



Journal of Human And Education

Volume 4, No. 6, Tahun 2024, pp 1073-1078

E-ISSN 2776-5857, P-ISSN 2776-7876

Website: <https://jahe.or.id/index.php/jahe/index>

Optimalisasi Pemasaran Produk Bawang Goreng melalui Pelatihan Digital Marketing bagi Pelaku Usaha Mikro di Ladang Padi Surian

**Wahyu Prima¹, Rahmatul Hayati², Nova Hayati³, Jefri Rahmad Mulia⁴, Wahidansyah⁵
Irham Syarif⁶**

Universitas Adzkia

Email: wahyuprima@adzkia.ac.id¹, rahmatulhayati@adzkia.ac.id², novahyt@adzkia.ac.id³,
jeffirm.if@adzkia.ac.id⁴, wahidansyah165@gmail.com⁵, irhamsyarif02@gmail.com⁶

Abstrak

Ladang Padi Surian memiliki potensi ekonomi melalui pengolahan bawang merah menjadi bawang goreng, namun pengembangan usaha terkendala strategi pemasaran tradisional yang terbatas. Program pengabdian masyarakat ini bertujuan meningkatkan kapasitas pelaku usaha mikro dalam pemasaran digital melalui pelatihan dan pendampingan, mencakup penggunaan media sosial dan platform e-commerce seperti Shopee. Hasil program menunjukkan peningkatan pemahaman mitra terhadap pemasaran digital, yang berdampak pada perluasan jangkauan pasar dan potensi peningkatan penjualan. Kegiatan ini juga memberikan pengalaman praktis bagi mahasiswa dalam program Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM). Program ini diharapkan mampu berkontribusi pada peningkatan ekonomi masyarakat Ladang Padi Surian dan wilayah Sumatera Barat secara luas.

Kata Kunci: *Bawang Goreng, Pemasaran Digital, Usaha Mikro, Strategi Pemasaran, Pengembangan Produk Lokal*

Abstract

The Surian Rice Field has economic potential through the processing of shallots into fried onions, but business development is constrained by limited traditional marketing strategies. This community service program aims to increase the capacity of micro business actors in digital marketing through training and mentoring, including the use of social media and e-commerce platforms such as Shopee. The results of the program show an increase in partners' understanding of digital marketing, which has an impact on expanding market reach and potential sales increase. This activity also provides practical experience for students in the Independent Learning Independent Campus (MBKM) program. This program is expected to be able to contribute to the economic improvement of the Surian Rice Field community and the West Sumatra region at large.

Keywords: *Fried Onions, Digital Marketing, Micro Businesses, Marketing Strategy, Local Product Development*

PENDAHULUAN

Ladang Padi Surian, yang dikenal sebagai salah satu daerah penghasil bawang merah, memiliki potensi besar untuk dikembangkan menjadi produk unggulan daerah. Saat ini, wilayah tersebut telah memulai inovasi dengan mengolah bawang merah menjadi produk bernilai tambah, seperti bawang goreng, yang berpotensi meningkatkan perekonomian masyarakat setempat. Namun, upaya ini belum sepenuhnya berhasil meningkatkan kesejahteraan masyarakat karena masih terbatasnya akses penjualan, terutama akibat kendala dalam strategi pemasaran. Pelaku usaha mikro di Ladang Padi Surian umumnya masih mengandalkan metode pemasaran tradisional dengan jangkauan pasar yang terbatas dan efektivitas yang kurang optimal, seperti melalui WhatsApp, Facebook, dan Instagram. Salah satu contoh usaha tersebut adalah produk bawang goreng di Ladang Padi Surian.



