

PELATIHAN STRATEGI PEMASARAN ONLINE BAGI UMKM BAWANG GORENG DI KECAMATAN GROGOL

Choirul Hana^{1*}, Dwi Apriyanti Kumalasari², Rico Anggriawan³

¹Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Kahuripan Kediri

²Fakultas Pertanian, Universitas Kahuripan Kediri

³Fakultas Peternakan, Universitas Kahuripan Kediri

Email: choirulhana@kahuripan.ac.id

Abstrak

Bawang Merah (*Allium cepa L. Var. aggregatum*) adalah salah satu bumbu masak utama dunia yang berasal dari Iran, Pakistan dan pegunungan – pegunungan di sebelah utaranya, tetapi kemudian menyebar di berbagai penjuru dunia, baik sub tropis maupun tropis. Wujudnya berupa ubi yang dapat dimakan mentah, untuk bumbu masak, acar, obat tradisional, zat pewarna dan campuran sayuran. Daerah sentral penghasil bawang di Indonesia yaitu Brebes, Probolinggo, Tegal, Nganjuk, Cirebon, Kediri, Bandung, Malang, dan Pemalang. Kabupaten Nganjuk memiliki potensi utama penghasil padi dan bawang merah. Bawang merah biasanya dipanen beserta daunnya. Umur panen bawang merah cukup bervariasi, tergantung varietas, tempat penanaman, tingkat kesuburan, dan tujuan penanaman. Seperti petani bawang merah di Desa Setren – Kecamatan Rejoso – Kabupaten Nganjuk mulai panen bawang merah di usia 3-4 bulan, dalam setiap tahunnya mereka panen sebanyak 3 sampai 4 kali. Bawang merah dipanen beserta daun. Untuk bawang merah yang digunakan untuk bibit masa panen lebih lama 10 hari dari bawang merah yang dikonsumsi. Perlakuan pasca panen bawang merah untuk bibit dan konsumsi berbeda. Untuk bawang merah yang dijadikan bibit setelah dipanen diletakkan menggantung diatas jagrak tanpa dipotong daunnya. Sedangkan untuk bawang merah yang dikonsumsi setelah dipanen dari sawah dibiarkan selama 10 hari untuk menghilangkan kadar air, dibawa ketempat pemotongan daun kemudian dijual. Banyak permasalahan yang dihadapi petani bawang merah baik sebelum maupun sesudah panen seperti serangan hama, naiknya biaya tenaga kerja pada saat panen, Sulit mencari pestisida, turunnya harga bawang merah. Dari permasalahan tersebut yang pengabdian memberikan solusi untuk menanggulangi turunnya harga bawang merah dengan mengadakan Pelatihan Strategi Pemasaran Bagi UMKM Bawang Goreng di Kecamatan Grogol. Tujuan yang ingin dicapai dari pengabdian ini adalah pendidikan pada masyarakat khususnya kepada UMKM bawang goreng. Luaran wajib dari pengabdian ini adalah publikasi di jurnal nasional ber ISSN, Peningkatan pemberdayaan mitra dalam pengetahuan, ketrampilan dan semakin luasnya area pemasaran.

Kata kunci: Bawang Goreng, Pemasaran, Online, UMKM.

Abstract

Shallots (Allium cepa L. Var. aggregatum) is one of the world's main cooking spices originating from Iran, Pakistan and the mountains to the north, but then spread to various parts of the world, both sub-tropical and tropical. Its form is in the form of sweet potatoes that can be eaten raw, for cooking spices, pickles, traditional medicines, coloring agents and mixed vegetables. The central onion-producing regions in Indonesia are Brebes, Probolinggo, Tegal, Nganjuk, Cirebon, Kediri, Bandung, Malang, and Pemalang. Nganjuk Regency has the main potential for producing rice and shallots. Shallots are usually harvested along with the leaves. The harvesting age of shallots is quite varied, depending on the variety, the place of planting, the level of fertility, and the purpose of planting. For example, shallot farmers in Setren Village – Rejoso District – Nganjuk Regency start harvesting shallots at the age of 3-4 months, each year they harvest 3 to 4 times. Shallots are harvested along with the leaves. For shallots used for seeds, the harvest period is 10 days longer than the shallots consumed. The post-harvest treatment of shallots for seeds and consumption is different. For onions that are used as seeds after being harvested, they are placed hanging over the jagrak without cutting the leaves. Meanwhile, shallots that are consumed after being harvested from the fields are left for 10 days to remove the moisture content, taken to a leaf cutting site and then sold. There are many problems faced by shallot farmers both before and after harvest, such as pest attacks, rising labor costs at harvest, difficulty finding pesticides, falling prices of shallots. From these

problems, the service provider provides a solution to overcome the fall in the price of shallots by holding a Marketing Strategy Training for Fried Onion SMEs in Grogol District. The goal to be achieved from this service is education for the community, especially for fried onion SMEs. The mandatory outputs of this service are publications in national journals with ISSN, Increased partner empowerment in knowledge, skills and the wider marketing area

