



Pemberdayaan UMKM Berbasis Produk Telur Asin: Studi Kasus Kelompok KKM Dayaseva di Desa Dengkol

Mohammad Zidan Alvaro¹, Festia Mulia Ashari², Alfina Rosyadi³, Moch. Julian Rizqy Audi⁴, Moh. Daffa Ul Haq⁵, Naufal Ali ghani⁶, Nabilah Mutiara Dzakirah⁷, Alan Fananda⁸, Syafiqa Umma Firdausa⁹, Hajid Althaf Arijuddin Amanulloh¹⁰, Elsani Fatona Zuanindra¹¹

Teknik Informatika¹, Psikologi², Program Studi Matematika³, Bahasa dan Sastra Arab⁴, Bahasa dan Sastra Inggris⁵, Hukum Ekonomi Syariah⁶, Perbankan Syariah⁷, Teknik Arsitektur⁸, Program Studi Biologi⁹, Ilmu Al-Qur'an dan Tafsir¹⁰, Akuntansi¹¹, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, Jl. Gajayana, Kota Malang 65144, Indonesia

e-mail: 220605110114@student.uin-malang.ac.id¹; 220401110170@student.uin-malang.ac.id²;
220601110088@student.uin-malang.ac.id³; 220301110142@student.uin-malang.ac.id⁴;
220302110014@student.uin-malang.ac.id⁵; 220501110279@student.uin-malang.ac.id⁶;
220202110187@student.uin-malang.ac.id⁷; 220503110107@student.uin-malang.ac.id⁸;
220606110029@student.uin-malang.ac.id⁹; 220602110117@student.uin-malang.ac.id¹⁰;
220204110089@student.uin-malang.ac.id¹¹; 220502110075@student.uin-malang.ac.id¹²

Abstract

Empowering Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) is a key strategy in improving the economy, especially in rural areas. This study aims to analyze the empowerment process of MSMEs based on salted egg products within the KKM Dayaseva group in Dengkol Village. The research method employed is a case study with a qualitative approach. Data was collected through observation, in-depth interviews, and documentation from business owners and relevant stakeholders. The results show that the empowerment of MSMEs within the KKM Dayaseva group includes training in production, business management, and digital-based marketing strategies. Despite challenges such as limited capital and market access, the empowerment efforts have successfully enhanced the skills and income of group members. The conclusion of this study emphasizes that a community-based approach to MSME empowerment can positively impact business sustainability and the welfare of the local community.

Keywords: Empowerment, MSMEs, Salted Egg, KKM Dayaseva, Dengkol Village

Abstrak

Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan strategi penting dalam meningkatkan perekonomian masyarakat, terutama di pedesaan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis proses pemberdayaan UMKM berbasis produk telur asin pada kelompok KKM Dayaseva di Desa Dengkol. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus dengan pendekatan kualitatif. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi terhadap pelaku usaha serta pihak terkait. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemberdayaan UMKM di kelompok KKM Dayaseva meliputi pelatihan produksi, manajemen usaha, serta strategi pemasaran berbasis digital. Meskipun terdapat kendala seperti keterbatasan modal dan akses pasar, pemberdayaan yang dilakukan mampu meningkatkan keterampilan dan pendapatan anggota kelompok. Kesimpulan dari penelitian ini menegaskan bahwa pendekatan berbasis komunitas dalam pemberdayaan UMKM dapat memberikan dampak positif terhadap keberlanjutan usaha dan kesejahteraan masyarakat setempat.

Kata kunci: Pemberdayaan, UMKM, Telur Asin, KKM Dayaseva, Desa Dengkol

Pendahuluan

Posisi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam perekonomian nasional memiliki peran yang penting dan strategis dalam pertumbuhan ekonomi di Indonesia(Sarfiah et al., 2019), khususnya di daerah pedesaan. Dalam mengembangkan usahanya, pelaku UMKM seringkali menghadapi berbagai hambatan, seperti keterbatasan modal, akses pasar yang terbatas, dan kurangnya pemahaman tentang teknologi. Oleh karena itu, pemberdayaan UMKM menjadi langkah strategis dalam meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha mereka. Salah satu bentuk pemberdayaan yang potensial adalah pengembangan produk berbasis komoditas lokal, seperti telur asin.

