

# DIVERSIFIKASI PRODUK OLAHAN TELUR ITIK (STUDI UMKM DI DESA PESURUNGAN KOTA TEGAL)

Oleh:

Oke Setiarso<sup>1)</sup>, Agustin Susyatna Dewi<sup>1)</sup>

Email: dewiagustin732@gmail.com

<sup>1)</sup> Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Jenderal Soedirman

## ABSTRACT

*The SMEs ability to support the economy and contribute to GDP is quite large, therefore SMEs constitute of strategic force in accelerating regional development in Indonesia including Tegal. One type of Small and Medium Enterprises (SMEs) that relatively prominent in Tegal is SMEs that manage duck eggs become salted egg. At this time, SMEs that manage salted egg expanding their product through product diversification in variety flavors. The production of flavored salted egg are variety that are onion flavor, spicy flavor, salty boiled eggs, smoked, roasted, and boiled. Based on the results of various flavors salted egg sales is increase in SMEs sales Pesurungan Village Tegal.*

**Keywords:** *Diversification, duck eggs, various flavors, SMEs.*

## PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan kekuatan strategis dalam mempercepat pembangunan daerah, karena Usaha Mikro kecil dan Menengah mampu menopang perekonomian dan menyumbang PDB cukup besar. Selain itu, dalam kondisi krisis ekonomi Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) juga memiliki kemampuan untuk bertahan lebih kuat dibandingkan dengan usaha ekonomi yang berkala besar (Setiarso, 2012). Hal ini ditunjukkan dengan bertambahnya jumlah UMKM di Indonesia setiap tahun. Pada tahun 1980 UMKM sekitar 7000 unit usaha, namun pada tahun 2001 meningkat mencapai 40 juta, dan pada tahun 2008 menjadi 48,9 juta unit. UMKM memberikan kontribusi 53,28% terhadap PDB (Pendapatan Domestik Bruto) dan 96,18% terhadap penyerapan tenaga kerja (Abidin, 2010). Data dari Badan Pusat Statistik (BPS) menunjukkan bahwa persentase jumlah Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dibandingkan dengan total perusahaan pada tahun 2010 adalah sebanyak 99,91 persen unit usaha merupakan UMKM, sedangkan sisanya sebesar 0,01 persen merupakan perusahaan besar. Pada tahun yang sama, jumlah tenaga kerja yang terserap pada sektor ini mencapai sebesar 97,1 persen dari total angkatan kerja yang bekerja. Sumbangan pada Produk Domestik Bruto (PDB) pada perekonomian Indonesia mencapai 55,6 persen dari total Produk Domestik Bruto (PDB), dengan nilai penciptaan devisa sebesar 20,2 persen (Setiarso, 2012).

Peranan UMKM dalam pembangunan ekonomi nasional sangat penting, demikian juga Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di kota Tegal. Salah satu jenis Usaha Kecil

dan Menengah (UMKM) yang relatif menonjol di kota Tegal adalah UMKM yang mengelola telur itik. Berkembangnya usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang mengolah telur itik di kota Tegal beberapa tahun belakangan ini, merupakan dampak dari berkembangnya kegiatan wisata kuliner di kota Tegal (Setiarso dkk, 2012). UMKM yang mengelola telur itik semakin berkembang dari tahun ketahun. Hal ini dapat dilihat dari jumlah telur itik yang dihasilkan UMKM di kota Tegal pada tahun 2006 sebanyak 336.182 butir telur, kemudian pada tahun 2008 sebanyak 1.407.701 butir telur ([www.bappeda.tegalkab.go.id](http://www.bappeda.tegalkab.go.id)). Selain produksi yang meningkat, olahan telur itik di kota Tegal juga semakin bervariasi rasanya. Untuk mendorong UMKM di kota Tegal, maka pembangunan di sektor peternakan diarahkan untuk meningkatkan pendapatan petani ternak, mendorong diversifikasi pangan, perbaikan mutu gizi masyarakat serta mengembangkan ekspor dengan melalui usaha peningkatan diversifikasi, intensifikasi dan ekstensifikasi ternak ([www.bappeda.tegalkab.go.id](http://www.bappeda.tegalkab.go.id)). Kebijakan pemerintah daerah ini berdampak pada berkembangnya UMKM yang mengolah telur itik menjadi berbagai rasa. Namun demikian, untuk dapat mengetahui perkembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah tersebut perlu dilakukan suatu kajian tentang pengolahan telur itik aneka rasa di kota Tegal, sehingga dapat dijadikan contoh bagi wilayah lain yang memiliki potensi ekonomi telur itik.

