUN 2020 KELOMPOK 027 DI DESA DAMARSI, KECAMATAN BUDURAN, KABUPATEN SIDOARJO

INOVASI DAN PENGEMBANGAN PEMASARAN UKM TELUR ASIN DI DESA DAMARSI, KECAMATAN BUDURAN, KABUPATEN SIDOARJO, PROVINSI JAWA TIMUR

DOSEN PEMBIMBING LAPANGAN :

Dr. MUSLICHAH ERMA WIDIANA., M.M.

DISUSUN OLEH :

Anggota Tim Kelompok 027

LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN MASYARAKAT
UNIVERSITAS BHAYANGKARA
SURABAYA
2020

ISSN : 2722-578X, *http://ejournal.lppm.ubhara.id*, *Vol:2. No:1 , 2020*

KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, hidayah serta karunia-Nya kepada kami sehingga kami dapat menyelesaikan jurnal artikel luaran yang berjudul "*Inovasi dan pengembangan pemasaran UKM Telur Asin"*. Adapun tujuan dari pembuatan jurnal ini adalah untuk memenuhi tugas mata kuliah KKN (Kuliah Kerja Nyata) Tematik.

Tidak lupa kami juga mengucapkan banyak terimakasih atas bantuan dari pihak yang telah berkontribusi dalam penyusunan jurnal ini dari awal hingga akhir.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan jurnal ini masih terdapat banyak kekurangan baik dari segi internal maupun teknik penulisan. Untuk itu penulis terbuka dalam hal kritik dan saran yang membangun. Semoga jurnal ini bermanfaat bagi pengembangan ilmu yang terkait dan pembaca.

Surabaya, 04 Maret 2020

Tim Penyusun Laporan

ISSN : 2722-578X, *http://ejournal.lppm.ubhara.id*, *Vol:2. No:1 , 2020*

DATA ANGGOTA KELOMPOK

Yang bertanda tangan di bawah ini saya sebagai Koordinator Kelompok 027 :

Nama : GALEH TRI PAMUNGKAS

NIM : 1712121023

Fakultas / Jurusan : EKONOMI / MANAJEMEN

Dengan ini menyatakan bertanggung jawab sebagai Koordinator Kelompok pada kegiatan Kuliah Kerja Nyata tahun 2020 Universitas Bhayangkara Surabaya. Dan nama-nama dibawah ini merupakan anggota saya:

No	Nama	NIM	Paraf
1	GALEH TRI PAMUNGKAS	1712121023	
2	AGUS SOFYAN	1712121024	
3	ROBBY LUKITO BERLY	1712111032	
4	SUCI DEWI RETNANI	1712121060	
5	SOFATUL MARWA	1712121051	
6	M. MAULANA CHOLID	1712121054	
7	MIRANDA DEVI DIAN POSITASARI	1712121078	
8	RAHMATUSSA'DIYAH	1713211002	
9	AQIQOTUL FIRDAUS	1713211049	
10	NADIYAH FATIN	1713211035	
11	ALYA PUTRI HAFIZHAH	1713211036	
12	ANDRE IRAWAN	1714121040	
13	FAJAR ARIES HUSYAINI	1714121028	
14	CIKAL WITARYANTO	1714121035	
15	HARYO YUDHISTIRA WIBISONO	1714121019	

Surabaya, 04 Maret 2020

Ketua Koordinator Kelompok 027

(GALEH TRI PAMUNGKAS)

INOVASI DAN PENGEMBANGAN PEMASARAN USAHA (UKM TELUR ASIN BU INUR) DI DESA DAMARSI KECAMATAN BUDURAN KABUPATEN SIDOARJO

[1]Dr. MUSLICHAH ERMA WIDIANA.,SE,.MM.,[2] GALEH TRI PAMUNGKAS
,[1] DOSEN PEMBIMBING LAPANGAN, [2] FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS, KKN TEMATIK
UNIVERSITAS BHAYANGKARA, Jl. A YANI No. 144, SURABAYA
e-mail : [1] erma@ubhara.ac.id.[2]galihtripamungkas@gmail.com

ABSTRAK

Usaha Kecil Menengah (UKM) adalah sebuah bangunan usaha yang berskala kecil, memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp.200.000.000,- per tahun tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha. Umumnya dimiliki secara perseorangan maupun kelompok. Meskipun demikian, definisi UKM sangat berbeda di masing-masing negara seperti ukuran bisnis dan juga bidang-bidang bisnis yang beragam juga bisa dikategorikan sebagai usaha kecil menengah. Dengan pengkategorian tersebut, jenis bisnis skala kecil ini memiliki hak dan kewajiban khusus yang berkaitan dengan legalitas status perusahaan dan besaran pajak yang harus dibayarkan pada pemerintah. UKM adalah tulang punggung ekonomi Indonesia. UKM di Indonesia sangat penting bagi ekonomi karena menyumbang 60% dari PDB dan menampung 97% tenaga kerja. salah satu kelemahan dari UKM adalah Kurangnya tenaga ahli yang kreatif dan inovatif oleh karena itu kami dari Tim Kelompok 27 KKN Universitas Bhayangkara Surabaya akan membantu membuat inovasi pada UKM di desa damarsi tepatnya pada UKM telur asin.

