

DIVERSIFIKASI PRODUK OLAHAN BAWANG MERAH: STRATEGI PEMBERDAYAAN EKONOMI KELOMPOK TANI KAOMBO 1 DESA LANPANDEWA JAYA

La Sudarman^{1*}, Kuswinton²,
Sarimuddin³, Restinawati⁴,
Nabila⁵

1), 2), 4), 5) Program Diploma
Manajemen Pemasaran
Internasional, Politeknik Baubau
3) Program Sarjana Ilmu
Komputer, Universitas
Sembilanbelas November
Kolaka

Article history

Received : 29 Juli 2025

Revised : 6 Oktober 2025

Accepted : 13 Oktober 2025

*Corresponding author

La Sudarman

Email :

sudarmanla132@gmail.com

Abstrak

Desa Lapandewa Jaya di Kabupaten Buton Selatan merupakan sentra bawang merah dengan hasil panen melimpah. Namun, petani masih menjual secara mentah seharga Rp25.000–Rp35.000/Kg, yang tidak sebanding dengan biaya produksi. Akibatnya, pendapatan dan kesejahteraan petani rendah. Padahal, desa memiliki potensi ekonomi besar jika dilakukan pengolahan. Masalah utamanya adalah belum adanya diversifikasi produk, manajemen usaha, dan pemasaran berbasis *e-commerce* yang optimal. Pengabdian bertujuan untuk memberikan solusi terhadap hasil produksi bawang merah yang berfokus pada tiga aspek yakni aspek produksi melalui diversifikasi produk, aspek manajemen usaha melalui perencanaan usaha berbasis digital serta aspek pemasaran melalui pemasaran berbasis *e-commerce*. Mitra pengabdian adalah kelompok tani Kaombo 1 yang berjumlah 15 orang. Metode pengabdian berupa perencanaan, sosialisasi, pelatihan dan penerapan teknologi, pendampingan dan evaluasi, keberlanjutan program dan penyusunan laporan. Waktu pelaksanaan dari tanggal 10 Agustus 2024 - 30 Agustus 2025. Hasil pengabdian dari aspek produksi menghasilkan tiga produk berupa bubuk bawang merah harga jual Rp70.000/Kg, bawang goreng harga jual Rp55.000/Kg dan keripik bawang dijual seharga 45.000/Kg. Aspek manajemen usaha kelompok tani berhasil dalam mengelola usaha secara profesional serta membuka peluang diversifikasi produk olahan bawang merah yang berkelanjutan dan bernilai ekonomi tinggi. Aspek pemasaran berbasis *e-commerce* kelompok tani diperkenalkan pada konsep dasar pemasaran digital, strategi *branding*, dan pemanfaatan platform *e-commerce* seperti *marketplace*, media sosial, hingga *website* untuk mendukung penjualan produk. Hasil *post-tes* juga menunjukkan bahwa setelah kegiatan terjadi peningkatan pemahaman dari kurang paham menjadi paham sebesar 100%.

Kata Kunci: Bawang Merah; Diversifikasi; Pemberdayaan; Strategi

Abstract

Lapandewa Jaya Village in South Buton Regency is a centre for shallot production with abundant harvests. However, farmers still sell raw shallots at Rp25,000–Rp35,000 per kilogram, which is not proportional to production costs, resulting in low income and welfare. Despite its economic potential, the village has yet to develop product diversification, proper business management, and optimal *e-commerce*-based marketing. This community service program aims to provide solutions focusing on three key aspects: production through product diversification, business management through digital-based business planning, and marketing through *e-commerce* platforms. The partner of this program is the Farmers Group of Kaombo 1, consisting of 15 members. The implementation methods include planning, socialization, training and technology application, mentoring, evaluation, program sustainability, and reporting. The activity was conducted from August 10, 2024, to August 30, 2025. The production aspect resulted in three new products: shallot powder priced at Rp70,000/kg, fried shallots at Rp55,000/kg, and shallot chips at Rp45,000/kg. In terms of business management, the farmers successfully managed their operations professionally and opened opportunities for sustainable, high-value product diversification. For the *e-commerce*-based marketing aspect, the group was introduced to digital marketing concepts, branding strategies, and the use of online platforms such as marketplaces, social media, and websites to support product sales. Post-test results showed a 100% increase in participants' understanding, from "less understanding" to "understanding," indicating the program's success in improving knowledge and practice.

Keywords: Shallots; Diversification; Empowerment; Strategy

PENDAHULUAN

Desa Lapandewa merupakan salah satu desa di Kabupaten Buton Selatan, Sulawesi Tenggara, yang memiliki potensi pertanian cukup besar, khususnya dalam komoditas bawang merah. Kondisi geografis dan kesuburan tanah di wilayah ini mendukung produktivitas pertanian masyarakat, dengan sebagian besar penduduk menggantungkan hidup dari sektor agrikultur. Berdasarkan data dari Dinas Pertanian, hasil panen bawang merah di daerah tersebut mencapai sekitar 275 ton per bulan pada tahun 2021, yang menunjukkan bahwa sektor ini memiliki prospek ekonomi yang menjanjikan apabila dikelola secara optimal (Zuniati et al., 2023).

Dari hasil diskusi mitra Kelompok Tani Kaombo 1, Kecamatan Lapandewa, yang memiliki luas tanam 48 hektare, berhasil memproduksi bawang merah sebanyak 1.690 kuintal. Namun permasalahan utama yang dihadapi yaitu meskipun jumlah produksi tinggi, pendapatan ekonomi masyarakat masih tergolong rendah, karena sering terjadi fluktuasi harga penjualan bawang merah (Hasna, 2024). Ada beberapa faktor yang menghambat yaitu keterbatasan akses pasar dan minimnya pengetahuan tentang teknologi pascapanen inovasi diversifikasi produk olahan bawang merah (Fitra et al., 2025). Desa Lapandewa menunjukkan bahwa terdapat peluang untuk melakukan pemberdayaan masyarakat melalui diversifikasi produk olahan bawang merah (Zuniati et al., 2023). Upaya ini dapat dilakukan dari hulu ke hilir, mulai dari penguatan kapasitas petani dalam pengolahan hasil panen hingga pengembangan strategi pemasaran produk olahan. Dengan dukungan data kuantitatif produksi serta profil masyarakat yang mayoritas berprofesi sebagai petani, intervensi program pemberdayaan dapat dirancang secara tepat sasaran untuk meningkatkan pendapatan, memperluas pasar, dan memperkuat ketahanan ekonomi lokal (Astuti et al., 2022).

