

Sosialisasi Usaha Telur Asin Sebagai Bagian Makanan Olahan Rumahan

Ali Alamsyah Kusumadinata^{1*}, Astrid Sri Wahyuni Sumah²

^{1.} Sains Komunikasi, Universitas Djuanda, Bogor, Indonesia

^{2.} Program Pascasarjana Pendidikan Biologi, Universitas Muhammadiyah Palembang,
Korespondensi: ali.alamsyah@unida.ac.id

Abstract

Salted eggs are traditional specialties that have good nutritional adequacy value to supply the body. In addition to having local value, it also provides economic value. The purpose of dedication is to provide an introduction to one of the alternatives to making salted eggs and provide an explanation of marketing techniques that can be used. The service method is carried out by small-scale counseling and providing a space for joint practice. The results of this service show that the use of simple household tools can be used for making salted eggs, and can be developed as part of a micro-small business. The problem that often occurs is the erratic price of salted eggs and the price as well as the lack of public interest in eating salted eggs themselves. This is due to the lack of promotion of salted eggs as well as nutritional counseling of salted eggs which are less well known in the community. Therefore, the promotional and brand aspects of salted eggs need to be a concern and the marketing aspect needs to be a concern for salted egg producers. There is BEP produced from salted eggs reaching >1 and the R/C produced is the same >1. The salted egg business has a good business opportunity so it needs to be managed in production management and marketing.

Keywords: Brand, Market, Salted Egg

Abstrak

Telur asin merupakan makanan khas tradisional yang memiliki nilai kecukupan gizi yang baik untuk mensuplai tubuh. Selain memiliki nilai lokalitas juga memberikan nilai ekonomi. Tujuan pengabdian adalah memberikan pengenalan salah satu alternatif pembuatan telur asin dan memberikan penjelasan teknik pemasaran yang dapat digunakan. Metode pengabdian dilakukan dengan penyuluhan berskala kecil dan memberikan ruang praktek bersama. Hasil pengabdian ini menunjukkan bahwa pemanfaatan alat-alat rumah tangga yang sederhana dapat dimanfaatkan untuk pembuatan telur asin, serta dapat dikembangkan sebagai bagian dari usaha kecil mikro. Permasalahan yang sering terjadi adalah harga telur asin yang tidak menentu stock dan harganya serta minat masyarakat yang kurang dalam menyantap telur asin itu sendiri. Hal ini disebabkan oleh promosi telur asin yang kurang serta penyuluhan gizi telur asin yang kurang dikenal di masyarakat. Oleh karena itu aspek promosi dan aspek merk pada telur asin perlu menjadi perhatian serta aspek pemasaran perlu menjadi perhatian bagi produsen pembuat

telur asin. Adapun BEP yang dihasilkan dari telur asin mencapai >1 dan R/C yang dihasilkan pun demikian sama >1 . Usaha telur asin memiliki peluang bisnis yang baik sehingga perlu di tata manajemen produksi dan pemasarannya.

Kata Kunci: *Brand, Pasar, Telur Asin*

Pendahuluan

Usaha kecil mikro masyarakat merupakan salah satu bentuk produktivitas ekonomi masyarakat. Peternakan bebek (*Anas platyrhynchos domesticus*) ataupun entok (*Cairina moschata*) merupakan salah satu bentuk usaha petani yang menghasilkan telur dan daging yang umumnya dimanfaatkan sebagai pangan. Usaha tersebut memberikan nilai ekonomi yang mampu memberikan nilai tambah bagi kalangan keluarga petani. Usaha telur asin merupakan usaha rumahan yang dikelola masyarakat dan sumber telur berasal dari para penangkar bebek ataupun entok. Usaha ini memerlukan proses pangan yang perlu dipelajari dan diketahui teknis pengerjaannya.

Kendala dari penangkar yang terjadi adalah sulitnya menjual telur tersebut yang disebabkan oleh minat masyarakat yang kurang terhadap telur bebek. Hal inilah yang memungkinkan untuk diolah menjadi telur asin ataupun olahan lainnya.

Beberapa penemuan berkenaan pakan olahan (Syaputra, Lubis, & Iskandarini, 2023) memperlihatkan bahwa makanan olahan memberikan nilai tambah dan inovasi suatu produk. Hal ini memungkinkan untuk menciptakan varian dan rasa baru serta memiliki minat yang tinggi bagi yang menikmatinya. Selain itu memberikan kekuatan pada ekonomi dengan menciptakan lapangan kerja baru dengan menciptakan tenaga kerja yang terampil (Palupi, Zhafira, & Nurtama, 2019).

