

Penguatan Daya Saing UMKM Telur Asin Ayu melalui Pelatihan Diversifikasi Produk, Pemasaran Digital, dan Dukungan Peralatan Produksi

Sigit Hermawan^{1*}, Mulyadi², Lukman Hudi³, Sulton Kamal Mustofa⁴, Galang Amrulloh⁵

^{1,2,3,4,5} Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

^{1*}sigithermawan@umsida.ac.id, ²mulyadi@umsida.ac.id, ³lukmanhudi@umsida.ac.id, ⁴sultonkamal@gmail.com

⁵galangamrulloh@gmail.com

Diterima: Juni 2026 | Dipublikasikan: Agustus 2026

Abstrak

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk memperkuat daya saing UMKM Telur Asin AYU melalui diversifikasi produk, pelatihan pemasaran digital, dan dukungan peralatan produksi. Permasalahan utama yang dihadapi mitra meliputi keterbatasan variasi produk, kapasitas, dan efisiensi produksi yang belum optimal. Metode pelaksanaan kegiatan terdiri atas tiga tahapan utama, yaitu persiapan, pelaksanaan, dan evaluasi. Pada tahap persiapan dilakukan need assessment melalui survei dan diskusi mendalam dengan pemilik UMKM untuk mengidentifikasi kebutuhan dan permasalahan usaha, dilanjutkan dengan perencanaan program serta pemilihan metode dan pendekatan yang tepat. Tahap pelaksanaan meliputi pelatihan dan pendampingan diversifikasi produk yakni telur asin oven dan bandeng presto, pemasaran digital melalui marketplace, pengadaan mesin oven gas, dan pengadaan panci presto. Tahap evaluasi dilakukan secara komprehensif melalui pengujian efektivitas mesin oven telur asin dan panci presto, evaluasi proses, serta pengukuran tingkat kepuasan mitra menggunakan instrumen kuantitatif berbasis skala likert. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan kapasitas produksi, bertambahnya varian produk berupa telur asin oven dan bandeng presto, meningkatnya pemahaman mitra terhadap pemasaran digital, serta telah masuknya produk UMKM Telur Asin AYU ke dalam marketplace TikTok Shop sebagai saluran pemasaran digital. Program ini diharapkan memberikan dampak berkelanjutan melalui rencana tindak lanjut berupa pendampingan lanjutan dan komunikasi berkelanjutan antara tim abdimas dan mitra usaha.

Kata Kunci: *Diversifikasi Produk; Pemasaran Digital; Peralatan Produksi; Daya Saing; UMKM*

Abstract

This community service activity aims to strengthen the competitiveness of the AYU Salted Egg MSME through product diversification, digital marketing training, and production equipment support. The main problems faced by partners include limited product variety, capacity, and suboptimal production efficiency. The activity implementation method consists of three main stages: preparation, implementation, and evaluation. In the preparation stage, a needs assessment is carried out through surveys and in-depth discussions with MSME owners to identify business needs and problems, followed by program planning and selecting appropriate methods and approaches. The implementation stage includes training and mentoring for product diversification, namely salted egg ovens and pressure-cooked milkfish, digital marketing through the marketplace, procurement of gas oven machines, and procurement of pressure-cookers. The evaluation stage is carried out comprehensively through testing the effectiveness of the salted egg oven machines and pressure-cookers, the evaluation process, and measuring the level of partner satisfaction using a quantitative instrument based on a Likert scale. The results of the activity show an increase in production capacity, an increase in product variants such as oven salted eggs and pressure-cooked milkfish, an increase in partners' understanding of digital marketing, and the entry of AYU Salted Egg MSME products into the TikTok Shop marketplace as a digital marketing channel. This program is expected to provide a sustainable impact through a follow-up plan in the form of continued mentoring and ongoing communication between the community service team and business partners..

Keywords: *Product Diversification; Digital Marketing; Production Equipment; Competitiveness; MSMEs*