KATA KUNCI : *UKM, inovasi, kemasan*

1. PENDAHULUAN

Dengan fleksibilitas dan ukurannya yang kecil, usaha kecil menengah mempunyai banyak keunggulan dalam menjalankan usahanya, terutama dari segi pembentukan dan operasional. Kekuatan lainnya dalam menjalankan bisnis UKM adalah, tidak adanya hirarki dan kontrol yang terlalu kaku seperti perusahaan besar kebanyakan dimana membuat para pekerjanya memiliki gerak yang lebih luas dan dapat menyumbangkan ide mereka. Bisnis dengan skala yang kecil dan memiliki kebebasan lebih dibandingkan bisnis besar membuat pekerjanya dapat secara leluasa menyalurkan ide-ide secara kreatif dan inovatif yang belum memiliki banyak pesaing. Tidak hanya itu, produk-produk dan ide-ide baru tersebut dapat dirancang, digarap dan diluncurkan dengan segera. Pemilik bukanlah satu-satunya orang yang mendapatkan keuntungan dalam membangun usaha kecil menengah. Pemerintah dan masayarakat pun juga banyak diuntungkan dari usaha ini. Karena dengan banyaknya usaha kecil menengah yang tumbuh di Indonesia, Pengamat Ekonomi Digital Yudi Candra menilai, ada beberapa faktor yang menyebabkan UMKM Indonesia mengalami perlambatan pertumbuhan usaha. Pertama permodalan, sumber daya manusia (SDM), dan ketiga menembus pasar "Selain modal, UMKM kita terkendala masalah jaringan pasar. Itulah pentingnya UMKM melek media supaya mampu merambah pasar lebih luas," ujarnya, Jakarta, Selasa (12/2/2019), (Novalius, 2019).

semakin banyak lapangan pekerjaan yang tercipta dan juga peningkatan penghasilan dalam negeri. Maka dari itu tidak heran usaha kecil menengah menjadi salah satu kekuatan penggerak roda perekonomian di Indonesia. Seperti yang sudah disebutkan sebelumnya, selain banyak keunggulan dalam menjalankan usaha kecil menengah, akan tetapi para usahawan tidak boleh melupakan bahwa ada juga beberapa kelemahan dalam menjalankan bisnis UKM. Tidak hanya tekanan dari dalam perusahaannya sendiri, tetapi tekanan yang dialami oleh usaha kecil menengah dari luar juga banyak menghadang. Biasanya tekanan ini berasal dari kompetitor - kompetitor bisnis usaha serupa yang dijalankan. Contohnya seperti apabila bisnisnya menerima order dalam jumlah yang besar tanpa adanya daya produksi yang mengimbangi atau adanya kemungkinan dari perusahaan lebih besar yang melancarkan serangan yang tidak *fair* demi menyingkirkan pesaing potensialnya.

Ada beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam faktor – faktor yang mempengaruhi lambatnya perkembangan suatu UKM yaitu :

1. Minimnya Modal Usaha Jadi Permasalahan UKM Paling Mendasar

Permasalahan UKM paling utama adalah minimnya modal usaha. Akibatnya, para pengusaha tidak bisa menaikkan jumlah produksinya untuk mencapai omzet lebih banyak. Ide bisnis baru untuk perluasan usaha pun kerap kali harus disingkirkan jauh-jauh karena permasalahan yang satu ini.

2. Kurang Tahu Bagaimana Cara Membesarkan Bisnis

Permasalahan UKM selanjutnya adalah minimnya pengetahuan pengusaha UKM tentang manajemen bisnis yang baik. Banyak pelaku UKM hanya fokus memproduksi barang, tanpa memikirkan bagaimana strategi ekspansi bisnisnya lebih besar lagi.

Akibatnya, pengusaha UKM kesulitan dalam meningkatkan level bisnisnya. Usaha yang mereka jalankan tidak berkembang dan omzet yang didapat tidak mengalami kenaikan.

3. Kurangnya Inovasi Produk

Dalam meningkatkan daya saing bisnisnya, seorang pengusaha UKM juga sering mengalami kendala dalam melakukan inovasi produk. Saat ini jumlah produk UKM yang mampu menembus pasar internasional masih sangat sedikit sekali. Mengapa ?
Salah satu penyebab sulitnya produk UKM bersaing di pasar mancanegara adalah rendahnya daya saing produk. Apalagi, jika dihubungkan dengan harga yang ditawarkan, produk UKM Indonesia masih jauh dari kualitas yang ditawarkan produk luar negeri.

4. Kesulitan Mendistribusikan Barang

Permasalahan UKM selanjutnya terletak pada masalah pendistribusian barang. Selama ini banyak pelaku UKM kekurangan channel dalam mendistribusikan produknya.

Kebanyakan hanya fokus mendistribusikan barang kepada beberapa kolega dan pengepul yang dikenalnya saja. Tentu cara pemasaran seperti ini masih sangat sederhana dan jangkauannya belum terlalu luas.

5. Belum Memaksimalkan Pemasaran Online

Permasalahan UKM yang kelima ini masih berhubungan erat dengan poin keempat, yaitu sulitnya mendistribusikan barang.Salah satu faktor yang menyebabkan pendistribusian barang UKM kurang meluas karena pengusaha belum melakukan pemasaran online.

Mungkin, beberapa pelaku UKM sudah memasarkan produknya secara online melalui media sosial, situs marketplace, dll, akan tetapi dalam prakteknya masih kurang maksimal. Sehingga, hasil yang didapat pun kurang maksimal.

6. Tidak Adanya Branding Adalah Permasalahan UKM yang Cukup Serius

Salah satu permasalahan UKM yang sering luput dari perhatian pengusaha UKM adalah branding. Belum banyak pelaku UKM yang sadar akan pentingnya branding bagi produk dan juga usahanya.Sehingga, kebanyakan pelaku UKM hanya fokus menjual, menjual, dan menjual, tanpa memikirkan bagaimana kualitas merk dari produknya. Padahal, menjaga kualitas branding sangatlah penting dalam upaya membesarkan bisnis UKM. Dengan kualitas branding yang baik, suatu produk akan lebih mudah diingat khalayak. Sehingga peluang terjadinya penjualan pun semakin besar.

