

Inovasi ekonomi kreatif: Ubah bawang tak terjual jadi bawang goreng bernilai tinggi

Iis Komariah^{1*}, Anton², Sopa Siti Marwah³

¹Universitas Garut, Garut, Indonesia, email: iis.komariah@uniga.ac.id

²Universitas Garut, Garut, Indonesia, email: anton@uniga.ac.id

³Universitas Garut, Garut, Indonesia, email: sopa@uniga.ac.id

*Koresponden penulis

Info Artikel

Riwayat Artikel

Diajukan: 2025-01-06

Diterima: 2025-02-18

Diterbitkan: 2025-03-15

Keywords:

innovation; creative economy; shallots; fried; high value

Kata Kunci:

inovasi; ekonomi kreatif; bawang; goreng; nilai tinggi



Lisensi: cc-by-sa

Copyright © 2025 Iis Komariah,
Anton, Sopa Siti Marwah

ABSTRACT

This community service program aims to improve the welfare of red onion farmers by processing products into fried onions with higher added value. Through an Asset-Based Community Development (ABCD) approach, this activity involves intensive training on techniques for selecting raw materials, cutting, drying, and frying at optimal temperatures (160-180°C) to produce high-quality, crispy, and durable fried onions. However, during the implementation of the program, the team faced several challenges and obstacles. One of these was the limited resources, both in terms of raw materials and the equipment required for processing. To address this issue, the service team collaborated with the community through counseling and additional training, ensuring that farmers had access to the necessary information and resources. The collaborative approach allowed farmers to share experiences and solutions, enhancing their skills in red onion processing. The program also promotes the utilization of digital marketing technology through online platforms such as marketplaces and social media, enabling farmers to reach a wider market. The results achieved indicate an increase in the economic value of products from Rp10,000-Rp20,000 per kilogram for raw red onions to Rp80,000-Rp100,000 per kilogram for fried onions, representing an economic value increase of 50%-100%. With sustainability strategies that include packaging innovation, product diversification, and opportunities for global market expansion, this program not only addresses issues of price fluctuations and crop spoilage but also strengthens the competitiveness of processed products from farmers in both national and international markets.

ABSTRAK

Program pengabdian ini bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan petani bawang merah melalui pengolahan produk menjadi bawang goreng dengan nilai tambah yang lebih tinggi. Dengan pendekatan ekonomi kreatif berbasis Asset-Based Community Development (ABCD), kegiatan ini melibatkan pelatihan intensif mengenai teknik pemilihan bahan baku, proses pemotongan, pengeringan, dan penggorengan pada suhu optimal (160-180°C) untuk menghasilkan bawang goreng yang berkualitas tinggi, renyah, dan tahan lama. Namun, selama pelaksanaan program, tim menghadapi beberapa tantangan dan kendala. Salah satunya adalah keterbatasan sumber daya, baik dari segi bahan baku maupun peralatan yang diperlukan untuk pengolahan. Untuk mengatasi masalah ini, tim pengabdian bekerja sama dengan masyarakat melalui penyuluhan dan pelatihan tambahan, memastikan bahwa petani memiliki akses ke informasi dan sumber daya yang diperlukan. Pendekatan berbasis kolaborasi memungkinkan petani untuk saling berbagi pengalaman dan

solusi, meningkatkan keterampilan mereka dalam pengolahan bawang merah. Program ini juga mendorong pemanfaatan teknologi pemasaran digital melalui platform online seperti marketplace dan media sosial, yang memungkinkan petani untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Hasil yang dicapai menunjukkan peningkatan nilai ekonomi produk dari Rp10.000-Rp20.000 per kilogram untuk bawang merah mentah menjadi Rp80.000-Rp100.000 per kilogram untuk bawang goreng, yang berarti adanya peningkatan nilai ekonomi hingga 400%-500%. Dengan strategi keberlanjutan yang meliputi inovasi pengemasan, diversifikasi produk, dan peluang ekspansi ke pasar global, program ini tidak hanya mengatasi permasalahan fluktuasi harga dan pembusukan hasil panen, tetapi juga memperkuat daya saing produk olahan petani di pasar nasional maupun internasional.

Cara mensitasi artikel:

Komariah, I., Anton, & Marwah, S. S. (2025). Inovasi ekonomi kreatif: Ubah bawang tak terjual jadi bawang goreng bernilai tinggi. *Jurnal Inovasi Hasil Pengabdian Masyarakat (JIPEMAS)*, 8(2), 292-306. <https://doi.org/10.33474/jipemas.v8i2.23283>

PENDAHULUAN

Dalam menghadapi era globalisasi dan persaingan ekonomi yang semakin ketat, keterampilan abad ke-21 menjadi sangat penting dalam mengembangkan inovasi berbasis ekonomi kreatif dalam sektor pertanian (Fiati & Zuliyati, 2021). Salah satu tantangan utama yang dihadapi para petani adalah fluktuasi harga dan daya simpan hasil pertanian yang terbatas, khususnya pada komoditas seperti bawang merah. Para petani sering kali mengalami kerugian akibat harga bawang yang anjlok secara mendadak dan keterbatasan distribusi yang membuat mereka kesulitan menjangkau pasar yang lebih luas. Dalam konteks ini, penting untuk memahami bahwa diversifikasi produk berbasis pertanian tidak hanya sekadar menambah variasi hasil pertanian, tetapi juga merupakan strategi yang dapat meningkatkan nilai tambah ekonomi. Diversifikasi produk dapat dilakukan dengan mengubah hasil pertanian yang tidak terjual menjadi produk olahan yang memiliki daya saing lebih tinggi di pasar (Makuta et al. 2025). Dengan demikian, pemahaman tentang strategi diversifikasi yang tepat menjadi sangat penting bagi petani untuk meningkatkan pendapatan dan mengurangi kerugian akibat fluktuasi harga yang tidak terduga.

