

PENINGKATAN EKONOMI PETANI MELALUI PENDAMPINGAN PEMASARAN *ONLINE* DAN *OFFLINE* PADA USAHA BAWANG MERAH GORENG DI KECAMATAN RUBARU SUMENEP

Mohammad Hosnan¹, Ubaidillah², Ach. Khatib³,

^{1,2,3} Institut Ilmu Keislaman Annuqayah (INSTIKA)

[¹emoh.lengkong@gmail.com](mailto:emoh.lengkong@gmail.com), [²ubaidillah.tsabit1@gmail.com](mailto:ubaidillah.tsabit1@gmail.com), [³mas.khotib@gmail.com](mailto:mas.khotib@gmail.com)

Article History:

Received: 15-03-2024

Revised: 16-03-2024

Accepted: 20-03-2024

Abstract:

The focus of this service is that it is hoped that fried shallot business actors in Rubaru District will have positive developments in the field of online marketing based on information technology and maintain offline marketing. This service uses Participatory Action Research approach where the service actively helps and directs the community to move, but is integrated into the community so that intensive and massive collaboration is built to develop the assisted community. The results of this service activity include: (1) Red onion product innovation, apart from being sold raw, it is also fried and made into shallot snacks. (2) The marketing strategy adopted is offline marketing assistance and online marketing training, as well as registering for Integrated Online Licensing (Online Single Submission/OSS), optimizing Shopee, Tokopedia and Bukalapak accounts, optimizing Facebook, Instagram, YouTube and TikTok social media accounts, and migrating Regular WA to Business WA. (3) The economic growth of fried shallot business actors is relatively increasing due to the increasing number of transactions carried out, both offline and online.

Keywords: *Enhancement, Economic, Online Market.*

PENDAHULUAN

Hukum Permintaan dan Penawaran adalah salah satu konsep paling dasar dalam Ilmu Ekonomi (Goenadhi&Nobaidi, 2017). Petani merasakan bahwa hasil pertanian mereka akan dibeli dengan harga murah karena banyaknya barang sementara permintaan berkurang. Berbeda ketika musim tanam, dengan barang yang mulai habis sementara permintaan meningkat. Para petani tidak banyak yang menyimpan panenan karena mereka harus memutar cepat modal yang digunakan untuk menanam (Wawancara, Ilyasin, 25 Juni 2023). Ketika tiba masa panen semua petani akan memanen dan pasar dibanjiri hasil tani berupa komoditas tertentu sehingga harganya turun (Observasi, 2023).

Kecamatan Rubaru menjadi pusat produksi bawang merah di Kabupaten Sumenep. Luas area tanam bawang merah mencapai 1.300 hektar dengan produktivitas sebanyak 8 (delapan) ton/hektar. Petani setempat bisa menanam bawang merah sebanyak 3 (tiga) kali setahun, yaitu Februari-Maret, Mei-Juni, dan Oktober-November (Dokumentasi, 2023). Tidak ada kecamatan lain yang memiliki area pertanian bawang merah seluas Kecamatan Rubaru. Kecamatan paling banyak kedua, setelah Rubaru, adalah Pasongsongan dengan 214 hektar saja (BPS Sumenep, 2023). Setidaknya, ada 3 (tiga) kekuatan yang dimiliki oleh pertanian bawang merah di Rubaru, yaitu: *pertama*, kontur tanah yang sangat cocok untuk bawang merah (Wawancara, Ach.Busri, 27 Juni 2023). Tidak ada kecamatan lain yang sebagus Rubaru. Bahkan, dari 11 (sebelas) desa di Rubaru sendiri pun, hanya 3 (tiga) desa yang cocok ditanami bawang merah: Desa Mandala, Karangnangka, dan Basoka. *Kedua*, luas area yang bisa ditanami bawang merah (BPS Sumenep, 2023). Ketiga desa ini menyumbang 81.875 ton (BPS Sumenep, 2023) bawang merah, sehingga ketiga desa ini disebut “Segi Tiga Emas” dalam produksi bawang merah (Wawancara, Ilyasin, 25 Juni 2023). *Ketiga*, produk yang dihasilkan

yaitu bawang merah yang sangat bagus: besar, lebih tahan lama, rasanya enak, lebih krispi, serta aromanya harum (Observasi, 22 Juni 2023).