Pendahuluan

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu pilar utama perekonomian nasional yang berperan strategis dalam menciptakan lapangan kerja, mendorong pertumbuhan ekonomi lokal, serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat (Masruroh et al., 2021; Sari et al., 2023; Wati et al., 2024). Dalam konteks persaingan usaha yang semakin kompetitif dan dinamis, UMKM dituntut untuk memiliki kemampuan adaptasi yang tinggi terhadap perubahan lingkungan bisnis, terutama terkait inovasi produk, efisiensi produksi, dan pemanfaatan teknologi digital (Aisyah et al., 2025). Tanpa adanya upaya penguatan kapasitas usaha secara berkelanjutan, UMKM berpotensi mengalami keterbatasan dalam pengembangan usaha dan sulit bersaing dengan pelaku usaha yang lebih besar. UMKM pangan olahan, khususnya yang berbasis produk tradisional, masih menghadapi berbagai tantangan struktural. Permasalahan yang sering dijumpai meliputi keterbatasan teknologi produksi, rendahnya diversifikasi produk, serta lemahnya strategi pemasaran (Sudirjo et al., 2023). Banyak UMKM masih mengandalkan metode produksi konvensional dengan satu jenis produk utama, sehingga nilai tambah yang dihasilkan relatif rendah dan jangkauan pasar menjadi terbatas. Kondisi ini berdampak pada stagnasi omzet usaha dan rendahnya daya saing produk di pasar yang semakin terbuka (Hariyanto et al., 2025).

UMKM Telur Asin AYU yang berlokasi di Kaliampoh RT 10 RW 03 Desa Kalipecabean, Kecamatan Candi, Kabupaten Sidoarjo merupakan salah satu UMKM pangan berbasis rumah tangga yang memproduksi telur asin sebagai produk utama. Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan bersama mitra, diketahui bahwa proses produksi pada awalnya masih bersifat sederhana dengan keterbatasan peralatan, sehingga kapasitas produksi dan variasi produk belum berkembang secara optimal. Produk yang dihasilkan cenderung homogen dan masih bergantung pada permintaan pasar lokal, sehingga peluang untuk memperluas segmentasi pasar dan meningkatkan pendapatan usaha belum dimanfaatkan secara maksimal (Hermawan et al., 2025). Sebagai bentuk upaya penguatan usaha, pada kegiatan pengabdian kepada masyarakat sebelumnya telah dilakukan pelatihan dan pendampingan diversifikasi produk berupa telur asin asap yang didukung dengan pembuatan mesin asap sebagai teknologi tepat guna (Hermawan et al., 2025). Program tersebut memberikan dampak positif terhadap peningkatan kualitas produk dan minat konsumen. Peningkatan kualitas produk ditunjukkan melalui cita rasa yang lebih khas, aroma asap yang lebih merata, tekstur telur yang tetap baik, serta tampilan produk yang lebih menarik dan memiliki nilai jual lebih tinggi dibandingkan telur asin konvensional. Selain itu, penggunaan mesin asap menghasilkan proses produksi yang lebih efisien, konsisten, dan higienis sehingga kualitas produk

dapat dipertahankan. Dampak lainnya adalah meningkatnya minat konsumen terhadap varian telur asin asap karena menawarkan inovasi produk yang berbeda, sehingga memperluas segmen pasar, meningkatkan daya saing UMKM, serta membuka peluang peningkatan volume penjualan dan pendapatan pelaku usaha.



Gambar 1. Kegiatan Abdimas di UMKM Telur Asin Ayu Tahun 2025

Namun demikian, seiring dengan berkembangnya permintaan pasar, khususnya terhadap produk olahan ikan, mitra mengidentifikasi adanya peluang usaha baru. Banyaknya permintaan konsumen terhadap produk olahan bandeng mendorong UMKM Telur Asin AYU untuk mengembangkan produk lain yang memiliki nilai tambah lebih tinggi, yaitu bandeng presto. Keinginan mitra untuk menghadirkan produk bandeng presto menjadi dasar penting bagi pengembangan diversifikasi produk lanjutan agar usaha tidak hanya bergantung pada satu jenis olahan.

Selain aspek diversifikasi produk, permasalahan pemasaran juga menjadi tantangan bagi UMKM Telur Asin AYU. Pemanfaatan pemasaran digital masih terbatas, baik dari sisi pemahaman konsep maupun penggunaan platform digital sebagai media promosi dan penjualan. Padahal, perkembangan teknologi informasi telah mengubah pola perilaku konsumen yang semakin mengandalkan media sosial dan marketplace digital dalam mengambil keputusan pembelian. Rendahnya literasi pemasaran digital berpotensi menghambat perluasan pasar dan mengurangi peluang peningkatan omzet usaha. Literasi pemasaran digital mengacu pada kemampuan pelaku usaha dalam memahami, mengoperasikan, serta memanfaatkan berbagai platform digital untuk kegiatan promosi, komunikasi dengan pelanggan, dan transaksi bisnis secara efektif. Semakin tinggi tingkat literasi pemasaran digital yang dimiliki pelaku UMKM, semakin besar kemampuannya dalam menjangkau konsumen, membangun hubungan dengan pelanggan, serta meningkatkan daya saing usaha.