Dalam hal ini, konsep ekonomi kreatif menawarkan solusi yang inovatif dengan mengubah bawang merah yang tidak terjual menjadi produk olahan yang lebih bernilai, seperti bawang goreng. Pengolahan bawang merah menjadi bawang goreng tidak hanya memperpanjang masa simpan bawang, tetapi juga menciptakan peluang usaha baru yang dapat meningkatkan kesejahteraan petani dan pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Pemanfaatan bawang merah melalui produk olahan seperti Brambang Chips dapat meningkatkan pendapatan petani serta memperluas pasar melalui strategi pemasaran digital (Perwita & Saptana, 2020). Dalam konteks ini, penerapan teknologi digital dalam pemasaran sangat penting, karena dapat membantu petani menjangkau konsumen yang lebih luas tanpa terbatas oleh lokasi geografis.

Lebih jauh lagi, pemberdayaan petani bawang merah untuk menghasilkan produk unggulan melalui inovasi pengolahan dan pemasaran berbasis digital adalah langkah strategis yang dapat membantu meningkatkan taraf hidup

masyarakat. Penelitian [Ernawati et al. \(2021\)](#) menegaskan bahwa keterampilan dalam menggunakan teknologi pemasaran digital dapat menjadi alat yang efektif untuk meningkatkan daya saing produk olahan. Ini termasuk pemanfaatan media sosial dan platform e-commerce untuk mempromosikan produk, yang dapat memperkuat branding dan meningkatkan visibilitas produk di pasar. Selain itu, [Nurwani et al. \(2023\)](#) menyoroti pentingnya inovasi produk pertanian dalam meningkatkan nilai ekonomis hasil pertanian, seperti jagung yang diolah menjadi corn chips, yang bisa menjadi inspirasi dalam pengembangan bawang goreng sebagai produk unggulan yang memiliki daya tarik di pasar.

Namun, dalam proses pengolahan bawang merah menjadi bawang goreng, terdapat sejumlah tantangan yang harus dihadapi. Salah satunya adalah kurangnya keterampilan pengolahan di kalangan petani, yang dapat menghambat mereka dalam menciptakan produk berkualitas tinggi. Selain itu, keterbatasan akses pasar dan rendahnya pemanfaatan teknologi pemasaran digital oleh masyarakat desa juga menjadi faktor penghambat. Peran wirausaha pertanian dalam menghadapi era disrupsi inovasi menjadi sangat penting untuk meningkatkan daya saing produk olahan pertanian ([Perwita & Saptana, 2020](#)). Oleh karena itu, diperlukan pendekatan yang lebih terintegrasi dalam memberdayakan petani agar mereka tidak hanya mampu memproduksi tetapi juga memasarkan produk mereka secara efektif.

Pengabdian sebelumnya telah banyak membahas strategi pemberdayaan masyarakat dalam meningkatkan nilai tambah produk pertanian melalui ekonomi kreatif. Namun, penelitian ini menekankan pendekatan yang lebih holistik dalam mengintegrasikan pengolahan bawang goreng dengan strategi pemasaran digital berbasis media sosial. Jika penelitian sebelumnya lebih banyak berfokus pada pendampingan produksi dan pemasaran secara konvensional, maka penelitian ini berusaha untuk menunjukkan bagaimana kombinasi antara inovasi produk dan strategi pemasaran berbasis digital dapat secara efektif meningkatkan daya saing dan nilai jual bawang goreng di pasar yang lebih luas. Dengan pendekatan ini, diharapkan petani mampu memahami dan mengimplementasikan strategi pemasaran digital yang efektif, termasuk pemanfaatan e-commerce dan media sosial, serta strategi promosi berbasis konten yang menarik untuk meningkatkan penerimaan produk mereka di pasar modern.

Tujuan dari pengabdian ini adalah untuk mengembangkan model pemberdayaan petani dan UMKM melalui penerapan ekonomi kreatif dalam pengolahan bawang merah tak terjual menjadi bawang goreng, serta mengoptimalkan pemasaran digital untuk meningkatkan daya jual produk tersebut. Pengabdian ini juga berupaya mengidentifikasi tantangan yang dihadapi petani dalam proses produksi dan pemasaran, serta memberikan solusi yang aplikatif untuk meningkatkan kesejahteraan mereka. Model yang dikembangkan dalam pengabdian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi daerah lain dalam menerapkan konsep ekonomi kreatif yang berorientasi pada keberlanjutan ekonomi lokal.

Urgensi pengabdian ini terletak pada signifikansinya dalam mendukung ketahanan ekonomi petani dan masyarakat desa di tengah persaingan pasar yang semakin kompetitif. Dengan adanya strategi inovatif dalam pengolahan dan pemasaran bawang goreng, diharapkan pengabdian ini dapat memberikan kontribusi nyata bagi peningkatan nilai tambah produk pertanian, memperluas peluang usaha, serta mendukung keberlanjutan ekonomi kreatif di sektor pertanian. Selain itu, pengabdian ini juga berkontribusi pada pengembangan strategi pemasaran berbasis digital yang dapat memberikan dampak signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi desa secara keseluruhan. Pemberdayaan ekonomi kreatif di sektor pertanian tidak hanya meningkatkan kesejahteraan petani, tetapi juga berkontribusi dalam menciptakan ekosistem ekonomi yang lebih mandiri dan inovatif.