Hasil bawang merah di Kecamatan Rubaru Kabupaten Sumenep berlimpah, bagus, lebih besar, lebih krispi, dan beraroma harum. Para petani berinisiasi dan inovasi produk dengan membuat bawang merah goreng yang layak jual. Para petani sudah memiliki mesih olah, *packing* menarik, nama produk *marketable*, dan sudah memiliki ijin usaha. Hanya saja, kemampuan para petani memasarkan produk bawang merah goreng hasil produksi mereka masih jauh dari kata bagus. Terlebih di era informatika ini tentunya dibutuhkan kemampuan menyajikan konten yang berisi barang dagangan yang *marketable* dan menarik. Agar potensi dan barang dagangan petani tidak semakin jauh tertinggal (Clark, Fine, & Scheuer, 2016).

Problem mendasar produksi bawang merah goreng ini adalah pemasaran dan segmentasinya (Observasi, 2023). Para petani tidak memiliki keterampilan memadai dalam memasarkan hasil produksi mereka. Terlebih lagi di era media sosial saat ini, menjadikan para petani semakin jauh dalam persaingan pemasaran produk (Kasali, 2018), (Skinner, 2019). Era Digital menjadikan semua lapisan masyarakat di penjuru dunia semuanya terhubung dan hampir tak ada satu pun yang tidak terhubung. Semuanya dan siapa saja telah dengan mudah mengakses apa saja juga di mana saja serta kapan saja. Meski kemudian era digital membawa beberapa permasalahan yang diakibatkan oleh digitalisasi (Kasali, 2018). 5 (lima) ciri yang menandai era ini, yaitu: *Simpler* (lebih simpel), *Cheaper* (lebih murah), *Sharing resources* (pembagian sumber penghasilan), *Accessible* (lebih mudah terjangkau), *Faster* (lebih cepat) (Kasali, 2018).

Konsumen akan menggunakan lima hal di atas sebagai pertimbangan dalam menentukan langkah untuk memilih dan kemudian menentukan pilihannya dengan membeli atau tidak membeli suatu produk. Para petani bawang merah di Rubaru yang telah memperlebar sayapnya tidak bisa mengabaikan realitas perkembangan pemasaran modern yang menggunakan kemajuan teknologi informasi ini. Fokus pengabdian ini diharapkan pelaku usaha bawang merah goreng di Kecamatan Rubaru memiliki perkembangan positif di bidang pemasaran, sehingga meningkatnya omzet, pemasaran meluas, terpeliharanya pemasaran *offline*, dan peningkatan pemasaran *Online* berbasis penggunaan teknologi informasi.

METODE

Pengabdian ini menggunakan Pendekatan PAR (*Participatory Action Research*). Metode PAR melibatkan aktif semua pihak-pihak yang relevan dalam mengkaji setiap tindakan yang sedang berlangsung. Pengabdi berposisi tidak hanya berperan sebagai pihak luar yang hanya ikut serta membantu dan mengarahkan masyarakat untuk bergerak, namun melebur dalam komunitas sehingga terbangun kerjasama intensif dan massif untuk mengembangkan komunitas dampingan. Hal ini dilakukan oleh karena objek dampingan memiliki keterbatasan-keterbatasan seperti lemahnya ekonomi, pengetahuan, dan keterbatasan lainnya yang menyebabkan mereka tidak bisa bergerak sendiri, sehingga membutuhkan dampingan dari pihak luar dalam bentuk partisipatif (Suwendi, Basir & Jarot, 2022).

Teknik Pengumpulan Data Pengabdian adalah dengan Observasi Partisipatif, Dokumentasi, Wawancara Apresiatif. Adapun nama-nama yang pengabdi wawancarai secara apresiatif: Endang, Ketua Kelompok Wanita Tani (KWT) Melati di Desa Mandala, Holilah, Ketua KWT Putri Tumpeng di Desa Mandala, Fajriyah, Ketua Kelompok UP2K Karya Mandiri di Desa Basoka, Direktur PT Permata Indah Rubaru (PIR) di Desa Karangnangka, Moh. Fauzan, pelaku usaha bawang merah goreng di Desa Mandala, Salami, pelaku usaha bawang merah goreng di Desa Mandala. Selanjutnya dilakukan Pemetaan Potensi Masyarakat (*Assets Mapping*), Tautan dan Mobilisasi Aset (*Linking and Mobilizing Assets*), Penyusunan