Keyword: Fried Onions, Marketing, Online, UMKM

Pendahuluan

Bawang Merah (*allium cepa L. Var. aggregatum*) adalah salah satu bumbu masak utama dunia yang berasal dari Iran, Pakistan dan pegunungan – pegunungan di sebelah utaranya, tetapi kemudian menyebar di berbagai penjuru dunia, baik sub tropis maupun tropis. Wujudnya berupa ubi yang dapat dimakan mentah, untuk bumbu masak, acar, obat tradisional, zat pewarna dan campuran sayuran. Daerah sentral penghasil bawang di Indonesia yaitu Brebes, Probolinggo, Tegal, Nganjuk, Cirebon, Kediri, Bandung, Malang, dan Pematang. Kabupaten Nganjuk memiliki potensi utama penghasil padi dan bawang merah. Bawang merah biasanya dipanen beserta daunnya. Umur panen bawang merah cukup bervariasi, tergantung varietas, tempat penanaman, tingkat kesuburan, dan tujuan penanaman. Seperti petani bawang merah di Desa Setren – Kecamatan Rejos – Kabupaten Nganjuk mulai panen bawang merah di usia 3-4 bulan, dalam setiap tahunnya mereka panen sebanyak 3 sampai 4 kali. Bawang merah dipanen beserta daun. Untuk bawang merah yang digunakan untuk bibit masa panen lebih lama 10 hari dari bawang merah yang dikonsumsi. Perlakuan pasca panen bawang merah untuk bibit dan konsumsi berbeda. Untuk bawang merah yang dijadikan bibit setelah dipanen diletakan menggantung diatas jagrak tanpa dipotong daunnya. Sedangkan untuk bawang merah yang dikonsumsi setelah dipanen dari sawah dibiarkan selama 10 hari untuk menghilangkan kadar air, dibawah ketempat pemotongan daun kemudian dijual. Banyak permasalahan yang dihadapi petani bawang merah baik sebelum maupun sesudah panen. Permasalahan yang timbul adalah serangan hama ulat yang membutuhkan biaya sangat besar, hampir 50% dari hasil panen terserap untuk pembelian pestisida. Pemotongan daun bawang merah memerlukan waktu lama hal tersebut dikarenakan proses pemotongan masih dilakukan secara manual, selain itu di masa new normal seperti saat ini adanya pembatasan jumlah tenaga kerja yang masuk setiap harinya. Sehingga petani bawang merah sering kali tidak dapat memenuhi permintaan pembeli. Sulitnya mencari tenaga kerja untuk memotong daun bawang merah, pada saat panen raya biaya tenaga kerja untuk memotong daun bawang merah per kg mencapai Rp. 1.000,- naik dari sebelumnya, meskipun ada kenaikan yang signifikan petani bawang merah tetap memperkerjakannya tanpa memperhatikan biaya yang

timbul sehingga banyak petani yang mengalami kerugian karena biaya yang dikeluarkan tidak sebanding dengan hasil penjualan. Turunya harga bawang merah ketika panen raya. Berdasarkan permasalahan tersebut diatas perlu adanya solusi terkait turunya harga bawang merah dengan cara memperluas jaringan pemasaran sehingga pengabdian memilih judul “Pelatihan Strategi Pemasaran Online pada UMKM bawang merah di Kecamatan Grogol”.

Metode Pelaksanaan

Pengabdian masyarakat dilakukan di Ds. Sonorejo – Kec. Grogol – Kab. Kediri dengan sasaran pelaku UMKM Bawang Goreng di Kecamatan Grogol. Waktu pelaksanaan program selama 6 bulan terhitung dari proposal disetujui.

Penanganan permasalahan mitra seperti yang sudah diuraikan diatas dilakukan dengan metode sebagai berikut:

1. Wawancara

Wawancara dilakukan dengan beberapa pelaku UMKM bawang merah untuk menggali informasi terkait permasalahan yang ada di mitra agar dapat memberikan solusi sesuai dengan yang dibutuhkan.

2. Observasi

Observasi dilakukan tim pelaksana untuk melihat kondisi permasalahan di bagian produksi, dibagian packing, di daerah pemasaran. mitra di ladang mitra, digudang mitra dan tempat pemotongan daun bawang.

3. Pendidikan Masyarakat

Pendidikan masyarakat dilakukan tim pelaksana dengan mitra melalui kegiatan pendampingan pembuatan akun social media, bergabung dengan pengusaha bawang merah, membuat flyer, membuat video mengenai produk bawang merah sampai dengan memposting produk dan melakukan observasi setelah dilakukan pemasaran melalui social media.