Gambar 1. Pengolahan Bawang Merah Menjadi Bawang Goreng

Seiring dengan pesatnya perkembangan teknologi digital, penggunaan pemasaran digital (digital marketing) menjadi sangat penting untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing produk di pasar yang lebih luas (Al-Saadi, 2020). Namun, sebagian besar pelaku usaha mikro di Ladang Padi Surian masih belum memiliki pengetahuan dan keterampilan yang cukup dalam memanfaatkan teknologi ini untuk kegiatan pemasaran. Oleh karena itu, diperlukan intervensi berupa pelatihan dan pendampingan bagi pelaku usaha mikro agar mereka dapat memaksimalkan pemasaran produk bawang goreng melalui platform digital. Pelatihan ini diharapkan dapat membantu pelaku usaha untuk memahami dan menerapkan strategi pemasaran digital, termasuk penggunaan media sosial, e-commerce, dan teknik pemasaran berbasis konten.

METODE

Pelaksanaan kegiatan ini akan dilakukan dalam beberapa tahap sebagai berikut:

1. Sosialisasi :

Melakukan sosialisasi awal kepada pelaku usaha mikro di Ladang Padi Surian tentang pentingnya digital marketing dan manfaatnya dalam pengembangan usaha mereka(7).

2. Pelatihan :

Tahap 1: Pengenalan dasar-dasar digital marketing, termasuk strategi pemasaran online.

Tahap 2: Pelatihan penggunaan media sosial (Instagram, Facebook) untuk memasarkan produk.

Tahap 3: Pelatihan penggunaan platform e-commerce (Shopee) untuk membuka toko online.

Tahap 4: Pengenalan teknik pemasaran konten, seperti cara membuat foto produk yang menarik, menulis deskripsi produk yang informatif, serta cara memanfaatkan iklan berbayar.

3. Pendampingan dan Evaluasi :

a) Menyediakan sesi pendampingan selama dua bulan setelah pelatihan untuk mendampingi pelaku usaha dalam mengimplementasikan strategi yang telah dipelajari.

b) Melakukan evaluasi terhadap hasil pelatihan dengan mengukur peningkatan penjualan dan jangkauan pasar.

4. Keberlanjutan Program:

Merancang program lanjutan yang melibatkan mahasiswa untuk melakukan monitoring dan evaluasi secara berkala, serta memberikan konsultasi kepada pelaku usaha.

Table 1 Peran dan Tugas Tim

No	Nama	Dekripsi Tugas		Jabatan Dalam Tim
		Tahun ke-1		
1	Dr. Wahyu Prima, M.Kom	-	Melakukan setiap tahapan pengabdian (Survey awal, sosialisasi, penyuluhan dan pelatihan, pendampingan, dan evaluasi	Ketua Peneliti
2	Dr. Rahmatul Hayati, M.Pd	-	Survey Awal - Pembuatan Laporan - Pembuatan Artikel ilmiah	Anggota Peneliti
3	Nova Hayati, M.Kom	-	Pelatihan bagian pemasaran - Pendampingan - Pembuatan Laporan	Anggota Peneliti
4	Jefri Rahmad Mulia, M.Kom	-	Penyulusan dan pelatihan - Pendampingan	Anggota Peneliti
5	Wahidansyah	-	Penyulusan dan pelatihan - Dokumentasi	Anggota Peneliti
6	Irham Syarif	-	Penyulusan dan pelatihan - Dokumentasi	Anggota Peneliti

HASIL

Ladang Padi Surian dikenal sebagai salah satu daerah penghasil bawang merah dengan potensi besar untuk mendorong perekonomian masyarakat. Salah satu inovasi yang telah diterapkan oleh masyarakat adalah mengolah bawang merah menjadi bawang goreng, yang memberikan nilai tambah dan berpotensi menjadi produk unggulan daerah (Hayati et al., 2024). Meskipun potensi ini sangat besar, pengembangan pemasaran produk bawang goreng masih menghadapi berbagai kendala. Sebagian besar pelaku usaha mikro di Ladang Padi Surian masih

mengandalkan pemasaran tradisional, seperti melalui WhatsApp, Facebook, dan Instagram, tanpa dukungan strategi digital marketing yang efektif. Akibatnya, jangkauan pasar produk bawang goreng terbatas, hanya dikenal di tingkat lokal, dan kesulitan untuk bersaing di pasar yang lebih luas.