Fenomena tersebut dapat dijelaskan melalui *Technology Acceptance Model (TAM)* yang dikembangkan oleh Fred D. Davis. Teori ini menjelaskan bahwa penerimaan dan penggunaan suatu teknologi dipengaruhi oleh dua faktor utama, yaitu *perceived usefulness* (persepsi

kemanfaatan) dan *perceived ease of use* (persepsi kemudahan penggunaan). Dalam konteks UMKM, pelaku usaha akan lebih terdorong memanfaatkan media digital apabila mereka meyakini bahwa teknologi tersebut mampu meningkatkan kinerja usaha dan mudah untuk dioperasikan. Sebaliknya, rendahnya pemahaman terhadap teknologi digital menyebabkan pemanfaatan media pemasaran digital menjadi kurang optimal sehingga peluang memperluas pasar, meningkatkan penjualan, dan memperbesar omzet usaha tidak dapat dimanfaatkan secara maksimal.

Selain itu, *Diffusion of Innovations Theory* yang diperkenalkan oleh Everett M. Rogers menjelaskan bahwa adopsi suatu inovasi dipengaruhi oleh karakteristik inovasi, saluran komunikasi, waktu, dan sistem sosial. Pelatihan serta pendampingan pemasaran digital berperan sebagai media difusi inovasi yang mempercepat proses adopsi teknologi oleh pelaku UMKM. Dengan meningkatnya literasi pemasaran digital, pelaku usaha akan lebih mudah mengadopsi berbagai platform digital, seperti media sosial dan *marketplace*, sehingga mampu memperluas jangkauan pasar, meningkatkan interaksi dengan konsumen, dan mendorong pertumbuhan omzet secara berkelanjutan. Dalam menjawab berbagai permasalahan tersebut, penerapan teknologi tepat guna yang disertai dengan pendampingan bertahap menjadi pendekatan yang relevan dan berkelanjutan. Teknologi tepat guna dirancang sesuai dengan kebutuhan dan kapasitas UMKM sehingga mudah dioperasikan, efisien, dan dapat meningkatkan kualitas serta kuantitas produksi. Pendampingan bertahap memungkinkan mitra tidak hanya menerima bantuan peralatan dan pelatihan, tetapi juga memperoleh pemahaman yang komprehensif mengenai inovasi produk, pemasaran digital, dan pengelolaan usaha secara lebih profesional.

Berdasarkan kondisi dan potensi yang dimiliki UMKM Telur Asin AYU, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini difokuskan pada penguatan daya saing usaha melalui pelatihan diversifikasi produk, peningkatan pemahaman dan implementasi pemasaran digital, serta dukungan peralatan produksi berbasis pendampingan bertahap. Berbeda dengan program pengabdian sebelumnya yang berfokus pada diversifikasi produk telur asin asap melalui penerapan teknologi mesin pengasap, kegiatan ini menghadirkan pendekatan yang lebih komprehensif dengan mengembangkan lini usaha baru berupa produk bandeng presto sebagai strategi perluasan pasar dan peningkatan sumber pendapatan. Selain itu, program ini tidak hanya berorientasi pada inovasi produk, tetapi juga menekankan transformasi pemasaran melalui pemanfaatan media sosial dan *marketplace*, yang didukung dengan pendampingan intensif agar pelaku UMKM mampu mengelola pemasaran digital secara mandiri dan berkelanjutan. Integrasi antara diversifikasi produk baru, penguatan kapasitas digital, penyediaan peralatan produksi, dan pendampingan berkelanjutan menjadi aspek kebaruan program ini dibandingkan kegiatan sebelumnya. Melalui

pendekatan tersebut, diharapkan UMKM Telur Asin AYU mampu meningkatkan daya saing usaha secara berkelanjutan, memperluas jangkauan pasar, meningkatkan nilai tambah produk, serta menjadi model penguatan UMKM berbasis teknologi tepat guna dan transformasi digital.

Metode Kegiatan

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dirancang secara sistematis dan bertahap untuk memastikan program yang dilaksanakan sesuai dengan kebutuhan mitra serta memberikan dampak yang berkelanjutan. Secara umum, pelaksanaan abdimas ini terdiri atas tiga tahapan utama, yaitu tahap persiapan, tahap pelaksanaan, dan tahap evaluasi. Pendekatan bertahap ini memungkinkan proses pendampingan dilakukan secara terstruktur, terukur, dan berorientasi pada penyelesaian permasalahan UMKM Telur Asin AYU secara komprehensif.

