



Pengembangan Kapasitas Usaha Klasterisasi Bawang Merah “Diversifikasi Produk Bawang Merah dan Strategi Pemasaran Di Era Digitalisasi”

Zaenul Arif

zaenul_arif@stmik-tegal.ac.id

STMIK YMI TEGAL

Nugroho Adhi Santoso

nugrohoadhisantoso@stmik-tegal.ac.id

STMIK YMI TEGAL

Bangkit Indarmawan Nugroho

bangkit_in@stmik-tegal.ac.id

STMIK YMI TEGAL

Aang Alim Murtopo

aang.alim@stmik-tegal.ac.id

STMIK YMI TEGAL

Sarif Surejo

sarif-surejo@stmik-tegal.ac.id

STMIK YMI TEGAL

Syefudin

syefudin@stmik-tegal.ac.id

STMIK YMI TEGAL

Bayu Aji Santoso

bayu@stmik-tegal.ac.id

STMIK YMI TEGAL

Abstract. *The development of shallot cluster business capacity is crucial in increasing the competitiveness and welfare of farmers, especially in the digital era. This community service aims to explore the potential for shallot product diversification and formulate effective marketing strategies through the use of digital platforms. Through a qualitative approach with case studies on selected shallot clusters, this study identified various processed shallot products that have added value, such as fried shallots with various flavors, shallot floss, shallot paste, and other derivative products. The analysis of digital marketing strategies includes the use of social media, e-commerce, and other online platforms to expand market reach and increase interaction with consumers. The results of community service are expected to provide practical recommendations for the development of shallot cluster business capacity, encourage product innovation, and optimize the use of digital technology in marketing strategies to achieve sustainable economic growth for farmers.*

Keywords: clustering, shallots, crucial, diversification, digitalization.

Abstrak. Pengembangan kapasitas usaha klasterisasi bawang merah menjadi krusial dalam meningkatkan daya saing dan kesejahteraan petani, terutama di era digitalisasi. Pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk mengeksplorasi potensi diversifikasi produk bawang merah dan merumuskan strategi pemasaran yang efektif melalui pemanfaatan platform digital. Melalui pendekatan kualitatif dengan studi kasus pada klaster bawang merah terpilih, penelitian ini mengidentifikasi berbagai produk olahan bawang merah yang memiliki nilai tambah, seperti bawang goreng dengan varian rasa, abon bawang, pasta bawang, dan produk turunan lainnya. Analisis strategi pemasaran digital mencakup pemanfaatan media sosial, *e-commerce*, dan platform daring lainnya untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan interaksi dengan konsumen. Hasil pengabdian masyarakat diharapkan dapat memberikan rekomendasi praktis bagi pengembangan kapasitas usaha klaster bawang merah, mendorong inovasi produk, dan mengoptimalkan pemanfaatan teknologi digital dalam strategi pemasaran guna mencapai pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan bagi

petani.

Kata Kunci: klasterisasi, bawang merah, krusial, diversifikasi, digitalisasi.

PENDAHULUAN

Bawang merah merupakan salah satu komoditas hortikultura penting di Indonesia yang memiliki nilai ekonomi tinggi dan kontribusi signifikan terhadap pendapatan petani serta perekonomian daerah (Wardani et al., 2022). Pola pertanian bawang merah di Indonesia umumnya terfragmentasi dalam skala kecil dan seringkali terpusat pada wilayah-wilayah tertentu, membentuk klaster-klaster produksi (Muhammad & Ekaria, 2019). Klasterisasi ini memiliki potensi untuk meningkatkan efisiensi, inovasi, dan daya saing melalui sinergi antar petani, pemasok, dan pihak terkait lainnya. Namun, tantangan seperti fluktuasi harga, keterbatasan akses pasar, dan kurangnya diversifikasi produk seringkali menghambat pengembangan kapasitas usaha dalam klaster bawang merah (Diversifikasi produk unggulan daerah bawang merah lokal khas, n.d.).

