

UPAYA PERBAIKAN PENJUALAN TELUR ASIN DI SEBERANG JALAN KOTA TEGAL YANG KIAN MENURUN

Dhini Puspita¹, Siti Aminah Caniago², Syamsuddin³
^{1,2,3}UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan
Email: puspitadini318@gmail.com¹, siti.aminah@uingusdur.ac.id²
syamsuddin@uingusdur.ac.id³

ABSTRAK: Penelitian ini bertujuan untuk memberikan solusi dalam perbaikan penjualan dari permasalahan yang dialami oleh pengusaha telur asin. Pada penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif dengan metode pengumpulan data berupa data primer dan sekunder. Data primer diperoleh dari hasil observasi yang penulis lihat dan amati di sekitar seberang jalan Pantura Tegal. Dan untuk data sekunder di peroleh dari beberapa jurnal yang sudah penulis baca dan diperoleh dari laman website <https://jateng.tribunnews.com> serta <https://www.jawapos.com>. Hasil penelitian didapat bahwa penjualan telur asin yang di perjualkan di daerah seberang jalan pantura Kota Tegal pada saat ini terpantau sedikit menurun, Salah satu penyebab menurunnya tingkat penjualannya yaitu dengan adanya Pembangunan jalan Tol Tegal, permasalahan dan kerugian yang yang dihadapi oleh pedagang telur asin, salah satunya kurangnya inovasi dan keterampilan dalam strategi penjualannya ini masih dibidang rendah. Perlu adanya perbaikan dalam strategi penjualan telur asin yang di jualkan.

Kata kunci: Perbaikan, Penjualan, Menurun

ABSTRACT: This research aims to provide solutions to improve sales of the problems experienced by salted egg entrepreneurs. This research uses a qualitative descriptive research method with data collection methods in the form of primary and secondary data. Primary data was obtained from observations that the author saw and observed around the opposite side of Pantura Tegal road. And secondary data was obtained from several journals that the author has read and obtained from the website <https://jateng.tribunnews> and <https://www.jawapos.com> The research results showed that sales of salted eggs sold in the area across the Pantura road in Tegal City are currently observed to have decreased slightly. One of the causes of the decline in sales levels is the construction of the Tegal toll road, the problems and losses faced by salted egg traders. one of which is the lack of innovation and skills in sales strategies which are still considered low. There needs to be improvements in the sales strategy for selling salted eggs.

Keywords: Improvement, Sales, Decline

1. PENDAHULUAN

Sebagai sumber protein hewani yang lezat, mudah dicerna, dan padat nutrisi, telur adalah makanan yang diproduksi oleh ayam (Rokana et al., 2018) . Selain itu, telur dapat digunakan sebagai lauk atau komponen dalam berbagai resep dan harganya yang sangat terjangkau. Salah satu negara yang memproduksi telur bebeknya melebihi produksi telur ayam adalah Indonesia (Salim et al., 2017) . Istilah "telur asin" mengacu pada makanan yang dibuat dari telur yang diawetkan dengan cara diasinkan, atau dengan diberi terlalu banyak garam untuk menghentikan kerja enzim pengurai (Ramli & Wahab, 2020). Ionisasi garam NaCl yang kemudian berdifusi merupakan langkah kunci dalam proses pembuatan telur asin (Rukmiasih et al., 2015). Telur bebek biasanya digunakan untuk membuat telur asin karena menghasilkan telur asin dengan kualitas yang lebih menarik, antara lain kuning telurnya berwarna oranye, teksturnya kasar, dan pinggirannya berminyak (Kaewmanee et al., 2011a). Telur asin sangat populer di seluruh

dunia. Namun penggunaan telur bebek dalam pengolahan pangan masih mempunyai kelemahan karena mudah rusak dan mempunyai aroma amis yang kuat sehingga tidak menggugah selera. Telur dan daging bebek merupakan alternatif terbaik bagi masyarakat kelas menengah ke bawah untuk memenuhi kebutuhan gizinya. Peternakan itik petelur, ayam pedaging, dan penghasil telur merupakan contoh perusahaan yang bergerak di bidang produksi. Salah satunya adalah produk telur asin Tegal yang memiliki rasa telur asin khas Tegal dan tidak banyak garam.

