



Journal of Human And Education
Volume 4, No. 6, Tahun 2024, pp 591-595
E-ISSN 2776-5857, P-ISSN 2776-7876
Website: <https://jahe.or.id/index.php/jahe/index>

Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pengembangan Usaha Mikro Bawang Goreng Di Tamaje'ne

Andi Haslindah¹, Ernawati², Andi Haslinah^{3*}

Universitas Islam Makassar

Email: andihaslindah.dty@uim-makassar.ac.id, ernawati.dty@uim-makassar.ac.id,
haslinah.dty@uim-makassar.ac.id

Abstrak

Kelurahan Karuwisi Utara tepatnya Tamaje'ne merupakan salah satu nama jalan di Makassar yang menjadi sentra produksi bawang goreng Karena terdapat banyak pengusaha bawang goreng. Salah satu kelompok usaha bawang goreng jumania. Proses pembuatan bawang goreng di tempat mitra masih mengandalkan metode yang sederhana, sehingga memerlukan waktu lebih lama dalam tahap produksinya. Program PKM ini bertujuan untuk meningkatkan produktivitas mitra secara keseluruhan. Secara khusus, program ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan mitra dalam hal produksi serta dalam memasarkan produk yang dihasilkan. Pendekatan yang digunakan meliputi pelatihan dan pemberian dukungan teknologi yang tepat guna, yang lebih efisien dan efektif. Mitra akan mendapatkan pelatihan dalam pengelolaan usaha, desain label produk, pemasaran digital, serta pengaturan layout ruang produksi. Hasil yang diperoleh pada kegiatan ini melakukan pengadaan TTG, pelatihan manajemen usaha dan pemasaran online yang efisien, pembuatan label Halal dan PIRT produk. Pengadaan alat bagi mitra dilakukan berupa teknologi mesin press, mesin peniris minyak dan pemotong bawang untuk menghasilkan bawang merah goreng yang gurih dan renyah. Dengan adanya peningkatan dalam aspek manajerial, keterampilan, dan penggunaan alat, diharapkan kegiatan ini dapat memberikan hasil yang efektif. Peningkatan produktivitas pada sektor UKM akan menghasilkan produk bawang goreng yang berkualitas dan sesuai dengan preferensi konsumen. Selain itu, jaringan pemasaran yang lebih luas akan memungkinkan mitra untuk meraih keuntungan yang lebih besar dan berkelanjutan.

Kata Kunci: *Bawang goreng, Teknologi Produksi, Pemasaran Online*

Abstract

Karuwisi Utara, specifically Tamaje'ne, is a notable street in Makassar known for being a center of fried onion production, with numerous fried onion entrepreneurs. One of the business groups involved in this sector is Jumania, which still utilizes traditional methods for production, resulting in longer production times. The main objective of this community service program (PKM) is to enhance the productivity of local partners. The specific goals are to improve their production capabilities and marketing skills. The methodology employed includes training and the facilitation of appropriate technology that is more effective and efficient. Partners received training in business management, label design, online marketing, and production layout optimization. The outcomes of the program included the procurement of appropriate technology (TTG), business management training, and efficient online marketing techniques, as well as the creation of Halal labels and PIRT certification for the products. Equipment provided to the partners included pressing machines, oil-draining machines, and onion cutters, aimed at producing crispy and flavorful fried onions. It is expected that with improvements in managerial aspects, skills, and equipment, this initiative will be effective in increasing the productivity of the small and medium enterprise (SME). This will enable the production of high-quality fried onions that meet consumer demand, broaden marketing networks, and result in greater and more sustainable profits for the partners.

Keywords: *Fried Onion, Production Technology, Online Marketing*

PENDAHULUAN

Pemberdayaan masyarakat merupakan salah satu strategi pembangunan ekonomi yang bertujuan meningkatkan kapasitas individu dan kelompok dalam memenuhi kebutuhan hidupnya secara mandiri. Di Indonesia, pemberdayaan masyarakat berbasis usaha mikro telah terbukti

efektif dalam mengatasi tantangan ekonomi di tingkat lokal, terutama bagi komunitas pedesaan dan perkotaan yang memiliki keterbatasan akses terhadap lapangan kerja formal (Fahmi et al., 2020). Salah satu bentuk usaha mikro yang berpotensi memberikan kontribusi besar terhadap ekonomi lokal adalah produksi bawang goreng. Bawang goreng merupakan produk olahan bawang merah yang memiliki nilai tambah tinggi serta permintaan yang terus meningkat di pasar domestik maupun internasional (Supriyadi et al., 2019).