7. Tidak Melakukan Program Loyalitas Pelanggan

Tidak adanya program loyalitas pelanggan juga menjadi pemasalahn UKM yang cukup krusial. Kebanyakan pelaku UKM belum memiliki perhatian yang besar dalam membuat program loyalitas pelanggan. Mulai dari promo reguler, pendaftaran member, hingga komunitas pelanggan. Padahal, menjaga loyalitas pelanggan sangatlah penting. Semakin sering pelaku UKM melakukan program loyalitas pelanggan, maka loyalitas pelanggan pun akan semakin menguat.

8. Tidak Memiliki Mentor

Tanpa memiliki mentor bisnis, seorang pengusaha UKM akan kesulitan dalam mengembangkan bisnisnya lebih besar lagi. Pengetahuannya seputar bisnis menjadi terbatas dan dia akan kesulitan dalam melakukan inovasi produk.

9. Tidak Memiliki Izin Usaha Resmi

Permaslahan UKM yang kesembilan yaitu tidak adanya izin usaha resmi, sehingga menghambat laju usaha Anda. Jika Anda ingin mengembangkan usaha Anda menjadi lebih besar lagi, maka sudah waktunya Anda mengurus izin resmi untuk usaha Anda.(Crew, 2019)

Oleh karena program *Modernisasi Pemasaran Usaha* diterapkan agar pemilik UKM bisa mandiri dalam mengontrol, maupun memanage usahanya sendiri, terutama pada bidang inovasi dan kreasi pemasaran. Seperti, cara membuat kemasan produk lebih menarik, hasil produksi yang menarik, dan belum pernah ada di persaingan bisnis, juga lebih memperkuat kualitas produk dengan biaya yang efektif dan efisien.

Upaya membangun kemandirian pemilik UKM kian suistandable (bertahan dalam jangka panjang), melibatkan kesadaran banyak pihak bukan hanya sebatas memenuhi kepentingan politis, tetapi lebih dalam upaya peningkatan minat masyarakat dalam berwirausaha di tengah perekonomian yang dirasakan makin sulit. Memanfaatkan potensi sumber daya yang tersedia telah berkembang konsep kreatifitas modern. Kegiatan ini bertujuan untuk:

1) Menganalisis perkembangan wirausaha sebagai alternatif solusi menghadapi ancaman kemiskinan

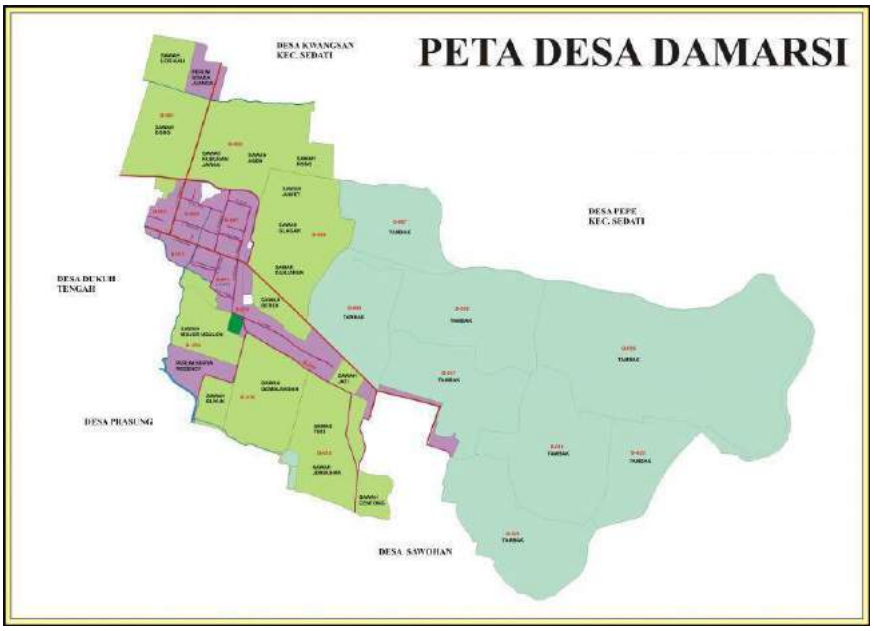
2) Merumuskan pengembangan wirausaha sebagai implementasi dasar yang mampu diterapkan secara continuous (berkelanjutan)

3) Merumuskan model pemberdayaan masyarakat sekitar yang berkelanjutan untuk menciptakan lapangan kerja baru

4) Merumuskan model pemberdayaan budaya desa sebagai iconic Desa.

2. Hasil Observasi Daerah

Desa Damarsi merupakan sebuah wilayah di Provinsi Jawa Timur. Desa ini berbatasan dengan Desa Kwangsan di utara, Desa Sawohan di timur, Desa Prasung di selatan, serta Desa Dukuh Tengah di barat.



Gambar 1 : Peta lokasi Desa Damarsi

Dengan wilayah yang berada di dataran rendah. Desa Damarsi memiliki kondisi dan struktur tanah yang cukup produktif sehingga sangat menunjang pertumbuhan ekonomi di bidang pertanian.

2.1. Kondisi Umum Desa Damarsi

Dari hasil observasi didapatkan data sebagai berikut:

1. Demografi

a. Jumlah Penduduk

Laki- Laki : 3065 jiwa (49,97 %)

Perempuan : 3069 jiwa (50,03 %)

Total : 6134 jiwa

b. Jumlah Kepala Keluarga (KK) : 2125 KK

2. Bidang Sosial

a. Lembaga Pendidikan :

Lembaga pendidikan di Desa Damarsi yaitu TK dan tempat bermain anak dengan jumlah siswa 200 anak, SD dan sederajat dengan jumlah siswa 550 orang, SLTP dan sederajat 350 orang.

b. Sarana Prasarana Desa :

Prasarana Kesehatan di desa Damarsi yaitu :

1) Balai Desa
2) Posyandu
3) Rumah bersalin (Bidan)
4) Lapangan Olah Raga
5) Perpustakaan Umum Balai Desa