Kabupaten Garut, Jawa Barat, merupakan salah satu daerah penghasil bawang merah terbesar di Indonesia, dengan total produksi mencapai 189.290 kwintal. Kecamatan Bayongbong, yang terletak di Kabupaten Garut, menjadi sentra utama produksi bawang merah, dengan luas lahan sekitar 1.500 hektare, yang mampu menghasilkan bawang merah hingga 3.200 ton. Produksi bawang merah di Desa Bayongbong menyumbang hampir 50 persen dari total produksi bawang merah di Kabupaten Garut. Selain itu, total luas lahan bawang merah di Kabupaten Garut mencapai 3.500 hektare, menjadikan kabupaten ini salah satu pemasok bawang merah utama di Indonesia. Potensi besar ini menunjukkan bahwa Kabupaten Garut memiliki peran strategis dalam mendukung ketahanan pangan nasional, khususnya dalam komoditas bawang merah.

Namun, meskipun potensi tersebut sangat besar, para petani di Kabupaten Garut sering kali menghadapi tantangan serius, seperti fluktuasi harga dan daya simpan hasil pertanian yang terbatas. Dalam sistem pertanian konvensional, petani cenderung menyimpan bawang merah dalam wadah tradisional sambil menunggu harga naik kembali di pasaran. Namun, metode ini berisiko tinggi terhadap pembusukan akibat perubahan suhu dan kelembaban. Selain itu, keterbatasan akses pasar dan rendahnya keterampilan dalam mengolah bawang merah menjadi produk olahan yang lebih bernilai ekonomis menyebabkan petani kehilangan peluang untuk meningkatkan pendapatan mereka. Oleh karena itu lokasi pengabdian ini dipilih sebagai lokasi pengabdian karena wilayah ini memiliki potensi besar untuk pengembangan ekonomi kreatif berbasis pertanian, sekaligus menghadapi tantangan yang relevan dengan tujuan program ini, yaitu meningkatkan kesejahteraan petani melalui inovasi produk dan strategi pemasaran.

Melalui pendekatan berbasis pelatihan dan pendampingan teknis, pengabdian ini akan memberikan wawasan baru bagi petani mengenai pentingnya inovasi produk serta strategi pemasaran digital yang dapat membantu mereka bertahan dan berkembang di era ekonomi global yang semakin kompetitif. Strategi pemasaran yang akan diterapkan mencakup beberapa langkah konkret, seperti pemanfaatan media sosial sebagai fokus utama, di mana petani akan dilatih untuk menggunakan platform seperti Instagram dan Facebook untuk mempromosikan produk, berbagi cerita tentang

proses pengolahan, dan menjangkau konsumen secara langsung dengan konten menarik seperti video tutorial dan foto produk. Selain itu, e-commerce akan dimanfaatkan sebagai saluran distribusi yang efektif, dengan pelatihan tentang cara mendaftar dan menjual produk di platform e-commerce lokal seperti Tokopedia dan Bukalapak, memungkinkan petani menjangkau pasar yang lebih luas dan meningkatkan margin keuntungan. Pengabdian ini juga akan mendorong kerja sama dengan toko lokal dan pasar tradisional untuk meningkatkan akses pasar dan memperkuat hubungan dengan komunitas lokal. Strategi promosi lainnya termasuk diskon untuk pembelian pertama, program loyalitas bagi pelanggan tetap, dan partisipasi dalam pameran lokal untuk memperkenalkan produk secara langsung. Dengan menggabungkan berbagai strategi pemasaran ini, pengabdian ini bertujuan untuk meningkatkan keterampilan teknis petani dalam pengolahan bawang merah dan memberdayakan mereka dengan pengetahuan serta alat yang diperlukan untuk memasarkan produk secara efektif, sehingga diharapkan dapat membantu mereka bersaing di pasar yang semakin kompetitif dan meningkatkan pendapatan mereka secara signifikan.

METODE

Metode *Asset-Based Community Development* (ABCD) dikembangkan oleh Najamudin & Fajar (2024) sebagai pendekatan pembangunan berbasis komunitas yang menekankan identifikasi dan pemanfaatan aset yang dimiliki oleh komunitas untuk menciptakan perubahan positif. Dalam konteks pengolahan bawang merah menjadi bawang goreng, penerapan metode ABCD dapat dilakukan melalui tahapan yang lebih spesifik dan terintegrasi dengan proses pengolahan tersebut. Pada tahap pertama, Define (Menentukan), fokus utama adalah bagaimana ekonomi kreatif dapat diterapkan dalam pengolahan bawang tak terjual menjadi bawang goreng untuk meningkatkan nilai tambah produk pertanian. Proses ini dimulai dengan observasi awal dan diskusi dengan komunitas petani bawang di Garut Kota untuk memahami tantangan yang mereka hadapi, seperti surplus bawang yang tidak terjual yang dapat menyebabkan kerugian ekonomi. Dalam tahap ini, penting untuk mengidentifikasi kelompok sasaran dan merumuskan tujuan spesifik yang relevan dengan pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di bidang pengolahan bawang (Hakam et al., 2023).

Tahap kedua, Discover (Menemukan), bertujuan untuk mengidentifikasi aset dan potensi yang dimiliki komunitas. Dalam pengabdian ini, eksplorasi dilakukan terhadap sumber daya yang tersedia, seperti bahan baku bawang tak terjual, keterampilan masyarakat dalam mengolah bawang, serta infrastruktur pendukung yang dapat digunakan untuk produksi. Teknik pengumpulan data yang digunakan meliputi wawancara dengan petani, pengusaha kecil, dan pemangku kepentingan lainnya. Pemetaan aset ini sangat penting untuk memahami kekuatan yang ada dalam komunitas dan bagaimana aset tersebut dapat dimanfaatkan untuk pengolahan bawang merah (Syarifah, 2022).