Pengembangan usaha mikro bawang goreng, terutama di daerah-daerah penghasil bawang merah, seperti di beberapa wilayah di Indonesia, termasuk Kota Makassar, menawarkan peluang besar untuk memberdayakan masyarakat. Usaha ini tidak hanya mengandalkan ketersediaan bahan baku lokal yang melimpah, tetapi juga dapat memanfaatkan teknologi sederhana yang memungkinkan masyarakat mengelola usaha ini dengan modal relatif kecil. Selain itu, produk bawang goreng memiliki masa simpan yang cukup lama, sehingga memberikan fleksibilitas lebih dalam hal distribusi dan pemasaran (Wahyu & Handayani, 2021).

Namun, meskipun usaha mikro bawang goreng menjanjikan, masih banyak tantangan yang dihadapi oleh para pelaku usaha, terutama terkait dengan keterbatasan akses terhadap teknologi pengolahan modern, permodalan, serta pemasaran produk. Banyak usaha mikro yang masih menggunakan metode produksi tradisional, sehingga hasil produksi sering kali kurang konsisten dalam hal kualitas dan kuantitas (Rohimah et al., 2018). Tantangan lainnya adalah rendahnya kemampuan manajemen bisnis di kalangan pengusaha mikro, yang mengakibatkan usaha tersebut sulit berkembang secara berkelanjutan (Prasetyo & Wulandari, 2020).

Dalam konteks pemberdayaan masyarakat, pengembangan usaha mikro bawang goreng harus diiringi dengan peningkatan keterampilan teknis dan manajerial bagi pelaku usaha. Pelatihan mengenai teknologi pengolahan, packaging, dan pemasaran digital dapat memberikan dampak signifikan dalam meningkatkan daya saing produk bawang goreng di pasar yang lebih luas. Selain itu, akses terhadap modal dan pengembangan jejaring distribusi juga menjadi aspek penting yang perlu diperhatikan untuk mempercepat pertumbuhan usaha mikro di sektor ini (Mardiana et al., 2019).

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi strategi pemberdayaan masyarakat melalui pengembangan usaha mikro bawang goreng di Kota Makassar. Kami akan mengeksplorasi tantangan dan peluang yang dihadapi oleh pelaku usaha mikro, serta merumuskan rekomendasi praktis untuk meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha tersebut. Dengan demikian, PKM ini diharapkan dapat memberikan kontribusi nyata dalam upaya peningkatan ekonomi masyarakat melalui pengembangan usaha mikro yang berbasis produk lokal.

METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat (PKM) ini bertujuan untuk memberikan pelatihan dalam bidang pemasaran guna meningkatkan penjualan usaha bawang goreng di kota Makassar. Pendekatan yang digunakan dalam kegiatan ini adalah metode kualitatif, dengan fokus pada transfer pengetahuan kepada mitra melalui sesi pelatihan. Pelatihan dimulai dengan memberikan pemahaman mengenai digital marketing, khususnya pemasaran berbasis konten. Selain itu, peserta juga diberikan pemaparan mengenai penerapan digital marketing yang efektif, termasuk cara memanfaatkan Instagram sebagai platform untuk mempermudah akses konsumen sasaran.

Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara dan dokumentasi. Wawancara dilakukan dengan pemilik usaha serta beberapa informan tambahan yang merupakan karyawan dari usaha bawang goreng tersebut. Sementara itu, metode dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data terkait jumlah karyawan dan dokumen relevan lainnya.

Berdasarkan temuan masalah yang ada di masyarakat, tim PKM merancang program yang akan dilaksanakan hingga selesai. Program unggulan yang akan diterapkan bersama mitra meliputi: pembuatan spanduk untuk promosi, pembuatan akun media sosial untuk pemasaran online, serta pelatihan mengenai manajemen dan promosi produk bawang goreng dalam berbagai jenis olahan makanan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil pengabdian kepada masyarakat tentang pemberdayaan masyarakat melalui pengembangan usaha mikro bawang goreng dijelaskan sebagai berikut:

Tim pengabdian kepada masyarakat (PKM) memasang spanduk yang mencantumkan nama usaha, gambar produk dan mesin, serta informasi penting seperti alamat, nomor telepon, dan akun media sosial, dengan tujuan untuk memperkenalkan usaha bawang goreng kepada publik.