Mitra sasaran Kelompok Tani Kaombo 1 di Desa Lapandewa mayoritas merupakan kelompok petani bawang merah yang tergabung dalam kelompok tani lokal. Dari sisi bahan baku, bawang merah diperoleh langsung dari hasil panen di lahan pertanian milik warga. Proses produksi masih bersifat konvensional, tanpa teknologi modern untuk pascapanen seperti mesin pengering, alat pengupas otomatis, maupun fasilitas pengemasan. Produk utama yang dihasilkan saat ini hanya berupa bawang merah segar, tanpa adanya variasi produk olahan (Astuti et al., 2022). Hal ini membuat nilai jual produk tetap rendah, dengan harga yang sangat bergantung pada fluktuasi pasar. Mutu hasil panen juga belum seragam karena keterbatasan dalam pengelolaan lahan dan sarana pertanian. Distribusi dilakukan secara langsung ke pasar tradisional atau melalui tengkulak, sehingga margin keuntungan petani sangat kecil (Aminatun et al., 2023).

Dari sisi manajemen dan pemasaran, mitra sasaran belum memiliki sistem pencatatan usaha yang baik dan belum memahami teknik pemasaran modern. Strategi pemasaran masih mengandalkan penjualan langsung di pasar lokal tanpa adanya *branding*, promosi, maupun pengemasan yang menarik. Harga jual produk segar berkisar antara Rp15.000 hingga Rp25.000 per kilogram tergantung musim, namun petani hanya memperoleh sebagian kecil dari nilai tersebut. Konsumen utama adalah pasar tradisional di sekitar Kabupaten Buton Selatan. Sarana pendukung seperti rumah produksi, alat pengolahan, serta media promosi juga belum tersedia. Dengan kondisi ini, intervensi berupa pelatihan, peralatan, dan pendampingan usaha sangat diperlukan untuk meningkatkan nilai tambah, efisiensi produksi, serta memperluas akses pasar bagi mitra sasaran (Sudarman et al., 2024). Tujuan pelaksanaan kegiatan ini diharapkan mampu memberikan dampak terhadap kemampuan mitra dalam aspek produksi dengan penggunaan teknologi tepat guna melalui diversifikasi produk, aspek manajemen usaha melalui perencanaan usaha berbasis digital serta aspek pemasaran melalui pemasaran berbasis *e-commerce* (Aminatun et al., 2023).

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan ini dilaksanakan di Desa Lapandewa Jaya Kabupaten Buton Selatan. Mitra sasaran kelompok tani Kaombo 1 dengan jumlah mitra 15 orang. Adapun beberapa tahapan yang dilakukan pada kegiatan pengabdian ini dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 1. Tahapan Pelaksanaan Pengabdian kepada Masyarakat

No	Metode	Waktu Pelaksanaan	Uraian Kegiatan
1	Perencanaan	10 Agustus 2024	<ol style="list-style-type: none"> 1) Melakukan diskusi awal (pra-proposal) dengan calon mitra dan maksud dan tujuan pengabdian kepada masyarakat. 2) Diskusi dengan mitra untuk mendapatkan kondisi real permasalahan mitra 3) Membahas ruang lingkup kegiatan yang akan dikerjakan 4) Pembentukan tim pengusul yang sesuai dengan bidang keilmuan untuk penyelesaian permasalahan pada mitra
2	Sosialisasi	14 Juni 2025	<ol style="list-style-type: none"> 5) Mengadakan kerja sama dengan calon mitra 1) Melakukan sosialisasi melalui pertemuan langsung dengan mitra sasaran dan pemerintah setempat untuk membahas lanjutan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat 2) Membangun pemahaman dan dukungan masyarakat khususnya mitra tentang program yang akan dijalankan. 3) Memberikan gambaran umum terkait program kegiatan strategi peningkatan ekonomi masyarakat melalui diversifikasi produk olahan bawang merah.
3	Pelatihan dan Penerapan Teknologi	10-23 Juli 2025	<ol style="list-style-type: none"> 1) Pre-tes 2) Pelatihan aspek produksi dengan penggunaan teknologi tepat guna melalui diversifikasi produk, aspek manajemen usaha melalui perencanaan usaha berbasis digital serta aspek pemasaran melalui pemasaran berbasis <i>e-commerce</i> 3) Post tes
5	Pendampingan dan Evaluasi	25-26 Juli 2025	<ol style="list-style-type: none"> 1) Pendampingan dan evaluasi kegiatan aspek produksi dengan penggunaan teknologi tepat guna melalui diversifikasi produk. 2) Pelatihan dan evaluasi kegiatan pada aspek manajemen usaha melalui perencanaan usaha berbasis digital. 3) Pendampingan dan evaluasi kegiatan aspek pemasaran melalui pemasaran berbasis <i>e-commerce</i>
6	Keberlanjutan Program	27 Juli 2025	Adapun keberlanjutan program, tim PKM melakukan monitoring kegiatan secara berkala kegiatan yang dilakukan oleh mitra. Selain itu, mitra juga selalu koordinasi dengan pemerintah desa serta dinas terkait untuk dukungan jangka panjang, termasuk akses permodalan dan pelatihan lanjutan.
7	Pembuatan Laporan	28 Juli – Selesai	<ol style="list-style-type: none"> 1) Membuat dokumentasi setiap proses kegiatan PKM 2) Membuat laporan akhir kegiatan 3) Membuat publikasi ilmiah

Pelaksanaan perencanaan kegiatan pengabdian dimulai pada tanggal 10 Agustus 2024, pada saat itu tim abdimas menemui kepala Desa Lapandewa Jaya untuk melakukan kerja sama pada salah satu kelompok tani bawang merah. Alhasil tim dan kepala desa menentukan 1 kelompok tani yakni kelompok tani Kaombo sebagai mitra sasaran. Sosialisasi dilakukan setelah usulan proposal dinyatakan lolos pendanaan DRTPM. Setelah dinyatakan lolos pendanaan, kegiatan ini dilaksanakan pada tanggal 14 Juni 2025 dengan tujuan membangun pemahaman bersama mitra terkait tujuan dari kegiatan yang akan dilaksanakan. Setelah mitra paham tentang tujuan kegiatan, tahapan selanjutnya adalah pelatihan dan penerapan teknologi dilaksanakan pada 10-12 Juli 2025. Kegiatan ini berfokus pada *pre-tes*, pelatihan aspek produksi, aspek manajemen usaha dan aspek pemasaran serta *post-tes* untuk mengetahui tingkat pemahaman mitra sasaran (Widajanti & Sumaryanto, 2022).