Di era digitalisasi yang berkembang pesat, teknologi informasi dan komunikasi menawarkan peluang baru dalam mengatasi berbagai tantangan tersebut. Pemanfaatan platform digital dapat memperluas jangkauan pasar, memfasilitasi transaksi, meningkatkan efisiensi rantai pasok, dan membangun hubungan yang lebih dekat dengan konsumen. Selain itu, diversifikasi produk olahan bawang merah memiliki potensi besar untuk meningkatkan nilai tambah, mengurangi ketergantungan pada produk segar, dan menciptakan peluang pasar baru. Produk-produk turunan seperti bawang goreng dengan berbagai varian rasa, abon bawang, pasta bawang, dan ekstrak bawang dapat menjangkau segmen pasar yang lebih luas dan meningkatkan profitabilitas usaha (Hendarto, 2021).

Pengabdian masyarakat ini difokuskan pada pengembangan kapasitas usaha klasterisasi bawang merah melalui dua aspek utama yang diversifikasi produk dan strategi pemasaran di era digitalisasi. Kajian ini bertujuan untuk mengidentifikasi potensi diversifikasi produk bawang merah yang dapat dikembangkan oleh klaster, serta merumuskan strategi pemasaran yang efektif dengan memanfaatkan platform dan teknologi digital (Mumtazah & Kusuma, 2022). Pengabdian masyarakat ini dapat memberikan wawasan dan rekomendasi praktis bagi para pemangku kepentingan dalam upaya meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha klaster bawang merah di Indonesia. Melalui pengabdian masyarakat ini, kita akan belajar lebih dalam tentang bagaimana cara membentuk dan mengelola klaster bawang merah yang kuat, bagaimana cara mengolah bawang merah menjadi berbagai produk yang bernilai jual tinggi, dan bagaimana cara memanfaatkan teknologi digital untuk memasarkan produk kita dengan lebih luas.

METODE

Metode yang dilakukan dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini dimulai dari awal sampai akhir adalah sebagai berikut:

1. Kegiatan dilapangan:

- a. **Survei:** Mengumpulkan data primer langsung dari petani bawang merah yang tergabung dalam klaster, pengurus klaster, tokoh masyarakat, dan pihak-pihak terkait lainnya. Survei dapat dilakukan melalui kuesioner terstruktur untuk mendapatkan data kuantitatif mengenai praktik pertanian, kendala usaha, minat terhadap diversifikasi produk, tingkat pemahaman dan pemanfaatan teknologi digital, serta preferensi pemasaran.
- b. **Wawancara Mendalam:** Melakukan wawancara tatap muka dengan informan kunci seperti ketua klaster, petani senior yang sukses, perwakilan dinas pertanian,

pelaku usaha pengolahan pangan, dan ahli pemasaran digital. Wawancara mendalam memungkinkan untuk menggali informasi kualitatif yang lebih mendalam mengenai pengalaman, perspektif, tantangan, dan peluang terkait tema yang diangkat.

- c. **Observasi Partisipatif:** Terlibat langsung dalam kegiatan klaster, seperti pertemuan anggota, proses produksi, atau kegiatan pemasaran, untuk memahami dinamika internal, interaksi antar anggota, dan praktik-praktik yang berjalan. Observasi membantu mendapatkan pemahaman kontekstual yang kaya.
- d. **Focus Group Discussion (FGD):** Mengumpulkan sekelompok petani bawang merah dan pihak terkait lainnya untuk berdiskusi terarah mengenai topik-topik spesifik terkait diversifikasi produk dan strategi pemasaran digital. FGD memungkinkan untuk mendapatkan berbagai perspektif, ide-ide kreatif, dan mengidentifikasi kebutuhan bersama.

2. Studi Literatur:

Mengkaji literatur yang relevan seperti jurnal ilmiah, laporan penelitian, buku, artikel, dan

publikasi daring terkait klusterisasi usaha pertanian, diversifikasi produk pertanian, pemasaran digital untuk UMKM atau sektor pertanian, serta studi kasus keberhasilan pengembangan usaha pertanian lainnya. Studi literatur membantu membangun landasan teoritis, mengidentifikasi praktik terbaik, dan menghindari pengulangan kesalahan.