Kekhasan telur asin tentunya berdampak signifikan terhadap kegiatan pemasaran yang dijalankan, serta bahan dan kemasan yang digunakan. Pasalnya, pembangunan jalan tol yang dilakukan berdampak buruk terhadap kesejahteraan sosial ekonomi masyarakat, serta lingkungan hidup. Apalagi bagi mereka yang lahannya digunakan untuk membangun jalan tol. Keluhan pedagang telur asin di jalur Pantura Kota Tegal banyak disuarakan sejak Tol Fungsional Brebes - Semarang dibuka. Hal ini disebabkan menurunnya penjualan oleh-oleh berupa telur asin di sepanjang jalur Pantura Tegal hingga Brebes. Hal tersebut dirasakan oleh pedagang telur asin di Jalan Kolonel Sugiono di Sumpanggung, Margadana, Kota Tegal. Solusi atas permasalahan tidak adanya pelanggan telur asin di sepanjang jalur Pantura diminta oleh pihak pedagang. Hal ini menjadi landasan untuk mengkaji dampak pembangunan jalan tol terhadap pedagang telur asin dan membandingkannya dengan kondisi sebelum pembangunan jalan tol. Selain itu, perebusan telur asin seringkali mengakibatkan telur retak atau pecah sehingga menimbulkan kerugian bagi pedagang telur asin. Itu salah satu tantangannya. industri telur asin. Persaingan usaha yang semakin kompetitif menuntut para pelaku usaha agar memperhatikan efisiensi dan efektifitas dalam penggunaan sumber daya yang dimiliki agar tujuan yang ditetapkan Perusahaan tersebut tercapai.

Tujuan dibuatnya infrastruktur jalan tol adalah untuk membantu perekonomian. Namun ada pihak-pihak tertentu yang menanggung dampaknya, salah satunya adalah para pedagang telur asin yang menjual dagangannya di seberang Jalan Pantura. Menurut Siagian, Sondang P. (2003), pembangunan diartikan sebagai serangkaian upaya negara bangsa untuk mewujudkan pertumbuhan dan perubahan yang terencana dan terarah dalam kerangka pembangunan bangsa (national-building). Menurut Soekanto dan Soerjono (2013), pembangunan adalah suatu proses perubahan dalam segala bidang kehidupan yang dilakukan secara sadar berdasarkan strategi tertentu. Tujuan utama pembangunan adalah meningkatkan taraf hidup masyarakat, baik secara rohani maupun materil. Pembangunan terikat dengan perekonomian atau lebih diungkapkan dengan pengertian pembangunan ekonomi dari sudut pandang ekonomi. Akibatnya, masyarakat yang rumahnya harus memiliki izin mendirikan bangunan dapat menimbulkan permasalahan di desa, seperti perubahan mata pencaharian masyarakat yang mata pencaharian utamanya adalah berdagang rumah.

Nasib para pedagang telur asin juga harus diperhatikan agar program yang dijalankan memberikan pengaruh yang baik, bukan dampak negatif. Melihat permasalahan tersebut, para pedagang harus lebih kreatif dan strategis dalam memasarkan produk telur asinnya. Menjual dan mempromosikan produk telur asin dengan harga murah menggunakan pemasaran online melalui internet dan media elektronik, sehingga konsumen tertarik untuk membelinya. Sebagai tempat berjualan baru, menyajikan telur asin di tempat peristirahatan bisa menjadi pilihan. Bahkan tempat peristirahatan bisa diubah menjadi pusat telur asin sehingga pedagang bisa berjualan seperti biasa kepada pembeli yang memanfaatkan jalan tol. Perusahaan telur asin ini perlu meningkatkan pangsa pasar dan merebut pasar. Oleh karena itu, perusahaan harus memahami strategi bauran pemasaran atau marketing mix.