Setelah aset diidentifikasi, tahap Dream (Impian) melibatkan perancangan visi bersama komunitas mengenai pengolahan bawang tak terjual

menjadi produk bernilai tambah tinggi. Diskusi kelompok terarah (*Focus Group Discussion/FGD*) dengan petani dan pelaku ekonomi kreatif dilakukan untuk membayangkan kemungkinan terbaik bagi usaha bawang goreng mereka di masa depan. Dalam diskusi ini, komunitas diajak untuk merumuskan visi yang mencakup harapan dan aspirasi mereka terhadap produk bawang goreng, sehingga menciptakan rasa kepemilikan terhadap proses pengembangan.

Pada tahap Design (Merancang), strategi konkret disusun untuk merealisasikan impian yang telah dirumuskan sebelumnya. Perancangan strategi meliputi teknik produksi bawang goreng yang efisien dan berkualitas, pengemasan produk yang menarik, serta strategi pemasaran berbasis digital dan lokal. Putra & Devy (2024) menyatakan bahwa pelatihan keterampilan bagi masyarakat sangat penting untuk meningkatkan kapasitas mereka dalam menjalankan usaha, yang merupakan bagian integral dari tahap ini.

Tahap terakhir, Deliver (Lakukan), mencakup implementasi dari rencana yang telah disusun. Proses ini melibatkan pelaksanaan produksi bawang goreng secara langsung, evaluasi hasil produksi, serta strategi distribusi dan pemasaran yang telah direncanakan sebelumnya. Selama tahap ini, dilakukan monitoring secara berkala untuk memastikan bahwa setiap langkah berjalan sesuai rencana dan untuk mengidentifikasi area yang perlu diperbaiki. Pentingnya evaluasi dalam proses pembelajaran, yang juga relevan dalam konteks pengabdian masyarakat untuk mengukur efektivitas metode ABCD dalam meningkatkan kesejahteraan komunitas (Magdalena et al., 2020).

Dengan demikian, penerapan metode ABCD dalam konteks pengolahan bawang tak terjual menjadi bawang goreng tidak hanya mencerminkan prinsip-prinsip dasar dari pendekatan ini, tetapi juga menunjukkan bagaimana komunitas dapat diberdayakan untuk mencapai tujuan pembangunan yang berkelanjutan melalui pemanfaatan aset lokal. Pendekatan ini diharapkan dapat memberikan dampak positif yang signifikan terhadap kesejahteraan petani di Garut Kota, serta meningkatkan daya saing produk pertanian mereka di pasar.

Tabel 1. Metode ABCD

No	Kegiatan	Metode	Output	Pelaksana
1	Identifikasi masalah untuk melihat kondisi di lapangan	Wawancara kepada petani bawang merah untuk mengetahui informasi terkait dengan permasalahan harga dan penyimpanan bawang	Diperoleh pemetaan masalah yang dihadapi petani bawang merah, terutama terkait fluktuasi harga panen dan kendala penyimpanan. Data ini akan menjadi dasar dalam merancang solusi yang tepat guna meningkatkan kesejahteraan petani dan memastikan ketersediaan produk yang lebih stabil di pasar.	Tim Pengabdian bersama petani bawang merah
2	Menumbuhkan kepercayaan atas kelebihan yang dimiliki oleh petani dalam meningkatkan nilai tambah hasil panen	Diskusi interaktif dan Analisis Kebutuhan	Terbentuknya kesadaran dan keyakinan petani bahwa mereka memiliki potensi untuk meningkatkan nilai jual bawang merah melalui diversifikasi produk. Hasil diskusi ini juga mencakup identifikasi keterampilan yang dibutuhkan untuk mengolah bawang merah menjadi bawang goreng berkualitas tinggi serta strategi pemasaran yang efektif.	Tim Pengabdian bersama petani bawang merah

3	Dialog interaktif diarahkan untuk program pemantapan dan penguatan strategi pengolahan bawang merah menjadi produk bernilai jual	Strategi pendampingan komunitas petani bawang merah	Terwujudnya rencana aksi bagi petani dalam pengolahan bawang merah menjadi bawang goreng yang berkualitas dan memiliki daya saing di pasar. Petani diberikan wawasan tentang teknik produksi yang baik, standar kualitas produk, serta pengemasan dan branding yang menarik agar lebih mudah diterima oleh konsumen.	Tim Pengabdian bersama petani bawang merah
4	Dialog interaktif untuk solusi dari kendala dalam produksi dan pemasaran bawang goreng	Forum Grup Diskusi bersama petani	Dihasilkan laporan evaluasi dari seluruh rangkaian kegiatan pengabdian. Evaluasi ini mencakup efektivitas program, tingkat pemahaman petani terhadap materi yang disampaikan, serta rekomendasi untuk pengembangan program lebih lanjut. Diharapkan adanya keberlanjutan program dan peningkatan kerja sama dengan stakeholder lain untuk memperluas jangkauan dan manfaat dari program ini	Tim Pengabdian bersama petani bawang merah

Dengan menerapkan metode ABCD secara sistematis, komunitas dapat menggali dan memanfaatkan aset yang mereka miliki untuk menciptakan perubahan yang positif dan berkelanjutan. Pendekatan ini tidak hanya membantu meningkatkan ekonomi lokal, tetapi juga memperkuat kapasitas komunitas dalam mengelola sumber daya mereka sendiri secara mandiri dan berdaya saing tinggi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Program pengabdian ini telah memberikan dampak nyata terhadap kesejahteraan petani. Berdasarkan data yang diperoleh, setelah mengikuti pelatihan, petani mengalami peningkatan pendapatan hingga 40% dibandingkan saat menjual bawang merah dalam bentuk mentah. Hal ini disebabkan oleh produk bawang goreng yang memiliki nilai jual lebih tinggi, masa simpan lebih lama, dan potensi untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Selain itu, petani mendapatkan keterampilan baru, seperti teknik pemotongan, pengeringan, dan penggorengan yang tepat, yang memungkinkan mereka menghasilkan produk berkualitas tinggi sekaligus mengurangi kerugian akibat pembusukan bawang merah.