Selain itu, sebagian besar pelaku usaha di Ladang Padi Surian memiliki keterbatasan pengetahuan dan keterampilan dalam memanfaatkan teknologi digital untuk memasarkan produk mereka. Mereka belum sepenuhnya memahami cara menggunakan platform e-commerce, seperti Shopee, yang sebenarnya memiliki potensi besar untuk memperluas jangkauan pasar mereka. Pelaku usaha juga menghadapi kesulitan dalam mengoptimalkan berbagai fitur di platform tersebut, seperti pengelolaan stok, promosi berbayar, dan sistem pembayaran online, yang bisa meningkatkan efisiensi dan daya saing produk. Rendahnya keterampilan teknis dalam membuat konten pemasaran yang menarik, seperti foto produk berkualitas tinggi dan deskripsi produk yang informatif, semakin memperburuk keadaan. Menurut penelitian (Al-Saadi, 2020; Litha & Kreshan, 2024) kemampuan untuk memanfaatkan konten visual yang menarik dapat meningkatkan daya tarik produk di pasar digital. Sayangnya, pelaku usaha mikro di Ladang Padi Surian belum menguasai keterampilan tersebut, sehingga produk mereka kurang terlihat di pasar.

Selain keterbatasan dalam pemasaran digital, pelaku usaha juga menghadapi tantangan dalam mengalokasikan waktu dan sumber daya untuk mempelajari teknologi baru. Beban kerja sehari-hari yang terfokus pada produksi bawang goreng membuat mereka kesulitan untuk mengembangkan kemampuan di bidang pemasaran. Padahal, penerapan teknologi digital dapat menjadi solusi strategis untuk meningkatkan daya saing usaha mikro, seperti yang dijelaskan dalam penelitian oleh (Chen, 2021). Meskipun demikian, pelaku usaha menunjukkan semangat dan antusiasme yang tinggi untuk belajar dan meningkatkan penjualan produk mereka. Namun, tanpa adanya pendampingan yang terstruktur dan intensif, mereka kesulitan untuk mengimplementasikan strategi digital marketing secara mandiri.

Program pemberdayaan melalui pelatihan dan pendampingan digital marketing sangat relevan untuk mengatasi tantangan ini. Pelatihan yang dirancang dapat mencakup pengenalan dasar-dasar strategi digital marketing, penggunaan media sosial seperti Instagram dan Facebook, serta pengelolaan toko online di platform e-commerce. Selain itu, pendampingan yang berkelanjutan diperlukan untuk memastikan pelaku usaha dapat menerapkan strategi yang telah dipelajari secara konsisten dan efektif. Studi oleh (Anis Marjukah, 2022; Putri Trulline, 2021) menunjukkan bahwa pelatihan intensif dalam penggunaan media sosial dan e-commerce dapat meningkatkan penjualan pada usaha mikro. Berbagai penelitian menunjukkan pentingnya integrasi teknologi digital dalam pemasaran untuk meningkatkan daya saing produk, terutama bagi UMKM di pasar domestik dan internasional. Studi (Sugiyanti et al., 2022) mengungkapkan bahwa strategi pemasaran digital dapat meningkatkan visibilitas produk, memperluas jangkauan pasar, dan meningkatkan penjualan UMKM secara signifikan. (Marlina et al., 2024) dalam penelitiannya juga menemukan bahwa strategi berbasis pemasaran digital mampu memperkuat daya saing UMKM melalui peningkatan efisiensi dan optimalisasi potensi ekonomi lokal. Temuan-temuan ini menunjukkan bahwa integrasi teknologi digital dalam pemasaran bukan hanya pilihan, tetapi kebutuhan untuk meningkatkan daya saing produk di tengah persaingan global yang semakin ketat.

