

## RINGKASAN

**Produksi dan Pemasaran Telur Asin Rasa Bawang Putih (*Allium sativum L.*)**, Rizki Cahya Romadhon, NIM B32171520, Tahun 2020, 45 hlm, Teknologi Pertanian, Politeknik Negeri Jember, Mulia Winirsya A, S.TP, M.P (Pembimbing I)

Telur asin merupakan salah satu produk olahan yang digemari oleh masyarakat karena penyajiannya yang praktis, memiliki cita rasa yang enak dan bergizi tinggi serta dapat dijadikan sumber pengganti protein ayam ataupun daging. Disamping itu harga telur asin juga relatif terjangkau oleh masyarakat. Telur asin dapat dijadikan sebagai alternatif solusi untuk persediaan bahan pangan di rumah dalam menghadapi pandemi virus corona saat ini.

Dibutuhkan sentuhan inovasi dalam pengolahan telur asin rasa baru yang belum banyak dijumpai masyarakat dengan tujuan agar telur asin tersebut memiliki harga jual yang lebih tinggi dan dapat bersaing dengan jenis pangan lauk-pauk lainnya, yaitu telur asin dengan rasa bawang putih. Penambahan bawang putih pada pembuatan telur asin ini akan memberikan cita rasa gurih dan aroma khas bawang putih. Hal ini juga merupakan salah satu upaya penganeekaragaman cita rasa pada telur asin yang memungkinkan bertambahnya peminat telur asin serta berpotensi sebagai peluang usaha pedagang telur asin.

Proyek Usaha Mandiri (PUM) ini bertujuan untuk mengetahui cara produksi yang optimal dan menganalisa kelayakan usaha telur asin rasa bawang putih serta untuk mengetahui proses pemasaran yang baik dalam memasarkan telur asin rasa bawang putih. Produksi dilaksanakan pada bulan Mei-Juli 2020 bertempat di rumah penulis. Metode pelaksanaan proyek usaha mandiri ini diawali dengan tahap survei pasar, pra produksi, produksi, dan analisa usaha. Parameter yang diamati yaitu sifat organoleptik (hedonik dan mutu hedonik) serta kerusakan produk.

Proses produksi telur asin rasa bawang putih dilakukan selama 15 kali produksi dan menghasilkan total 157 kemasan. Setiap produksi menghasilkan 9-13 kemasan dengan isi 3 butir per kemasan yang dijual dengan harga Rp. 10.000

per kemasan. Metode pemasaran yang dilakukan yaitu pemasaran secara langsung dengan cara konvensional menyumbang 53% produk terjual dibandingkan dengan pemasaran secara online 47%. Penjualan produk telur asin rasa bawang putih mendapatkan keuntungan sebesar Rp. 135.682 dengan laju keuntungan 9,45%. B/C rasio sebesar 1,09 dimana apabila nilai B/C rasio  $>1$  maka usaha ini layak untuk dijalankan.