Rencana Aksi dan Prioritas Kegiatan, Monitoring dan Evaluasi, dan pelibatan Stakeholders Terkait.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Hasil

Petani Bawang Merah Rubaru Sumenep sebagai bagian dari “Manusia Madura” memiliki ciri-ciri berikut: terbuka, berani menyampaikan keinginan, menghiasi jiwanya dengan moralitas dan kesopanan yang tinggi, religius, dan *sungkan* kepada pejabat (Rifai, 2007). Keunggulan Aset Bawang merah di Rubaru sangat terkenal mengingat lebih bagus, lebih besar, lebih krispi, dan beraroma harum. Holilah (25 Desember 2023), pengusaha bawang merah goreng asal Desa Mandala menyatakan, bawang goreng Rubaru ini harum, krispi, lebih gurih. Bawangnya besar-besar. Sehingga bawang gorengnya, enak. Bawang merah yang berlimpah ketika musim panen tidak semuanya dijual dalam bentuk komoditi mentah, melainkan menjadi barang jadi atau barang setengah jadi.

Kontur tanah di Rubaru sangat cocok untuk bawang merah (Wawancara, Ach. Busri, 2023). Tidak ada kecamatan lain yang sebagus Rubaru. Bahkan, dari 11 (sebelas) desa di Rubaru sendiri pun, hanya 3 (tiga) desa yang cocok ditanami bawang merah: Desa Mandala, Karangnangka, dan Basoka. Luas area yang bisa ditanami bawang merah. Ketiga desa ini menyumbang 81.875 ton bawang merah, sehingga ketiga desa ini disebut “Segi Tiga Emas” dalam produksi bawang merah (BPS Sumenep, 2023). Produk yang dihasilkan yaitu bawang merah yang sangat bagus: besar, lebih tahan lama, rasanya enak, lebih krispi, serta aromanya harum (Observasi, 2023). Fajriyah (2023) Ketua Kelompok UP2K Karya Mandiri di Desa Basoka menyatakan, bawang merah Rubaru ini lebih besar, lebih tahan lama, rasanya enak, lebih krispi, dan aromanya harum. Nilai ekonomi bawang merah menjadi naik ketika menjadi bawang merah goreng (Elizabeth&Anugrah, 2020).

Tim Pengabdi menyadari bahwa pemasaran *offline* tetap memiliki peranan yang tidak kecil. Pemasaran *offline* memiliki kekuatan dan pangsa pasarnya sendiri dalam kekuatan yang dimilikinya tersebut. Tim pengabdi tetap mengharap dan memberi edukasi kepada para pengusaha bawang merah goreng agar tidak mengenyampingkan pemasaran *offline*. Pemasaran *offline* memiliki kelebihan-kelebihan, yaitu: interaksi langsung, kesan personal, penjual bisa melakukan demonstrasi, memperkenalkan perusahaan dan produk, dan menyasar pelanggan yang tidak familiar dengan internet. Sehingga, tim tidak melepas para pengusaha bawang merah goreng di Rubaru untuk tetap memberi tempat yang sama luas pada pemasaran *offline* dengan pemasaran *online*.

Pelatihan ini mengundang 2 (dua) orang pelatih dengan keahlian masing-masing. Pelatih pertama, Dr. Ach. Khatib, M. Pd.I, Wakil Dekan Fakultas Tarbiyah yang memiliki keahlian teoritis dalam manajemen, kebijakan, dan manajemen pemasaran di era digital. Dr. Khatib memberi penguatan kepada para petani dan pelaku usaha bawang merah goreng dalam aspek kebijakan-kebijakan pemerintah, manajemen pemasaran, dan strategi yang harus diubah berdasar perubahan zaman di era digital.

Dr. Khatib menyatakan bahwa perubahan zaman telah mengubah selera konsumen menjadi: *simpler* (lebih simpel), *cheaper* (lebih murah), *sharing resources* (pembagian sumber penghasilan), *accessible* (lebih mudah terjangkau), dan *faster* (lebih cepat). Juga disebutkan bahwa pemasaran digital menganut prinsip “*low cost high impact*”. Disebutkan juga bahwa pelaku ekonomi di tingkat desa pun tidak bisa lepas dari kebijakan pemerintah pusat. Kebijakan menjadi pemandu dalam gerak ekonomi diseluruh Indonesia. Kebijakan ekonomi seorang pemimpin dalam segala levelnya, memberi warna yang kentara dalam memengaruhi perjalanan bisnis dan investasi, bahkan di tingkat desa.