(Lechevalier, Croguennec, Anton, & Nau, 2011) telur dan pengolahannya saat ini memberikan peluang usaha untuk meningkatkan gizi masyarakat. Hal ini memungkinkan pihak industri dan masyarakat menciptakan formulasi bisnis dan formulasi pengolahan proses pembuatan telur yang higienis dan aman dikonsumsi. (Fauziyah, 2023) menyatakan bahwa potensi usaha makanan selalu menjanjikan

sebagai usaha dengan mempertimbangkan pilihan konsumen atau target pasar yang bervariasi. Hal ini harus selalu di coba dengan prinsip *unique selling point*, mengedepankan inovasi dan pelayanan yang berkesan. Hal ini disebabkan oleh kekayaan pengolahan merupakan kekayaan lokal yang dimiliki suatu masyarakat yang mencoba dan mentradisikan dalam lingkungannya. (Cermati.com, 2023) mengungkapkan bahwa peluang usaha selalu tersedia bagi usaha rumahan dengan mempertimbangkan persiapan yang matang, perencanaan serta riset dan analisa pasar untuk mengetahui cemilan yang memiliki permintaan pasaran yang diterima di masyarakat. Lanjutnya, bahwa hal yang perlu diperhatikan dalam mengemas makanan ringan pangan adalah memiliki kualitas yang bagus, inovasi produk dan pemasaran, hubungan dengan pelanggan yang menyenangkan, strategi yang cocok dengan pasar, visioner, berpikir luas dan positif. Olehkarena itu terus mencoba dan melihat peluang merupakan strategi yang baik untuk memulai usaha dan mengembangkan usaha rumahan.

Usaha rumahan untuk pangan lokal memiliki kemampuan yang dapat mendatangkan untung bagi ekonomi masyarakat. Hal ini membuka peluang usaha-usaha baru dalam kehidupan masyarakat dan menggerakkan roda ekonomi keluarga. Selain secara tidak langsung menggairahkan produksi pertanian dan mengembangkan usaha pertanian di sektor hilir. (Diana & Laila, 2020) Usaha kecil rumahan memerlukan dorongan dan motivasi dari civitas dan pemerintah dengan mendampingi produk ataupun memberikan input tentang penambahan input produksi atau produk yang berbeda yang sesuai dengan karakter masyarakat. Hal ini perlu memperhatikan aspek motivasi yang terus menerus, penciptaan merk produk/ branding serta strategi pasar yang menyesuaikan dengan kondisi pasar yang dihadapi. Internet salah satu bentuk strategi pasar yang dapat dikembangkan dan dapat menambah input produk bagi usaha mikro tersebut.

Pengabdian ini dilakukan di Jalan Tanjung Rawo, Bukit Lama, Ilir Barat 1, Kota Palembang dengan melihat peluang telur bebek yang tidak terlampau dimanfaatkan sebagai bagian dari usaha maka untuk meningkatkan nilai telur

tersebut pengabdian dilakukan dengan melakukan penyuluhan kelompok kecil. Tujuannya adalah membangun kesadaran dan kemampuan untuk mengolah hasil panen menjadi lebih bernilai.

Metode Pelaksanaan

Metode pengabdian dilakukan di perumahan warga dengan mengumpulkan beberapa warga yang memiliki ternak bebek dan berdiskusi bersama untuk membangun kesepahaman bersama. Penelitian ini dikategorikan penelitian observasi berpartisipasi dimana peneliti menuliskan dan mengembangkan materi penelitian dalam dan di masyarakat. Penelitian ini lebih condong pada studi kasus dalam membangun konstruksi data dan berpartisipasi dalam membangun instrumen penelitian menjadi laporan pengabdian yang didasarkan pada aspek pelaksanaan (Creswell, 2014). Sebelumnya metode ini diadopsi dari kegiatan penyuluhan pertanian pada umumnya dalam pelaksanaan harian penyuluh ke masyarakat (Iskandar, 2023). Laporan ini disajikan dalam bentuk kualitatif dan diperkaya dengan data kuantifikasi seperti hitungan B/C, R/C yang digunakan untuk menilai suatu unit usaha rumahan tersebut. Penelitian ini dilakukan di hari Sabtu, bulan April 2023 di Jalan Tanjung Rawo Kelurahan Bukit Lama, Kecamatan Ilir Barat 1 Kota Palembang.