Keberhasilan program ini tidak hanya bergantung pada pelatihan, tetapi juga pada adanya monitoring dan evaluasi untuk mengukur pencapaian yang telah diraih. Monitoring dan evaluasi dapat dilakukan dengan memantau indikator seperti peningkatan penjualan, jumlah pelanggan baru, dan perluasan jangkauan pasar. Selain itu, program ini dapat melibatkan mahasiswa sebagai bagian dari program Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM). Keterlibatan mahasiswa tidak hanya mendukung pencapaian Indikator Kinerja Utama (IKU), tetapi juga memberikan pengalaman praktis dalam pemberdayaan masyarakat berbasis teknologi.

Secara keseluruhan, kondisi pelaku usaha mikro di Ladang Padi Surian menunjukkan potensi besar yang belum dimanfaatkan secara optimal, terutama dalam hal pemasaran digital. Dengan pelatihan dan pendampingan yang terstruktur, diharapkan produk bawang goreng dari Ladang Padi Surian dapat menjadi produk unggulan yang dikenal lebih luas. Selain memberikan manfaat langsung kepada pelaku usaha, program ini juga akan berkontribusi pada peningkatan kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan dan mendorong integrasi teknologi digital dalam sektor usaha mikro.

Berdasarkan hasil survei awal yang dilakukan pada Kelompok Tani Hidup Bersama (KTHB), terdapat beberapa masalah utama yang dihadapi oleh mitra, antara lain:

1. Keterbatasan Pengetahuan dan Keterampilan dalam Digital Marketing:

Sebagian besar pelaku usaha mikro di Ladang Padi Surian belum memiliki pengetahuan yang cukup tentang strategi digital marketing yang efektif.

2. Keterbatasan dalam Penggunaan Media Sosial dan Platform E-Commerce untuk Pemasaran Produk: Pelaku usaha mengalami kesulitan dalam memanfaatkan media sosial dan platform e-

commerce untuk memasarkan produk mereka secara optimal.

3. Jangkauan Pasar yang Terbatas:

Penggunaan metode pemasaran tradisional yang hanya terbatas pada pasar lokal menyebabkan produk sulit untuk menjangkau pasar yang lebih luas.

Table 2. Permasalahan dan Solusi

No	Permasalahan	Solusi	Keterangan
1	Rendahnya pengetahuan dan keterampilan dalam pemasaran produk berbasis digital	Peningkatan Pendidikan dan Pelatihan	Memberikan pelatihan intensif kepada pelaku usaha mikro tentang strategi digital marketing, termasuk penggunaan media sosial, e-commerce, dan teknik pemasaran konten (Sudah sudah terlaksana > 80%)
2	Belum adanya sistem pemasaran dengan menggunakan teknologi, yang berdampak kepada peningkatan perekonomian masyarakat	Penggunaan Teknologi dalam Pemasaran	Tim bekerjasama dengan tim IT untuk melatih mitra dalam memasarkan produk dengan berbantuan teknologi Tim Menyediakan sesi konsultasi dan pendampingan untuk membantu pelaku usaha dalam mengimplementasikan strategi digital marketing yang telah dipelajari. Membantu pelaku usaha dalam membuat dan mengelola akun media sosial dan toko online di platform e-commerce (Kegiatan sudah terlaksana >80%)

Dari Tabel 2, lebih dari 80% kegiatan pengabdian sudah terlaksanakan dengan baik sampai ke pembuatan toko di shoope yang merupakan suatu marketplace. Pada pengabdian ini, masyarakat sudah diajarkan bagaimana membuat akun di marketplace di shoope, dan menginput barang yang akan dipasarkan. Dengan harapan, masyarakat dapat memanfaatkan marketplace untuk mempromosikan produk bawang goreng. Berikut merupakan dokumentasi kegiatan PkM.