Gambar 1. Kegiatan wawancara dengan petani bawang

Sebelum pelaksanaan pengabdian, dilakukan terlebih dahulu wawancara dengan para petani untuk memahami kondisi usaha mereka, tantangan yang dihadapi, serta peluang pengembangan produk bawang goreng. Selain itu, koordinasi dengan kepala desa setempat dilakukan guna memastikan program ini sesuai dengan kebutuhan masyarakat dan mendapatkan dukungan penuh dalam pelaksanaannya.



Gambar 2. Koordinasi dengan pemerintahan desa

Dari hasil wawancara dan koordinasi, diketahui bahwa desa memiliki aset sumber daya alam berupa keberlimpahan hasil panen bawang merah yang berpotensi diolah menjadi produk bernilai tambah. Selain itu, aset sumber daya manusia juga menjadi keunggulan, di mana petani memiliki keahlian tradisional dalam mengolah bahan pangan serta kemauan untuk belajar dan berinovasi. Dukungan dari aset sosial dan komunitas, seperti keberadaan kelompok tani, memungkinkan kolaborasi dalam proses pengolahan dan pemasaran produk bawang goreng. Lebih lanjut, aset infrastruktur dan dukungan eksternal, termasuk keterlibatan pemerintah setempat dan lembaga pengabdian masyarakat, memberikan pelatihan serta akses pasar untuk membantu petani meningkatkan daya saing produk mereka.



Gambar 3. Pembukaan kegiatan pengabdian

Dalam Gambar 3. Pemberian materi pelatihan oleh narasumber, terlihat bagaimana petani mendapatkan edukasi mengenai konsep ekonomi kreatif dalam pengolahan bawang merah. Pengabdian ini dilaksanakan dengan

memberikan materi dari tiga narasumber yang ahli di bidangnya. Ade Holis, S.Ag., M.Pd. menyampaikan edukasi tentang strategi pemasaran bawang goreng melalui platform marketplace, menekankan pentingnya pemanfaatan media sosial dan e-commerce untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Dr. Hj. Masripah, M.Si. membahas peran perempuan dalam meningkatkan ekonomi keluarga, mendorong peserta untuk memanfaatkan waktu luang dan keterampilan guna menambah penghasilan. Sementara itu, Acep Rahmat, S.Ag., M.Phil. memberikan pelatihan pembuatan bawang goreng aneka rasa, membimbing peserta dari tahap pengolahan hingga pengemasan agar produk lebih menarik dan memiliki nilai jual tinggi.

Sementara Foto bersama aparaturnya pemerintah setempat ketika pelatihan, menunjukkan adanya dukungan dari pihak pemerintah sebagai salah satu aspek penting dalam metode ABCD, yaitu keterlibatan pemangku kepentingan dalam memberdayakan komunitas.

Pengabdian ini dilaksanakan bersama petani lokal dengan pendekatan yang sistematis, dimulai dari pemilihan bahan baku. Langkah awal ini sangat krusial untuk memastikan kualitas produk akhir. Bawang merah yang digunakan harus memenuhi kriteria tertentu, yaitu bebas dari kerusakan seperti busuk atau berjamur, berukuran seragam agar memudahkan proses pemotongan, serta memiliki kadar air yang ideal. Penerapan kriteria tersebut menjamin bahwa bahan baku yang dipilih aman, bersih, dan konsisten, sehingga mampu menghasilkan produk bawang goreng yang berkualitas tinggi. Pemilihan bahan baku yang tepat dapat meningkatkan kualitas produk hingga 70% dibandingkan dengan penggunaan bahan baku tanpa seleksi yang optimal (Amzeri, 2018).



Gambar 4. Pemilahan bawang berkualitas di pandu instruktur

Setelah tahap pemilihan bahan baku selesai, dilanjutkan dengan proses pemotongan dan pengeringan. Proses pemotongan dilakukan dengan menggunakan pisau atau alat pemotong khusus untuk menghasilkan irisan bawang yang seragam, yang merupakan kunci dalam memperoleh tekstur bawang goreng yang konsisten. Irisan bawang tersebut kemudian mengalami proses pengeringan guna mengurangi kadar air sebelum digoreng. Pengeringan dilakukan melalui dua metode, yaitu pengeringan alami dengan sinar matahari yang ramah lingkungan dan efisien dari segi biaya, serta pengeringan mekanis menggunakan alat dehidrasi yang menawarkan

kecepatan dan konsistensi hasil. Kedua metode pengeringan ini sangat penting untuk memastikan bahwa bawang tidak menyerap minyak berlebih saat proses penggorengan, sehingga menghasilkan produk yang renyah dan tahan lama



Gambar 5. Proses penggorengan bawang merah

Kegiatan pengabdian ini melibatkan pendampingan intensif dalam teknik penggorengan dengan suhu yang tepat untuk menghasilkan bawang goreng berkualitas tinggi. Peserta diberikan pelatihan langsung mengenai cara mengontrol suhu penggorengan agar bawang tetap renyah tanpa gosong. Suhu optimal dalam proses penggorengan bawang merah berkisar antara 160-180°C, yang memungkinkan terjadinya proses karamelisasi dengan sempurna (Siahaan et al., 2020). Proses ini tidak hanya menjaga tekstur renyah tetapi juga mempertahankan cita rasa bawang goreng, sehingga produk akhir memiliki kualitas yang konsisten dan menarik bagi konsumen.

Program pengabdian ini memberikan dampak signifikan dalam peningkatan keterampilan petani. Petani yang sebelumnya hanya mengandalkan penjualan bawang merah mentah kini telah memperoleh keterampilan baru dalam mengolah bawang merah menjadi produk olahan bernilai tambah, yaitu bawang goreng. Melalui pelatihan intensif, para petani belajar teknik pemilihan bahan baku yang tepat, proses pemotongan, pengeringan, dan penggorengan dengan suhu optimal. Keterampilan ini menjadi modal penting agar produk yang dihasilkan memiliki kualitas yang tinggi, konsisten, dan menarik bagi konsumen.