Penjual harus mampu dan memiliki bakat dan keterampilan kreatif agar dapat mempengaruhi orang lain. Kekhasan telur asin tentunya sangat berpengaruh pada bahan yang digunakan untuk mengemasnya agar tidak cepat busuk atau pecah saat dipukul atau dipukul. Selain menjaga kualitas produk dan mempromosikan produk telur asin, pemilik usaha telur asin juga harus memperhatikan komunikasi yang digunakan. Pentingnya komunikasi bisnis dalam membina hubungan yang lebih bersahabat antara penjual dan pembeli dan memastikan umur panjang perusahaan. Komunikasi bisnis merupakan suatu permasalahan penting yang memerlukan pertimbangan yang cukup matang oleh para pelaku usaha. Perusahaan dengan pemasaran yang tepat merupakan salah satu komponen pendukung untuk mencapai kesuksesan suatu perusahaan. Agar suatu bisnis dapat berjalan dengan lancar, diperlukan kemampuan manajemen keuangan. Bagi UMKM telur asin, rencana pemasaran yang tepat harus diterapkan. karena pendekatan pemasaran yang tepat dapat membantu mempertahankan atau bahkan mengembangkan pangsa pasar. Selain kerugian yang dialami dan tingkat produksi yang menurun, hal ini penting untuk dilakukan oleh UMKM.

Karena dari permasalahan tersebut terlihat dengan dibangunnya tol ini beberapa tahun terakhir, para pengusaha telur asin di kawasan Tegal, khususnya di seberang jalan Pantura, kini sudah sepi peminatnya, dan banyak pedagang telah menutup usahanya, terlihat bagaimana perusahaan kini melakukan inovasi dan terus eksis dalam menghadapi masuknya pesaing-pesaing baru. Untuk memenangkan pasar, manajemen harus mampu merancang metode yang segar dan efektif. Hal ini sesuai dengan keyakinan (Echo Perdana Kusumah, Disman, 2020) bahwa berbagai elemen mendorong keterlibatan merek, sehingga menghasilkan kesenangan konsumen dan kunjungan kembali. Dengan demikian, penelitian ini dapat memberikan dampak yang baik bagi para pengusaha telur asin yang tingkat produksinya sedang menurun sehingga dapat mencapai tingkat yang diinginkan oleh setiap pengusaha, yakni meningkatkan produksinya lebih lagi.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memberikan solusi atas tantangan yang dihadapi pengusaha telur asin akibat keberadaan jalan tol, bukan untuk membangun hambatan bagi pengusaha telur asin. Penjual dapat memanfaatkan produk telur asin yang cacat untuk membuat bahan makanan lain seperti kerupuk, membuat promosi, dan membuat iklan di media sosial, serta mempelajari kompetensi sumber daya manusia pengrajin telur asin dan dampaknya terhadap kinerja telur asin. bisnis di kota Tegal. Penjual juga dapat mempelajari tentang aplikasi pemasaran yang digunakan oleh para pengusaha telur asin dan strategi penjualan yang digunakan untuk menarik konsumen atau pelanggan sebanyak mungkin agar dapat memaksimalkan pendapatan.

Penelitian ini memberikan data dan pengetahuan yang dibutuhkan untuk memecahkan masalah dan mengambil keputusan. Nilai dan signifikansi penelitian ini sangat penting bagi para pengusaha telur asin, khususnya di wilayah Kota Tegal. Penelitian ini juga harus memberikan semangat kepada para pedagang yang mungkin masih mengalami kesulitan akibat terkena dampak proyek Pembangunan tol.

2. METODOLOGI PENELITIAN

2.1 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. (Creswell,2015) mendefinisikan penelitian kualitatif sebagai “penelitian yang menggunakan metode untuk memahami dan menggali makna yang tersimpan dalam diri individu atau kelompok orang sebagai akibat dari permasalahan sosial.” Metode kualitatif adalah proses

penelitian yang menghasilkan data deskriptif seperti kata-kata tertulis atau lisan atau perilaku yang dapat diamati.

2.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

Observasi ini dilakukan di lokasi penelitian di Sumurpanggung, Kecamatan Margadana, Kota Tegal, yaitu di seberang Jalan Pantura Tegal.

Menurunnya penjualan telur asin di kawasan Tegal, khususnya di sepanjang Jalan Pantura, antara lain disebabkan oleh pembangunan jalan tol yang berdampak negatif, antara lain mengganggu stabilitas lingkungan dan berdampak pada kehidupan sosial dan ekonomi masyarakat. Khususnya bagi masyarakat yang lahannya digunakan untuk pembangunan jalan tol.

2.3 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data merupakan suatu teknik untuk memperoleh suatu objek yang akan digunakan dalam menyusun temuan penelitian. Penelitian ini menggunakan data primer dan sekunder. Data primer tersebut diperoleh dari observasi yang dilakukan penulis di seberang Jalan Pantura Tegal. Data sekunder diperoleh dari banyak jurnal yang dibaca penulis maupun dari halaman website <https://jateng.tribunnews.com> serta <https://www.jawapos.com>.