2.2. Hasil Survei lokasi

Berdasarkan hasil tim survei lokasi KKN maka dapat disimpulkan bahwa Mata pencaharian sebagian damarsi adalah petani dan peternak. Jumlah pedagang yang berada di kelurahan damarsi masih relatif sedikit karena kebanyakan profesi mereka adalah petani dan buruh tani. Mengamati kondisi tersebut maka kami Mahasiswa Universitas Bhayangkara Surabaya akan mengadakan kegiatan-kegiatan yang bertujuan untuk membantu masyarakat khususnya pada bidang perencanaan bisnis dan pemberdayaan masyarakat untuk penduduk kelurahan damarsi. Diharapkan nantinya kegiatan ini dapat membantu masyarakat kelurahan damarsi dalam menyelesaikan masalah-masalah pembangunan dengan menggunakan pendekatan ilmiah dari ilmu-ilmu yang telah diperoleh selama kegiatan perkuliahan, kegiatan ini dilakukan bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan penduduk kelurahan damarsi, agar kesejahteraan masyarakat kelurahan damarsi dapat meningkat secara langsung maupun tidak langsung.(Novitasari, 2017)

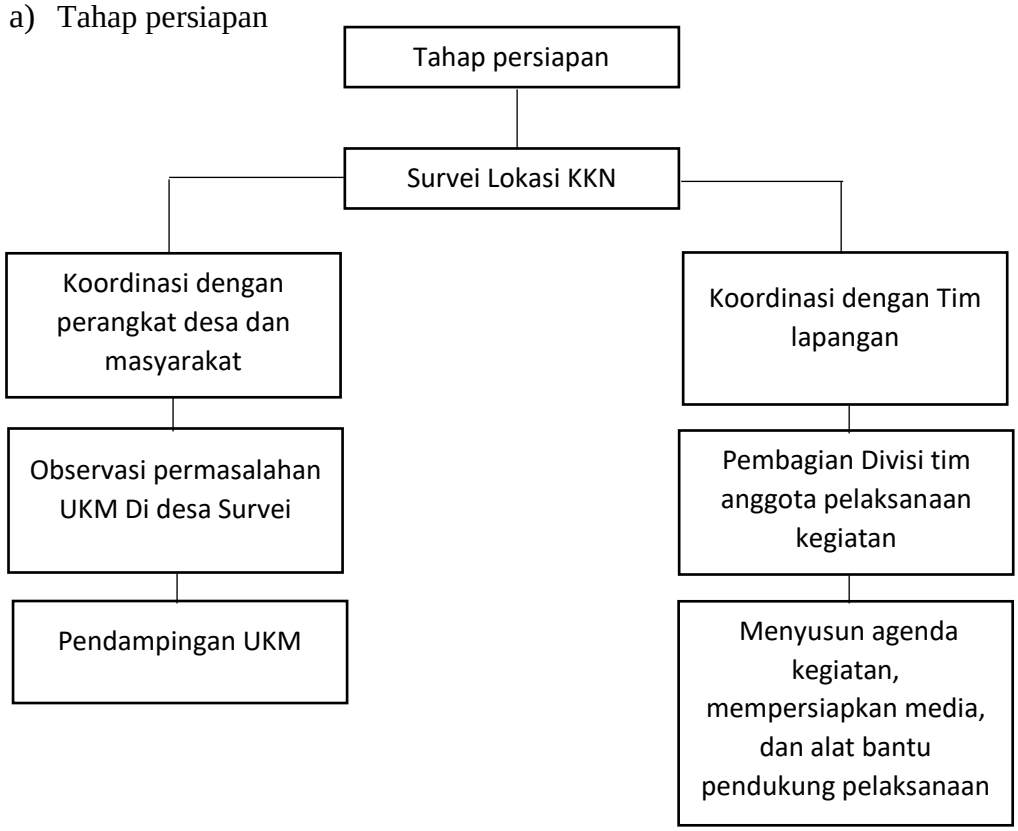
3. METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan dilakukan dengan tahap persiapan seperti tahap pertama persiapan rencana kegiatan melakukan koordinasi tim pelaksana KKN (kelompok 27) dengan toko masyarakat, kemudian observasi lokasi UKM yang akan digunakan untuk kegiatan, dan menganalisis permasalahan yang ada di UKM, kemudian merencanakan pembagian tugas sesuai dengan kegiatan dan menyusun jadwal kegiatan, dan mempersiapkan bahan dan alat yang dibutuhkan.

Tahap kedua adalah tahap pelaksanaan, membagi kelompok menjadi 3 tim yaitu tim inovasi produksi memiliki tugas membuat dan melaksanakan program inovasi dalam bidang produksi, tim inovasi pemasaran memiliki tugas membuat inovasi dalam bidang pemasaran secara moderen contohnya pemasaran melalui media sosial, *e-commers*, dll.