Hasil Dan Pembahasan

1. Deskripsi Telur Asin

Telur asin sudah sejak lama dikenal masyarakat Indonesia. Telur Asin memiliki kekhasan tersendiri di masing-masing tempat ada yang memiliki varian bau dan rasa yang berbeda-beda. Akan tetapi pola pembuatannya memiliki cara yang sama. Ada yang menggunakan padatan tanah dan ada yang menggunakan cairan garam. (Rasyid, 2023) dalam ulasannya menunjukkan bahwa telur asin merupakan suatu produk budaya yang digunakan sebagai pangan yang mampu dibawa bepergian jauh yang tidak cepat terfermentasi cepat. Dengan ciri khasnya adalah cangkang yang berwarna kehijauan dan kuning telur yang berwarna jingga

terang dan tidak kusam karena memasir. Telur asin merupakan memiliki sejarah yang unik sebagai bagian dari persembahan orang-orang cina yang beragama budha sebagai bagian dari persembahan kepada dewa bumi. Selain itu, penggunaan telur asin merupakan bagian dari syarat seseorang bahwa akan bepergian lebih lama dan jauh. Rasyid mencatat bahwa dimulainya telur asin diperdagangkan pada sekitar tahun 1950 yang disebabkan jumlah yang banyak produksi yang dihasilkan oleh bebek pelari. Beberapa wilayah telur asin dimanfaatkan sebagai simbol kemerdekaan yang dimana telur dihiasi warna merah menandakan perjuangan Republik Indonesia. Beberapa wilayah di Brebes, Jawa Tengah, telur asin merupakan santapan harian yang dikonsumsi dan diperjualbelikan oleh masyarakat. (Lyliana, 2021) Telur asin yang baik memiliki ciri kulit berwarna biru muda/ kehijauan dan tidak kusam, serta pastikan tidak retak. Lanjutnya telur tersebut akan terasa berat apabila telah bisa dikonsumsi. Telur yang baik memiliki kuning berada di tengah dan berwarna jingga terang serta tidak kusam terdapat seperti memasir pada bagian kuning telur tersebut.

Memproduksi telur asin terbagi atas dua teknik yaitu telur bebek yang awetkan dengan cara diasinkan dengan lumpur abu gosok atau dengan air garam. Adapun lumpur abu gosok menurut (CNNIndonesia, 2022) terdiri atas (1) bahan telur yang sudah di cuci bersih, (2) abu gosok atau bata merah yang ditumbuk halus, (3) garam iodium, (4) air secukupnya, (5) ember atau keranjang secukupnya. Adapun cara pembuatannya adalah (1) campur abu gosok/ tanah merah dengan garam aduk hingga rata hingga tekstur menjadi pasta atau lumpur. (2) Balur telur dengan tanah tersebut hingga menjadi bola dan letakkan di keranjang atau ember. (3) Tunggu telur hingga 14 hari ke depan, cek kembali. (4) bersihkan telur dan rebus dengan api kecil hingga 30 menit sd 1 jam. (5) telur asin siap di jual ataupun disantap.

Cara kedua membuat telur asin, cara ini yang dipraktekkan dalam penyuluhan tersebut dengan pendekatan air garam yang direndam selama 5 hari. Pada praktikum yang dilakukan bahan yang digunakan adalah (1) telur bebek, (2)

garam dapur beriodium, (3) air, (4) ember berukuran 5 liter. Langkah pembuatan dari praktek kemasyarakatan adalah (1) rebus air dan tuangkan garam dan aduk sampai garam larut lalu dinginkan, (2) biarkan air sampai dingin lanjutkan dengan menuangkan air ke dalam ember yang berisi telur yang telah ditata. (3) tutup ember dengan penutup simpan hingga 5 hari. (4) Setelah proses perendaman rebus telur dengan api kecil selama 30 menit dilanjutkan dengan pengemasan ataupun konsumsi.

Adapun rincian dalam praktikum tersebut menggunakan 25 telur dan 1 kg garam. 1 kg garam akan dilarutkan ke dalam 5 liter air yang telah mendidih. Adapun saat pelarutan air garam dicampur dengan sendawa sebanyak 2 sendok makan. Sendawa tersebut bertujuan untuk mempercantik kuning telur tersebut sehingga bersih dan merekat. Air larutan yang digunakan dapat dipakai sebanyak 2-3 kali pemakaian untuk 25 telur. (Salirawati, 2021) Telur asin dapat juga ditambahkan rasa lain seperti bawang putih yang telah di haluskan untuk dirasa lebih segar saat menyantap telur tersebut. Penggunaan telur dapat dilakukan pada saat memasak air dan dicampur dengan bawang putih yang telah dihaluskan hingga mendidih baru di larutkan ke garam. Apabila menggunakan tanah maka akan disatukan melalui adonan tanah tersebut setelah dicampur dengan air garam yang telah dilarutkan. Berdasarkan pengalaman praktik telur asin dalam ruang dengan suhu kamar akan tahan 14 hari. Sedangkan pada suhu yang dingin dapat bertahan selama 30 hari.