2.4 Teknis Analisis Data

Setelah data diperoleh dengan menggunakan teknik pengumpulan data seperti observasi, wawancara, dan dokumentasi, maka dapat digunakan pendekatan analisis data. Langkah selanjutnya adalah menganalisis data. Peneliti menggunakan prosedur analisis data deskriptif kualitatif, yang mencakup berbagai proses seperti penyajian data, evaluasi data, dan kesimpulan data. Model Miles dan Hubberman digunakan untuk analisis data dalam penelitian ini, yang dapat dilakukan dengan langkah-langkah berikut:

1. Mereduksi Data

Reduksi data adalah suatu metode memilih, memfokuskan, menghilangkan, dan mengorganisasikan data guna mengembangkan dan memverifikasi kesimpulan akhir.

2. Penyajian Data

Penyajian data dalam penelitian kualitatif mempunyai berbagai bentuk, seperti ringkasan, bagan, atau tabel yang berkaitan dengan suatu kategori atau sejenisnya. Sistem penyajian data dalam penelitian ini menggunakan bentuk paragraf penjelasan.

3. Menyimpulkan Data

Dalam penelitian ini, kesimpulan diambil dengan menggunakan pernyataan dari ide penulis yang terkandung dalam artikel ini.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Sesuai dengan temuan peneliti yang diperoleh dari pengamatan yang dilakukan di sisi jalan Pantura Tegal. Keberadaan penjualan telur asin yang dijual di kawasan Sumurpanggung, seberang Jalan Pantura Kota Tegal, saat ini diketahui sedikit menurun. Hal ini perlu diteliti, bagi UMKM, khususnya penjual telur asin. Pembangunan Tol Tegal menjadi salah satu penyebab turunnya tingkat penjualan. Terlihat bahwa pembangunan jalan tol tersebut tidak hanya merugikan para pedagang telur asin saja, namun juga sebagian pegawai swasta, pengusaha, dan lain-lain. Hasil penelitian lain

mengungkapkan bahwa penjual telur asin menghadapi banyak tantangan dan kerugian, salah satunya adalah kurangnya inovasi dan kompetensi dalam pendekatan penjualannya yang masih tergolong rendah. Penulis juga menyelidiki bagaimana kemampuan seorang pedagang dalam menjalankan bisnis untuk meningkatkan kinerja bisnis. Oleh karena itu, diperlukan strategi penjualan, bauran pemasaran, dan fungsi komunikasi bisnis untuk meningkatkan penjualan telur asin yang terjual setelah adanya tol Tegal.

3.1 Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran adalah sesuatu yang harus diterapkan oleh semua bisnis ketika menawarkan produk. Strategi pemasaran merupakan gabungan dari Bauran Pemasaran yang meliputi Produk, Harga, Tempat, dan Promosi, serta bermanfaat untuk memahami kondisi pasar dan pesaing. Berdasarkan hasil penelitian, penerapan taktik pemasaran yang dilakukan oleh pedagang Telur Asin di kawasan Pantura Tegal dinilai sudah cukup baik, meskipun terdapat beberapa kekurangan yang mengakibatkan penurunan volume penjualan. Penyebab utama menurunnya penjualan telur asin adalah pembangunan Tol Tegal. Oleh karena itu, para pedagang telur asin harus lebih inovatif dan terampil untuk memperbaiki produknya akibat pembangunan jalan tol tersebut.

Produk telur asin yang produksi berkualitas tinggi dan dibuat menggunakan komponen bermutu tinggi. Dalam pemasaran, kualitas produk sangatlah penting. Banyak pelanggan bersedia membayar lebih untuk barang berkualitas tinggi. Para pedagang telur asin juga harus menerapkan cara pemasaran seperti memperluas wilayah pemasaran dan meningkatkan jumlah produksi yang tersedia untuk dijual di tempat rest area jalan tol. Sebagai lokasi berjualan baru, menyajikan telur asin di rest area bisa menjadi pilihan. Bahkan tempat rest area tol bisa diubah menjadi pusat telur asin sehingga pedagang bisa berjualan seperti biasa kepada pembeli yang memakai jalan tol. Penjual juga dapat menjual dan mempromosikan produk telur asin dengan harga yang wajar dengan menggunakan pemasaran online melalui internet dan media elektronik untuk mendorong konsumen agar membelinya.