Narasumber kedua adalah M. Affan Efendi, seorang *content creator* dan aktif di Komunitas @Bajra.STD. M. Affan memiliki pengalaman berharga dalam berkecimpung

dalam desain produk UMKM di Kabupaten Pamekasan dan Surabaya. Sehingga memberi pengetahuan sekaligus keterampilan praktis sesuai yang pernah dialaminya dalam dunia usaha. M. Affan menyampaikan bahwa guna memasarkan produk, ada banyak cara dan strategi. Di antara yang disampaikan adalah prinsi “Promosi yang gencar, jangan jualan”. Para pelaku usaha bawang goreng pun heboh. Tetapi M. Affan menghadirkan banyak contoh pemasaran yang sukses dengan cara “tidak jualan” itu.

Perizinan Online Terpadu atau yang biasa disebut dengan Online Single Submission (OSS) adalah Perizinan yang diterbitkan oleh Lembaga OSS untuk dan atas nama Menteri, pimpinan lembaga, Gubernur, atau Bupati melalui sistem elektronik yang terintegrasi. OSS umumnya digunakan oleh para pelaku usaha yang perusahaannya memiliki karakter sebagai berikut: (a) Berbentuk badan usaha maupun perorangan, (b) Usaha mikro, kecil, menengah maupun besar, (c) Usaha perorangan atau badan usaha, (d) Usaha yang modal awalnya berasal dari dalam negeri, ataupun usaha yang modalnya terkumpul dari pihak asing (<https://oss.go.id>).

Mengingat dengan hal itu, usaha bawang goreng ini merupakan salah satu karakter usaha yang membutuhkan izin usaha, tim pengabdi telah mendaftarkan usaha bawang goreng tersebut di lembaga OSS (<https://oss.go.id/>) Pada tanggal 25 November 2023 Pemerintah Republik Indonesia menerbitkan Nomor Induk Berusaha NIB: 2509210022099 berdasarkan Undang-undang Nomor 11 tahun 2020 tentang cipta kerja. Melalui Perizinan Online Terpadu (*Online Single Submission/OSS*), Tim Pengabdi bermaksud produk-produk yang dihasilkan oleh masyarakat Rubaru bisa mendapatkan izin produk dan tercantum di dunia maya. Sehingga jika dalam kesempatan tertentu mereka bermaksud menjual produk yang dihasilkannya itu di secara online, maka tidak ada keraguan lagi pada kemungkinan produk yang mereka hasilkan itu akan ditolak di pasar online.

Shopee adalah situs elektronik komersial yang berkantor pusat di Singapura yang dimiliki oleh Sea Limited, yang didirikan pada 2009 oleh Forrest Li. Shopee pertama kali diluncurkan di Singapura pada tahun 2015, dan sejak itu memperluas jangkauannya ke Malaysia, Thailand, Taiwan, Indonesia, Vietnam, dan Filipina. Yang berfungsi sebagai jual beli online dan di dalamnya terdapat banyak toko-toko yang berjualan bebrbagai kebutuhan, mulai dari makanan, alat elektronik, perlengkapan rumah tangga, fashion dan lain-lainnya. Oleh kareana itu tim pengabdi mengembangkan usaha bawang goreng tersebut dengan membuka toko di dalamnya.

2. Pembahasan

Pemasaran online memiliki banyak kelebihan, yaitu: *pertama*, jangkauan yang luas. Era ini disebut Era Jaringan. Era Jaringan memiliki ciri utama tersambungnya semua orang dalam jaringan internet. *Kedua*, cepat. Perubahan zaman yang berubah dengan cepat ini juga memberi warna pada cepatnya transaksi dalam ekonomi. Laporan *McKinsey Global Institute*, kecepatan Revolusi Industri jilid ke-4 ini mencapai 3000 kali lipat lebih cepat daripada Revolusi Industri ke-1 (Skinner, 2019).