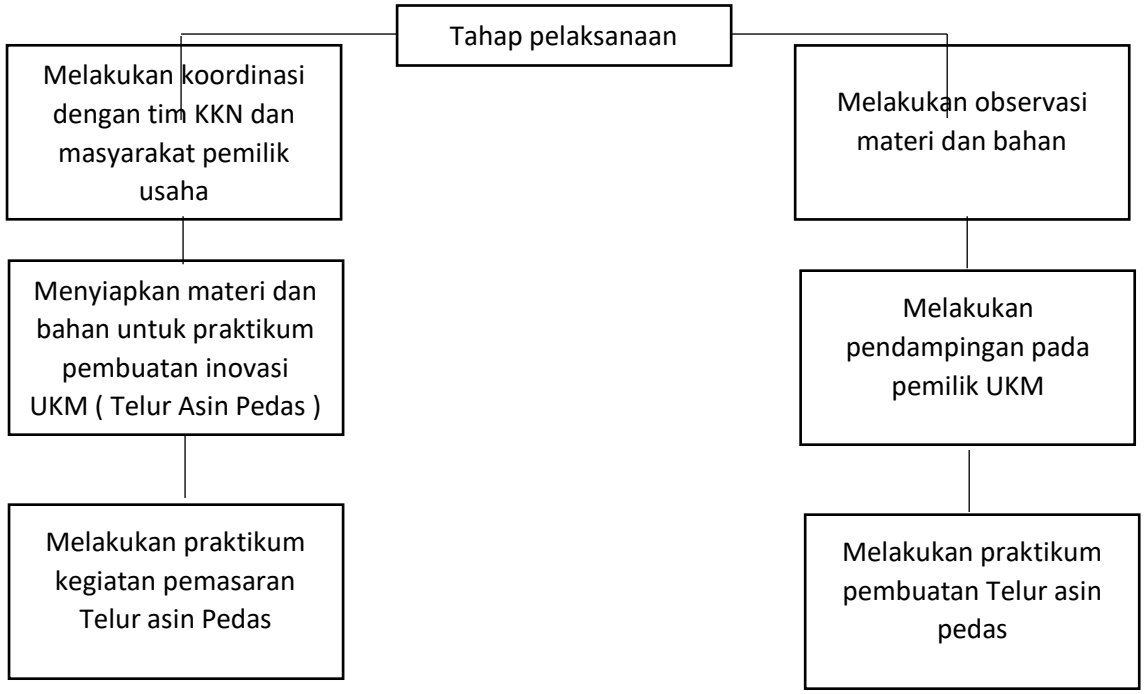
Tahap ketiga adalah tahap evaluasi, tahap evaluasi di laksanakan setiap kegiatan selesai.

a) Tahap persiapan



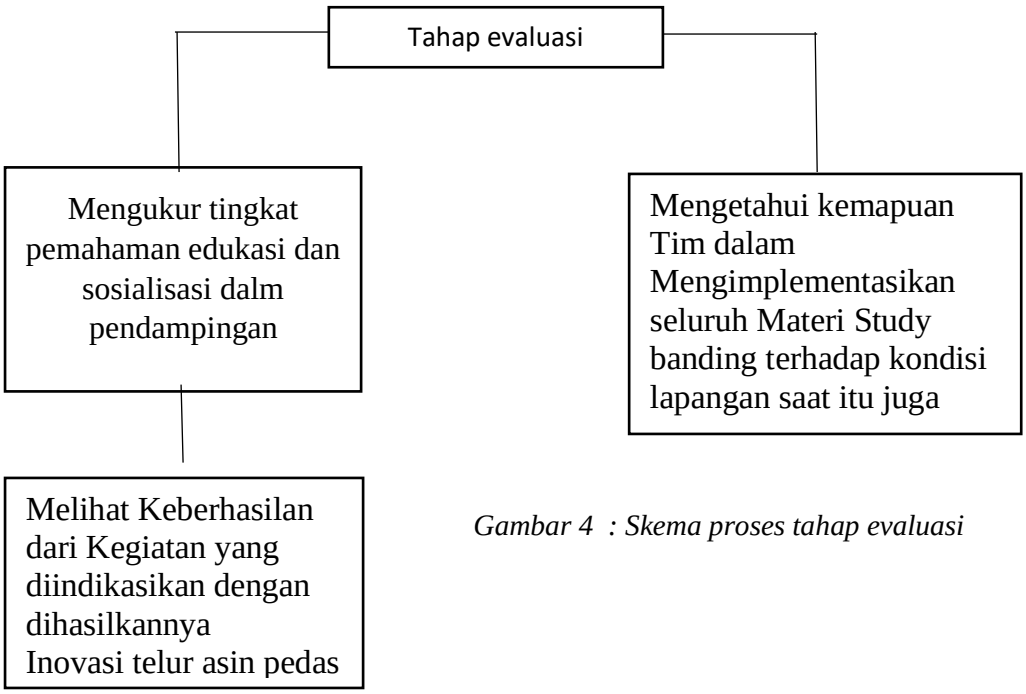
Gambar 2 : Skema proses tahap persiapan

b) Tahap pelaksanaan



Gambar 3 : Skema proses tahap pelaksanaan

c) Tahap evaluasi



Gambar 4 : Skema proses tahap evaluasi

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pembahasan

1. Tahap persiapan

Tim melakukan pelaksanaan dengan karang Taruna untuk mengkoordinasi kegiatan pengenalan mahasiswa dengan perangkat desa sekaligus presentasi bidang program kerja mahasiswa khususnya untuk pendampingan UKM sekitar guna memajukan dan meningkatkan minat pasar masyarakat lebih optimal. Selanjutnya, setelah tim terbagi sesuai divisi, tim bergerak menuju lokasi UKM yang telah di tentukan untuk persiapan pengerjaan kegiatan awal yaitu dengan meningkatkan hasil produksi UKM. Yaitu sebagai sampel contoh pengerjaan UKM telur Asin di desa damarsi, Untuk meningkatkan minat pasar masyarakat, mahasiswa melakukan kegiatan proses produksi inovasi terbaru yang belum pernah dicoba oleh pemilik UKM tersebut dengan sedikit berbeda yang di sesuaikan dengan era jaman sekarang para konsumen lebih tertarik dengan kuliner khas pedas, maka dari itu, terciptalah inovasi mahasiswa berupa telur Asin pedas yang kami singkat dengan " TERBEBAS PEDAS " (Telur Bebek Asin Pedas).