Penetapan harga industri ini bervariasi tergantung pada berbagai factor. ini adalah salah satu metode pemasaran pengusaha. Dalam menentukan harga jual suatu produk, seorang pelaku usaha harus mempertimbangkan berbagai aspek, antara lain biaya produksi, biaya sumber daya manusia, profitabilitas, permintaan pasar, peraturan pemerintah, dan harga yang ditetapkan pesaing. Selain mencapai pendapatan dan meningkatkan penjualan sesuai dengan target yang direncanakan, Penetapan harga ini juga mempunyai dampak yang signifikan terhadap kemampuan perusahaan dalam membujuk masyarakat agar membeli produknya dan bersaing di pasar. Penjual juga dapat menerapkan metode pemasaran seperti menawarkan berbagai solusi pembayaran alternatif kepada konsumen. Produk, Harga, Tempat, dan Promosi merupakan strategi bauran pemasaran. Industri ini menekankan kualitas produk, yang dibedakan dari bahan produksi yang unggul, ketika melakukan pendekatan pemasaran yang mendukung upaya untuk meningkatkan penjualan.

Berdasarkan temuan penelitian ini, maka sebaiknya diterapkan rencana pemasaran sebagai berikut dalam rangka meningkatkan penjualan pada industri Telur Asin di kawasan Jalan Pantura Tegal adalah dengan cara promosi industri yang harus seimbang antara promosi langsung dan online. Para pedagang harus menyadari pentingnya mempromosikan produknya melalui internet atau platform media sosial seperti Facebook, Instagram, Shopee, Tokopedia, Twitter, dan lain-lain. Pasalnya, di era sekarang banyak masyarakat yang memilih berbelanja online dibandingkan pergi ke pasar dan memperluas wilayah pemasaran hingga mencakup seluruh Kota Tegal, salah

satu kapasitasnya adalah telur asin ini cocok dijadikan oleh-oleh. Jika produk telur asin ini ditawarkan di beberapa daerah, konsumen tidak akan kesulitan untuk mendapatkannya serta Meningkatkan volume produksi untuk mendapatkan keuntungan penjualan yang tinggi dan Menawarkan penawaran yang bervariasi kepada pelanggan.

3.2 Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*)

Menurut Cristian, bauran pemasaran adalah suatu perangkat yang terdiri dari produk, penetapan harga, promosi, dan distribusi yang akan mempengaruhi tingkat keberhasilan pemasaran, dengan tujuan untuk memperoleh tanggapan positif dari pasar sasaran yang dipilih. Strategi pemasaran menurut Nisa Novia Avien Christy dan Dwi Widi Pratito adalah suatu rencana yang menguraikan harapan-harapan perusahaan mengenai pengaruh berbagai tindakan atau program pemasaran terhadap permintaan produk atau lini produknya di pasar sasaran tertentu. Menurut Hesti dan Iqbal, salah satu alat strategi pemasaran yang menuntut pemahaman perusahaan secara komprehensif untuk menggabungkan aspek-aspek tersebut guna meningkatkan kinerja operasi pemasaran perusahaan adalah bauran pemasaran, yang terdiri dari produk, harga, lokasi, dan promosi. Rangkaian faktor-faktor yang dapat dikelola dan tingkat variabelnya dioptimalkan oleh perusahaan untuk mempengaruhi target pasar dan memenuhi tujuan pemasaran Perusahaan, menurut Rina Rachmawati. Oleh karena itu diperlukan taktik bauran pemasaran untuk memperkuat strategi penjualan telur asin.

a. Produk (*Product*)

Produk menurut Rachmawati adalah suatu keseluruhan desain, objek, dan proses yang dapat menawarkan beragam merek, kemasan, pelabelan, layanan pelengkap, dan jaminan. Menurut Christian A.D Selang (2013), intensitas kompetensi pasar memaksa perusahaan untuk mengupayakan kondisi produk yang tinggi agar dapat memperoleh keunggulan kompetitif dibandingkan pesaingnya, dan keunggulan suatu produk merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan suatu perusahaan. produk baru, dimana kesuksesan diukur dengan parameter jumlah penjualan produk.

b. Harga (*Price*)