Gambar 1 : Pemasangan Spanduk oleh Tim PKM

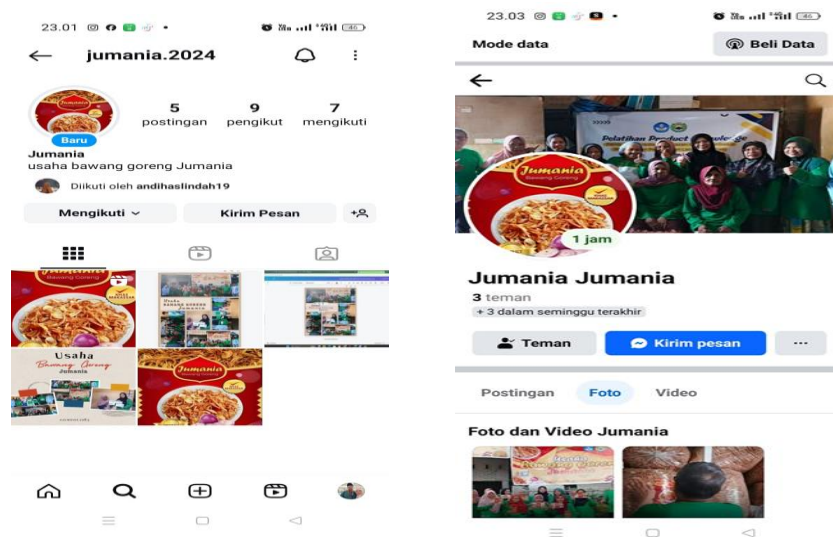


Gambar 2 : Penataan Ruang Produksi dan Penyerahan Alat

Tim PKM telah menyelenggarakan pelatihan manajemen yang mencakup manajemen usaha dan manajemen pemasaran. Pelatihan ini dihadiri oleh anggota tim PKM yang terdiri dari dosen pengusul, mahasiswa, mitra, dan beberapa anggota masyarakat. Menurut (Yuliwati, Rofaida, & Gautama, 2021), penerapan teknologi digital dalam berbagai aktivitas bisnis, khususnya dalam pemasaran, sangat penting untuk memperluas pangsa pasar dan jaringan. Pelatihan pemasaran menjadi salah satu elemen kunci dalam program pengabdian kepada masyarakat, yang juga berperan dalam memastikan keberlanjutan usaha. Keberlanjutan program usaha bawang goreng Jumania terlihat dari meningkatnya produksi akibat strategi pemasaran yang lebih modern, seperti penggunaan media sosial, termasuk Instagram. Hal ini memungkinkan usaha untuk menjangkau lebih banyak pelanggan baru dan memudahkan masyarakat dalam mengakses informasi terkait produk bawang goreng. Seperti yang juga dijelaskan oleh (Untari & Fajariana, 2018), Instagram yang awalnya merupakan aplikasi berbagi gambar, kini telah berkembang menjadi alat pemasaran yang sangat efektif untuk mempromosikan produk.



Gambar 3 : Pelatihan Media Sosial oleh TIM PKM



Gambar 4 : Desain dan pembuatan Instagr



Gambar 5 : Promosi makanan berbasis olahan bawang goreng

Tim PKM melaksanakan promosi produk olahan bawang goreng dengan tujuan untuk memperkenalkan produk tersebut kepada masyarakat secara lebih luas. Upaya pengenalan produk dilakukan melalui pembagian makanan ringan di kampus dan diperumahan sekitar lokasi mitra serta penyebaran brosur. Kegiatan promosi ini diharapkan dapat menarik lebih banyak konsumen untuk membeli bawang goreng. Tujuan utama dari promosi ini adalah agar konsumen, baik secara langsung maupun tidak langsung, dapat mengenal berbagai jenis olahan bawang goreng. Seperti yang dijelaskan oleh Jayanti Mandasari, Widodo, & Djaja (2019), promosi pada dasarnya adalah seni dalam menarik perhatian pelanggan dan calon konsumen untuk membeli atau menggunakan produk atau layanan yang ditawarkan oleh usaha tersebut.