Pemasaran bawang merah goreng jika ingin beradaptasi dengan perubahan dan perkembangan zaman, maka tidak ada pilihan lain selain memasuki hal ini. Dengan berjualan di *Shopee*, *Tokopedia*, dan *Bukalapak*, bawang merah goreng melaju dengan kecepatan yang sama dengan cepatnya perubahan zaman itu. *Ketiga*, murah dan simpel. Masyarakat yang ingin berbelanja tidak lagi harus datang ke suatu lokasi. Cukup dengan melakukan pencarian dan transaksi melalui Handphone yang ada di tangan mereka. Bawang merah goreng Rubaru, dengan memasuki *Shopee*, akan dengan mudah menjadi pilihan dari masyarakat sebab murah dan simpel.

Tim Pengabdi juga melakukan pendampingan kepada para pelaku usaha bawang merah goreng untuk menggunakan Media Sosial *Facebook*, *Instagram*, *Youtube*, dan *TikTok*

untuk jualan guna meningkatkan pendapatan mereka melalui bisnis bawang merah goreng. Media sosial berbeda dengan media lain, misalnya media online. Media sosial lebih banyak digunakan oleh orang. Sedangkan media online, hanya sesekali saja; misalnya ketika mencari berita dan informasi ringan. Dalam penelitian Melissa Clark, Monica B. Fine, dan Cara-Lynn Scheuer, didekahkan data bahwa mahasiswa yang mennggunakan sejumlah media sosial sebagai berikut: *Facebook*, *Instagram*, *Twitter* (18,2%), hanya *Facebook* (18,2%), hanya *Twitter* (16,6%), *Facebook* dan *Twitter* (11%), serta *Instagram* dan *Twitter* (10,5%) (Clark, Fine&Scheuer, 2016).

Pelaku usaha bawang merah goreng, didampingi oleh Tim Pengabdi untuk memanfaatkan media sosial untuk meningkatkan penjualan dan peningkatan kesejahteraan mereka. Para pelaku usaha bawang merah goreng mem-*posting* produk yang mereka hasilkan melalui laman *Facebook*, kemudian mereka melayani pembelian dan melakukan transksi. Setelah ada kesepakatan antara calon pembeli dengan salah satu pelaku usaha bawang merah goreng binaan Tim Pengabdi, maka dipilihlah jenis transaksi *Cash on Delivery/COD* (Bayar di Tempat). Metode iioni adalah metode pembayaran yang dilakukan secara langsung di tempat, setelah pesanan dari kurir diterima oleh Pembeli.

Sebelumnya telah disebutkan bahwa Tim Pengabdi tetap memberi tempat pada pemasaran *offline*. Pemasaran *offline* memiliki kelebihan-kelebihan yang tidak sedikit. Sehingga walau saat ini banyak jual beli dilakukan secara online tetapi Tim tetap melakukan *offline*. Misalnya dengan melalui toko-toko atau` swalayan. Tim pengabdi berhasil memasarkan produk bawang goreng desa Mandala di Swalayan Kanca Kona Cabang Banasareh dan Rubaru. Tim Pengabdi memberi pengetahuan kepada para pelaku usaha bawang merah goreng di Kecamatan Rubaru bahwa seorang konsumen dipengaruhi oleh banyak faktor dalam menentukan pilihan atas suatu produk. Maka, bawang merah goreng sebagai suatu produk dari produksi yang dilakukan oleh para pelaku usaha di Kecamatan Rubaru, harus ditempatkan dalam porsi yang memerlukan segi-segi yang menarik konsumen untuk memilih bawang goreng asal Kecamatan Rubaru untuk dipilih.

Kesadaran ini dipandang penting oleh Tim Pengabdi karena jika kesadaran ini diabaikan, maka sama artinya para pelaku usaha bawang merah goreng sebagai produsen menempatkan dirinya buruk pada aspek pemasaran. Jika demikian, maka para pelaku usaha bawang merah goreng akan mengalami kerugian. Pada tahap awal, kerugian dalam bisnis bisa menjatuhkan mental para pelaku usaha bawang merah goreng di Kecamatan Rubaru yang dalam konteks modal, mereka masih berkategori sebagai pelaku usaha mikro.