2. Nilai Gizi Telur Asin

Fadli seorang dokter mengungkapkan bahwa telur asin memiliki manfaat membantu regenerasi sel yang menurunkan kadar lipid darah, membantu mencegah anemia, meningkatkan fungsi penglihatan, mencegah radikal bebas, melancarkan peredaran darah, meningkatkan fungsi otak, menjaga sistem kekebalan tubuh, mencegah masalah tulang, meningkatkan metabolisme tubuh, meningkatkan massa otot, menurunkan risiko beberapa penyakit (Fadli, 2023). Informasi gizi yang terkandung dalam telur asin adalah 137 kalori, lemak 10,23g,

karbohidrat 1,08g dan protein 9,51g yang terkandung di dalam 1 telur asin dengan rincian 68% lemak dan 3% karbohidrat serta 28% protein (FatSecret Platform API, 2020). Selain memberikan efek yang baik, bila berlebihan mengkonsumsi telur asin juga memberikan dampak yang tidak baik terhadap tubuh antara lain pembengkakan di wilayah kaki, meningkatkan risiko jantung, stroke dan sakit ginjal, merusak lapisan pelindung lambung, meningkatkan kadar kalsium pada urine yang berdampak apada batu ginjal dan osteoporosis. Hal ini dengan mempertimbangkan batas maksimal tubuh dalam mengkonsumsi garam atau natrium sebesar 30% dari jumlah yang maksimal (2.000 miligram) (Fadli, 2023).

3. Pemasaran dan Target Pasar

Pemasaran telur asin dapat dilakukan dengan menjual langsung, atau dilakukan dengan menitipkan di warung-warung kecil dengan di jual dengan harga Rp. 5.000 per buahnya. Atau dengan membuat pakat Rp.25.000 (5 buah) di dalam kemasan. Pemasaran telur asin menyesuaikan dengan tingkat produksi yang dihasilkan dalam satu hari. Telur asin juga dapat dipasarkan melalui kerjasama dengan indomaret ataupun alfamart dengan memperoleh izin yang telah didapat. Kelemahan dari kerjasama ini harus memperhatikan aspek kontinuitas yang permanen dengan jumlah pasok yang sesuai standar ke higienisan produk pangan yang halal dan sehat yang telah diberikan MUI dan Dinkes.

Pemasaran dapat juga dilakukan dengan menggunakan jasa internet yang di posting di media sosial baik berupa instagram, facebook, tiktok, twitter dengan tentunya menggunakan kemasan dan branding/ merk yang mudah diingat dan di dapatkan (Kusumadinata & Fitriah, 2017) (Kusumadinata, et al., 2022) (Malik, Kusumadinata, & Hasbiyah, 2023).

Target pasar diawal adalah lingkungan sekitar yang mampu memberikan kesan dan pesan yang baik sehingga terjalin nilai promosi yang baik. Hal ini memungkinkan produk akan dikenang dan diminati oleh konsumen. Selain itu produk ini juga mampu diletakkan di gerai lapak kue khas tradisonal di beberapa

toko yang ada di kota. Namun dengan melengkapi persetujuan Dinas kesehatan untuk perihal izin pangan lokal sertifikasi halal (Widjaja, 2018).

Adapun nilai dari R/C yang diperoleh adalah (jumlah penerimaan/ jumlah biaya) dimana (Rp. 92.500/Rp.32.500) menghasilkan 2,84 dimana R/C lebih besar dari 1. Dan B/C menghasilkan nilai yang sama dimana B/C adalah (jumlah pendapatan/ Total Biaya produksi) dengan rincian (Rp. Rp.125.000/Rp.32.500) dengan hasil 3,8 hal ini menunjukkan bahwa Ratio B/C memiliki nilai yang layak untuk dipertimbangkan dengan angka BEP yang dihasilkan 0,46. Pada penelitian (Nugroho & Masud, 2020) bahwa nilai BEP yang rendah memiliki potensi besar terhadap usaha produk dalam hal ini telur asin. Adapun nilai titik impas berada pada Rp. 3.500. Dari data analisa ini terdapat peluang bisnis yang menjanjikan pada telur asin sehingga perlu menjadi konsentrasi untuk pelabelan, merk dan kemasan dagang (Erlyana & Nadya, 2018) yang perlu diperhatikan oleh industri rumahan tersebut (Kusumadinata & Fitriah, 2017) (Rahima, Suriyati, & Hastuti, 2022). Oleh karena itu perlunya kembali mensosialisasikan bagaimana membangun izin edar makanan pangan melalui atauran Dinas Kesehatan selain itu juga sosialisasi akan pangan dan teknik pengurusannya.