SIMPULAN

Kesimpulan dari program pengabdian kepada masyarakat ini menunjukkan bahwa pelaksanaan program unggulan dari Tim PKM, seperti pemasangan spanduk, pelatihan pemasaran, dan promosi produk olahan bawang goreng, berhasil meningkatkan usaha bawang goreng Jumania. Dengan meningkatnya jumlah pelanggan yang datang, hal ini juga berkontribusi pada peningkatan keuntungan yang diperoleh, seiring dengan meningkatnya minat masyarakat terhadap produk tersebut.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih kami haturkan kepada seluruh pihak yang telah mensupport terlaksananya kegiatan pengabdian masyarakat ini sehingga dapat terlaksana sesuai time line yang ditetapkan sebelumnya. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Direktorat Riset dan Pengabdian Masyarakat Direktorat Jenderal Riset dan Pengembangan Kementerian Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi atas dukungannya mendanai kegiatan ini melalui hibah Pengabdian Kepada Masyarakat skema Pemberdayaan kepada Masyarakat Tahun Anggaran 2024.

DAFTAR PUSTAKA

- Fahmi, R., Syahputra, A., & Dewi, A. (2020). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pengembangan Usaha Mikro di Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan*, 11(2), 33-44.
- Fadilah, I., & Sari, R. (2021). Pemasaran Digital Sebagai Solusi Pemasaran Produk Usaha Mikro di Era Digital. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 13(3), 102-110.
- Firmansyah, A., & Roosmawarni, A. (2019). *Kewirausahaan (Dasar dan Konsep)*. Surabaya.
- Jayanti Mandasari, D., Widodo, J., & Djaja, S. (2019). Strategi Pemasaran Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (Ukm) Batik Magenda Tamanan Kabupaten Bondowoso. *Jurnal Pendidikan Ekonomi: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 13(1), 123. <https://doi.org/10.19184/jpe.v13i1.10432>
- Mardiana, R., Sutrisno, D., & Salim, M. (2019). Akses Permodalan dan Jaringan Distribusi pada Usaha Mikro Bawang Goreng. *Jurnal Ekonomi Regional*, 15(2), 12-21.
- Prasetyo, A., & Wulandari, T. (2020). Peningkatan Kapasitas Manajemen Usaha Mikro Bawang Goreng melalui Pelatihan. *Jurnal Manajemen Usaha Kecil*, 12(4), 88-95.
- Rohimah, S., Maulana, H., & Yulianti, E. (2018). Teknologi Pengolahan Bawang Goreng di Usaha Mikro: Tantangan dan Peluang. *Jurnal Agroindustri*, 15(2), 45-53.
- Supriyadi, D., Hasan, M., & Rahmat, A. (2019). Usaha Mikro Bawang Goreng sebagai Strategi Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat di Daerah Penghasil Bawang. *Jurnal Pengembangan Wilayah*, 7(1), 27-34.
- Suryani, A., & Mahardika, R. (2019). Pengembangan Usaha Mikro Bawang Goreng di Kota Makassar. *Jurnal Ekonomi Daerah*, 10(2), 71-79.
- Untari, D., & Fajariana, D. E. (2018). Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Pada Akun @Subur_Batik). *Widya Cipta*, 2(2), 271-278. Retrieved from <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/widyacipta>

- Utami, N., & Setyawan, W. (2020). Pelatihan Pengolahan dan Pemasaran Produk Bawang Goreng untuk Usaha Mikro. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 8(1), 23-30.
- Wahyu, T., & Handayani, S. (2021). Inovasi Produk Bawang Goreng dalam Meningkatkan Nilai Tambah Usaha Mikro. *Jurnal Teknologi Pangan*, 19(3), 56-64.
- Wahid, S., & Saputra, M. (2019). Peluang dan Tantangan Pengembangan Usaha Mikro Bawang Goreng di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Pedesaan*, 16(3), 37-46.
- Yuliwati, A. K., Rofaida, R., & Gautama, B. P. (2021). Peningkatan Kapasitas Digital UMKM Melalui Pelatihan Pemasaran Digital Di Masa Pandemi Covid-19 di Belitung. *Prosiding Seminar Nasional ...*, 4, 2127-2130. Retrieved from <https://prosiding.unimus.ac.id/index.php/semnas/article/viewFile/1000/1005>