Mental bisnis pengusaha mikro sangat penting sekali terjaga. Pelaku usaha mikro, dengan kemampuan modal yang sangat kecil, akan langsung tersungkur jika mental bisnis yang mereka punya runtuh. Dalam perkembangannya, para pelaku usaha mikro ini bisa terjerembab pada sikap traumatis. Trauma adalah kondisi jiwa yang timbul akibat dari pengalaman atau peristiwa buruk di masa lalu. Atau juga bisa disebut dengan respon psikologis yang timbul akibat peristiwa mengerikan di masa sebelumnya. Salah satu peristiwa buruk itu adalah kerugian bisnis yang baru dirintis. Potensi kerugian yang akan dialami oleh pelaku usaha mikro adalah dengan mengabaikan aspek pemasaran dan hanya memberi perhatian yang sangat besar kepada produksi. Porsi perhatian yang sama besar antara produksi dengan pemasaran atau penjualan merupakan salah satu cara agar terjadi keseimbangan antara produksi dengan hasil atau keuntungan yang dapat diperoleh oleh para pengusaha bawang merah goreng tersebut. Perhatian pada pemasaran agar para pelaku usaha mikro terhindar dari kerugian adalah dengan mengetahui selera konsumen, pergeseran perilaku konsumen, dan faktor-faktor yang bisa mempengaruhi konsumen dalam memilih suatu produk. Lebih konkret, konsumen (atau calon konsumen) bawang merah goreng yang diproduksi para pelaku usaha bawang merah goreng di Kecamatan

Rubaru sangat penting diketahui seleranya. Juga penting diketahui pergeseran perilaku mereka dan faktor apa saja yang mempengaruhi pilihan calon konsumen bawang merah goreng hasil produksi dari Kecamatan Rubaru.

Hidayat dan Machali (2010) menyatakan, nilai pemasaran (*heart share*) berhubungan dengan tiga aspek: *brand* (merek), *service* (layanan), dan *process*. Konsumen akan memberi perhatian pada tiga aspek ini dalam menentukan pilihannya pada produk tertentu. Sebab dengan mengetahui pertimbangan konsumen dalam menentukan pilihan pada suatu produk itu menjadi keuntungan yang bisa diperoleh oleh pelaku usaha bawang merah goreng Kecamatan Rubaru. Para pelaku usaha bawang merah goreng selanjutnya melakukan *survey* secara *online* kepada sejumlah konsumen.

Survey yang dimaksudkan untuk mengetahui preferensi konsumen dalam menentukan pilihan atas suatu produk, berjalan lancar. Hasil dari *survey* kemudian digunakan oleh para pelaku usaha bawang merah goreng Kecamatan Rubaru sebagai dasar dalam menyusun strategi produksi dan pemasaran bawang merah goreng. Tim Pengabdi bersama pelaku usaha bawang merah goreng menyasar dan memasifkan segmen pelanggan baru: kaum muda. Bawang merah goreng sangat identik dengan bumbu dapur dan hanya dibutuhkan oleh kaum ibu dan perempuan-perempuan yang sudah berumur atau berumah-tangga. Sementara dengan kaum muda, bawang merah goreng tidak identik sama sekali; meski mereka adalah perempuan. Para perempuan muda ini lebih tertarik pada makanan siap saji dan yang konon identik dengan modernitas. Masalah kesehatan tidak lagi menjadi pertimbangan dari perempuan muda ini untuk menentukan pilihan makanan mereka. Tidak jarang kalau para perempuan muda mengalami banyak masalah kesehatan.

Tim Pengabdi dan pelaku usaha bawang merah goreng Kecamatan Rubaru memasuki segmen pelanggan baru ini. Terbukti, tim pengabdi dan pelaku usaha bawang merah goreng Kecamatan Rubaru berhasil memasuki segmen pelanggan baru ini. Permintaan terus mengalir, baik melalui tim, maupun langsung ke pelaku usaha bawang merah goreng Kecamatan Rubaru. Produk bawang merah goreng dengan berbagai varian diminati dan laris dibeli oleh perempuan muda. Tim Pengabdi tidak hanya bertindak sebagai fasilitator, tetapi dengan semangat membantu penjualan bawang merah goreng berbagai varian kepada calon pembeli yang lokasinya jauh dari pelaku usaha bawang merah goreng Kecamatan Rubaru.

Tim Pengabdi dan pelaku usaha bawang merah goreng Kecamatan Rubaru menyampaikan kepada calon pelanggan muda ini bahwa bawang merah goreng tidak identik aroma tidak sedap dan hanya berguna untuk bumbu, tetapi dengan sentuhan kreatifitas para pelaku usaha bawang merah goreng Kecamatan Rubaru, bawang merah goreng telah menjadi camilan. Mengubah bawang merah menjadi bawang merah goreng dan salah satu varian-nya menjadi camilan, serta mempromosikannya kepada para perempuan muda sebagai calon pelanggan baru itu merupakan salah satu kunci sukses upaya menyasar segmen pelanggan baru: perempuan muda.