Simpulan

Telur asin memberikan manfaat yang besar terhadap yang mengkonsumsi. Telur asin dapat memberikan nilai ekonomi bagi masyarakat. Telur asin merupakan bentuk dari industri rumahan atau usaha mikro kecil. Dari hasil analisa bersama dengan masyarakat kelompok di Tanjung Rawo menghasilkan nilai telur asin memiliki nilai BEP yang cepat kembali dengan nominal Rp 2.300/ buah. Hal ini menunjukkan angka R/C dan B/C di atas 1, dengan konsekuensi harga penjualan adalah Rp 5000 perbuahnya. Kelemahan lain adalah pasokan telur yang tidak stabil akan mempengaruhi harga jual dan keberlanjutan usaha. Diharapkan industri kecil dan usaha kecil rumahan dapat tumbuh di lingkungan masyarakat agar masyarakat mampu mandiri dengan ekonomi lokal.

Ucapan Terima Kasih

Terima kasih kami ucapkan pihak yang telah memberikan izin, ketua RT dan RW di Jalan Tanjung Rawo, Kelurahan Bukit Lama. Kepada masyarakat Tanjung Rawo dan kepada pihak kampus Universitas Djuanda Bogor dan Universitas Muhammadiyah Palembang yang memberikan dorongan kami untuk terus memberikan inovasi kepada masyarakat.

Daftar Pustaka

- Cermati.Com. (Den 4 5 2023). *14 Ide Bisnis Makanan Ringan Untuk Pemula*. Hämtat Från <https://www.cermati.com/>: <https://www.cermati.com/artikel/ide-bisnis-makanan-ringan-untuk-pemula>
- Cnnindonesia. (Den 22 10 2022). *2 Cara Membuat Telur Asin Yang Enak Dan Masir*. Hämtat Från <https://www.cnnindonesia.com/>: <https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20221005160358-267-856753/2-cara-membuat-telur-asin-yang-enak-dan-masir>
- Creswell, J. (2014). *Research Design : Qualitative, Quantitative, And Mixed Methods Approaches*. Singapore : Sage Publication.
- Diana, & Laila, N. (2020). Strategi Pengembangan Usaha Home Industri Makanan Sebagai Peluang Pendapatan Di Masa Pandemi Covid 19. *Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat LPPM UMJ* (Ss. 1-8). Jakarta: UMJ.
- Erlyana, Y., & Nadya, N. (2018). Analisis Desain Kemasan Mi Instan Edisi Khusus Indomie Tempo Doloe. *Titik Imaji*, 1(1), 17-29. Doi:<https://doi.org/10.30813/v1i1.1087>
- Fadli, R. (Den 5 5 2023). *Ini 11 Manfaat Telur Asin Bagi Kesehatan Tubuh*. Hämtat Från <https://www.halodoc.com/>: <https://www.halodoc.com/artikel/ini-11-manfaat-telur-asin-bagi-kesehatan-tubuh>
- Fatsecret Platform API. (Den 12 5 2020). *Informasi Gizi*. Hämtat Från <https://www.fatsecret.co.id/>: <https://www.fatsecret.co.id/kalori-gizi/umum/telur-asin>
- Fauziah, R. (Den 1 2 2023). *22 Ide Jualan Makanan Kekinian Yang Terbukti Pasti Untung*. Hämtat Från <https://www.gramedia.com/>: <https://www.gramedia.com/best-seller/ide-jualan-makanan-kekinian/>