Gambar 6. Produk bawang goreng muara sanding

Peningkatan nilai ekonomi juga menjadi salah satu hasil nyata dari program ini. Harga bawang merah mentah yang semula hanya berkisar antara Rp10.000 hingga Rp20.000 per kilogram, kini mampu diolah menjadi bawang goreng dengan harga jual mencapai Rp80.000 hingga Rp100.000 per kilogram. Dengan demikian, nilai ekonomi produk mengalami peningkatan yang signifikan, yakni sekitar 400%-500%. Hal ini tidak hanya menambah pendapatan petani, tetapi juga meningkatkan daya saing produk olahan di pasar.

Selain peningkatan keterampilan dan nilai ekonomi, program pengabdian ini juga mendorong pemanfaatan teknologi pemasaran digital. Petani kini dapat menjangkau pasar yang lebih luas melalui berbagai platform digital, seperti marketplace online (Shopee, Tokopedia, Lazada) dan media sosial (Facebook, Instagram, WhatsApp Business). Melalui sistem reseller dan dropship, produk bawang goreng dari petani dapat tersebar ke berbagai daerah, sehingga membuka peluang pasar yang lebih besar dan berpotensi meningkatkan penjualan secara signifikan. Hal serupa juga ditemukan dalam penelitian oleh (Sudaryanti et al., 2023), yang menunjukkan bahwa pelatihan pemasaran digital mampu meningkatkan jangkauan pasar UMKM di Desa Putrappinggan. Optimalisasi marketplace seperti Shopee dan Tokopedia dapat meningkatkan efisiensi biaya pemasaran hingga 35% (Sari et al., 2025). Pendampingan UMKM melalui digital marketing di Desa Gelam berhasil meningkatkan keterampilan digital pelaku usaha dan memperluas jangkauan pasar mereka (Rizqi et al., 2024). Selain itu, Amalia et al. (2024) mencatat bahwa pelatihan pemasaran digital di Desa Sukoreno mampu meningkatkan pemahaman UMKM terhadap strategi pemasaran online, yang berdampak pada peningkatan pendapatan. Penelitian oleh Ramadhani et al. (2025) juga menunjukkan bahwa pelatihan pemasaran digital untuk produk turunan pisang "Sang Mulyo" di Desa Srimulyo berhasil meningkatkan daya saing produk lokal di pasar yang lebih luas. Literasi digital dan adopsi teknologi oleh wirausaha muda di Sumatera Utara mampu menjembatani kesenjangan antara metode bisnis tradisional dan kebutuhan pasar modern (Theodora et al., 2024).

Strategi keberlanjutan program juga telah dirancang untuk memastikan kelangsungan pengolahan bawang goreng sebagai usaha ekonomi kreatif. Inovasi dalam pengemasan, seperti penggunaan bahan food-grade yang higienis serta label produk yang informatif (meliputi komposisi, tanggal produksi, dan sertifikasi halal), turut mendorong daya tarik produk. Selain itu, peluang ekspansi ke pasar global melalui Indonesia Trade Promotion Center (ITPC) dan pengembangan kemasan dengan standar ekspor menjadi langkah strategis untuk membuka akses ke pasar internasional. Diversifikasi produk, misalnya dengan varian rasa pedas, original, dan keju, serta variasi ukuran kemasan, juga mendukung daya saing produk di tingkat lokal, nasional, maupun global.

Secara keseluruhan, program pengabdian ini telah berhasil meningkatkan kesejahteraan petani bawang merah dengan memberikan solusi inovatif berbasis ekonomi kreatif. Pendekatan ini tidak hanya mengatasi permasalahan fluktuasi harga dan pembusukan hasil panen, tetapi juga membuka peluang bagi petani untuk terlibat dalam industri pangan olahan dan UMKM berbasis

digital. Dengan kemitraan yang kuat antara petani, pemerintah, dan pelaku usaha, program ini berkontribusi pada penguatan ekonomi kreatif berbasis pertanian yang lebih mandiri, berdaya saing, dan berkelanjutan. Pendekatan ini tidak hanya mengatasi permasalahan fluktuasi harga dan pembusukan hasil panen, tetapi juga membuka peluang bagi petani untuk terlibat dalam industri pangan olahan dan UMKM berbasis digital.

Dengan kemitraan yang kuat antara petani, pemerintah, dan pelaku usaha, program ini berkontribusi pada penguatan ekonomi kreatif berbasis pertanian yang lebih mandiri, berdaya saing, dan berkelanjutan. Hal ini sejalan dengan temuan yang diungkapkan oleh [Prahara & Jamil \(2018\)](#) yang menekankan pentingnya integrasi ekonomi kreatif dalam praktik pertanian untuk meningkatkan kreativitas dan relevansi produk pertanian dengan kebutuhan pasar. Selain itu, [Hutabarat \(2015\)](#) menunjukkan bahwa pengembangan usaha kuliner berbasis ekonomi kreatif dapat meningkatkan kesejahteraan petani melalui pemanfaatan produk lokal. Penelitian oleh [Jefri & Ibrohim \(2021\)](#) juga menekankan bahwa strategi pengembangan UMKM berbasis digital dapat menciptakan peluang baru bagi petani untuk memasarkan produk mereka secara lebih efektif, pentingnya inovasi dalam produk tradisional agar tetap bersaing di pasar. Terakhir, [Sartika et al. \(2022\)](#) menyoroti bahwa budidaya rumput laut dapat menjadi alternatif penghasilan yang menjanjikan bagi masyarakat pesisir, memperkuat ekonomi kreatif berbasis pertanian. Dengan dukungan yang tepat, petani dapat bertransformasi menjadi bagian integral dari ekosistem ekonomi kreatif yang lebih luas, yang tidak hanya menguntungkan mereka secara individu, tetapi juga berkontribusi pada perekonomian lokal dan nasional.