Selanjutnya adalah pendampingan dan evaluasi program berfokus pada pendampingan dan evaluasi tiap-tiap aspek kegiatan dilaksanakan pada 25-26 Juli 2025. Pendampingan dan evaluasi program pengabdian masyarakat bermanfaat untuk memastikan pelaksanaan berjalan efektif, sesuai tujuan, dan berdampak nyata. Evaluasi membantu mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, serta perbaikan berkelanjutan.

Pendampingan juga memperkuat keterlibatan masyarakat dan meningkatkan keberlanjutan hasil program dalam jangka panjang (Andriani & Afidah, 2020). Keberlanjutan program dilaksanakan 27 Juli 2025 dan akan dilaksanakan secara berkala. Pembuatan laporan dilaksanakan pada tanggal 28 Juli sampai selesai, dengan menyusun dokumentasi berupa foto dan video kegiatan, pemberitaan pada media *online*, penyusunan laporan kemajuan dan akhir serta publikasi ilmiah.

HASIL PEMBAHASAN

Perencanaan

Kegiatan perencanaan pengabdian kepada masyarakat diawali dengan diskusi pra-proposal bersama calon mitra untuk menyampaikan maksud dan tujuan program. Diskusi ini dilanjutkan dengan identifikasi kondisi riil serta permasalahan yang dihadapi mitra, sehingga program yang dirancang relevan dan tepat sasaran. Selanjutnya, dibahas ruang lingkup kegiatan secara rinci guna memastikan target dan luaran yang terukur. Berdasarkan permasalahan tersebut, dibentuk tim pengusul dengan latar belakang keilmuan yang sesuai agar solusi yang ditawarkan bersifat aplikatif. Akhirnya, dilakukan inisiasi kerja sama formal antara mitra dan tim pengusul untuk memastikan komitmen pelaksanaan kegiatan. Proses partisipatif ini mencerminkan pentingnya kolaborasi lintas sektor dalam penyelesaian masalah sosial, sebagaimana ditegaskan oleh Suharto (2018) bahwa pemberdayaan masyarakat memerlukan pendekatan interdisipliner dan berbasis partisipasi aktif. Berikut adalah dokumen perencanaan awal bersama kepala desa Lapandewa Jaya.



Gambar 1. Perencanaan kegiatan bersama kepala desa Lapandewa Jaya

Sosialisasi

Hasil sosialisasi kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat menunjukkan adanya koordinasi yang baik antara tim pelaksana, mitra sasaran, dan pemerintah setempat. Pertemuan langsung yang dilakukan bertujuan untuk membahas kelanjutan program serta menjalin komunikasi yang transparan dan partisipatif. Melalui forum ini, tim pengabdian menyampaikan tujuan, rencana kerja, serta peran masing-masing pihak dalam pelaksanaan kegiatan. Saat pelaksanaan kegiatan sosialisasi, tidak semua mitra sasaran hadir dikarenakan kurangnya adanya miskomunikasi antara tim pengabdian dan mitra sasaran. Salah satu hasil penting dari sosialisasi ini adalah terbangunnya pemahaman bersama serta dukungan aktif dari masyarakat, khususnya mitra, terhadap program yang akan dijalankan. Dukungan ini menjadi kunci dalam menciptakan rasa memiliki dan komitmen dalam keberlanjutan kegiatan (Suharto, 2018).

Selain itu, tim pengabdian juga memberikan gambaran umum tentang program strategi peningkatan ekonomi masyarakat melalui diversifikasi produk olahan bawang merah dengan 3 produk berupa bubuk bawang merah, bawang merah goreng dan kripik bawang merah. Strategi ini bertujuan untuk meningkatkan

nilai tambah komoditas lokal, memperluas pasar, dan menciptakan peluang usaha baru bagi masyarakat. Pendekatan ini sejalan dengan prinsip pengabdian berbasis potensi lokal dan pemberdayaan ekonomi yang berkelanjutan (Sudarman et al., 2023). Sosialisasi ini menjadi fondasi penting dalam menciptakan sinergi dan kesiapan seluruh pihak untuk menjalankan program secara efektif (Sudarman et al., 2021). Berikut adalah dokumentasi bersama mitra sasaran.



Gambar 2. Sosialisasi kegiatan pada mitra sasaran

Hasil kegiatan sosialisasi berupa: pelaksanaan pelatihan dan penerapan teknologi yang akan dilaksanakan di Balai Desa Lapandewa Jaya pada tanggal 10-12 Juli 2025. Akan diikuti oleh 15 mitra pengabdian. Desain produk sudah ditetapkan dalam tahapan ini, yakni untuk produk : bawang goreng akan diberi nama "Bawang Goreng Mombaka", dengan desain produk warna merah. Bubuk bawang diberi nama Bubuk Bawang Kaombo 1, desain produk warna biru kuning. Keripik bawang dengan nama "Keripik Bawang Sipanjonga", desain produk warna merah maroon. Selain itu, mitra meminta akan dilaksanakan pelatihan terlebih dahulu penerapan teknologi pengolahan bawang merah seperti proses pengupasan bawang, pengirisan bawang menggunakan mesin. Setelah mahir menggunakan alat yang digunakan, mitra kemudian akan melakukan pengolahan bawang merah menjadi tiga produk yaitu : bawang goreng, bubuk bawang, dan keripik bawang. Pengemasan produk akan dilakukan oleh tim abdimas. Terakhir adalah mitra sempat menanyakan terkait proses pemasaran produk olahan bawang tersebut. Tim abdimas menyampaikan bahwa dalam kegiatan ini juga adakan diadakan pelatihan penjualan menggunakan media sosial berupa facebook, instagram dan whatsapp.