Tahap persiapan diawali dengan kegiatan need assessment untuk mengidentifikasi permasalahan dan kebutuhan UMKM Telur Asin AYU melalui survei lanjutan dan diskusi langsung dengan pemilik usaha. Hasil identifikasi tersebut menjadi dasar dalam perencanaan program yang meliputi penetapan tujuan, sasaran, waktu pelaksanaan, serta target luaran kegiatan. Pada tahap ini juga dilakukan pemilihan metode dan pendekatan yang sesuai, yaitu penerapan teknologi tepat guna melalui pengadaan mesin oven telur asin, panci presto, diversifikasi produk, serta pemasaran digital. Tahap pelaksanaan difokuskan pada implementasi program yang telah direncanakan. Kegiatan yang dilakukan meliputi pengadaan mesin oven telur asin untuk mendukung peningkatan kapasitas dan variasi produk, pelatihan dan pendampingan diversifikasi produk berupa bandeng presto yang didukung dengan bantuan peralatan panci presto, serta pelatihan dan pendampingan pemasaran digital melalui pemanfaatan marketplace TikTok.

Tahap evaluasi dilakukan untuk menilai efektivitas dan keberhasilan seluruh rangkaian kegiatan abdimas. Evaluasi mencakup pengujian pemanfaatan teknologi tepat guna, yaitu mesin asap dan mesin oven telur asin, untuk memastikan efektivitas produksi dan kualitas hasil yang dihasilkan. Sebagai bagian dari evaluasi menyeluruh, dilakukan pula survei kepuasan mitra menggunakan instrumen kuantitatif berbasis skala Likert (1–5) untuk mengukur persepsi mitra terhadap kebermanfaatan program, kualitas teknologi yang diberikan, serta dampaknya terhadap peningkatan kapasitas usaha. Rencana tindak lanjut disusun untuk memastikan keberlanjutan pemanfaatan hasil kegiatan dan komunikasi berkelanjutan antara tim abdimas dan mitra. Pelaksanaan kegiatan dilakukan seperti pada Table 1. berikut ini:

Tabel 1. Aktivitas Pelaksanaan Kegiatan

No	Aktivitas Pelaksanaan Kegiatan	Tanggal	Tempat
1	Survei, Monitoring dan Evaluasi Produksi Telur Asin Asap dan Penyerahan Mesin Oven Telur Asin	26 Jan 2026	UMKM Telur Asin Ayu
2	Pengadaan Panci Presto serta Sosialisasi, Pelatihan, dan Pendampingan Cara Pengoperasian Mesin dan Pemasaran Digital	02 Feb 2026	UMKM Telur Asin Ayu
3	Sosialisasi, Pelatihan, dan Pendampingan Diversifikasi Produk yakni Bandeng Presto	13 Feb 2026	UMKM Telur Asin Ayu

Hasil Kegiatan

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat pada UMKM Telur Asin AYU menunjukkan hasil yang positif dalam upaya penguatan daya saing usaha. Hasil kegiatan dapat dilihat dari peningkatan kapasitas produksi, bertambahnya variasi produk, dan meningkatnya pemahaman mitra terhadap pemasaran digital. Seluruh capaian tersebut merupakan hasil dari penerapan pendekatan pendampingan bertahap yang mengintegrasikan pelatihan, dukungan teknologi tepat guna, dan evaluasi berkelanjutan. Kegiatan pertama dilaksanakan pada 26 Januari 2026 dan difokuskan pada monitoring serta evaluasi hasil produksi telur asin asap yang menggunakan mesin asap yang telah dihibahkan pada tahap sebelumnya, sekaligus dilanjutkan dengan serah terima mesin oven telur asin kepada mitra. Kegiatan monitoring dan evaluasi ini bertujuan untuk menilai tingkat pemanfaatan alat, konsistensi kualitas produk yang dihasilkan, serta mengidentifikasi kendala teknis yang dihadapi mitra selama proses produksi. Dari hasil evaluasi, diketahui bahwa penggunaan mesin asap telah meningkatkan kapasitas produksi, menghasilkan aroma asap yang lebih merata, serta memberikan ciri khas produk yang mampu meningkatkan daya saing di pasar lokal.



Gambar 2. Evaluasi Hasil Produksi Mesin Asap Telur Asin

Pada aspek produksi dan diversifikasi produk, pengadaan mesin oven telur asin memberikan dampak signifikan terhadap efisiensi dan konsistensi proses produksi. Mitra tidak lagi bergantung pada metode konvensional yang sangat dipengaruhi oleh kondisi cuaca dan keterbatasan peralatan sederhana, sehingga proses pematangan produk menjadi lebih terkontrol dari segi suhu, waktu,

dan tingkat kematangan. Hal ini berdampak pada penurunan tingkat kegagalan produksi serta peningkatan standar mutu yang lebih seragam. Selain itu, waktu produksi menjadi lebih efisien sehingga mitra dapat meningkatkan volume produksi untuk memenuhi permintaan pasar yang terus berkembang. Dengan adanya mesin oven, UMKM Telur Asin AYU mampu menghasilkan varian produk baru berupa telur asin oven yang memiliki karakteristik rasa yang lebih gurih, tekstur yang lebih kering dan padat, serta tampilan yang lebih menarik dibandingkan produk sebelumnya.