3. Analisis Data Sekunder:

Memanfaatkan data yang sudah ada dari berbagai sumber seperti data statistik dari dinas

pertanian, badan pusat statistik (BPS), laporan kegiatan klaster sebelumnya (jika ada), data tren pasar produk olahan bawang merah, dan data perkembangan pengguna internet serta *e-commerce* di wilayah tersebut. Analisis data sekunder dapat memberikan gambaran umum dan tren yang relevan dengan tema penelitian.

4. Benchmarking:

Mempelajari dan membandingkan praktik pengembangan usaha klaster bawang merah atau

komoditas pertanian lainnya yang telah berhasil melakukan diversifikasi produk dan memanfaatkan strategi pemasaran digital di wilayah lain atau bahkan negara lain. *Benchmarking* dapat memberikan inspirasi dan ide-ide inovatif yang dapat diadaptasi.

5. Keterlibatan Ahli dan Praktisi:

Berkonsultasi dengan ahli di bidang agribisnis, pengolahan pangan, pemasaran digital, dan

pengembangan klaster. Melibatkan praktisi yang telah sukses dalam mengembangkan usaha pertanian melalui diversifikasi dan pemasaran digital dapat memberikan wawasan praktis dan solusi yang aplikatif.

HASIL

1. Gambaran Umum Tempat Pengabdian

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilakukan secara langsung. Kegiatan ini dilakukan di Desa Jatibarang, Kabupaten Brebes, Jawa Tengah. Bentuk kegiatan ini sosialisasi atau penyuluhan tentang pengembangan kapasitas usaha klusterisasi bawang merah.



Gambar 1. Kegiatan Pengembangan Kapasitas Usaha Klasterisasi Bawang Merah

Desa Jatibarang, Kabupaten Brebes, Jawa Tengah, untuk kegiatan ini idealnya adalah sentra-sentra produksi bawang merah yang memiliki potensi untuk pengembangan klasterisasi. Beberapa karakteristik umum dari lokasi pengabdian yang sesuai meliputi:

1. **Konsentrasi Petani Bawang Merah:** Wilayah ini memiliki sejumlah besar petani bawang merah yang secara geografis berdekatan, memungkinkan terbentuknya atau penguatan klaster. Adanya tradisi kerjasama antar petani atau kelompok tani yang sudah ada menjadi nilai tambah.
2. **Potensi Sumber Daya Lokal:** Wilayah ini memiliki sumber daya alam yang mendukung produksi bawang merah, seperti lahan yang subur, ketersediaan air, dan iklim yang sesuai. Selain itu, potensi sumber daya manusia dengan keterampilan bertani bawang merah yang turun-temurun juga menjadi pertimbangan penting.
3. **Aksesibilitas dan Infrastruktur:** Wilayah ini memiliki aksesibilitas yang memadai untuk transportasi hasil panen, sarana produksi, dan mobilitas tim pengabdian serta peserta kegiatan. Ketersediaan infrastruktur dasar seperti listrik dan jaringan internet (meskipun mungkin terbatas di beberapa area) akan mendukung implementasi strategi pemasaran digital.
4. **Kondisi Sosial Ekonomi Petani:** Memahami kondisi sosial ekonomi petani bawang merah di wilayah ini penting. Ini mencakup tingkat pendapatan, tingkat pendidikan, akses terhadap informasi dan teknologi, serta motivasi untuk mengembangkan usaha. Identifikasi tantangan yang dihadapi petani dalam hal produksi, pengolahan, dan pemasaran akan membantu merancang kegiatan

pengabdian yang tepat sasaran.