Gambar 5 : media yang digunakan untuk pembuatan Telur Asin Pedas

Hasil peninjauan diputuskan untuk menggunakan media berupa alat injeksi yang akan digunakan untuk memasukkan bumbu pedas dalam Telur Asin yang sudah dalam tahap perendaman selama 7 – 10 hari.Tahap berikutnya adalah mempersiapkan peralatan, dan bahan yang dijelaskan pada tabel di bawah

Tabel 1 : alat dan bahan untuk pembuatan inovasi telur asin pedas

NO	KETERANGAN		JUMLAH	FUNGSI
1	Peralatan	Dandang	1 pcs	Untuk merebus telur asin yang sudah di rendam
2		Ember / baskom	2 pcs	Sebagai media pencampuran telur bebek dengan adonan / balutan batu bata yang telah dicampur dengan garam
3		Kotak sterofoam	1 pcs	Untuk menyimpan rendaman telur bebek dengan balutan batu bata yang bercampur dengan air
4		Gayung air	1 pcs	Sebagai media untuk alat pencampuran air dan garam
5		Senter	1 pcs	Untuk melihat isi dari telur bebek tersebut dalam kondisi rusak maupun dalam kondisi baik
6		Hand gloves	1 pax	Sebagai alat untuk melindungi higienis dan kualitas telur bebek agar terjaga tetap steril
7		Kompor	1 pcs	Sebagai media untuk proses perebusan telur asin yang sudah direndam
8		Palu	1 pcs	Sebagai alat untuk menghaluskan batu bata maupun garam
9		Mangkuk kecil	2 pcs	Sebagai media pencampuran bumbu pedas
10		Sendok	2 pcs	Sebagai media untuk mencampur bahan – bahan dengan alat – alat yang disediakan
11		Injeksi / jarum suntik	2 pcs	Sebagai alat untuk memasukkan bahan bumbu pedas ke dalam telur yang sudah direndam dengan balutan batu bata dan garam

ISSN : 2722-578X, *http://ejournal.lppm.ubhara.id*, *Vol:2. No:1 , 2020*

12		Mesin blender / uleg	1 pcs	Sebagai alat untuk memperhalus bahan bumbu pedas sebelum dicampurkan ke dalam telur bebek yang sudah di asinkan
1	Bahan	Telur bebek	20 - 30 butir	Sebagai bahan utama untuk bahan praktikum inovasi
2		Garam halus	2,5 Kg	Sebagai bahan pendukung dalam pembuatan telur asin
3		Batu bata	3pcs	Sebagai bahan pendukung untuk mengikat kadar garam dalam perendaman telur bebek guna tetap terjaga dalam tekstur kelembaban telur agar campuran garam dapat meresap ke dalam pori – pori telur bebek
4		Abu gosok	3 pax	Sebagai bahan untuk menjaga suhu telur dalam kelembaban yang stabil untuk mendapatkan tingkat keasinan telur yang maksimal
5		Bawang putih	2,5 ons	Bahan untuk penguat rasa aroma pedas
6		Tomat	1 ons	bahan untuk mencampur bumbu pedas sebagai menguirangi kadar tingkat kekentalan pada cabai
7		Bawang merah	2,5 ons	Sebagai bahan tambahan untuk penguat rasa bumbu pedas
8		Minyak	500 Mg	Sebagai bahan untuk pencampuran bumbu agar bumbu dapat meresap ke dalam telur bebek
9		Cabe merah	1 Kg	Sebagai bahan utama dalam pembuatan bumbu pedas
10		Air	15 Liter	Sebagai media untuk pencampuran larutan batu bata dengan garam juga sebagai fungsi pencucian telur sebelum dibalut dengan adonan batu bata

2. Tahap pelaksanaan

Pada tahap pelaksanaan dimulai dari penyiapan bahan - bahan dan materi yang dibutukan untuk inovasi telur asin pedas yang terdiri dari telur bebek, batu bata, garam dan bumbu pedas, Kemudian tim memberikan pendampingan terhadap pemilik UKM yaitu tentang pemahaman mengenai tahap pembuatan inovasi, serta pemahaman tentang modernisasi dalam pemasaran usaha, lalu tim melakukan praktikum pembuatan dan memberikan contoh bagaimana cara membuat telur asin pedas dengan baik dan benar, dengan memperagakan langsung langkah – langkah pembuatan inovasi disertai kolaborasi dengan pemilik usaha. dilanjutkan dengan persiapan materi dan bahan yang digunakan untuk pengemasan produk usaha dalam segi inovasi pemasaran produk. Adapun langkah - langkah dalam kegiatan pembuatan inovasi telur asin pedas :

1. Seleksi telur bebek terlebih dahulu dengan menggunakan senter supaya telur bebek dapat di olah dengan kualitas yang bagus, jika terdapat telur bebek isinya berwarna hitam maka telur bebek tsb tdk dapat diolah menjadi telur asin sebaliknya, jika isi telur bebek tsb berwarna putih, maka telur bebek tsb siap utk digunakan menjadi telur asin
2. Bersihkan telur bebek tsb dari sisa - sisa kotoran bebek dengan menggunakan air secukupnya
3. Setelah di bersihkan, haluskan 3 pcs batu bata, dan di saring hingga menjadi seperti pasir halus
4. Setelah batu bata dihaluskan, tuangkan ke dalam ember, campurkan dengan garam halus sebanyak 2 : 1 dengan banyaknya batu bata yang dihaluskan
5. Aduk adonan batu bata dgn garam tsb hingga merata
6. Setelah di aduk, campurkan air secukupnya dan aduk adonan tsb hingga menjadi kental dan pekat

Cara pembuatan sambel :

1. Masukkan cabe 1/2 kg, 5 siung bawang putih, dan 3 siung bawang merah, di blend / di uleg secara merata, stelah halus, tuangkan minyak secukupnya

7. Setelah membuat sambel, tuangkan sambal 10 sdm ke dalam adonan pekat yang telah dibuat , aduk hingga merata
8. Setelah diaduk hingga merata, tuangkan 20 - 30 butir telur bebek yang sudah di bersihkan, kemudian balut permukaan telur bebek dgn adonan tsb.
9. Setelah telur terbalut hingga seluruh permukaan tertutup dgn adonan, tuangkan 1 pax abu gosok dan balut telur yg sudah di olesi dgn adonan tsb ke dalam abu gosok hingga kulitnya merata
10. Setelah telur bebek terbalut dgn adonan dan abu gosok, tiriskan dan bungkus telur tsb dengan menggunakan kantong plastik, guna menjaga kestabilan dan kelembab an telur bebek tsb trjaga, kemudian masukkan ke dalam sterofoam diamkan hingga 13 - 15 hari berikutnya
11. Setelah 13 - 15 hari, ambil telur bebek tsb dan cuci peemukaan telur hingga bersih.
12. Setelah telur di cuci dgn bersoh, kemudian rwbus telur bebek tsb ke dalam panci, rebus selama kurang lebih 4 jam.
13. Setelah telur di rebus, tiriskan dan telur bebek asin pedas siap untuk di sajikan.