Hasil dan Pembahasan

Hasil dari kegiatan pengabdian masyarakat yang sudah dilakukan sebagai berikut:

1. Tahap Persiapan.

Pembentukan panitia pelaksana yang terdiri dari tim pemberi materi strategi pemasaran online, pendampingan pemasaran online & pembuatan konten produk yang dipasarkan dengan anggota yang terdiri dari 3 dosen dan 2 mahasiswa.

2. Melakukan koordinasi dengan mitra, pemerintah daerah setempat dan Tim Pengusul.
3. Melaksanakan pelatihan dengan menyampaikan materi tentang strategi pemasaran online yang dapat dilakukan untuk memperluas jaringan pemasaran seperti social media marketing, Reseller atau Dropshipper, Email Marketing, Influencer, Google Ads, Search Engine Optimization (SEO) dan Search Engine Marketing (SEM).
4. Setelah melakukan pelatihan masing – masing pelaku UMKM menentukan strategi pemasaran online yang digunakan untuk memperluas jaringan pemasaran. Dalam hal ini pelaku UMKM memilih memperluas jaringan pemasaran melalui social media marketing. Tim pelaksana melakukan pendampingan kepada pelaku UMKM untuk membuat akun social media yang belum dimiliki. Tim pelaksana yang lain membuat flyer yang memuat deskripsi produk, merk, berat kemasan, dan komposisi.
5. Melakukan pendampingan memasukan konten ke dalam social media
6. Melakukan evaluasi setelah 3 bulan menerapkan strategi pemasaran secara online yaitu adanya peningkatan penjualan dan perluasan area pemasaran.
7. Adapun peningkatan penjualan dapat dilihat pada table berikut:

Tabel 1
Peningkatan Penjualan Bawang Goreng

Periode Penjualan	Hasil Penjualan Sebelum Pelatihan	Hasil Penjualan Setelah Pelatihan
April	75	
Mei	100	
Juni	75	
Juli	95	
Agustus		150
September		150
Oktober		200

Sumber : Data diolah, 2021

8. Adapun perluasan area pemasaran dapat dilihat pada table di bawah:

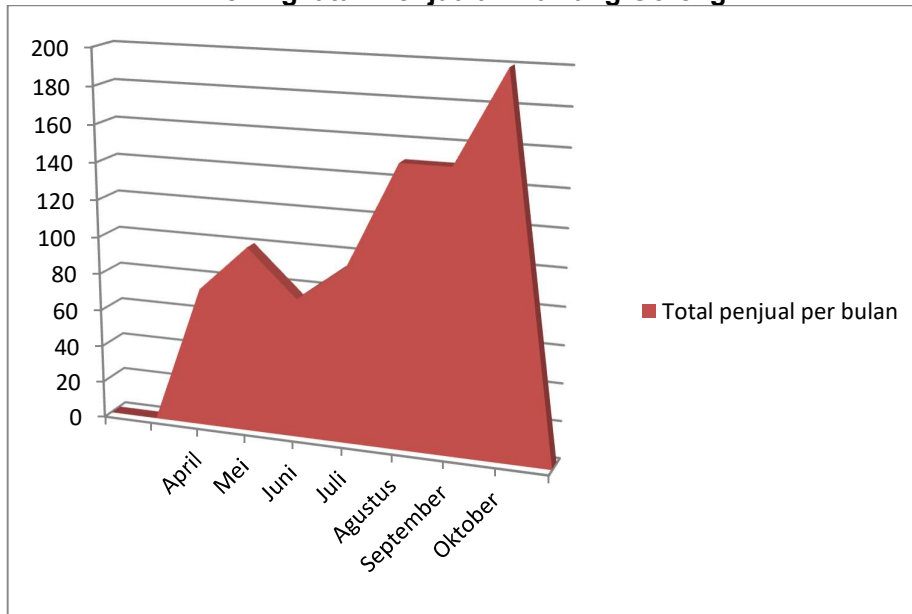
Tabel 2
Perluasan Area Pemasaran Bawang Goreng

Periode Pemasaran	Daerah Pemasaran Sebelum Pelatihan	Daerah Pemasaran Setelah Pelatihan
April	Kec. Grogol, Kec. Banyakan	
Mei	Kec. Grogol, Kec. Banyakan, Kec. Mrican	
Juni	Kec. Grogol, Kec. Banyakan, Kec. Mrican, Kec. Ngadiluwih	
Juli	Kec. Grogol, Kec. Banyakan, Kec. Mrican, Kec. Ngadiluwih	
Agustus		Kec. Grogol, Kec. Banyakan, Kec. Mrican, Kec. Ngadiluwih, Kota Blitar
September		Kec. Grogol, Kec. Banyakan, Kec. Mrican, Kec. Ngadiluwih, Kota Blitar, Kota Tangerang
Oktober		Kec. Grogol, Kec. Banyakan, Kec. Mrican, Kec. Ngadiluwih, Kota Blitar, Kota Tangerang, Kota Mojokerto