5. **Keberadaan Kelompok Tani atau Koperasi:** Adanya kelompok tani atau koperasi yang aktif di wilayah ini dapat menjadi mitra strategis dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian. Kelompok atau koperasi ini dapat menjadi wadah untuk mengorganisir petani, memfasilitasi kegiatan, dan memastikan keberlanjutan program.
6. **Potensi Diversifikasi Produk:** Wilayah ini memiliki potensi untuk pengembangan diversifikasi produk bawang merah. Ini bisa dilihat dari ketersediaan bahan baku tambahan (jika diperlukan), minat petani untuk mencoba produk olahan, atau adanya tradisi pengolahan pangan skala rumah tangga.
7. **Tingkat Adopsi Teknologi Digital:** Meskipun fokus pengabdian adalah pada era digitalisasi, pemahaman awal tentang tingkat adopsi teknologi digital di kalangan petani penting. Ini akan membantu dalam merancang strategi pelatihan dan pendampingan yang sesuai dengan tingkat literasi digital mereka.

KESIMPULAN

Potensi besar untuk pengembangan usaha kluster bawang merah melalui diversifikasi produk telah teridentifikasi dan direspon positif oleh petani, pemanfaatan platform digital sebagai strategi pemasaran memberikan peluang signifikan untuk memperluas jangkauan pasar di luar jalur tradisional, penguatan kelembagaan kluster menjadi fondasi krusial untuk keberhasilan jangka panjang. Kegiatan pengabdian ini telah memberikan dampak positif dalam meningkatkan pengetahuan dan keterampilan petani terkait diversifikasi produk dan pemasaran digital, sinergi antara akademisi, praktisi, pemerintah daerah, dan pihak terkait lainnya menjadi kunci keberhasilan kegiatan. Dukungan kebijakan, akses terhadap sumber daya, dan fasilitasi kemitraan akan mempercepat pengembangan kapasitas usaha kluster bawang merah di era digitalisasi.

DAFTAR REFERENSI

- Ahmad, R. S., A. Imran and M. B. Hussain. 2018. Nutritional Composition of Meat. Chapter 4. IntechOpen. p. 61-77. <https://www.intechopen.com/chapters/61245>. [Diakses 1 Februari 2022].
- BPS. 2022. Provinsi Maluku Dalam Angka 2022. Badan Pusat Statistik Provinsi Maluku, Ambon.
- DIVERSIFIKASI PRODUK UNGGULAN DAERAH BAWANG MERAH LOKAL KHAS. (n.d.).
- Hendarto, T. (2021). PENINGKATAN NILAI TAMBAH DAN PENGEMBANGAN USAHA PRODUK AGROBISNIS BAWANG MERAH (Vol. 3, Issue 1).
- Muhammad, M., & Ekaria, E. (2019). Strategi Pengembangan Usaha Bawang Merah Lokal Topo di Kecamatan Tidore Utara Kota Tidore Kepulauan. Agrikan: Jurnal Agribisnis Perikanan, 12(2), 209–219. <https://doi.org/10.29239/j.agrikan.12.2.209-219>
- Mumtazah, M., & Kusuma, S. H. (2022). Arah Pengembangan Produk Olahan Bawang Merah Berdasarkan Konsep Pengembangan Ekonomi Lokal (PEL) di Kecamatan Wonoasih, Kota Probolinggo. Jurnal Penataan Ruang, 48. <https://doi.org/10.12962/j2716179x.v17i1.12011>
- Wardani, V. A., Salvando, A., Pradana, V., Ronaldo, J., Saputra, A. G., Dwiputri, W. N., Ramadhani, A. R., Maulina, K. P., Handayani, A., Difa Faroza, D., & Puspitasari, S. (2022). Kreasi: Jurnal Inovasi dan Pengabdian Kepada Masyarakat Pengoptimalan Potensi Desa Gondosuli Melalui Pelatihan Pengolahan Bawang Merah Goreng Bagi Anggota Program Nasional Pemberdayaan Masyarakat. Jurnal Kreasi, 2(1). <https://ejournal.baleliterasi.org/index.php/kreasi>