Pelatihan dan Penerapan Teknologi

Sebelum memulai kegiatan pelatihan dan penerapan teknologi, langkah pertama adalah dengan melakukan *pre-test* kepada mitra sasaran yang berjumlah 15 orang. Dengan mengetahui tingkat pemahaman awal peserta, penyelenggara kegiatan dapat menyesuaikan metode dan materi pelatihan agar lebih efektif dan tepat sasaran. Selain itu, *pre-test* juga berfungsi sebagai dasar evaluasi keberhasilan program, dengan membandingkan capaian pembelajaran atau perubahan sebelum dan sesudah pelaksanaan kegiatan (Arikunto, 2013). Berikut adalah tabel hasil *pre-test* mitra pengabdian (tabel 2).

Hasil pengukuran tingkat pemahaman mitra menunjukkan bahwa seluruh peserta (100%) berada pada kategori kurang paham terhadap materi yang disampaikan, mencakup aspek produksi, manajemen usaha, dan pemasaran berbasis digital. Hal ini mencerminkan bahwa mitra masih memerlukan pendampingan intensif, khususnya dalam memahami dan menerapkan teknologi tepat guna untuk diversifikasi produk olahan bawang merah. Rendahnya pemahaman ini berdampak langsung pada kemampuan produksi yang masih bersifat tradisional dan terbatas, sehingga inovasi produk belum dapat dioptimalkan secara maksimal.

Tabel 2. Hasil Pre-test mitra pengabdian

No	Pernyataan	Tidak Paham (orang)	Kurang Paham (orang)	Paham (orang)	Jumlah orang
1	Mitra memahami bahwa penggunaan alat sederhana seperti mesin pengiris, pengemas, dan alat pengering dapat meningkatkan efisiensi produksi dan kualitas produk olahan bawang merah.	0	15	0	15
2	Mitra mampu menjelaskan manfaat diversifikasi produk olahan (misalnya bawang goreng, sambal, dan bumbu instan) dalam meningkatkan nilai tambah dan daya saing produk lokal.	0	15	0	15
3	Mitra memahami pentingnya menyusun rencana usaha menggunakan alat bantu digital seperti aplikasi keuangan sederhana atau model bisnis digital.	0	15	0	15
4	Mitra dapat mengidentifikasi komponen dasar dalam perencanaan usaha, seperti analisis pasar, target konsumen, dan strategi operasional, melalui platform digital.	0	15	0	15
5	Mitra memahami manfaat memasarkan produk melalui platform e-commerce seperti Shopee, Tokopedia, dan media sosial untuk memperluas jangkauan pasar.	0	15	0	15
6	Mitra dapat menjelaskan langkah-langkah dasar dalam membuat akun toko online, mengunggah produk, dan mempromosikan produk secara digital.	0	15	0	15
Persentase tingkat pemahaman mitra		0%	100%	0%	

Selain itu, kurangnya pemahaman dalam aspek manajemen usaha melalui perencanaan berbasis digital dan pemasaran berbasis e-commerce menunjukkan bahwa mitra belum siap untuk mengelola usaha secara sistematis dan memanfaatkan platform digital untuk pengembangan pasar. Ketidaktahuan dalam menyusun rencana usaha dan promosi produk secara online menjadi hambatan utama dalam meningkatkan daya saing. Oleh karena itu, diperlukan program pelatihan lanjutan yang lebih aplikatif dan berkelanjutan agar mitra dapat secara bertahap memahami, mengadopsi, dan mengimplementasikan teknologi serta strategi digital secara efektif dalam seluruh aspek usahanya.

Pelatihan aspek produksi dengan penggunaan teknologi tepat guna melalui diversifikasi produk

Pelatihan aspek produksi dengan penggunaan teknologi tepat guna melalui diversifikasi produk bertujuan untuk meningkatkan nilai tambah bawang merah melalui pengolahan pascapanen. Selama ini, bawang merah lebih banyak dijual dalam bentuk segar, padahal potensinya sebagai bahan olahan sangat besar. Melalui pelatihan ini, peserta diperkenalkan pada pentingnya diversifikasi produk seperti bawang goreng siap saji atau bawang iris kering, yang memiliki nilai ekonomi lebih tinggi dan peluang pasar yang luas, baik di sektor rumah tangga maupun industri makanan.

Pelatihan difokuskan pada pemanfaatan dua jenis mesin teknologi tepat guna, yaitu mesin pengupas dan mesin pengiris bawang merah. Peserta diberikan pemahaman teori dan praktik mengenai cara kerja, pengoperasian, serta pemeliharaan mesin-mesin tersebut. Mesin pengupas membantu menghemat waktu dan tenaga dalam proses pembersihan bawang, sementara mesin pengiris memberikan hasil potongan yang seragam, lebih higienis, dan mendukung proses produksi dalam jumlah besar secara efisien. Praktik langsung dilakukan agar peserta mampu menguasai teknik penggunaan mesin dengan benar. Dengan pelatihan ini, diharapkan peserta dapat mengembangkan usaha olahan bawang merah secara mandiri dan berkelanjutan. Tidak hanya meningkatkan efisiensi produksi, penggunaan mesin ini juga mendorong peningkatan kualitas

produk, daya saing di pasar, dan pendapatan pelaku usaha. Penerapan teknologi tepat guna dalam diversifikasi produk bawang merah menjadi langkah strategis dalam pemberdayaan ekonomi lokal berbasis inovasi dan kearifan potensi daerah.

Setelah proses pengupasan dan pengirisan selesai, bawang merah yang telah bersih dan teriris kemudian siap diolah menjadi berbagai produk bernilai tambah. Salah satu produk utama adalah bawang goreng, yang dibuat dengan cara menggoreng irisan bawang dalam minyak panas hingga berwarna keemasan dan renyah. Proses ini membutuhkan pengaturan suhu dan waktu yang tepat agar menghasilkan bawang goreng yang garing, tidak pahit, dan memiliki aroma khas yang disukai konsumen. Bawang goreng kemudian dikemas dalam kemasan kedap udara untuk menjaga kerenyahan dan daya simpannya. Produk kedua yang dapat dikembangkan adalah bubuk bawang merah, yang dibuat dari irisan bawang yang telah dikeringkan terlebih dahulu menggunakan oven atau mesin pengering. Setelah kering, bawang digiling hingga menjadi bubuk halus. Bubuk ini bisa digunakan sebagai bumbu masakan instan atau campuran penyedap dalam makanan kemasan. Proses ini memerlukan perhatian khusus terhadap kebersihan, kadar air, dan pengemasan untuk menjaga kualitas produk akhir yang higienis dan tahan lama.