Telur asin adalah salah satu bentuk pengawetan telur yang dapat ditemukan di beberapa negara, misalnya Indonesia, Cina dan Taiwan(Lesmayati & Rohaeni, 2014). Selain untuk pengawetan, keuntungan pengasinan telur asin adalah untuk meningkatkan cita rasa, yaitu masir atau berpasir yang didapatkan dari kuning telur. Telur yang biasa digunakan untuk pembuatan telur asin adalah telur itik.(Dengan et al., 2021) Telur asin tidak hanya merupakan makanan yang populer, tetapi juga memiliki nilai gizi tinggi dan permintaan yang stabil di pasar. Oleh karena itu, pengembangan UMKM telur asin di desa ini diharapkan dapat memberikan dampak positif terhadap ekonomi lokal dan kesejahteraan keluarga.(Hanafi et al., 2024)

Pemberdayaan UMKM berbasis produk telur asin di Desa Dengkol menjadi penting mengingat potensi ekonomi yang dimiliki oleh produk ini. Telur asin tidak hanya memiliki nilai gizi tinggi dan cita rasa khas yang digemari banyak orang, tetapi juga memiliki peluang pasar yang stabil.(Pratiwi et al., 2024) Oleh karena itu, dengan adanya upaya pemberdayaan melalui pelatihan produksi, manajemen usaha, dan strategi pemasaran digital, diharapkan para pelaku UMKM, dapat meningkatkan kapasitas mereka dalam menjalankan usaha secara lebih profesional dan berkelanjutan. Dengan pendekatan yang sistematis dan berbasis penelitian, program ini dapat mengatasi berbagai tantangan yang dihadapi sekaligus memanfaatkan peluang untuk memperluas jangkauan pasar serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat

setempat.

Penelitian ini bertujuan untuk membahas proses pemberdayaan UMKM berbasis produk telur asin pada kelompok KKM Dayaseva di Desa Dengkol. Dengan menggunakan metode studi kasus dan pendekatan kualitatif, penelitian ini akan menggali bagaimana pelatihan produksi, manajemen usaha, serta strategi pemasaran berbasis digital dapat meningkatkan kapasitas anggota kelompok dalam menjalankan usahanya. Selain itu, penelitian ini juga akan mengidentifikasi tantangan utama yang dihadapi dalam proses pemberdayaan serta mengeksplorasi peluang yang dapat dimanfaatkan untuk mengembangkan usaha secara lebih berkelanjutan. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi, yang kemudian dianalisis untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam mengenai dinamika pemberdayaan UMKM di wilayah tersebut.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian studi kasus. Studi kasus merupakan sebuah metode penelitian yang mendalam. Fokusnya pada pengkajian suatu kasus, fenomena, atau situasi tertentu secara rinci dan komprehensif. Pemilihan metode ini bertujuan untuk memperoleh pemahaman mendalam tentang proses pemberdayaan UMKM pada produk telur asin dengan merk Alifian yang dikelola oleh Bapak Syamsul Arifin di Dusun Tomporejo, Desa Dengkol, Kecamatan Singosari, Kabupaten Malang, Jawa Timur. Pendekatan studi kasus dipilih karena memungkinkan peneliti mengeksplorasi secara detail tentang fenomena pemberdayaan UMKM dalam konteks yang spesifik.

Penelitian dilaksanakan di Dusun Tomporejo, Desa Dengkol, Kecamatan Singosari, Kabupaten Malang, Jawa Timur, dengan fokus pada UMKM Telur Asin Alifian sebagai pelaku UMKM telur asin. Penelitian dilakukan selama 15 hari, dari 26 Desember 2024 hingga 5 Januari 2025.

Subjek penelitian ini yaitu Bapak Syamsul Arifin sebagai narasumber juga pemilik UMKM Telur Asin Alifian dan Kelompok KKM Dayaseva. Penelitian ini menggunakan beberapa teknik pengumpulan data yaitu wawancara, observasi dan dokumentasi. Wawancara semi-terstruktur dilakukan dengan informasi kunci untuk mendapatkan informasi tentang proses pemberdayaan UMKM Telur Asin, kendala dan tantangan yang dihadapi selama

menjalankan UMKM, strategi pengembangan usaha dan dampak program pemberdayaan bagi pribadi maupun lingkungan sekitar. Observasi dilakukan peneliti yang terlibat langsung dalam proses produksi telur asin, kegiatan pemberdayaan yang dilakukan, kondisi usaha dan fasilitas produksi. Dokumentasi dilakukan dengan cara mengumpulkan data sekunder berupa catatan produksi dan penjualan, dokumen program pemberdayaan, dan foto kegiatan.

Hasil dan Pembahasan

Di Dusun Tomporejo, Desa Dengkol, terdapat dua Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang beroperasi, salah satunya adalah UMKM yang bergerak dalam produksi telur asin. Produk telur asin dari UMKM ini sudah cukup dikenal oleh masyarakat sekitar karena kualitasnya yang baik dan cita rasanya yang khas. Namun, meskipun memiliki potensi besar, usaha ini masih menghadapi kendala dalam hal pemasaran produk secara luas.