Diversifikasi ini tidak hanya memberikan nilai tambah secara ekonomi melalui peningkatan harga jual, tetapi juga memperkuat positioning produk sebagai inovasi berbasis teknologi tepat guna. Lebih lanjut, inovasi tersebut membuka peluang untuk menjangkau segmen konsumen yang lebih luas, termasuk pasar oleh-oleh, retail modern, dan konsumen yang mengutamakan kualitas serta higienitas produk. Secara keseluruhan, kegiatan ini menunjukkan adanya peningkatan kapasitas produksi, inovasi produk, dan daya saing usaha secara berkelanjutan.



Gambar 3. Serah Terima Bantuan Peralatan Mesin Oven Telur Asin

Kegiatan kedua dilaksanakan pada 02 Februari 2026 berupa sosialisasi, pelatihan, dan pendampingan penggunaan mesin yang disampaikan oleh Dr. Mulyadi, ST., MT. Kegiatan ini memberikan dampak signifikan terhadap peningkatan efisiensi dan konsistensi proses produksi. Melalui sosialisasi dan pelatihan teknis tersebut, mitra memperoleh pemahaman mengenai cara pengoperasian mesin oven dan panci presto, pengaturan suhu dan waktu pematangan, serta perawatan peralatan agar dapat digunakan secara optimal dan berkelanjutan. Pendampingan yang dilakukan secara langsung memungkinkan mitra untuk mempraktikkan penggunaan mesin secara mandiri, sehingga tidak lagi bergantung pada metode konvensional.



Gambar 4 & 5. Penyampaian Materi oleh Dr. Mulyadi, ST., MT dan Prof. Dr. Sigit Hermawan, SE., M.Si

Selanjutnya, materi kedua disampaikan oleh Prof. Dr. Sigit Hermawan, SE., M.Si, yang membahas strategi memasuki marketplace digital. Pada sesi ini, peserta diberikan pemahaman mengenai pentingnya strategi pemasaran digital sebagai sarana untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan. Kegiatan dilanjutkan dengan praktik langsung pendaftaran akun dan pengoperasian *TikTok Shop Seller*, di mana mitra didampingi secara intensif dalam proses pembuatan akun, pengunggahan produk, serta pengenalan fitur-fitur utama penjualan di *TikTok Shop*. Antusiasme mitra terlihat tinggi, terutama saat sesi praktik yang memberikan pengalaman langsung dalam memanfaatkan marketplace digital sebagai saluran pemasaran. Kegiatan ditutup dengan serah terima bantuan peralatan berupa panci presto kepada mitra UMKM Telur Asin AYU sebagai dukungan pengembangan diversifikasi produk.



Gambar 6 & 7. Serah Terima Bantuan Peralatan Panci Presto dan Penyampaian Materi oleh Lukman Hudi, S.TP., M.MT

Kegiatan berikutnya dilaksanakan pada 13 Februari 2026 dalam bentuk pelatihan dan pendampingan diversifikasi produk olahan bandeng, yaitu bandeng presto, dengan memanfaatkan peralatan panci presto yang telah diberikan pada tahap sebelumnya. Kegiatan ini merupakan bagian dari strategi penguatan kapasitas produksi dan inovasi produk bagi UMKM Telur Asin AYU agar tidak hanya bergantung pada satu jenis produk, tetapi mampu mengembangkan lini usaha berbasis potensi lokal. Materi pelatihan disampaikan oleh Lukman Hudi, S.TP., M.MT., yang menekankan pentingnya diversifikasi produk sebagai strategi peningkatan nilai tambah, perluasan segmentasi pasar, serta penguatan daya saing UMKM di tengah persaingan industri

pangan yang semakin kompetitif. Beliau juga menjelaskan bahwa pengolahan bandeng presto memiliki peluang pasar yang luas karena karakteristik produknya yang praktis, tahan lama, dan memiliki cita rasa khas yang diminati konsumen.

Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan keterampilan dan pengetahuan mitra dalam mengolah bandeng menjadi produk bernilai tambah, sekaligus memperluas variasi produk UMKM Telur Asin AYU sehingga mampu meningkatkan potensi pendapatan usaha. Pelatihan mencakup tahapan persiapan bahan baku yang berkualitas, teknik pembersihan dan penghilangan duri halus, proses pembumbuan, pengaturan waktu dan tekanan pada panci presto agar menghasilkan tekstur daging yang lunak dan tulang yang empuk, hingga teknik pendinginan dan pengemasan produk secara higienis dan layak jual. Selain itu, peserta juga diberikan pemahaman mengenai standar sanitasi dan keamanan pangan sederhana yang dapat diterapkan dalam skala UMKM untuk menjaga kualitas produk secara konsisten. Kegiatan ini ditutup dengan praktik langsung pembuatan bandeng presto dan telur asin oven sebagai bentuk penguatan keterampilan teknis mitra dalam mengoperasikan peralatan yang telah dihibahkan. Pada sesi praktik pembuatan bandeng presto, mitra menggunakan panci presto yang telah diberikan sebelumnya. Dalam sesi ini, mitra didampingi secara intensif untuk memastikan setiap tahapan produksi dilakukan dengan benar dan sesuai standar yang telah dijelaskan, mulai dari proses pembersihan bahan baku, pemberian bumbu, pengaturan tekanan dan waktu pemasakan, hingga tahap pendinginan dan pengemasan. Melalui pendampingan langsung tersebut, mitra tidak hanya mampu mempraktikkan proses produksi secara mandiri dan memahami titik-titik kritis dalam pengolahan, tetapi juga berhasil menghasilkan dua varian produk, yaitu bandeng presto siap goreng dan bandeng presto goreng yang memiliki cita rasa gurih, tekstur tulang lunak, serta tampilan yang menarik dan layak dipasarkan.

Selain itu, praktik pembuatan telur asin oven juga dilaksanakan dengan memanfaatkan mesin oven yang baru diserahkan. Mitra diarahkan untuk memahami pengaturan suhu, durasi pemanggangan, serta teknik pengemasan yang tepat guna menjaga kualitas dan daya simpan produk. Melalui praktik ini, mitra semakin terampil dalam menghasilkan telur asin oven dengan tingkat kematangan yang merata, tekstur yang lebih kering dan padat, serta karakteristik rasa yang khas. Kegiatan praktik terpadu ini menjadi indikator keberhasilan program, karena mitra telah mampu mengoperasikan peralatan secara mandiri, melakukan diversifikasi produk, serta meningkatkan kesiapan usaha dalam mengembangkan inovasi secara berkelanjutan.



Gambar 8 & 9. Hasil Pendampingan Produksi Bandeng Presto dan produksi Telur Asin Oven

Produk bandeng presto siap goreng dirancang sebagai produk setengah jadi yang praktis dan memiliki daya simpan lebih lama, sehingga memudahkan konsumen dalam proses penyajian di rumah. Sementara itu, bandeng presto goreng diposisikan sebagai produk siap konsumsi dengan cita rasa yang gurih, tekstur tulang yang lunak, serta tampilan yang menarik dan layak dipasarkan secara langsung. Kedua varian tersebut memberikan nilai tambah yang lebih tinggi dibandingkan produk sebelumnya serta membuka peluang segmentasi pasar yang lebih luas. Hasil kegiatan ini menunjukkan adanya peningkatan kepercayaan diri, keterampilan teknis, dan kesiapan mitra dalam mengembangkan diversifikasi produk sebagai bentuk inovasi berkelanjutan dalam usaha mereka. Hasil evaluasi terhadap pemanfaatan teknologi tepat guna menunjukkan bahwa mesin oven telur asin dan panci presto dapat digunakan secara efektif dan sesuai dengan kebutuhan mitra. Teknologi yang diterapkan dinilai mudah dioperasikan dan relevan dengan skala usaha UMKM, sehingga berpotensi digunakan secara berkelanjutan setelah program abdimas selesai. Hal ini sejalan dengan prinsip teknologi tepat guna yang menekankan kesesuaian teknologi dengan kapasitas pengguna dan kondisi lingkungan usaha.

Selain evaluasi teknis, hasil survei kepuasan mitra menunjukkan respon yang sangat positif terhadap pelaksanaan program abdimas. Mitra menilai bahwa program yang dilaksanakan memberikan manfaat nyata dalam meningkatkan kapasitas usaha, baik dari aspek produksi, diversifikasi produk, pemasaran, maupun legalitas. Tingginya tingkat kepuasan mitra mengindikasikan bahwa pendekatan pendampingan bertahap yang diterapkan mampu menjawab kebutuhan UMKM secara tepat dan kontekstual. Secara keseluruhan, hasil kegiatan pengabdian ini menunjukkan bahwa integrasi antara pelatihan, pendampingan, dan dukungan teknologi tepat guna mampu memberikan dampak nyata terhadap penguatan daya saing UMKM Telur Asin AYU. Diversifikasi produk, pemanfaatan pemasaran digital yang menjadi faktor kunci dalam meningkatkan kapasitas dan keberlanjutan usaha (Aisyah et al., 2025; Saputri et al., 2023; Supardi et al., 2023). Temuan ini memperkuat pandangan bahwa program abdimas yang dirancang secara berkelanjutan dan berbasis kebutuhan mitra dapat menjadi strategi efektif dalam mendorong

pengembangan UMKM secara mandiri dan berdaya saing (Dewi Komala Sari et al., 2025; Hermawan & Mulyadi, 2025).