## PEMBAHASAN

### Definisi Diversifikasi Produk

Diversifikasi produk merupakan suatu proses penganekaragaman barang atau jasa yang diproduksi oleh produsen. Proses membentuk penganekaragaman bervariasi, dapat dari segi fisik, warna, bau, rasa maupun bentuk. Menurut Sudarsono (2001), diversifikasi produk merupakan suatu usaha penganekaragaman sifat dan fisik, baik yang dapat diraba/tidak dapat diraba (barang atau jasa) yang dihasilkan oleh perusahaan untuk digunakan konsumen didalam memuaskan kebutuhannya. Sedangkan definisi diversifikasi produk menurut Tjiptono (2002), adalah upaya mencari dan mengembangkan produk atau pasar yang baru atau keduanya dalam rangka mengejar pertumbuhan, peningkatan pendapatan, penjualan, probabilitas dan fleksibilitas. Menurut Tjiptono (2002), terdapat tiga jenis diversifikasi produk yaitu :

1. Diversifikasi Konsentris, yaitu produk-produk baru yang diperkenalkan memiliki kaitan/hubungan dalam hal pemasaran dan teknologi dengan produk yang sudah ada.
2. Diversifikasi Horizontal, yaitu perusahaan menambah produk baru yang tidak berkaitan dengan produk yang telah ada, tetapi dijual kepada pelanggan yang sama.
3. Diversifikasi Konglomerat, yaitu produk-produk yang dihasilkan sama sekali baru dan tidak memiliki hubungan dalam hal pemasaran maupun teknologi dengan produk yang sudah ada dan dijual kepada pelanggan yang berbeda.

Tujuan dilakukannya diversifikasi produk Menurut Tjiptono (2002), adalah meningkatkan pertumbuhan bila produk/pasar yang ada telah mencapai tahap kedewasaan dalam *Product Life Cycle*, menjaga stabilitas dengan jalan menyebarkan risiko fluktuasi laba, dan meningkatkan kredibilitas dipasar modal. Sedangkan menurut Projo dan Gitosudarmo (1996), tujuan diversifikasi produk yaitu mengadakan perluasan usaha, menginginkan kegiatan yang menjadi serba besar, sehingga terdapat kemungkinan mendapatkan laba/keuntungan juga

akan lebih besar, dapat menutup kerugian yang terdapat pada satu produk lain, dan adanya keinginan usaha dalam menghilangkan persaingan. Menurut Tjiptono (2002), peranan diversifikasi produk dalam meningkatkan penjualan/ pendapatan adalah salah satu upaya dalam mencari dan mengembangkan produk atau pasar yang baru atau keduanya dalam rangka mengejar pertumbuhan, peningkatan pendapatan, penjualan, probabilitas dan fleksibilitas.

### **Definisi Usaha Kecil**

Pengertian tentang mikro kecil dan menengah bermacam-macam beserta kategori yang yang berbeda-beda. Pengertian usaha kecil menurut Bank Indonesia adalah suatu perusahaan atau perorangan yang mempunyai *total assets* maksimal Rp. 600 juta, tidak termasuk rumah dan tanah yang ditempati. Definisi UMKM menurut Departemen Perindustrian, kriteria usaha kecil sama dengan Bank Indonesia. Sedangkan menurut Biro Pusat Statistik (BPS), usaha rumah tangga mempunyai : 1-5 tenaga kerja, usaha kecil mempunyai : 6-19 tenaga kerja, usaha menengah mempunyai : 20-99 tenaga kerja (Abidin, 2010). Kamar Dagang Industri Indonesia (KADIN) mendefinisikan Usaha Mikro Kecil dan Menengah merupakan Industri yang mempunyai *total assets* maksimal Rp. 600 juta termasuk rumah dan tanah yang ditempati dengan jumlah tenaga kerja dibawah 250 orang. Sedangkan Departemen Keuangan mendefinisikan sebagai suatu badan usaha atau perorangan yang mempunyai *assets* setinggi-tingginya Rp. 300 juta atau yang mempunyai omzet penjualannya maksimal Rp. 300 juta per tahun (Abidin, 2010). Berdasarkan Undang-Undang RI Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah yang dimaksud dengan (Setiarso, 2012):

- Usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam undang-undang ini.
- Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana dimaksud dalam undang-undang ini.
- Usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha esar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam undang-undang ini.

### **UMKM Pengolahan Telur Itik di Kota Tegal**

Kota Tegal yang terletak di wilayah pantai utara secara administrasi dibagi menjadi empat kecamatan dengan 27 kelurahan. Wilayah terluas adalah kecamatan Tegal Barat sebesar 15,13km<sup>2</sup> disusul kecamatan Margadana sebesar 11,76 km<sup>2</sup> (Kota Tegal Dalam Angka 2011, <http://tegalkota.bps.go.id>). Selain terletak di wilayah pantai utara (pantura), kota Tegal juga terletak dipertigaan jalur kota besar yaitu Purwokerto, Semarang dan Jakarta sehingga kota Tegal memiliki posisi yang strategis. Hal ini menjadi kelebihan tersendiri bagi kota Tegal beserta warganya untuk mengembangkan kegiatan ekonominya melalui UMKM. Karena letak strategis akan memudahkan pemasaran produk UMKM. Kegiatan ekonomi masyarakat kota

Tegal banyak ditopang oleh kegiatan usaha kecil dan menengah. Pada tahun 2008, 2009 dan 2010 jumlah perusahaan besar yang bergerak dibidang agro industri hanya sebanyak 8 perusahaan untuk tahun 2008 dan 2009. Kemudian pada tahun 2010 menjadi 9 perusahaan. Sedangkan usaha kecil dan menengah mencapai 1.228 ribu UMKM pada tahun 2008, menjadi 1.236 UMKM pada tahun 2009, dan 1.258 UMKM pada tahun 2010. Hal ini dapat dilihat dalam tabel 1 berikut ini:

Tabel 1. Banyaknya Perusahaan/Unit Usaha Menurut jenis Industri di Kota Tegal tahun 2008-2010.

Jenis industri	2008	2009	2010
1. Agro Industri			
- Besar	8	8	9
- Menengah dan kecil	1.228	1.236	1.258
2. Industry			
- Besar	28	28	29
- Menengah dan kecil	1.445	1.486	1.512

Sumber: Kota Tegal Dalam Angka 2011

Berdasarkan pada tabel 1 tersebut, dapat dilihat bahwa kegiatan ekonomi masyarakat kota Tegal dikuasai oleh UMKM, baik dari *sector agro industry* maupun *industry*. Apabila dilihat dari sisi penyerapan tenaga kerja, *industry* besar yang bergerak di bidang agro industri di kota Tegal dari tahun 2008 sampai 2010 berturut turut adalah 1.275 tenaga kerja, 1.284 tenaga kerja, dan 1.307 tenaga kerja. Sedangkan *industry* kecil dan menengah dari tahun 2008 sampai tahun 2010 berturut turut adalah 5725 tenaga kerja, 5.883 tenaga kerja, dan 5998 tenaga kerja (Kota Tegal Dalam Angka, 2011). Pada *sector* agro industri UMKM yang cukup terkenal adalah UMKM yang memanfaatkan sumberdaya *local* berupa itik. UMKM yang memanfaatkan itik bervariasi. Sebagian UMKM bergerak dalam bidang budidaya, sebagian lagi bergerak dalam penjualan produk jadi (telur) maupun itik afkir (pedaging), sebagian UMKM bergerak dalam pengolahan telur itik menjadi telur asin.