Gambar 3. Pelatihan aspek produksi bawang goreng, keripik bawang dan bubuk bawang

Selanjutnya, bawang merah juga dapat diolah menjadi keripik bawang, yang merupakan variasi cemilan berbahan dasar irisan bawang yang dibumbui dan digoreng menggunakan metode *deep frying*. Keripik bawang memiliki tekstur lebih renyah dan rasa gurih yang khas, cocok sebagai camilan atau pelengkap makanan. Semua produk olahan ini tidak hanya memperpanjang masa simpan bawang merah, tetapi juga membuka peluang usaha baru dengan nilai ekonomi lebih tinggi, sehingga meningkatkan kesejahteraan petani maupun pelaku UMKM yang terlibat dalam rantai produksinya. Adapun dokumentasi kegiatan pelatihan dan penerapan teknologi tepat guna olahan bawang merah disajikan pada gambar dan tabel berikut.



Gambar 4. Pelatihan dan penerapan teknologi tepat guna olahan bawang merah

Tabel 3. Hasil Diversifikasi Produk Bawang Merah

No	Nama Olahan	Deskripsi Produk	Gambar Produk (dalam Kemasan)
1	Bawang Goreng	Bawang Goreng Mombaka adalah olahan bawang merah asli pilihan yang digoreng dengan teknik tradisional khas, menghasilkan tekstur renyah dan rasa gurih alami. Diproses tanpa bahan pengawet dan pewarna, Mombaka menjaga cita rasa autentik bawang goreng rumahan. Dikemas secara higienis dalam kemasan praktis dan kedap udara, produk ini cocok sebagai pelengkap hidangan seperti nasi, mie, soto, dan aneka masakan Nusantara lainnya, harga jual Rp55.000/ Kg.	
2	Bubuk Bawang	Bubuk Bawang Kaombo 1 adalah bumbu dapur praktis yang terbuat dari bawang merah pilihan, diolah dengan proses pengeringan dan penghalusan modern tanpa bahan tambahan berbahaya. Memiliki aroma khas dan rasa gurih bawang yang kuat, bubuk ini cocok untuk berbagai jenis masakan seperti sup, tumisan, nasi goreng, bumbu kering, hingga marinasi daging. Dikemas dalam wadah higienis dan kedap udara, Bubuk Bawang Kaombo 1 tahan lama dan mudah digunakan kapan saja, harga jual Rp 70.000/ Kg.	
3	Keripik Bawang	Keripik Bawang Sipanjonga adalah camilan renyah yang terbuat dari perpaduan tepung berkualitas dan bawang merah pilihan, menghasilkan rasa gurih, aroma harum, dan kerenyahan yang khas. Diproses secara tradisional namun higienis, keripik ini cocok dinikmati sebagai camilan sehari-hari maupun pendamping makanan. Dengan tekstur tipis dan bumbu yang meresap sempurna, harga jual Rp45.000/Kg.	

Pelatihan aspek manajemen usaha melalui perencanaan usaha berbasis digital

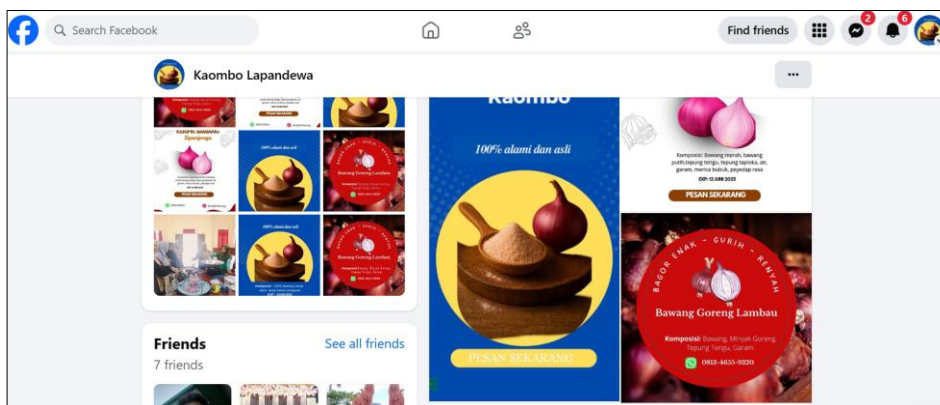
Pelatihan ini yang dilaksanakan bagi Kelompok Tani Kaombo 1 telah memberikan hasil yang signifikan, khususnya dalam pengembangan diversifikasi olahan bawang merah. Para peserta tidak hanya mendapatkan pemahaman mendasar mengenai manajemen usaha, tetapi juga mampu mengidentifikasi peluang usaha baru berbasis potensi lokal, yakni bawang merah. Dengan bimbingan langsung dalam penyusunan rencana usaha digital, kelompok tani berhasil merancang berbagai produk turunan seperti bawang goreng, bubuk bawang, hingga keripik bawang yang memiliki nilai tambah dan daya saing pasar (Raharja & Natari, 2021). Melalui pendekatan digital, peserta diperkenalkan dengan berbagai alat perencanaan usaha modern, pemetaan pasar online, hingga penggunaan media sosial untuk promosi produk (Nugroho et al., 2019). Hasilnya, anggota Kelompok Tani Kaombo 1 mulai mengadopsi strategi pemasaran berbasis digital dan mampu menyusun rencana usaha yang lebih terstruktur. Pelatihan ini mendorong peningkatan kapasitas kelompok dalam mengelola usaha secara profesional serta membuka peluang diversifikasi produk olahan bawang merah yang berkelanjutan dan bernilai ekonomi tinggi. Berikut adalah dokumentasi pelatihan aspek manajemen usaha melalui perencanaan usaha berbasis digital:

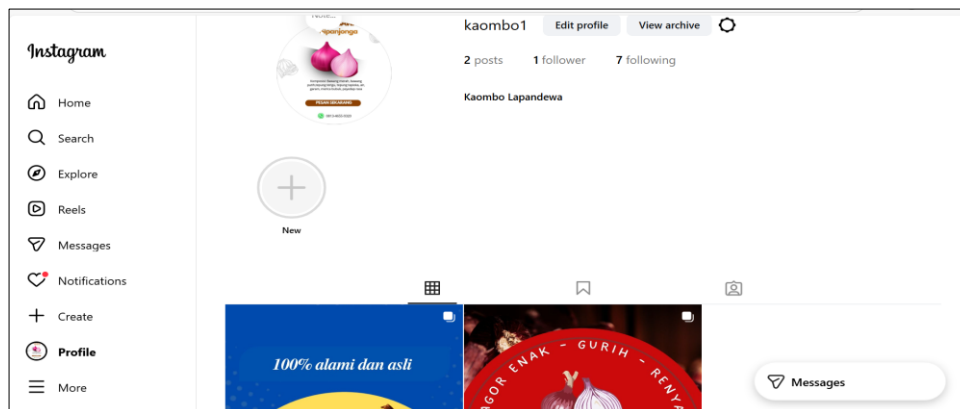


Gambar 5. Pelatihan aspek manajemen usaha

Pelatihan aspek pemasaran melalui pemasaran berbasis e-commerce

Pelatihan ini memberikan dampak positif bagi peningkatan kapasitas peserta, khususnya dalam memperluas jangkauan pasar produk lokal. Peserta dikenalkan pada konsep dasar pemasaran digital, strategi branding, dan pemanfaatan platform e-commerce seperti marketplace (Tokopedia, Shopee), akun media sosial berupa facebook dan instagram (*username* dan *password* mitra sudah dibuatkan), hingga *website* untuk mendukung penjualan (Puspitasari et al., 2019). Melalui sesi praktik langsung, peserta diajarkan cara membuat akun toko online, mengelola etalase produk, menulis deskripsi yang menarik, hingga teknik pengambilan foto produk yang mendukung citra usaha. Hasil dari pelatihan ini terlihat dari meningkatnya pemahaman dan keterampilan peserta dalam memasarkan produk secara digital. Beberapa peserta mulai aktif memasarkan produk olahan mereka melalui platform online, menjangkau konsumen di luar daerah yang sebelumnya sulit diakses secara konvensional. Berikut adalah tampilan facebook Kelompok Tani Kaombo 1 :





Gambar 6. Tampilan pemasaran online melalui media sosial facebook dan instagram

Selain itu, pelatihan ini juga membangun kesadaran akan pentingnya kehadiran digital dalam memperkuat daya saing usaha di era modern. Diharapkan, kemampuan ini akan terus berkembang dan membantu pelaku usaha, termasuk kelompok tani atau UMKM, dalam meningkatkan penjualan serta memperluas pasar secara berkelanjutan. Selanjutnya dilakukan post-tes kegiatan PKM yang ditampilkan pada tabel berikut :

Tabel 4. Evaluasi Kegiatan Diversifikasi Produk Bawang Merah

No	Pernyataan	Tidak Paham (orang)	Kurang Paham (orang)	Paham (orang)	Jumlah orang
1	Mitra memahami bahwa penggunaan alat sederhana seperti mesin pengiris, pengemas, dan alat pengering dapat meningkatkan efisiensi produksi dan kualitas produk olahan bawang merah.	0	0	15	15
2	Mitra mampu menjelaskan manfaat diversifikasi produk olahan (misalnya bawang goreng, sambal, dan bumbu instan) dalam meningkatkan nilai tambah dan daya saing produk lokal.	0	0	15	15
3	Mitra memahami pentingnya menyusun rencana usaha menggunakan alat bantu digital seperti aplikasi keuangan sederhana atau model bisnis digital.	0	0	15	15
4	Mitra dapat mengidentifikasi komponen dasar dalam perencanaan usaha, seperti analisis pasar, target konsumen, dan strategi operasional, melalui platform digital.	0	0	15	15
5	Mitra memahami manfaat memasarkan produk melalui platform <i>e-commerce</i> seperti Shopee, Tokopedia, dan media sosial untuk memperluas jangkauan pasar.	0	0	15	15
6	Mitra dapat menjelaskan langkah-langkah dasar dalam membuat akun toko online, mengunggah produk, dan mempromosikan produk secara digital.	0	0	15	15
Tingkat pemahaman mitra		0%	0	100%	

Hasil pengukuran tingkat pemahaman mitra setelah pelaksanaan kegiatan menunjukkan peningkatan yang sangat signifikan, di mana 100% mitra berada pada kategori paham terhadap materi yang disampaikan. Mitra telah mampu memahami dan mulai menerapkan teknologi tepat guna dalam proses produksi, khususnya

untuk diversifikasi produk olahan bawang merah seperti bawang goreng, bubuk bawang, dan keripik bawang. Peningkatan pemahaman ini berdampak positif terhadap efisiensi proses produksi, kualitas produk, serta keberagaman hasil olahan yang memiliki nilai tambah secara ekonomi. Selain itu, dalam aspek manajemen usaha, mitra telah memahami cara menyusun rencana usaha berbasis digital secara sistematis, termasuk analisis biaya, target pasar, dan proyeksi keuntungan. Pada aspek pemasaran, seluruh mitra juga telah mampu memanfaatkan platform *e-commerce* dan media sosial sebagai sarana promosi dan penjualan produk. Mereka mulai aktif membuat konten promosi, membuka toko online, serta mengelola komunikasi dengan pelanggan secara digital. Peningkatan ini menunjukkan keberhasilan program dalam membangun kapasitas mitra untuk mengelola usaha secara modern, berkelanjutan, dan berbasis teknologi.