Gambar 2. Pendampingan Strategi Pemasaran Berbasis teknologi

Berdasarkan Gambar 2, terlihat bahwa tim pengabdian memberikan penjelasan dan pendampingan kepada KTHB dalam pembuatan akun dan toko melalui marketplace (Shopee). Melalui kegiatan ini, mitra berhasil membuat akun dan toko di Shopee. Dengan penerapan sistem pemasaran berbasis teknologi, KTHB kini dapat memanfaatkan platform digital untuk memperluas jangkauan pasar mereka. Pemasaran online memungkinkan KTHB untuk menjangkau konsumen di berbagai daerah tanpa terbatas oleh lokasi fisik, yang membuka peluang baru untuk meningkatkan penjualan dan perekonomian mereka secara keseluruhan. Kegiatan yang dilakukan memberikan dampak positif yang signifikan bagi masyarakat. Mitra kini memiliki pemahaman lebih baik tentang strategi pemasaran produk, yang berujung pada peningkatan jangkauan penjualan. Berdasarkan

angket yang diberikan kepada mitra, diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 3: Angket Kepuasan Peserta dalam Pelaksanaan PkM

No.	Indikator	Keterangan
1	Materi Pelatihan	87% peserta sangat puas dengan materi pelatihan yang disampaikan oleh tim PkM
2	Pelaksanaan Program	93% peserta sangat puas dengan pelaksanaan program PkM, karena mahasiswa dan dosen selaku tim membimbing peserta dalam pembuatan akun, membuat toko di market place dan menjelaskan strategi pemasaran melalui media sosial
3	Pemateri dan Pendamping	93% peserta sangat puas dengan pemateri dan pendamping karena pemateri memiliki kompetensi yang baik dalam bidang digital, serta responsif terhadap pertanyaan dan kendala peserta
4	Fasilitas dan Dukungan	93% peserta sangat puas dengan fasilitas yang disediakan
5	Hasil Program	80% peserta sangat puas dengan hasil program karena peserta mendapatkan pengetahuan tentang pemasaran berbasis teknologi
6	Kepuasan Umum	93% peserta sangat puas dengan kegiatan PkM

Dengan jangkauan pemasaran yang lebih luas, diharapkan perekonomian masyarakat Ladang Padi Surian, khususnya, dan masyarakat Surian secara umum dapat meningkat. Penelitian sebelumnya juga menunjukkan bahwa pengolahan bawang merah menjadi bawang goreng dapat memberikan dampak positif pada perekonomian masyarakat, karena harga produk olahan lebih stabil dibandingkan bawang mentah (Auliq, 2016; Hafid Bahtiar et al., 2022; Hayati et al., 2024; Komariah, 2024; Putra et al., 2018).

Kegiatan ini tidak hanya berdampak pada peningkatan perekonomian masyarakat, tetapi juga pada pemahaman mereka dalam mengolah bahan mentah menjadi produk jadi yang memiliki nilai jual tinggi. Dengan pemahaman ini, masyarakat dapat menjadi lebih kreatif dan inovatif dalam mengolah bahan mentah menjadi produk bernilai tambah.

Selain itu, program ini juga memberikan pengalaman berharga bagi mahasiswa yang terlibat, yang dapat diakui sebagai bagian dari program Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM). Harapannya, pada tahap selanjutnya, pengabdian ini dapat diperluas ke masyarakat yang lebih luas, sehingga memberikan dampak positif yang signifikan terhadap perekonomian masyarakat di Sumatera Barat.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat di Ladang Padi Surian, dapat disimpulkan bahwa:

1. Peningkatan Pemahaman Mitra: Program PkM ini berhasil meningkatkan pemahaman mitra dalam merancang strategi pemasaran dengan memanfaatkan teknologi digital.
2. Pengalaman bagi Mahasiswa: Kegiatan pengabdian ini memberikan pengalaman berharga bagi mahasiswa yang terlibat, yang dapat diakui sebagai bagian dari program Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM).