3. Tahap evaluasi

Setelah semua tahap selesai, berada pada tahap evaluasi kegiatan, yakni mengukur tingkat

pemahaman dari pemilik usaha tentang kegiatan inovasi produksi telur asin pedas telah diberikan sejauh mana pemahaman pemilik usaha tentang cara pembuatan inovasi telur asin dengan rasa pedas. Sekaligus mengukur bagaimana kemampuan tim dalam menyampaikan pengalaman praktikum dan melakukan kegiatan inovasi produksi. Setalah semua hal tersebut dapat dinilai dan diindikasikan maka selanjutnya menilai seberapa berhasilkah telur asin pedas yang dilakukan dengan kolaborasi pemilik usaha dalam mengimplementasikan kegiatan tersebut. Dengan cara memberikan nilai langsung pada masyarakat sekitar melalui uji testing hasil produksi.

Berikut, gambar – gambar proses inovasi produksi beserta dengan gambar pemasaran inovasi :

Gambar 7 & 8 : proses pengambilan telur bebek siap panen dari kandang bebek

Dari gambar 7 & 8 merupakan tahap awal bagaimana cara pengambilan telur bebek secara langsung dari kandang bebek sebelum diolah menjadi telur asin, hal ini perlu diperhatikan dalam klasifikasi kualitas telur yang akan diolah, sehingga dapat menghasilkan olahan telur yang berkualitas tinggi juga melalui, kebersihan kandang, kesehatan bebek, kandungan gizi dalam asupan makanan bebek juga dapat mempengaruhi kualitas rasa telur asin menjadi lebih enak dan lembut. Untuk memanennya usahakan maksimal 3 orang, agar menjaga sensitifitas bebek supaya bebek tidak gampang stress.

Gambar 9 & 10 : tahap klasifikasi kualitas telur dan tahap pembersihan telur

Gambar 9 dan 10 merupakan bagaimana cara proses klasifikasi kualitas telur bebek, sebelumnya telur bebek diklasifikasikan menjadi 3 bagian yaitu : kategori A, B dan Bk untuk kategori ukuran A merupakan kategori dimana ukuran telur bebek lebih besar dari telur bebek lainnya, sementara untuk kategori B merupakan dimana ukuran telur bebek ukuran sedang lebih kecil dari kategori A dan lebih besar dari ukuran Bk. Sedangkan untuk kategori ukuran Bk sendiri merupakan kategori dimana ukuran telur bebek lebih kecil dari telur bebek yang lainnya.

Gambar 11 : contoh alat pengukur klasifikasi ukuran telur bebek

Setelah ukuran telur bebek diklasifikasi sesuai dengan ukurannya, untuk melihat kualitas telur bebek, diperlukan alat berupa senter yang berfungsi sebagai melihat isi embrio dalam telur bebek baik atau tidaknya, jika isi embrio dalam telur bebek tersebut berwarna putih bening kekuningan, maka telur bebek siap untuk diolah dan sebaliknya, jika isi embrio dalam telur bebek tersebut berwarna hitam ataupun terdapat bercak – bercak warna hitam maka, dapat dikatakan telur bebek tersebut dalam kondisi rusak / tidak dapat diolah menjadi telur asin. Setelah melewati tahap proses pengklasifikasian telur bebek, telur yang siap diolah dibersihkan terlebih dahulu dari sisa – sisa kotoran bebek, agar pori - pori dalam telur bebek tersebut dapat meresap larutan garam yang dicampur dengan batu bata untuk proses pengasinan telur bebek.

Gambar 12,13 dan 14 : tahap proses pengolahan telur asin serta pendampingan proses pembuatan inovasi bersama pemilik usaha dan karyawan (Gambar kiri dan tengah)

Gambar 12, 13, dan 14 merupakan gambar proses pembalutan telur bebek dengan adonan batu bata yang dihaluskan bercampur garam juga ditambahkan bumbu pedas sebagai aroma telur bebek dengan rasa pedas supaya melekat pada cangkang telur agar memberikan kesan yang berbeda dengan telur asin yang biasa. Setelah telur bebek yang sudah dibersihkan dengan air , telur bebek dibalut dengan adonan batu bata yang bercampur garam dan air, lalu diamkan kurang lebih sekitar 12 s/d 14 hari.

Gambar 15 : contoh proses perendaman telur bebek yang sudah dibalutkan dengan campuran batu bata dan garam

Gambar 16 : tahap perebusan telur bebek yang sudah direndam dan di masukkan bumbu pedas

Gambar 16 merupakan tahap akhir dimana telur bebek yang sudah direndam selama 12 s/d 14 hari dicuci bersih dan di masukkan bumbu pedas dengan menggunakan alat injeksi (suntikan) dan siap untuk perebusan. Untuk tahap perebusan dibutuhkan waktu selama kurang lebih 4 jam supaya telur bebek benar – matang agar tekstur kuning telur tidak lembek dan benar – benar padat untuk mengikat kadar garam dan kadar bumbu pedasnya yang telah meresap pada telur bebek terasa lebih kuat.