Sumber : Data diolah, 2021

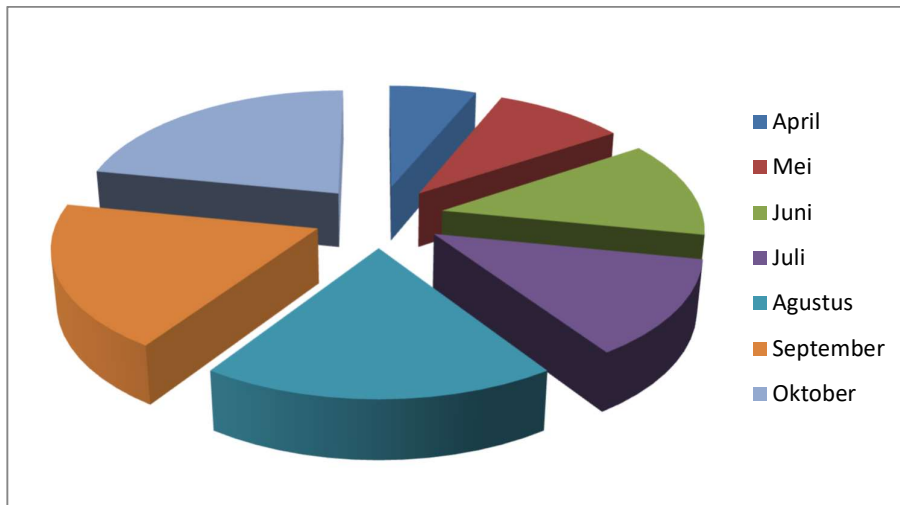
Dari table 1 dan table 2 dapat dilihat bahwa perluasan area pemasaran memiliki dampak terhadap peningkatan penjualan bawang goreng. Penjualan mengalami kenaikan sebesar 63% setelah dilakukan pelatihan. Sedangkan area pemasaran mengalami perluasan yang cukup signifikan dimana sebelum dilakukan pemasaran secara online area pemasaran mencakup wilayah Kediri, namun setelah dilakukan pemasaran secara online area pemasaran sudah lintas provinsi hal ini terbukti adanya tambahan konsumen barang goreng dari Blitar, Tangerang dan Mojokerto. Perluasan area pemasaran yang memiliki dampak terhadap peningkatan penjualan bawang goreng dapat dilihat melalui grafik sebagai berikut:

Grafik 1
Peningkatan Penjualan Bawang Goreng



Sumber : Data diolah, 2021

Grafik 2
Perluasan Area Pemasaran



Sumber : Data diolah, 2021

Kesimpulan

Berdasarkan hasil pelaksanaan kegiatan pengabdian yang dilakukan oleh tim pengabdian dari bulan April sampai dengan bulan Oktober dimana pengabdian dilaksanakan dengan metode pendidikan kepada masyarakat dengan memberikan pelatihan pemasaran online, melakukan evaluasi setelah dilakukan pelatihan dan sebelum pelatihan dapat ditarik kesimpulan bahwa penjualan bawang merah mengalami peningkatan 63% setelah dilakukan pengabdian, sedangkan area pemasaran mengalami perluasan hingga ke luar Provinsi Jawa Timur.

Saran

Saran yang dapat diberikan oleh tim pengabdian kepada pelaku UMKM adalah sebagai berikut:

1. Melakukan pemasaran online untuk memperluas area pemasaran
2. Menjaga kualitas produk bawang goreng dan konsumen yang sudah ada selama ini
3. Dapat mengukur kemampuan dalam pemenuhan pesanan.

DAFTAR PUSTAKA

- Anonim (2020) Bawang Merah. <http://duniaplant.blogspot.co.id>, Diakses pada 27 Oktober 2020
- Anonim (2020) Hasil Panen Bawang <http://pascapanen.litbang.pertanian.go.id>. Diakses pada 28 Oktober 2020
- Data Direktorat Gizi, Departemen Kesehatan RI
- Laude, S., Tambing, Y., 2010., *The Growth and Yield of Spring Onion (Allium Fistulosum L.) At Various Application of Chicken Manure Doses.*, Jurusan Budidaya Pertanian, Fakultas Pertanian Universitas Taduloko Palu, Sulawesi Tengah.
- Mintjelungan, N, C., Homenta, H., Pakekong, D, E., 2016., *Uji Daya Hambat*
- Rahayu, E., A.V Nur. 2004. *Bawang Merah (Menenal varietas unggul dancara budidaya secara kontinu)*. PT. Penebar Swadaya. Cetakan Ke X dst.