Pendampingan dan Evaluasi

Program pendampingan dan evaluasi dilakukan sebagai tindak lanjut dari hasil pelatihan dan penerapan teknologi, manajemen usaha dan pelatihan aspek pemasaran. Pendampingan dilakukan secara bertahap dan berkelanjutan dengan pendekatan praktis, mencakup bimbingan dalam proses produksi menggunakan teknologi tepat guna, penyusunan rencana usaha digital, hingga praktik langsung pemasaran melalui platform *e-commerce* (Wijandari & Sumilah, 2021). Tim pendamping secara aktif memberikan arahan, menjawab kendala teknis di lapangan, dan mendampingi mitra dalam menyusun strategi usaha yang sesuai dengan potensi dan kebutuhan lokal. Hasil dari evaluasi kegiatan menunjukkan bahwa Kelompok Tani Kaombo 1 terkendala pada pemasaran produk olahan bawang merah. Strategi mengatasi hambatan pemasaran produk olahan bawang merah dilakukan melalui optimalisasi media digital untuk promosi dan penjualan, peningkatan kualitas serta kemasan produk agar lebih menarik, dan penguatan merek untuk membangun kepercayaan konsumen. Selain itu, dilakukan kerja sama dengan toko lokal, promosi melalui diskon dan edukasi konsumen, serta pelatihan pemasaran digital bagi pelaku usaha guna memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing produk secara berkelanjutan.

Keberlanjutan Program

Keberlanjutan program Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini dirancang untuk memastikan bahwa hasil pelatihan dan pendampingan tidak berhenti setelah kegiatan selesai, tetapi terus memberikan manfaat jangka panjang bagi mitra, khususnya Kelompok Tani Kaombo 1. Strategi keberlanjutan difokuskan pada pembiasaan penggunaan platform *e-commerce* dan pemasaran produk sebagai bagian dari aktivitas harian usaha. Keberlanjutan program difokuskan pada pemasaran produk olahan bawang merah karena aspek ini berperan penting dalam meningkatkan pendapatan dan memperluas jangkauan pasar bagi pelaku usaha. Pemasaran yang efektif memastikan produk hasil olahan tidak hanya berhenti pada tahap produksi, tetapi juga memiliki nilai ekonomi yang berkelanjutan. Melalui strategi pemasaran digital dan penguatan merek, mitra mampu menjaga eksistensi usaha serta mendorong pertumbuhan ekonomi lokal secara berkesinambungan.

Selain itu, program ini akan dilanjutkan dengan kegiatan monitoring berkala oleh tim pengabdian dan kolaborasi dengan dinas terkait atau lembaga pendamping lokal. Mitra juga diarahkan untuk menjalin kemitraan dengan pelaku usaha lain dan komunitas digital UMKM guna memperluas jejaring pasar. Dalam jangka menengah, program mendorong legalisasi usaha dan pengemasan produk yang lebih profesional agar siap bersaing di pasar yang lebih luas. Dengan pendekatan berbasis pendampingan berkelanjutan, program PKM ini diharapkan dapat menciptakan kemandirian kelompok dalam aspek produksi, manajemen, dan pemasaran digital secara berkelanjutan.

Pembuatan Laporan

Setelah seluruh rangkaian kegiatan selesai dilaksanakan, tahap selanjutnya adalah penyusunan laporan akhir kegiatan. Laporan ini mencakup seluruh proses pelaksanaan mulai dari perencanaan, pelaksanaan pelatihan dan pendampingan, hasil evaluasi, hingga rekomendasi untuk keberlanjutan program. Dokumen ini disusun secara sistematis dengan menyertakan data dukung seperti dokumentasi kegiatan, hasil kuisioner, profil mitra, dan capaian *output*. Tujuan dari laporan ini adalah sebagai bentuk pertanggungjawaban ilmiah dan administratif kepada pihak pendanaan serta institusi pelaksana. Selain laporan, tim pelaksana juga diwajibkan untuk menyusun dan *submit* artikel ilmiah berbasis hasil kegiatan PKM ke jurnal pengabdian yang relevan. Artikel tersebut ditulis dalam format ilmiah populer dengan mengikuti pedoman jurnal tujuan, mencakup latar belakang permasalahan mitra, metode pelaksanaan, hasil dan pembahasan, serta kesimpulan dan implikasi

kegiatan. Proses submit dilakukan secara daring melalui sistem jurnal terakreditasi nasional atau institusional. Kegiatan ini bertujuan untuk mendiseminasikan hasil pengabdian kepada masyarakat luas serta memperkuat rekam jejak akademik dan kontribusi institusi dalam pemberdayaan masyarakat berbasis ilmu pengetahuan dan teknologi.

KESIMPULAN

Program yang dilaksanakan bersama Kelompok Tani Kaombo 1 berhasil mencapai tujuannya dalam meningkatkan kapasitas mitra melalui tiga aspek utama: bidang produksi, manajemen usaha, dan pemasaran berbasis e-commerce. Pada aspek produksi, dari hasil panen dengan harga jual Rp25.000 – Rp35.000/kg, mitra mampu mengolah bawang merah menjadi produk turunan bernilai tambah seperti bawang goreng harga jual Rp55.000/kg, bubuk bawang harga jual Rp70.000/kg, dan keripik bawang dengan harga jual Rp45.000/kg melalui penerapan teknologi tepat guna yang sederhana namun efektif. Aspek manajemen usaha, kelompok tani terdapat peningkatan kapasitas kelompok dalam mengelola usaha secara profesional serta membuka peluang diversifikasi produk olahan bawang merah yang berkelanjutan dan bernilai ekonomi tinggi. Sementara pada aspek pemasaran, mitra mulai memahami strategi penjualan melalui platform e-commerce dan media sosial untuk menjangkau pasar yang lebih luas.

Hasil evaluasi yang diperoleh melalui kuisioner menunjukkan peningkatan signifikan dalam pemahaman mitra. Jika pada awal kegiatan seluruh mitra (100%) berada pada kategori kurang paham, maka setelah pelatihan dan pendampingan dilaksanakan, sebanyak 100% mitra meningkat ke kategori paham terhadap ketiga aspek tersebut. Hal ini membuktikan bahwa pendekatan pelatihan terintegrasi yang dilengkapi dengan pendampingan langsung mampu meningkatkan pengetahuan dan keterampilan mitra secara nyata. Dengan hasil tersebut, program ini tidak hanya memberikan dampak jangka pendek, tetapi juga membuka peluang keberlanjutan usaha yang lebih mandiri dan berdaya saing.