SIMPULAN

Penerapan ekonomi kreatif dalam pengolahan bawang merah yang tidak terjual menjadi bawang goreng berhasil memberikan dampak nyata dalam meningkatkan kesejahteraan petani, sesuai dengan hasil kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan kepada masyarakat umum. Melalui inisiatif Pengembangan Komunitas Berbasis Aset (ABCD), para petani memperoleh pelatihan intensif terkait teknik pengolahan bawang merah menjadi bawang goreng serta strategi pemasaran digital. Hasilnya, terdapat peningkatan nilai ekonomi yang signifikan, di mana harga bawang merah mentah yang sebelumnya hanya Rp10.000 hingga Rp20.000 per kilogram meningkat menjadi Rp80.000 hingga Rp100.000 per kilogram dalam bentuk bawang goreng, yang berarti adanya peningkatan nilai ekonomi sebesar 400%-500%. Selain itu, volume penjualan juga meningkat hingga 35%, karena produk bawang goreng yang dihasilkan memiliki masa simpan lebih lama dan permintaan pasar yang stabil sepanjang tahun. Melalui pemanfaatan teknologi pemasaran digital, seperti marketplace dan media sosial, jangkauan pasar petani juga mengalami perluasan, tidak hanya terbatas pada pasar lokal tetapi juga menjangkau konsumen di luar wilayah, bahkan hingga tingkat nasional.

Namun, selama pelaksanaan program, terdapat beberapa tantangan yang dihadapi. Salah satunya adalah keterbatasan sumber daya, baik dari segi

alat pengolahan yang tersedia maupun kemampuan awal petani dalam memanfaatkan teknologi pemasaran digital. Selain itu, kendala lain yang muncul adalah tingkat pemahaman awal petani terhadap standar kualitas produk yang sesuai dengan kebutuhan pasar, sehingga beberapa produk awal tidak memenuhi standar kualitas yang diharapkan. Untuk mengatasi tantangan ini, tim pengabdian memberikan pendampingan intensif melalui sesi pelatihan tambahan, seperti pengenalan alat pengolahan modern, praktik langsung pengolahan bawang goreng dengan teknik yang tepat, hingga pelatihan pemasaran digital berbasis konten untuk meningkatkan keterampilan petani dalam mempromosikan produk mereka di platform seperti Instagram dan Tokopedia. Pendekatan berbasis kolaborasi ini juga memungkinkan petani untuk saling berbagi pengalaman serta menciptakan jejaring komunitas yang mendukung keberlanjutan program.

Untuk keberlanjutan program, direkomendasikan agar program ini dapat direplikasi di wilayah lain yang memiliki potensi serupa, terutama di daerah-daerah penghasil bawang merah yang menghadapi tantangan serupa, seperti fluktuasi harga dan keterbatasan akses pasar. Strategi skalabilitas dapat diterapkan dengan melibatkan lebih banyak komunitas petani melalui kerja sama dengan pemerintah daerah, lembaga swadaya masyarakat, dan sektor swasta untuk menyediakan pelatihan, alat produksi, serta akses ke pasar yang lebih luas. Selain itu, pengembangan jejaring komunitas petani berbasis digital dapat menjadi langkah strategis untuk memperluas dampak program ini, sehingga lebih banyak petani dapat merasakan manfaatnya. Dengan pendekatan yang terstruktur dan kolaboratif, program ini diharapkan dapat menjadi model pemberdayaan masyarakat berbasis ekonomi kreatif yang berkelanjutan dan mampu menjangkau lebih banyak komunitas petani di Indonesia.

DAFTAR RUJUKAN

- Amalia, K. N., Manggala, F. P., Irawan, S. F., & Margaretha, A. (2024). Optimalisasi strategi marketing UMKM Desa Sukoreno Kecamatan Umbulsari Kabupaten Jember. *TEKIBA: Jurnal Teknologi Dan Pengabdian Masyarakat*, 4(2), 7–13. <https://doi.org/10.36526/tekiba.v4i2.4006>
- Amzeri, A. (2018). Tinjauan perkembangan pertanian jagung di Madura dan alternatif pengolahan menjadi biomaterial. *Rekayasa*, 11(1), 74–86. <https://doi.org/10.21107/rekayasa.v11i1.4127>
- Ernawati, E., Hurriyati, R., & Dirgantari, P. D. (2021). Strategi pengembangan kerajinan anyaman Purun untuk meningkatkan daya saing. *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, 17(1), 27–40. <https://doi.org/10.21067/jem.v17i1.5215>
- Fiati, R., & Zuliyati, Z. (2021). Strategi pengembangan jaringan usaha UMKM pigura kaligrafi memasuki pasar ekspor. *Jurnal Dianmas*, 5(April), 53–62. <https://jurnaldianmas.org/index.php/Dianmas/article/view/7>
- Hakam, I. A., Fatahillah, K., Faniati, R. N., Izzah, N. N., & Putra, R. S. (2023). A systematic literature review: Strategi pengembangan usaha mikro dan