Dilihat dari kandungan gizinya, telur itik memiliki kandungan gizi yang cukup tinggi bahkan kandungan *energy*, protein, lemak, karbohidrat lebih tinggi dari telur ayam. Selain itu, telur itik juga mengandung banyak vitamin, diantaranya vitamin B-6, vitamin B-12, vitamin A, vitamin E, thiamin, riboflavin, niacin, folate. Ukuran kuning telur itik juga lebih besar dari telur ayam dengan warna yang lebih menarik. Selain kelebihan- kelebihan tersebut, telur itik yang dikenal memiliki bau amis lebih besar dibandingkan dengan telur ayam menyebabkan masyarakat kurang tertarik membuat berbagai jenis makanan yang berbahan baku telur itik. Telur itik juga memiliki pori-pori yang lebih besar sehingga lebih cocok untuk dijadikan telur asin karena proses penetrasi garam akan berlangsung lebih baik. Dengan mengolah telur itik menjadi telur asin, maka masa simpannya menjadi lebih panjang, dapat menambah cita rasa, sekaligus mengurangi bau amisnya. Beberapa alasan inilah yang mendorong UMKM di kota Tegal untuk mengolah telur itik menjadi telur asin.

Terdapat sedikitnya 5 (lima) UMKM yang mengolah telur itik menjadi telur asin yang berpusat di Desa Pesurungan Lor, Kecamatan Margadana, Kota Tegal. Dengan produksi rata-rata perbulan bervariasi. Mulai dari 60.000 butir perbulan sampai dengan 300.000 butir perbulan. Bahan baku telur itik diperoleh dari kota Tegal yaitu Desa Pesurungan Lor,

Kecamatan Margadana, Kota Tegal. Saat ini telur asin hasil produksi UMKM kota Tegal bukan hanya di jual di pasar tradisional, namun sudah berkembang hingga supermarket dengan tujuan pemasaran yang cukup luas, yaitu di dalam kota Tegal dan di luar kota Tegal, meliputi Jabotabek, Bandung, Brebes. Hal ini dapat dilihat dalam table 2 berikut :

Tabel 2. Nama Pelaku Usaha dan Produksi Rata-rata Setiap Bulan serta Tujuan Pemasaran UMKM telur asin di Desa Pesurungan Kec. Margadana Kota Tegal.

No	Nama Pelaku Usaha	Rata-rata Produksi/Bulan	Tujuan Pemasaran
1	Sutari	60.000 butir	Kota Tegal
2	Tarwen	300.000 butir	Kota Tegal, Jabotabek, Bandung
3	Sulastri	200.000 butir	Kota Tegal, Jabotabel, Bandung, Slawi
4	Darsono	200.000 butir	Kota Tegal, Jabotabek, Bandung
5	Rajum	90.000 butir	Kota Tegal
Jumlah		850.000 butir	

Sumber: data primer, diolah.

Telur asin produksi UMKM kota Tegal mempunyai ciri khas yaitu gurih, rasa asin yang merata di seluruh bagian luar telur dan warna merah kecoklatan pada bagian kuning telur yang kaya omega-3 dan protein. Pada saat ini, UMKM yang mengolah telur itik menjadi telur asin mengembangkan usahanya melalui diversifikasi produk pada rasa telur asin. UMKM membuat telur itik menjadi berbagai macam rasa, diantaranya rasa bawang, rasa pedas, telur asin rebus, asap, panggang, dan pindang. UMKM di kota Tegal menggiatkan produk olahan aneka rasa dengan tujuan agar masyarakat mengenal telur asin rasa bawang, pedas, asap, panggang dan pindang tersebut sebagai makanan khas kota Tegal. Selama ini, berbagai macam produk telur asin seperti telur asin rebus, asap, panggang, dan pindang yang dijual di toko pusat oleh-oleh di sepanjang Pantura, sekitar 50 persen merupakan produk UMKM Pesurungan Lor (<http://beritadaerah.com/berita/jawa>). Selain pembuatan telur asin aneka rasa tersebut, telur itik juga sudah mulai dikembangkan dalam bentuk lain, yaitu kerupuk telur asin. Namun produk kerupuk telur asin belum dikomersilkan, beberapa UMKM masih memproduksi kerupuk telur asin sebagai konsumsi rumah tangganya sendiri.