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah berkontribusi dalam pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat di Ladang Padi Surian. Terima kasih kami sampaikan kepada Kelompok Tani Hidup Bersama (KTHB) atas partisipasi aktif dan keterbukaannya selama kegiatan berlangsung, serta Pemerintah Desa Surian yang memberikan dukungan penuh terhadap program ini. Kami juga mengapresiasi pimpinan universitas yang memfasilitasi dan memberikan pendanaan pada kegiatan ini sebagai bagian dari program Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM), serta para mahasiswa yang telah bekerja dengan penuh dedikasi dalam mendukung keberhasilan program. Tidak lupa, kami juga mengucapkan terima kasih kepada tim pelaksana yang telah bekerja keras sejak perencanaan hingga pelaksanaan kegiatan. Semoga kerja sama ini dapat memberikan manfaat yang berkelanjutan bagi masyarakat dan semua pihak yang terlibat.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Saadi, A. , & S. K. (2020). Fuzzy multi-criteria decision-making approach for evaluating academic research performance. *Journal of Information Science*, 46(6), 770–786.
- Anis Marjukah. (2022). Pengaruh Pelatihan Pemasaran Digital terhadap Kinerja UMKM pada Masa Pandemi Covid 19. *Jurnal Keuangan Dan Bisnis*, 20(1), 1–12.
- Auliq, M. A. (2016). *Pemanfaatan Teknologi Pengolahan Bawang Merah Goreng Dan Pelatihan Ttg Bawang Merah Di Desa Watuwungkuk Kab. Probolinggo*. <https://api.semanticscholar.org/CorpusID:145974701>

- Chen, T. , & W. Q. (2021). Integration of AHP and fuzzy logic for research project evaluation in universities. *Journal of Computational Methods in Sciences and Engineering*, 21(1), 131–146.
- Hafid Bahtiar, A., Arifin, M., Muhaimin, M., Tinggi, S., Islam, A., & Probolinggo, M. (2022). *Pengolahan Bawang Merah Goreng untuk Meningkatkan ... 65 / Development* (Vol. 1, Issue 2).
- Hayati, R., Husna, N., Rahman, D., Verinda, O., & Rahmadani, S. (2024). Pengolahan Hasil Pertanian Bawang Merah Goreng untuk Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Ladang padi Surian. *Journal of Human And Education*, 4(6), 139–146.
- Komariah, I. A. A. R. F. M. N. (2024). Pemberdayaan Masyarakat Petani Bawang Merah melalui Pengolahan Bawang yang Tidak Terjual Menjadi Bawang Goreng. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 216–223. <https://doi.org/10.54259/pakmas.v4i1.2786>
- Litha, T. & A. K., & Kreshan, A. (2024). Ketertarikan Pengguna Media Sosial terhadap Konten Visual di Instagram. 11(1), 103–113. <https://doi.org/10.22487/ejk.v11i1.1266>
- Marlina, L., Aisyah, S., & Mundzir, A. (2024). Peningkatan Daya Saing Berbasis Pemasaran Digital pada UMKM KRIYA di Jawa Barat. In *Jurnal Ilmiah Magister Ilmu Administrasi (JIMIA)* (Vol. 18, Issue 1). Online. <http://jurnal.unnur.ac.id/index.php/jimia>
- Putra, Z. P., Irnad, I., & Reswita, R. (2018). *Analisis Nilai Tambah dan Strategi Pengembangan Usaha Bawang Goreng Pada UD. Safari Bawang Goreng di Kelurahan Kebun Tebeng Kota Bengkulu*. <https://api.semanticscholar.org/CorpusID:150113014>
- Putri Trulline. (2021). Pemasaran Produk UMKM melalui Media Sosial dan E-Commerce. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 5(2), 259–279.
- Sugiyanti, L., Zenia Rabbil, M., Citra Oktavia, K., & Silvia, M. (2022). *Strategi Pemasaran Digital Untuk Meningkatkan Penjualan UMKM*. 1(2), 100–110.