PENUTUP

Hasil yang diperoleh dari kegiatan pengabdian ini antara lain adalah: (1) Inovasi produk Bawang merah selain dijual mentah juga digoreng dan dibuat menjadi camilan bawang merah. (2) Strategi pemasaran yang ditempuh dengan Pendampingan pemasaran *offline* dan Pelatihan Pemasaran Online, serta mendaftarkan Perizinan Online Terpadu (*Online Single Submission/OSS*), optimalisasi akun *Shopee*, *Tokopedia*, dan *Bukalapak*, optimalisasi akun Media Sosial *Facebook*, *Instagram*, *Youtube*, dan *TikTok*, dan migrasi *WA Reguler* ke *WA Bisnis*. (3) Peningkatan ekonomi pelaku usaha bawang merah goreng relatif naik karena semakin banyaknya transaksi yang dilakukan, melalui *Offline* dan *Online*.

Rekomendasi dari kegiatan ini adalah, dibutuhkan kerjasama antar semua lini untuk menguatkan perekonomian berbasis UMKM di masyarakat. Dengan demikian inovasi yang dilakukan akan berkembang serta tidak berhenti pada satu produk maupun sebatas sistem jual beli online maupun offline semata.

UCAPAN TERIMAKASIH

Terimakasih pengabdi sampaikan kepada: Pemerintah Desa Mandala, Karangnangka, Basoka, Kelompok Wanita Tani (KWT) Melati dan Putri Tumpeng, Kelompok UP2K Karya Mandiri, PT Permata Indah Rubaru (PIR) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam INSTIKA, Swalayan Kancakonah, dan Swalayan Basmalah.

DAFTAR PUSTAKA

- Bahtiar, Abdul Hafid, dkk., (2020). "Pengolahan Bawang Merah Goreng Untuk Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Di Desa Tegalrejo", *Jurnal Development*, Volume 1 Nomor 2, Oktober 2022, hlm. 100-111, <https://jurnal.staim-probolinggo.ac.id/index.php/DJCE/article/view/317/540>.
- Clark, Melissa, Monica B. Fine, and Cara-Lynn Scheuer, *Relationship Quality in Higher Education Marketing: the Role of Social Media Engagement*, Journal of Marketing for Higher Education, 27 December 2016, hlm. 5-6. Link: <http://dx.doi.org/10.1080/08841241.2016.1269036>. Homepage: <http://www.tandfonline.com/loi/wmhe20>
- Elizabeth, Roosganda, Iwan Setiajie Anugrah, (2020). "Acceleration Of Hilirization Of Competitiveness Agroindustry Products To Supply The Farmer's Welfare And Rural Economy", *Mimbar Agribisnis: Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, Vol 6, No 2 (2020): Juli 2020. DOI : 10.25157/ma.v6i2.3604. <https://jurnal.unigal.ac.id/mimbaragribisnis/issue/view/532>
- Goenadhi, Lydia, dan Nobaiti, (2017). *Pengantar Ekonomi Mikro*, Kalimantan Selatan: Scripta Cendekia.
- Hidayat, Ara, dan Imam Machali, (2010). *Pengelolaan Pendidikan: Konsep, Prinsip dan Aplikasi dalam Mengelola Sekolah dan Madrasah*, Bandung: Pustaka Educa.
- Kasali, Rhenald, (2018). *Self Disruption*, Jakarta Selatan: Mizan.
- Skinner, Chris, (2019). *Manusia Digital*, Jakarta: Gramedia.
- Suwendi, Abd. Basir, Jarot Wahyudi (ed.), (2022). *Metodologi Pengabdian Masyarakat*, Jakarta: Direktorat Pendidikan Tinggi Keagamaan Islam, Direktorat Jenderal Pendidikan Islam, Kementerian Agama RI.
- Tim BPS Sumenep (2003). *Kabupaten Sumenep Dalam Angka*, Sumenep.
- Wiyata, A. Latief, (2002). *Carok: Konflik Kekerasan dan Harga Diri Orang Madura*, Yogyakarta: LKiS.