Harga, menurut Rachmawati, merupakan alat untuk mengukur kualitas suatu barang atau jasa, serta transaksi lain yang dilakukan untuk mengamankan hak kepemilikan atau penggunaan jasa atau barang. Menurut Utami, harga merupakan salah satu komponen pemasaran dalam bauran pemasaran yang dapat mempengaruhi permintaan dan merupakan komponen penggerak posisi produk yang mempengaruhi cara pandang pelanggan terhadap produk dibandingkan dengan produk pesaing.

c. Tempat (*Place*)

Menurut Christian A.D., tempat dalam pemilihan lokasi berkorelasi dengan komitmen jangka panjang terhadap aspek-aspek yang bersifat insentif modal, sehingga perusahaan harus mempertimbangkan secara serius dan lebih memilih pemilihan lokasi yang lebih responsif terhadap situasi ekonomi, demografi, dan budaya. , serta persaingan di masa depan.

D. Promosi (*Promotion*)

Menurut Hermawan, promosi merupakan salah satu teknik penting yang harus diikuti oleh pelaku usaha dalam rangka memasarkan produk atau jasanya. Promosi

menurut Hermawan adalah segala kegiatan yang bertujuan untuk mengkomunikasikan dan mempromosikan produk kepada pasar sasaran yang dituju. Tujuan utama promosi menurut Hermawan adalah untuk menginformasikan, mempengaruhi, mengajak, dan mengingatkan masyarakat tentang produk atau jasa.

3.3 Peran Komunikasi Bisnis Terhadap Peningkatan Penjualan Telur Asin

Peningkatan penjualan suatu produk atau jasa harus menjadi prioritas bagi pemilik usaha. Metode untuk meningkatkan penjualan adalah melalui komunikasi bisnis. Untuk mencapai hasil yang diinginkan, diperlukan komunikasi bisnis yang kuat agar dapat menyampaikan pesan yang jelas dan benar kepada konsumen atau pelanggan (Ullen, 2015). Sebagai hasil dari penyampaian pesan yang baik melalui komunikasi bisnis yang lancar, sikap atau tindakan konsumen berubah. Pelanggan atau konsumen yang menjadi komunikator dapat menerima secara efektif, sehingga menghasilkan tindakan seperti memutuskan untuk membeli suatu produk atau jasa yang diberikan, yang berdampak baik terhadap peningkatan angka penjualan perusahaan.

Komunikasi bisnis perusahaan berupaya memperkenalkan hasil produksinya dan membina hubungan positif dengan klien atau konsumen guna meningkatkan penjualan produk. Untuk mencapai tujuan komunikasi perusahaan, pesan bisnis yang terstruktur dengan baik yang disampaikan secara lisan atau melalui media harus disiapkan (Hakim, 2021). Oleh karena itu, perlunya menjaga hubungan komunikasi dalam menjalankan bisnis. Dibandingkan dengan tidak adanya komunikasi, memiliki komunikasi sangatlah penting bagi perkembangan dan kemajuan suatu perusahaan. Mengatasi tantangan yang muncul ketika berinteraksi dengan perusahaan pesaing juga memerlukan komunikasi bisnis yang kuat.

Setelah melakukan hasil dan pembahasan mengenai penelitian tersebut, maka perlu adanya dukungan penelitian terdahulu terhadap temuan penelitian, hal tersebut bertujuan guna memberikan informasi, menghubungkan dan mencari gap mengenai hasil penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini.

Penelitian yang berjudul "Penerapan Komunikasi Bisnis Dalam Meningkatkan Penjualan Telur Asin (Java Argo) oleh Chrisatya Ezra Thesaputra¹, Leonard Adrie Manafe². Penelitian ini menggunakan Metode kualitatif digunakan sebagai suatu pendekatan dalam penelitian ini. Data primer diperoleh dari pemberian pertanyaan kepada enam orang beli melalui tahapan wawancara mendalam. Selain itu juga dilakukan pengamatan langsung dilapangan dan pengambilan dokumentasi. Adapun hasil dari penelitian menunjukkan bahwa JA telah melakukan penjualan telur asin secara langsung dengan menggunakan cara penjualan pribadi langsung ke pembeli. Penjualan tidak langsung juga diterapkan dengan menggunakan atau memanfaatkan media sosial. Penjualan tentu saja menerapkan cara menjalin komunikasi bisnis.