Berdasarkan hasil survei yang dilakukan oleh kelompok KKM Dayaseva secara langsung ke lokasi UMKM Telur Asin, ditemukan bahwa salah satu faktor utama yang menghambat pemasaran produk adalah tidak adanya titik lokasi usaha yang terdaftar di Google Maps. Hal ini menyebabkan pelanggan, terutama mereka yang berasal dari luar daerah, mengalami kesulitan dalam menemukan lokasi usaha secara akurat. Akibatnya, jangkauan pasar menjadi terbatas hanya pada pelanggan yang sudah mengetahui lokasi secara langsung atau mendapatkan informasi dari rekomendasi mulut ke mulut.

Untuk mengatasi permasalahan tersebut, diperlukan langkah konkret berupa penambahan titik lokasi UMKM Telur Asin di Google Maps. Dengan adanya titik lokasi yang jelas dan akurat, calon pelanggan dapat dengan mudah menemukan lokasi usaha, baik melalui pencarian langsung maupun melalui fitur navigasi. Selain itu, keberadaan UMKM di platform digital seperti Google Maps juga dapat meningkatkan visibilitas usaha, menarik lebih banyak pelanggan, serta membuka peluang kerja sama dengan mitra bisnis yang lebih luas.

Dengan langkah ini, diharapkan UMKM Telur Asin di Dusun Tomporejo dapat berkembang lebih pesat dan mampu menjangkau pasar yang lebih luas, sehingga meningkatkan perekonomian masyarakat setempat serta memperkenalkan produk telur asin khas daerah tersebut ke khalayak yang lebih luas.

1. Survei lokasi UMKM Telur Asin

KKM Dayaseva melakukan survei awal untuk mengetahui letak lokasi usaha Telur Asin ALIFIAN di dusun tomoporejo, selain itu kami datang juga untuk berbincang bincang dengan Bapak

Syamsul Arifin selaku pemilik usaha telur asin ini. Disana kami juga berkesempatan untuk melihat secara langsung proses pembuatan telur asin, dimulai dari proses pengumpulan telur bebek hingga ke tahap proses pengasinan. Kami mendapat banyak informasi lainnya selama melakukan survei ke lokasi pembuatan produk tersebut, salah satunya ialah dalam pemilihan bahan untuk proses pengasinan, baik menggunakan metode Perendaman (air) maupun pemeraman (tanah liat). Usaha telur asin ini merupakan usaha rumah tangga yang masih terbilang sederhana dalam proses pemasaran produknya pun masih terbatas pada 1-2 lapak.



Gambar 1. Survei Lokasi

2. Proses Pembuatan Telur Asin

Setelah melakukan survei langsung ke lokasi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) Telur Asin ALIFIAN, kelompok Kuliah Kerja Mahasiswa (KKM) Dayaseva turut serta dalam proses pembuatan produk telur asin sebagai bentuk kontribusi dalam pengembangan usaha lokal. Survei yang dilakukan bertujuan untuk memahami lebih dalam bagaimana proses produksi telur asin di UMKM ini, termasuk bahan-bahan yang digunakan, metode pengolahan, serta tantangan yang dihadapi dalam proses produksi dan pemasaran.

Dalam proses pembuatan telur asin di UMKM ALIFIAN, terdapat setidaknya dua metode yang digunakan untuk menghasilkan produk berkualitas.

- Metode Perendaman

Metode ini menggunakan air dan garam dalam pembuatannya dengan cara melarutkan garam dalam air. Setelah itu rendam telur bebek yang sudah dibersihkan dan telah diasinkan kedalam larutan garam, Tunggu hingga 7-10 hari.

- Metode Pemeraman

Metode ini menggunakan tanah liat sebagai bahan utamanya dengan mencampurkan antara air garam dengan tanah liat. Selanjutnya balutkan adonan tanah liat ke telur bebek yang telah siap di asinkan, Tunggu hingga 15 hari.

Dengan berpartisipasi langsung dalam proses produksi, kelompok KKM Dayaseva tidak hanya mendapatkan pengalaman dalam pembuatan telur asin, tetapi juga turut membantu UMKM Telur Asin ALIFIAN dalam meningkatkan efisiensi produksi dan memperluas jangkauan pemasaran. Kegiatan ini juga menjadi salah satu bentuk kolaborasi antara mahasiswa dan pelaku usaha lokal dalam mendorong keberlanjutan UMKM serta memperkenalkan produk unggulan daerah ke pasar yang lebih luas.