Secara keseluruhan, hasil kegiatan pengabdian ini menunjukkan bahwa integrasi antara pelatihan, pendampingan, dan dukungan teknologi tepat guna mampu memberikan dampak nyata terhadap penguatan daya saing UMKM Telur Asin AYU. Diversifikasi produk serta pemanfaatan pemasaran digital terbukti menjadi faktor penting dalam meningkatkan kapasitas usaha dan keberlanjutan bisnis (Aisyah et al., 2025; Saputri et al., 2023; Supardi et al., 2023). Temuan ini sejalan dengan Technology Acceptance Model (TAM) yang dikembangkan oleh Fred D. Davis (1989), yang menjelaskan bahwa pelaku usaha akan lebih mudah mengadopsi teknologi apabila teknologi tersebut dipersepsikan bermanfaat (*perceived usefulness*) dan mudah digunakan (*perceived ease of use*). Melalui pelatihan dan pendampingan, pelaku UMKM memperoleh pengetahuan serta keterampilan dalam memanfaatkan media sosial dan *marketplace*, sehingga meningkatkan penerimaan terhadap teknologi digital sebagai sarana pengembangan usaha. Hasil ini juga mendukung Diffusion of Innovations Theory dari Everett M. Rogers, yang menyatakan bahwa proses pendampingan dan komunikasi intensif dapat mempercepat adopsi inovasi oleh pelaku usaha. Selain itu, dari perspektif Resource-Based View (RBV) yang dikemukakan oleh Jay B. Barney, peningkatan kompetensi sumber daya manusia, inovasi produk, serta pemanfaatan teknologi tepat guna merupakan sumber daya strategis yang mampu menciptakan keunggulan bersaing yang berkelanjutan. Oleh karena itu, temuan ini memperkuat pandangan bahwa program pengabdian yang dirancang berdasarkan kebutuhan mitra, didukung pendampingan berkelanjutan, dan mengintegrasikan inovasi produk dengan transformasi digital merupakan strategi yang efektif dalam mendorong UMKM berkembang secara mandiri, adaptif, dan berdaya saing (Dewi Komala Sari et al., 2025; Hermawan & Mulyadi, 2025).

Kesimpulan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan pada UMKM Telur Asin AYU terbukti memberikan kontribusi nyata dalam penguatan daya saing usaha melalui pendekatan pendampingan bertahap yang terintegrasi. Program ini berhasil meningkatkan kapasitas dan efisiensi produksi melalui pemanfaatan teknologi tepat guna berupa mesin oven telur asin dan panci presto, sekaligus mendorong terciptanya diversifikasi produk baru, yaitu telur asin oven dan bandeng presto, yang memiliki nilai tambah dan potensi pasar lebih luas. Selain penguatan pada aspek produksi, kegiatan ini juga berhasil meningkatkan pemahaman dan keterampilan mitra

dalam pemasaran digital, khususnya melalui pemanfaatan *marketplace* memungkinkan mitra mengimplementasikan pemasaran digital secara mandiri, sehingga membuka peluang perluasan jangkauan pasar dan peningkatan penjualan.

Secara keseluruhan, hasil kegiatan menunjukkan bahwa sinergi antara pelatihan, pendampingan, dan dukungan teknologi tepat guna mampu meningkatkan kapasitas usaha, keberlanjutan, dan kemandirian UMKM. Model pengabdian berbasis pendampingan bertahap ini dinilai efektif dan relevan untuk diterapkan pada UMKM sejenis, serta berpotensi direplikasi sebagai strategi penguatan UMKM dalam menghadapi tantangan persaingan usaha dan dinamika pasar yang terus berkembang.

Ucapan Terima Kasih

Dalam kesempatan ini, kami ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada Majelis Dikti Litbang PP Muhammadiyah untuk program pengabdian masyarakat risetmu dengan Kontrak Nomor 0259.956/I.3/D/2025 dan Universitas Muhammadiyah Sidoarjo yang telah memberikan dukungan penuh dalam pelaksanaan kegiatan ini.