- Iskandar, S. (2023). Penyuluhan Budidaya Jamur Tiram Di Desa Talang Aur. *Jurnal Pengabdian Pasca Unisti (JURDIANPASTI)*, 1(1), 31-44. Doi:<https://doi.org/10.48093/Jurdianpasti.V1i1.129>
- Kusumadinata, A. A., & Fitriah, M. (2017). Desain Produk Makanan Lokal Berbasis Industri Kecil Menengah. *Jurnal COMMED*, 2(1), 13-24. Doi:doi.org/10.33884/Commed.V2i1.234
- Kusumadinata, A. A., Salsabila, A., Ningsih, A., E, F., Rachman, F., Karim, M., . . . Nasrudin, W. (2022). Penyuluhan Pemanfaatan Sosial Media Instagram Membentuk Branding Usaha Mikro Kecil (UMK). *Jurnal Masyarakat Madani Indonesia*, 1(3), 149-156.
- Lechevalier, V., Croguennec, T., Anton, M., & Nau, F. (2011). Improving The Safety And Quality Of Eggs And Egg Products. *Woodhead Publishing Series In Food Science, Technology And Nutrition*, 538-581. Doi:<https://doi.org/10.1533/9780857093912.4.538>
- Lyliana, L. (Den 3 8 2021). 3 Cara Pilih Telur Asin Yang Bagus Dan Masir. Hämtat Från [Kompas.Com: https://www.kompas.com/food/read/2021/08/03/220300375/3-Cara-Pilih-Telur-Asin-Yang-Bagus-Dan-Masir?Page=All](https://www.kompas.com/food/read/2021/08/03/220300375/3-Cara-Pilih-Telur-Asin-Yang-Bagus-Dan-Masir?Page=All)
- Malik, T., Kusumadinata, A., & Hasbiyah, D. (2023). KERAGAMAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI. *Karimah Tauhid*, 2(1), 26-35. Doi:<https://doi.org/10.30997/Karimahtauhid.V2i1.7496>
- Nugroho, A. Y., & Masud, A. A. (2020). Proyeksi BEP, RC Ratio Dan R/L Ratio Terhadap Kelayakan Usaha (Studi Kasus Pada Usaha Taoge Di Desa Wonoagung Tirtoyudo Kabupaten Malang). *Jurnal Koperasi Dan Manajemen*, 2(1), 26-37.
- Palupi, N., Zhafira, N., & Nurtama, B. (2019). Optimasi Formula Tahu Lembut Instan Dan Rasio Air Rehidrasi Dalam Pengembangan Wedang Tahu Sebagai Pangan Fungsional. *Jurnal Muti Pangan*, 6(2), 63-71. Doi:[DOI:10.29244/Jmpi.2019.6.63](https://doi.org/10.29244/Jmpi.2019.6.63)
- Rahima, P., Suriyati, S., & Hastuti, H. (2022). Pelabelan Produk Dan Merek Dagang Untuk Promosi Penjualan Pada Warung Armina Karang Pule. *ADMA*, 2(2), 293-204. Doi:[DOI: https://doi.org/10.30812/Adma.V2i2.1557](https://doi.org/10.30812/Adma.V2i2.1557)
- Rasyid, S. (Den 16 2 2023). Sejarah Telur Asin Khas Brebes, Berawal Dari Tradisi Tionghoa. Hämtat Från [Www.Merdeka.Com: https://www.merdeka.com/jateng/sejarah-telur-asin-khas-brebes-berawal-dari-tradisi-tionghoa.html](https://www.merdeka.com/jateng/sejarah-telur-asin-khas-brebes-berawal-dari-tradisi-tionghoa.html)

Salirawati, D. (Den 26 3 2021). *Telur Asin Dalam Kehidupan Sehari-Hari*. Hämtat Från Www.Uny.Ac.Id: [Https://Www.Uny.Ac.Id/Id/Berita/Telur-Asin-Dalam-Kehidupan-Sehari-Hari](https://Www.Uny.Ac.Id/Id/Berita/Telur-Asin-Dalam-Kehidupan-Sehari-Hari)

Syaputra, E., Lubis, S., & Iskandarini. (2023). *Analisis Nilai Tambah Produk Olahan Bolu Dan Brownies Rambutan*. (Media.Neliti.Com) Hämtat Från [Https://Media.Neliti.Com/Media/Publications/94703-ID-Analisis-Nilai-Tambah-Produk-Olahan-Bolu.Pdf](https://Media.Neliti.Com/Media/Publications/94703-ID-Analisis-Nilai-Tambah-Produk-Olahan-Bolu.Pdf) Den 30 6 2023

Widjaja, T. (2018). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumsi Rumah Tangga Dan Dampaknya Terhadap Pertumbuhan Ekonomi. *JTEM*, 3(2). Doi:[Https://Doi.Org/10.29264/Jiem.V3i2.2381](https://Doi.Org/10.29264/Jiem.V3i2.2381)