UCAPAN TERIMA KASIH

Apresiasi dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Direktorat Riset, Teknologi, dan Pengabdian kepada Masyarakat (DPPM), Kementerian Pendidikan Tinggi, Sains dan Teknologi atas dukungan dan pendanaan yang telah diberikan dalam pelaksanaan program Pengabdian kepada Masyarakat ini. Bantuan pendanaan dari DPPM nomor kontrak induk pengabdian Nomor: 126/C3/DT.05.00/PM/2025. sangat berperan penting dalam mendukung keberhasilan kegiatan serta memberikan manfaat nyata bagi mitra dan masyarakat sasaran. Tak lupa pula kerja sama tim dosen pengabdian dari Politeknik Baubau dan Universitas Sembilanbelas November Kolaka yang telah bekerja dengan baik demi suksesnya kegiatan ini.

PUSTAKA

- Aminatun, T., Rahmawati, F., Rakhmawati, A., Putri, R. A., Budiwati, B., & Rahayu, T. (2023). Pelatihan Pembuatan Aneka Produk Olahan Cabai dan Bawang Merah sebagai Upaya Peningkatan Nilai Jual Hasil Pertanian dan Pemberdayaan Ibu Rumah Tangga Di Kalurahan Bugel, Kapanewon Panjatan, Kulonprogo, DIY. *Jurnal Pengabdian Masyarakat MIPA Dan Pendidikan MIPA*, 7(2), 132–137. <https://doi.org/10.21831/jpmpm.v7i2.59846>
- Andriani, R., & Afidah, M. (2020). Evaluasi Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat. *Jurnal Pendidikan Ilmu-Ilmu Sosial*, 12(1), 271–278.
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik* (15th ed.). Rineka Cipta.
- Astuti, D. P., Kardiyem, Rachmadani, W. S., & Khafidz, A. (2022). Diversifikasi Olahan Bawang Merah Menjadi Produk Bernilai Ekonomis Tinggi di Desa Genengadal Grobogan. *Madaniya*, 3(3), 590–598.
- Fitra, R. A., Sarimuddin, S., Ilham, S., Rezeki, S., Zulman, Anisa, N., Simun, Sukrin, & La, S. (2025). *Strategi Peningkatan Kelompok Nelayan Melalui Diversifikasi dan Pemasaran Produk Olahan Rumput Laut*.

- Hasna, W. O. (2024). Analisis Kelayakan Pengembangan Bawang Goreng DZ Khas Lande di Desa Gerak Makmur Kec. Sampolawa Kabupaten Buton Selatan. 1(3).
- Nugroho, H. S., Anita, D. C., & Wulandari, R. (2019). Peningkatan Kapasitas Produksi : Pembuatan Belt Conveyor Dan Oven Permanen Pada Upgrading Briket Arang Batok Kelapa. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 37–40. <https://doi.org/10.26905/abdimas.v4i1.3237>
- Puspitasari, N. P. D., Dhiya, A., Bahari, R., Caksono, D. N., & Mustika. (2019). Penerapan Teknologi Digital Marketing Untuk. *Jsai*, 2(2), 165–171.
- Raharja, S. J., & Natari, S. U. (2021). Pengembangan Usaha Umkm Di Masa Pandemi Melalui Optimalisasi Penggunaan Dan Pengelolaan Media Digital. *Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 108. <https://doi.org/10.24198/kumawula.v4i1.32361>
- Sudarman, L., Fatmala, W., Sari, M., Fitra, R. A., & Sarimuddin. (2024). PEMANFAATAN PEKARANGAN SEBAGAI UPAYA PELESTARIAN TANAMAN JERUK SIOMPU. 1, 20–26.
- Sudarman, L., Jejen, L., Alam, H. S., & Mustakim, M. (2023). Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Kenzy Profil Melalui Media Komunikasi Pemasaran Terpadu. *Patria : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1), 39–45. <https://doi.org/10.24167/patria.v5i1.4240>
- Sudarman, L., Sari, M., & Amirddin, A. (2021). Sosialisasi Manajemen Strategi Pemasaran Produk Air Minum Kemasan "Wk Siompu" BUMDes Karongo Desa Wakinamboro Kec. Siompu Kab. Buton Selatan. *Jurnal Abdidas*, 2(2), 1295–1300. <http://abdidas.org/index.php/abdidas>
- Suharto. (2018). *Pekerjaan Sosial di Dunia yang Berubah*. Refika Aditama. <https://www.bing.com/images/search?view=detailV2&ccid=pKK9cTcl&id=328D2EB82B44BAD390123AFF7E62B45EBB08D398&thid=OIP.pKK9cTclXmVq5iwLs25-bAHaHa&mediurl=https%3A%2F%2Fimages.tokopedia.net%2Fimg%2Fcache%2F500-square%2FVqbcmm%2F2020%2F10%2F19%2F133cb853-e927>
- Widajanti, E., & Sumaryanto, S. (2022). Penerapan Manajemen Produksi Dan Manajemen Pemasaran Guna Peningkatan Kualitas UMKM Di Kelurahan Joglo. *COMVICE: Journal Of Community Service*, 6(1), 27–32. <https://doi.org/10.26533/comvice.v6i1.919>
- Wijandari, A., & Sumilah, N. (2021). Sosialisasi Manajemen Strategi Pemasaran Di UMKM Kecamatan Cileungsi. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Madani (JPMM)*, 1(1), 61–64. <https://doi.org/10.51805/jpbm.v1i1.12>
- Zuniati, Salam Idrus, & Abdi. (2023). Analisis Pendapatan Dan Efisiensi Usahatani BawangMerah Di Kecamatan Lapandewa Kabupaten ButonSelatan. *Jurnal Pertanian Dan Peternakan*, 1(1), 1–12.

Format Sitasi: Sudarman, L., Kuswinton, K., Sarimuddin, S., Restinawati, R., Nabila, N. (2026). Diversifikasi Produk Olahan Bawang Merah: Strategi Pemberdayaan Ekonomi Kelompok Tani Kaombo 1 Desa Lanpandewa Jaya. *Reswara. J. Pengabdian. Kpd. Masy.* 7(1): 92-104. DOI: <https://doi.org/10.46576/rjpkm.v7i1.7369>



Reswara: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat oleh Universitas Dharmawangsa Artikel ini bersifat open access yang didistribusikan di bawah syarat dan ketentuan dengan Lisensi Internasional Creative Commons Attribution NonCommercial ShareAlike 4.0 ([CC-BY-NC-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/))