Daftar Pustaka

- Aisyah, D., Februati Trimurni, & M. Deny Effendy Tambusay. (2025). Pemetaan Profil Sosial Ekonomi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (Studi Kasus di 12 Kecamatan, Kabupaten Batubara). *SAJJANA: Public Administration Review*, 3(01), 155–166. <https://doi.org/10.32734/sajjana.v3i01.21212>
- Dewi Komala Sari, Sigit Hermawan, Indah Dwi Lestari, Sintha Wahyu Arista, & Nadia Nurifayza Sufiyanti. (2025). Abdimas Untuk Menggerakkan Ranting Muhammadiyah Dan Aisiyiah Desa Boro Melalui Pelatihan Bisnis Kekinian Untuk Pencapaian SDG'S No.8. *DedikasiMU : Journal of Community Service*, 7(2), 131–138. <https://doi.org/10.30587/dedikasimu.v7i2.9919>
- Hariyanto, W., Hudi, L., Hermawan, S., Arista, S. W., Akuntansi, P. S., Bisnis, F., Sosial, I., Muhammadiyah, U., B, J. M. N., Sidoarjo, K., Sidoarjo, K., Timur, J., Studi, P., Pangan, T., Sains, F., Sidoarjo, U. M., B, J. M. N., Sidoarjo, K., Sidoarjo, K., ... Timur, J. (2025). *Optimalisasi Potensi UMKM Bandeng "ICHAKU" melalui Pendampingan Keuangan, Diversifikasi Produk, dan Branding untuk SDG's 8*. 9(2), 1–10.
- Hermawan, S., & Mulyadi. (2025). *Tim Abdimas Umsida Dampingi Perhitungan HPP UMKM Telur Asin*. DRPM Umsida.
- Hermawan, S., Ulhaq, S. V., Arista, S. W., Akuntansi, P. S., Bisnis, F., Muhammadiyah, U., Sidoarjo, K., Timur, J., Studi, P., Mesin, T., Sidoarjo, U. M., Sidoarjo, K., Manajemen, P. S., Bisnis, F., Muhammadiyah, U., Sidoarjo, K., & Timur, J. (2025). Penguatan UMKM Telur Asin “AYU” Sidoarjo melalui Inovasi Teknologi Tepat Guna dan Analisis Keuangan. *Sinar Sang Surya*, 9(2), 297–306.
- Hidayat, M. N. A., & Sari, R. P. (2024). Optimalisasi legalitas dan pemasaran dalam mendukung pertumbuhan UMKM (studi kasus pada UMKM di Kecamatan Sawahan Surabaya). *Jurnal Ilmiah Nusantara (JINU)*, 1(4), 1026–1034. <https://doi.org/10.61722/jinu.v1i4.2171>
- Masruroh, I., Andrean, R., & Arifah, F. (2021). Peran Pemerintah Dalam Mengatasi Dampak Covid-19 Bagi Umkm Di Indonesia. *Journal of Innovation and Knowledge*, 1(1), 41–48. <https://bajangjournal.com/index.php/JIRK/article/view/38>
- Saputri, S. A., Berliana, I., & Nasrida, M. F. (2023). Peran marketplace dalam meningkatkan daya saing umkm di indonesia. *knowledge : Jurnal Inovasi Hasil Penelitian Dan Pengembangan*, 3(1), 69–75.
- Sari, S. P., Wulandari, D., Sari, D. K., & Sari, I. A. (2023). Peran Digital Marketing dalam Meningkatkan Ekonomi Keluarga di Desa Gambiran. *Prima Abdika : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 74–85. <https://doi.org/10.37478/abdika.v3i1.2620>
- Sudirjo, F., Rukmana, A. Y., Wandan, H., & Hakim, M. L. (2023). Pengaruh Kapabilitas Pemasaran, Digital Marketing Dalam Meningkatkan Kinerja Pemasaran UMKM Di Jawa Barat. *Jurnal Bisnisman : Riset Bisnis Dan Manajemen*, 5(1), 55–69. <https://doi.org/10.52005/bisnisman.v5i1.134>
- Supardi, S., Sriyono, S., & Hermawan, S. (2023). Pendampingan Strategi UMKM di Era Digital Melalui Pencatatan Keuangan, Penghitungan Harga Pokok Produksi dan Manajemen Pemasaran untuk Dapat Naik Kelas. *PengabdianMu: Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat*, 8(6), 968–979. <https://doi.org/10.33084/pengabdianmu.v8i6.5510>
- Wati, D. L., Septianingsih, V., Khoeruddin, W., & Qorni, Z. Q. A.-. (2024). Peranan UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah) dalam Meningkatkan Perekonomian Indonesia. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi (JEBMAK)*, 3(1).