Penelitian yang berjudul "Analisis Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) pada Telur Asin UD. Ratu Sari, oleh Ahmad Farizal* ¹, Gian Fitralisma². Penelitian ini menggunakan Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan tipe penelitian deskriptif. Penelitian kali ini merupakan termasuk kedalam jenis penelitian studi kasus karena peneliti melakukan observasi mendalam terhadap aktifitas bauran pemasaran yang dilakukan oleh UD. Ratu Sari selain mendeskripsikan bauran pemasaran yang terdapat di perusahaan dan proses produksi. Dalam implementasi bauran pemasaran produk, harga, tempat dan promosi mendapatkan bahwa bauran pemasaran pada promosi dan tempat UD. Ratu sari kurang efektif dalam menjalankannya karena sudah era digital tetapi perusahaan tidak mencoba menjual di starup digital dan tempat

penjualan yang menggunakan tempat produksi seadanya membuat profil usaha kurang menarik.

Penelitian yang berjudul “Dampak Pembangunan Jalan Tol Brexit Terhadap Kondisi Mata Pencaharian dan Pendapatan UMKM Telur Asin” oleh Erni Unggul Sedya Utami¹, Bahri Kamal², Ghea Dwi Rahmadiane³, penelitian ini menggunakan . Penelitian ini menggunakan metode survey dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah Deskriptif Kualitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat peningkatan jumlah UMKM telur asin setelah berdirinya Tol Brexit sebesar 105,56 persen dari sebelumnya, atau yang sebelumnya sebanyak 18 UMKM telur asin, setelah berdirinya Tol Brexit meningkat menjadi 37 UMKM telur asin. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dampak pembangunan jalan tol Brexit terhadap kondisi mata pencaharian dan pendapatan UMKM telur asin di sekitar daerah tol Brexit dengan total sampel 37 responden.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan temuan yang penulis teliti, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