Gambar 2. Telur Bebek Yang Tengah Diproses Dengan Dua Metode

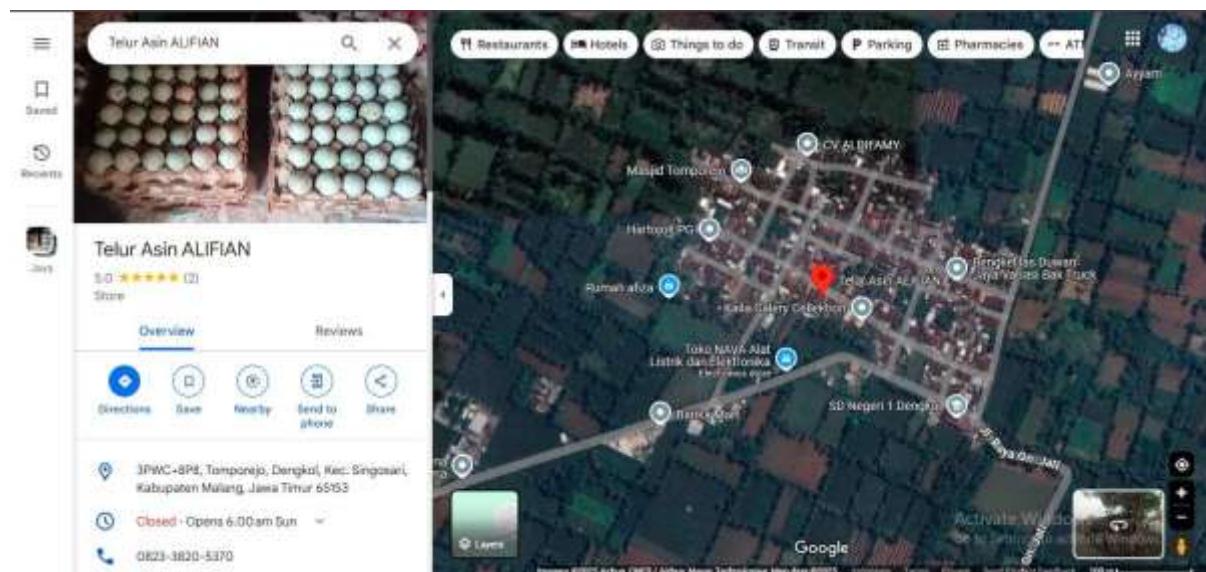
3. Penambahan Titik Lokasi di Google Maps

Setelah melakukan survei dan turut serta dalam proses pembuatan telur asin, Kelompok Kuliah Kerja Mahasiswa (KKM) Dayaseva melanjutkan upaya pengembangan usaha dengan menambahkan titik lokasi yang akurat di Google Maps. Titik lokasi ini didaftarkan dengan nama “Telur Asin ALIFIAN”, yang bertujuan untuk memudahkan pelanggan dalam menemukan lokasi produksi dan penjualan telur asin tersebut.

Penambahan titik lokasi ini menjadi langkah strategis dalam meningkatkan visibilitas usaha, sehingga masyarakat sekitar maupun pelanggan dari luar daerah dapat dengan mudah mencari dan mengunjungi lokasi tersebut. Dengan adanya titik lokasi yang jelas di Google Maps, calon pembeli dapat memperoleh informasi mengenai rute perjalanan, estimasi waktu tempuh, serta detail lokasi secara akurat.

Selain itu, KKM Dayaseva juga memastikan bahwa informasi yang ditampilkan di Google Maps sudah tercantum deskripsi singkat mengenai usaha Telur Asin ALIFIAN, foto lokasi, serta kontak yang dapat dihubungi. Diharapkan dengan adanya pembaruan ini, usaha telur asin yang dikelola dapat

semakin berkembang dan menjangkau pasar yang lebih luas.



Gambar 3. Penambahan titik lokasi telur asin ALIFIAN

Kesimpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa pemberdayaan UMKM berbasis produk telur asin di Desa Dengkol berhasil meningkatkan keterampilan dan kapasitas usaha masyarakat setempat. Melalui pelatihan produksi, strategi pemasaran digital, dan optimalisasi lokasi usaha di Google Maps, UMKM Telur Asin ALIFIAN mengalami perkembangan dalam hal efisiensi produksi dan perluasan jangkauan pasar. Meskipun masih menghadapi kendala seperti keterbatasan modal dan akses pasar yang belum optimal, pendekatan berbasis komunitas terbukti membantu pelaku usaha dalam meningkatkan keterampilan serta daya saing bisnis mereka. Program ini memiliki keunggulan dalam hal keterlibatan akademisi dan mahasiswa yang memberikan pendampingan secara langsung, sehingga pelaku UMKM mendapatkan wawasan baru dalam pengelolaan usaha. Namun, program ini masih memiliki keterbatasan dalam memperluas pemasaran secara lebih luas. Untuk pengembangan selanjutnya, perlu dilakukan pemanfaatan platform e-commerce, peningkatan kualitas produk, serta kerja sama dengan berbagai pihak agar aspek permodalan dan distribusi lebih kuat. Dengan langkah-langkah ini, UMKM di Desa Dengkol diharapkan dapat terus berkembang dan memberikan manfaat lebih besar bagi masyarakat setempat.