Gambar 17, 18 dan 19 : tahap finishing proses inovasi pengemasan telur dan uji testing kepada warga sekitar (gambar kanan)

Gambar 17, 18 dan 19 merupakan tahap finishing produksi, tak hanya inovasi dalam produksi saja, namun tim melakukan kegiatan inovasi pengemasan supaya menarik daya tarik minat konsumen lebih meningkat, juga sebagai ciri khas perbedaan telur asin biasa dengan hasil produksi inovasi telur asin rasa pedas. Sebelum masuk ke tahap pemasaran produk, Tim juga melakukan uji testing rasa kepada warga sekitar untuk memperkenalkan hasil produk terbaru yang dihasilkan dari UKM tersebut.

Gambar kiri dan kanan : proses inovasi pemasaran hasil produksi inovasi melalui CFD (Car Free Day)

Gambar kiri dan kanan merupakan proses pemasaran hasil produksi tim dengan UKM dengan sasaran konsumen melalui para pengunjung Car Free Day (CFD) sebelumnya, tim dibagi tugas untuk memasarkan produk di kawasan Taman Bungkul (Surabaya) dan di kawasan Taman Alun – Alun Sidoarjo, agar pemasaran produk tepat pada sasaran, tim tidak lupa untuk memasarkan produk melalui program COD (Cash On Delivery) untuk memudahkan pendistribusian dalam memasarkan produk melalui via akun Whatssapp dan Instagram, sehingga pemasaran produk tak hanya di kawasan itu saja, tetapi juga tim mampu memasarkan produk hingga di kawasan sampang (Madura) melalui pengiriman paket kurir. Hal ini dapat membuktikan bahwa memasarkan via online lebih banyak daripada pemasaran secara langsung. Sehingga dapat mempengaruhi meningkatnya hasil penjualan dan permintaan barang. Tak hanya itu, tim juga melakukan pembuatan promosi berbasis digital (running text electronic) untuk UKM agar promosi produk mampu bertahan lama dan dapat digunakan dalam jangka panjang daripada membuat promosi melalui bahan kain (banner text)

Gambar 20 dan 21 : proses perakitan alat promosi berbasis digital (Running Text Electronic)

Gambar 20 dan 21 merupakan hasil karya Tim Teknologi guna membantu dalam meningkatkan pemasaran produk UKM dalam berbasis digital dengan tujuan agar dapat digunakan dalam jangka waktu yang lama. Dan lebih efektif dalam penggunaan di bidang promosi UKM,

5. KESIMPULAN DAN SARAN

A. KESIMPULAN

Dari hasil analisis dan interprestasi data, maka tim dapat mengambil kesimpulan yaitu :

Bahwa kegiatan pengembangan inovasi usaha baik dalam pemasaran maupun produksi sangat cocok untuk pemilik UKM di zaman era modern saat ini, bukan hanya itu saja, tetapi juga mampu meningkatkan stabilitas pengembangan usaha menjadi lebih meningkat tinggi apabila pemilik UKM mampu mengikuti perkembangan pasar modern saat ini dengan serba menggunakan basis Teknologi agar pemilik usaha mampu bersaing dan dapat menganalisis perkembangan usaha melihat peluang bisnis dengan mengikuti perkembangan zaman modern saat ini. Juga sangat bermanfaat bagi pemilik usaha untuk mendapatkan pengalaman baru tentang bagaimana cara untuk mengantisipasi untuk mmpertahan usahanya dan lebih berkembang dengan memunculkan kreativitas – kreativitas dan inovasi baru yang siap untuk bersaing dalam pasar modern saatiini yang serba menggunakan basis teknologi.

B. SARAN

sebagai upaya untuk mengatasi berbagai permasalahan yang ada dalam implementasi kegiatan Inovasi usaha dan agar tujuan kegiatan tercapai, maka dapat disampaikan beberapa saran dalam kegiatan, yakni :

1. Kepada Dinas Perdagangan dan Perindustrian dan Dinas Pemberdayaan Masyarakat Kabupaten Sidoarjo, perlu adanya peningkatan antusias kepada pemilik UKM – UKM khususnya di bagian wilayah Desa untuk lebih diperhatikan khusus dengan pendekatan masyarakat akan pelatihan – pelatihan kreativitas dan inovasi terhadap pemilik UKM guna mengembangkat usahanya menjadi lebih baik lagi.

2. Perlunya pendampingan khusus untuk setiap UKM di Kabupaten Sidoarjo dalam perkembangan minat usahanya supaya masyarakat mampu bersaing dalam pasar bisnis di era modern saat ini menjadi lebih baik lagi, terutama dalam bidang pelatihan pemasaran usahanya dengan berbasis teknologi.

C. UCAPAN TERIMA KASIH

Kegiatan KKN 2020 terselenggara berkat bantuan Yayasan Bharata Bakti Praja, Pemerintah Kabupaten Sidoarjo, dan Lembaga Pengabdian Pada Masyarakat (LPPM) Universitas Bhayangkara Surabaya Serta dukungan dan kerjasama dari teman – teman Tim kelompok 27 .(Agus, Suci, Marwa, Andre, Alya, Dkk.)

D. DAFTAR PUSTAKA

[1]. Novalius, Feby.2019*, " Penyebab UMKM sulit Berkembang "* diakses dari : *https://economy.okezone.com/read/2019/02/12/320/2017033/penyebab-umkm-sulit-berkembang*, pada 29 Februari 2020.
[2].Crew, Interactive.2019, " *Permasalahan UKM dan Cara Mudah untuk Mengatasinya "*diakses dari *https://interactive.co.id/blog/10-permasalahan-ukm-dan-cara-mudah-untuk-mengatasinya-127.html* pada 29 Februari 2020.

[3].Novitasari, Nurul.2017*, " Profil Desa Damarsi "* diakses dari *http://sid.sidoarjokab.go.id/buduran-Damarsi/index.php/first/artikel/92* pada 29 Februari 2020.