- menengah (UMKM) melalui peningkatan kualitas sumber daya manusia. *WORLDVIEW (Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Sosial Sains)*, 2(1), 61–72. <https://doi.org/10.38156/worldview.v2i1.197>
- Hutabarat, L. R. F. W. M. (2015). Strategi pengembangan usaha kuliner di Kota Malang berbasis ekonomi kreatif. *Jurnal Ekonomi Dan Studi Pembangunan (JESP)*, 7(1), 12–20. <https://journal.um.ac.id/index.php/jesp/article/view/5312>
- Jefri, U., & Ibrohim, I. (2021). Strategi pengembangan usaha mikro kecil menengah (UMKM) berbasis ekonomi kreatif di Kecamatan Puloampel Kabupaten Serang Banten. *Jurnal Manajemen STIE Muhammadiyah Palopo*, 7(1), 86. <https://doi.org/10.35906/jm001.v7i1.730>
- Magdalena, I., Fauzi, H. N., & Putri, R. (2020). Pentingnya evaluasi dalam pembelajaran dan akibat memanipulasinya. *BINTANG Jurnal Pendidikan Dan Sains*, 2(2), 244–257. <https://doi.org/10.36088/bintang.v2i2.986>
- Makuta, I., Latif, A., & Dinul, M. (2025). Analisis daya saing komoditi jagung di Gorontalo: Tinjauan literatur terhadap pasar dan diversifikasi produk. *Journal Scientific of Mandalika (Jsm)*, 6(4), 1025–1034. <https://doi.org/10.36312/10.36312/vol6iss4pp1025-1034>
- Najamudin, F., & Fajar, A. H. Al. (2024). Pemberdayaan masyarakat berbasis sumber daya lokal melalui pendekatan abcd untuk mencapai SDG 1 : Tanpa kemiskinan. *Focus: Jurnal Pekerjaan Sosial*, 7(2), 142–158. <https://doi.org/10.24198/focus.v7i2.58936>
- Nurwani, N., Amal, I., Amier, W. H., Muliati, M., Sumardi, S., Lestari, A., Fadillah, N., Nurdiansyah, M., Ferdiansyah, F., Wiranugraha, A. A., Asnia, N. A., Pratiwi S, F., & Suherman, S. (2023). Peningkatan perekonomian desa melalui pengolahan kripik tomat bagi wanita tani di Desa Curio Kabupaten Enrekang. *Jurnal Dedikasi Masyarakat*, 7(1), 29–38. <https://doi.org/10.31850/jdm.v7i1.2688>
- Perwita, A. D., & Saptana, N. (2020). Peran wirausaha pertanian dalam menghadapi era disrupsi inovasi. *Forum Penelitian Agro Ekonomi*, 37(1), 41–58. <https://doi.org/10.21082/fae.v37n1.2019.41-58>
- Prahara, R. S., & Jamil, A. S. (2018). Konsep pembelajaran ekonomi berbasis ekonomi kreatif. *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics (IJJSE)*, 1(1), 7–18. <https://doi.org/10.31538/ijse.v1i1.68>
- Putra, R. A., & Devy, T. (2024). Pengaruh pelatihan peningkatan kapasitas pelaku usaha mikro kecil menengah terhadap pendapatan usaha mikro kecil menengah di Kota Bukittinggi. *Jurnal Ekonomi Sakti*, 13(1), 1–13. <https://doi.org/10.36272/jes.v13i1.318>
- Ramadhani, F. P., Mumpuni, G., Bakhtiar, A., & Shodiq, W. M. (2025). Pelatihan strategi pemasaran pisang “Sang Mulyo.” *Jurnal Pengabdian Dan Peningkatan Mutu Masyarakat (Janayu)*, 6(1), 35–49. <https://doi.org/10.22219/janayu.v6i1.36514>
- Rizqi, A. H., Fatihah, S. A., Arofah, Y. N., Maulana, A. R., Rizkita, D. O., Fitria, I. A., Gultom, I. N., Aini, W. N., Nurhaliza, S., Rahmawati, C. N., & Nafi'ah, B. A. (2024). Implementasi pendampingan UMKM melalui pemanfaatan digital marketing di Desa Gelam Sidoarjo. *Media Pengabdian Kepada*

- Masyarakat (MPKM), 3(1), 78–89. <https://www.ejournal-rmg.org/index.php/AMPKM/article/view/290>
- Sari, E. K. N., Faizin, N., & Hudori, H. A. (2025). Optimalisasi marketplace sebagai strategi efektif untuk perluasan jaringan pemasaran kopi ratu produksi UMKM. *Azka Food. Journal of Community Development*, 5(3), 688–696. <https://doi.org/10.47134/comdev.v5i3.1427>
- Sartika, S. H., Mashud, Hasan, M., Syam, H., Susilowati, E., Purba, B., SN, A., Jufri, M., Faried, A. I., Rosihana, R. elita, Raditya, & Amruddin. (2022). *Ekonomi Kreatif*.
- Siahaan, S. P., Hidayat, T., Intan Kailaku, S., & Bin Arif, A. (2020). Pengaruh pre-treatment dalam proses curing dan suhu penyimpanan terhadap mutu dan masa dormansi benih bawang putih. *Jurnal Keteknik Pertanian*, 8(1), 29–38. <https://doi.org/10.19028/jtep.08.1.29-38>
- Sudaryanti, D. S., Munawar, A. H., Sani, A. A., & Santosa, A. D. (2023). Transformation of MSMEs in Putrapinggan Village Through digital marketing training for technology-based development. *Journal Inclusive Society Community Servies*, 1(2), 1–9. <https://doi.org/10.61402/isco.v1i2.25>
- Syarifah, W. (2022). Kampung kreatif melalui inovasi pengolahan bawang merah dalam upaya meningkatkan perekonomian masyarakat. *ABDINA: Jurnal Sosial Dan Pengabdian Kepada Masyarakat Volume*, 1(2), 115–128. <https://doi.org/10.28944/abdina.v1i2.551>
- Theodora, E. M., Pakpahan, V. M., & Banuari, N. (2024). Revolusi digital UMKM bagi kalangan wirausaha muda komunitas bisnis centre. *GENDIS Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 47–54. <https://doi.org/10.56724/gendis.v2i2.299>