- a. Salah satu dampak yang membuat pedagang telur asin di seberang jalan Kota Tegal menjadi menurun adalah adanya Pembangunan Jalan Tol, dapat dikatakan bahwa adanya perubahan mata pencaharian setelah adanya Pembangunan Jalan Tol tidak hanya di rasakan oleh para pedagang saja, pegawai swasta, wiraswasta dan lainnya juga terkena dampak tersebut. kurangnya inovasi dan keterampilan dalam strategi penjualan juga termasuk dalam permasalahan yang dihadapi para pedagang tersebut. Dengan itu perlu adanya strategi pemasaran yang harus diterapkan.
- b. Strategi pemasaran dalam Upaya meningkatkan penjualan yang dilakukan oleh pedagang telur asin di Kawasan Kota Tegal yaitu memakai strategi bauran pemasaran atau *Marketing Mix* 4P yaitu Produk (*Product*), Harga (*Price*), Tempat (*Place*), Promosi (*Promotion*). Serta pentingnya menjaga jalinan komunikasi untuk melakukan bisnis. Dengan adanya komunikasi sangat penting bagi suatu perusahaan untuk berkembang dan maju dibandingkan tidak terdapatnya jalinan komunikasi. Dalam penerapan strategi pemasaran tersebut yang menjadi penunjang dalam Upaya meningkatkan penjualan. Strategi pemasaran yang seharusnya dilakukan dalam Upaya meningkatkan penjualan pada industry telur asin Kawasan Kota Tegal yaitu menyeimbangkan kegiatan promosi baik secara offline maupun online, area pemasarannya pun harus lebih luas dari yang telah di lakukan sebelumnya, pedagang juga harus meningkatkan volume produksi dan juga harus pintar dalam meningkatkan inovasi dan keterampilan penjualannya.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Akhtur Gumilang. (2018). *Dampak Tol Fungsional Brebes-Semarang, Pedagang Telur Asin Keluhkan Pendapatannya Turun Drastis*. Tribunjateng.Com. <https://jateng.tribunnews.com/2018/06/22/dampak-tol-fungsional-brebes-semarang-pedagang-telur-asin-keluhkan-pendapatannya-turun-drastis>
- Arifudin, O., Sofyan, Y., & Tanjung, R. (2020). Studi Kelayakan Bisnis Telur Asin H-Organik. *Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Bisnis*, 4(2), 341–352. <https://doi.org/10.31294/jeco.v4i2.8199>
- Ariviani, S., Fauza, G., & Ishartani, D. (2019). *Melalui Inovasi Proses Produksi*. 2.
- 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>
- Dyah Ratna Meta Novia. (2019). *Pedagang Telur Asin di Brebes Perlu Diperhatikan*. JawaPos.Com. <https://www.jawapos.com/berita-sekitar-anda/01212731/pedagang-telur-asin-di-brebes-perlu-diperhatikan>
- Fariha Eridani Naufalina. (2020). Fariha Eridani Naufalina Peranan Utama Pada Anyaman Bambu Sebagai Kemasan Telur Asin Brebes. *Jurnal ATRAT*, 8(2), 195–202.
- Farizal, A. (2021). Analisis Bauran Pemasaran (Marketing Mix) pada Telor Asin UD. Ratu Sari. *Journal of Economic and Management (JECMA)*, 2(1), 10–18. <https://doi.org/10.46772/jecma.v2i1.611>
- Ikhwan, S., & Nugroho, B. S. (2019). Identifikasi Dampak Pembangunan Jalan Tol Pejagalan-Brebes Timur Terhadap Pemasaran Telur Asin Di Jalan Pantura Brebes (Studi Kasus Umkm Telur Asin Kabupaten Brebes). *Jurnal Pro Bisnis*, 12(1), 15–28.
- Izzah, A., Bakhtiar, Y., Eliyen, K., Nurfarida, E., & Khalida, Z. (2023). *Pemanfaatan E-Commerce dan Social Media Market untuk Meningkatkan Brand Awareness pada Produk Usaha "Telur Asin Berkah"*. 1(7), 944–951.
- Merysa Yulianti, Farida Yulianti, A. S. (2018). *Analisis Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Pada Industri Rumah Tangga Telur Asin Kawasan Rumah Pangan Lestari Sri Rejeki Banjarmasin*. 14, 63–65. <https://doi.org/10.15900/j.cnki.zylf1995.2018.02.001>
- Nisa Novia Avien Christy, D. W. P. (2020). Penerapan Strategi Bauran Pemasaran Pada Usaha Kecil Telur Asin Di Kelurahan Tegal Sari, Kecamatan Candi Sari, Semarang. *Jurnal Majalah Ilmiah Solusi*, 21(1), 1–9. <http://journal.um-surabaya.ac.id/index.php/JKM/article/view/2203%0Ahttp://mpoc.org.my/malaysian-palm-oil-industry/>
- Rahkadima, Y. T., Fitri, M. A., Studi, P., Kimia, T., Nahdlatul, U., Sidoarjo, U., Studi, P., Industri, T., Nahdlatul, U., & Sidoarjo, U. (2019). *Aplikasi Manajemen Keuangan pada UMKM*. 2(2).
- Sari, A. R., Wibowo, C. H., & Fitriana, I. (2022). Peningkatan Keterampilan Teknologi Pembuatan Telur Asin Rempah Bagi Siswa Sma Sultan Agung 3 Semarang. *Jurnal Pasopati*, 4(1), 77–84.
- Sedyta utami, E. U., Kamal, B., & Rahmadiane, G. D. (2018). Dampak Pembangunan Jalan Tol Brebes Terhadap Kondisi Mata Pencaharian Dan Pendapatan Umkm Telor Asin. *Monex: Journal Research Accounting Politeknik Tegal*, 7(2), 423–429. <https://doi.org/10.30591/monex.v7i2.932>
- Suzana, I. J., Sumekar, W., & Gayatri, S. (2016). *Kompetensi Sumber Daya Manusia Pengrajin Telur Asin Dan Pengaruhnya Terhadap Kinerja Usaha Di Kabupaten Brebes Jawa Tengah (The competencies of human resources of salted egg craftsmen and its influence on business performance in Brebes Central Java)*. 16.
- Thesaputra, C. E., & Manafe, L. A. (2023). *Penerapan Komunikasi Bisnis Dalam Meningkatkan Penjualan Telur Asin (Java Agro)*. 05(01), 42–53.
- Yelvita, F. S. (2022). Pembinaan Kelompok Pedagang Telur Asin Tegal “Strategi Pemanfaatan Telur Asin Gagal Jual Menjadi Produk Kerupuk Telur Asin Aneka Rasa.” *Jurnal Pengabdian Masyarakat Nusantara*, 2(8.5.2017), 2003–2005.