Selain dari rasanya, telur asin aneka rasa produksi UMKM kota Tegal memiliki kelebihan lain yaitu daya simpan yang cukup lama. Telur asin aneka rasa dapat tahan selama 3-5 hari. Namun untuk dapat dikonsumsi lebih lama, telur kembali direbus setiap 3 hari. Dengan cara ini umur telur asin dapat mencapai lebih dari 1 minggu. Sehingga diversifikasi produk telur asin dalam bentuk aneka rasa dapat menambah cita rasa, memperpanjang umur simpan, meningkatkan harga jual, dan menambah pendapatan keluarga. Untuk menghasilkan 100 butir telur asin aneka rasa dengan harga jual Rp.300.000, - dibutuhkan total biaya Rp.180.000,-. (asmak, 2011 *sumbar.litbang.deptan.go.id*). Tujuan diadakannya diversifikasi produk telur asin aneka rasa adalah untuk meningkatkan penjualan. Dilihat dari hasil penjualan, setelah UMKM memproduksi telur asin aneka rasa dibandingkan dengan penjualan sebelumnya, penjualan telur asin aneka rasa menunjukkan peningkatan penjualan.

Pada saat ini, Pemerintah Kota Tegal mengupayakan agar UMKM yang mengolah telur itik menjadi telur asin aneka rasa terus berkembang. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya pelatihan yang diberikan oleh pemerintah kepada UMKM pengolah telur itik menjadi telur asin

aneka rasa. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Setiarso, dkk (2012), menunjukkan bahwa penyelenggara pelatihan usaha UMKM lebih didominasi oleh pemerintah dan BDS dibandingkan dengan pihak yang lain, hal tersebut menunjukkan bahwa penyelenggara pelatihan usaha di sektor usaha kecil dan menengah masih didominasi oleh pemerintah dan BDS, sedangkan peranan mitra usaha, swasta, asosiasi usaha dan BUMN masih belum terlihat. Ini berarti Pemerintah Kota Tegal cukup serius dalam usaha mengembangkan UMKM telur asin aneka rasa.

## KESIMPULAN

Perekonomian kota Tegal banyak ditopang oleh Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Baik dari jumlah usaha maupun penyerapan tenaga kerja UMKM mampu menopang hajat hidup orang banyak. UMKM yang cukup berkembang adalah UMKM yang mengolah telur itik menjadi telur asin. Pada saat ini, telur asin dibentuk menjadi aneka rasa yaitu *rasa bawang*, rasa pedas, telur asin rebus, asap, panggang, dan pindang. Tujuan diadakannya diversifikasi produk telur asin aneka rasa adalah untuk meningkatkan penjualan sehingga mampu meningkatkan pendapatan. Dilihat dari hasil penjualan, telur asin aneka rasa menunjukkan peningkatan penjualan sehingga pendapatan juga meningkat.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, 2010. *Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM Sebagai Kekuatan Strategis Dalam Mempercepat Pembangunan Daerah*. STIE Nobel Indonesia, Makasar.
- Anonim. *Kabupaten Tegal Dalam Angka 2008*. [www.bappeda.tegalkab.go.id](http://www.bappeda.tegalkab.go.id).
- Gitosudarmo, I. 1998. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Pertama BPFE, Yogyakarta.  
<http://beritadaerah.com/berita/jawa>.
- <http://KotaTegalDalamAngka2011.kotategal.bps.go.id>.
- Setiarso, Oke dkk, 2012. *Studi Sosial Ekonomi Usaha Budidaya ternak Itik Di Desa Pesirugan Kecamatan Margadana Kota Tegal*. Laporan Hasil Penelitian.
- Sudarsono, E. 2001. *Kamus Ekonomi Uang dan Bank*. Rineka Cipta, Jakarta.
- Tjiptono, F. 2002. *Manajemen Jasa*. Edisi kedua, cetakan ketiga. Penerbit Andi, Yogyakarta.  
[www.sumbar.litbang.deptan.go.id](http://www.sumbar.litbang.deptan.go.id).