REFERENSI

- Abdillah, N., Rudianto, R., Sari, Z. F., Achfryl, N., Faticah, A. A., Millah, F., & Nisya, K. (2025). *Pemberdayaan Ekonomi Melalui Inovasi Pengelolaan Telur Asin Menjadi Bakpao di Dusun Penompo , Desa Sukosari Kecamatan Mantup Kabupaten Lamongan Assistance for Economic Empowerment through Innovation in the Management of Salted Eggs into Bakpao in Penompo* . <https://doi.org/10.59024/jnb.v3i2.540>
- As'adi, Sularsih, H., Wibisono, S. H., & Mukoffi, A. (2022). Pemberdayaan UMKM Telur Asin Melalui Sistem Akuntansi dan Strategi Pemasaran. *Studium: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(3), 97–104. <https://doi.org/10.53867/jpm.v1i3.35>
- Dengan, D., Tepung, M., Dan, J., & Putih, B. (2021). *Tingkat Kemasiran , Kadar Garam dan Kadar Air Telur Asin Yang*. 24–25.
- Halimah, S. N., Husna, S. N. S., Zunaidi, A., & ... (2023). Pelatihan Pemberdayaan Media Sosial untuk Meningkatkan Brand Awareness pada UMKM Alami Telur Asin (ATA). *Welfare: Jurnal ...*, 1(4), 715–721. <https://jurnalfebi.iainkediri.ac.id/index.php/Welfare/article/view/845%0Ahttps://jurnalfebi.iainkediri.ac.id/index.php/Welfare/article/download/845/467>. <https://doi.org/10.30762/welfare.v1i4.845>
- Hanafi, H., Sitorus, S., Wibowo, S., Akromah, P., & Pramudya, D. (2024). Strategi Pemberdayaan UMKM: Meningkatkan Kesejahteraan Keluarga Melalui Pengembangan Tata Kelola Manajemen Kesehatan Di Kecamatan Kebon Pedas, Sukabumi. *Blantika: Multidisciplinary Journal*, 2(3), 330–335. <https://doi.org/10.57096/blantika.v2i3.113>
- Lesmayati, S., & Rohaeni, E. S. (2014). Pengaruh Lama Pemeraman Telur Asin terhadap Tingkat Kesukaan Konsumen. *Teknologi Pertanian*, 4, 595–601. <https://doi.org/10.26858/jptp.v3i2.5522>
- Mansir, F., & Tumin, T. (2022). Pemberdayaan UMKM Sebagai Usaha Meningkatkan Kualitas Pemasaran Produk Di Padukuhan Dukuhsari Wonokerto Turi Sleman. *Jurnal ABDINUS : Jurnal Pengabdian Nusantara*, 6(3), 656–664. <https://doi.org/10.29407/ja.v6i3.17698>
- Pangestu, A. R., Handoko, G., Ardiansyah, M., & ... (2022). Pemberdayaan UMKM Telur Asin Bariroh Melalui Instagram Marketing Di Desa Pakijangan Brebes. *Prosiding Seminar* ..., 1–4. <https://jurnal.umj.ac.id/index.php/semnaskat/article/view/14866%0Ahttps://jurnal.umj.ac.id>

/index.php/semnaskat/article/download/14866/7891

Pratiwi, C. R., Fathurohman, I., & Prahardik, S. E. (2024). Pendampingan UMKM Pembuatan Telur Asin di Desa Kalensari : Strategi Peningkatan Kualitas Produk dan Pemasaran Melalui Program PKM. *Jurnal Peradaban Masyarakat*, 4(2), 68–77. <https://doi.org/10.55182/jpm.v4i2.442>

Sarfiah, S., Atmaja, H., & Verawati, D. (2019). UMKM Sebagai Pilar Membangun Ekonomi Bangsa. *Jurnal REP (Riset Ekonomi Pembangunan)*, 4(2), 1–189. <https://doi.org/10.31002/rep.v4i2.1952>