

**Mengembangkan Penjualan Produk Bawang Merah di Lingkungan Desa Ngadiboyo
Kecamatan Rejoso Kabupaten Nganjuk**

*Developing Shallot Product Sales in the Ngadiboyo Village Environment, Rejoso District,
Nganjuk Regency*

**Hendra Maulana¹, Ajeng Arum Isfania², Yolanda Irfania³, Muhammad Rizki
Firmansyah⁴, Ignatius Bramantya Prasetyo Dewa⁵, Hannah Emmanuella Delia⁶**
^{1,2,3,4,5,6} Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

Korespondensi penulis : 20042010183@student.upnjatim.ac.id

Article History:

Received: 30 April 2023

Revised: 18 Mei 2023

Accepted: 21 Juni 2023

Keywords: *journal,
community, development*

Abstract: *Nganjuk is a Kabupaten in the province of East Java, Indonesia. One of the sub-districts in Nganjuk, Rejoso sub-district, Ngadiboyo village, is a potential producer of shallots. We found that the Ngadiboyo village area is a potential producer of shallots. In addition to shallots, residents use their farmland to grow commodities such as soya and green beans. However, the problem we identified with the village's economy is the need for home industry-based businesses that utilize the main crops to be sold as ready-to-consume products. On this occasion, we want to develop the sale of shallot products to increase the economic stability of the Ngadiboyo Village community. Community service is carried out with a mentoring method through attracting community participation. Assistance to attract participation is focused on developing sales through social media, product photos, and e-commerce. Sales development activities on shallot products are one of the activities to help increase community sales. Implementing this activity is expected to increase sales to help the economy. Therefore, this community service activity is hoped to change the community of shallot product sellers.*

Abstrak

Nganjuk adalah sebuah kabupaten yang berada di Provinsi Jawa Timur, Indonesia. Salah satu kecamatan di Nganjuk yaitu kecamatan Rejoso tepatnya desa Ngadiboyo merupakan penghasil bawang merah yang sangat potensial. Selain bawang merah, warga setempat juga memanfaatkan lahan pertaniannya untuk menanam komoditas lain seperti kedelai dan kacang hijau. Namun, permasalahan yang kami identifikasi dari perekonomian desa ini adalah minimnya pelaku usaha berbasis *home industri* yang memanfaatkan hasil bumi utama untuk kemudian dijual sebagai produk siap konsumsi. Dalam kesempatan ini kami ingin mencoba untuk mengembangkan penjualan produk bawang merah sehingga meningkatkan stabilitas perekonomian masyarakat Desa Ngadiboyo. Pengabdian masyarakat dilakukan dengan metode pendampingan melalui menarik partisipasi masyarakat. Pendampingan untuk

* Hendra Maulana, 20042010183@student.upnjatim.ac.id

menarik partisipasi tersebut difokuskan dalam pengembangan penjualan melalui media sosial, foto produk, dan *e-commerce*. Kegiatan pengembangan penjualan pada produk bawang merah adalah salah satu kegiatan untuk membantu meningkatkan penjualan masyarakat dan dilakukannya kegiatan ini diharapkan mampu untuk meningkatkan penjualan hingga membantu perekonomian. Oleh karena itu, diharapkan dalam kegiatan pengabdian masyarakat tersebut dapat memberikan perubahan pada masyarakat penjual produk bawang merah.

Kata kunci : jurnal, masyarakat, pengabdian

PENDAHULUAN

Nganjuk adalah sebuah kabupaten yang berada di Provinsi Jawa Timur, Indonesia. Ibu kota nganjuk sendiri ialah Nganjuk, kabupaten ini berbatasan dengan Kabupaten Bojonegoro di utara, Kabupaten Jombang di Timur, Kabupaten Kediri dan Kabupaten Ponorogo di selatan, serta Kabupaten Madiun di sebelah barat. Kabupaten Nganjuk dikenal juga dengan julukan kota angin. kabupaten yang terletak pada 11105' sampai dengan 112013'BT dan 7020 sampai dengan 7059'LS, dengan luas Kabupaten nganjuk kurang lebih 122.433 km² dengan:

- Luas tanah sawah 43.052.5 Ha
- Luas tanah kering 32.373.6 Ha
- Luas tanah hutan 47.007.0 Ha

Kabupaten Nganjuk memiliki sekitar 20 kecamatan dan 284 desa atau kelurahan. Salah satu kecamatan yang terdapat di Kabupaten Nganjuk yaitu Kecamatan Rejoso, Kecamatan Rejoso mempunyai beberapa desa salah satunya Desa Ngadiboyo. Desa Ngadiboyo memiliki potensi alam atau hasil alam berupa bawang merah. Desa Ngadiboyo sebagian besar masyarakatnya adalah seorang petani bawang merah dengan menghasilkan bawang merah berkualitas baik.

Pada bidang pertanian, Desa Ngadiboyo merupakan salah satu wilayah penghasil bawang merah yang potensial. Mayoritas petani yang berada di Desa Ngadiboyo adalah penghasil bawang merah dan sebagian lainnya seorang penghasil padi. Namun hasil pertanian yang paling mendominasi yaitu bawang merah. Selain bawang merah, lahan-lahan pertanian di desa ini juga dimanfaatkan untuk menanam kedelai. Sehingga pada pengabdian masyarakat, dilakukan pengembangan penjualan bawang merah sebagai komoditas yang paling dominan. Pengembangan yang dilakukan dalam pengabdian masyarakat guna menstabilkan perekonomian warga Desa Ngadiboyo.

Pengembangan yang dilakukan oleh pengabdian masyarakat tidak hanya melalui penjualan secara offline namun juga online, sehingga mencakup pasar yang lebih luas lagi. Penjualan secara online dapat dilakukan melalui media sosial ataupun e-commerce dengan menggunakan foto produk yang baik.

METODE PELAKSANAAN

Pengabdian masyarakat dilakukan dengan metode pendampingan melalui menarik partisipasi masyarakat Desa Ngadiboyo untuk berpartisipasi dalam mengikuti kegiatan yang diadakan (Muniarty, 2021). Tujuan kegiatan ini adalah sebagai saran atau solusi dalam mengembangkan penjualan produk bawang merah. Langkah awal melakukan kegiatan ini adalah untuk mengetahui potensi desa dan melakukan pertemuan untuk membahas hal yang perlu dilakukan, antara lain: melakukan peninjauan pada penjualan produk bawang merah. Selanjutnya melakukan kegiatan untuk mengembangkan penjualan produk bawang merah.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengembangan penjualan pada produk bawang merah adalah kegiatan untuk membantu meningkatkan penjualan masyarakat. Selain itu, kegiatan tersebut diharapkan mampu untuk meningkatkan penjualan hingga membantu perekonomian masyarakat. Dengan memberikan pengenalan hal-hal baru dalam penjualan produk diharapkan mampu memberikan pengaruh dalam penjualan. Inovasi produk dalam mengembangkan penjualan sangat berpengaruh dan menarik minat perhatian masyarakat serta meningkatkan nilai jual yang lebih. Pembuatan media sosial, foto produk, dan e-commerce dilakukan oleh masyarakat yang mengikuti kegiatan.

Berdasarkan keterangan dari beberapa kepala dusun yang ada di Desa Ngadiboyo, masih belum ada kegiatan usaha oleh warga desa yang memanfaatkan hasil bumi utama yaitu bawang merah. Jadi, sebagian besar hasil pertanian seperti bawang merah, kedelai, kacang hijau, dan lain-lain hanya dijual sebatas sebagai bahan mentah. Kegiatan usaha berbasis *home industry* pun masih jarang dan pemanfaatan hasil pertanian kurang optimal. Berdasarkan data yang diambil dari profil desa sendiri, mata pencaharian yang paling dominan di desa ini adalah petani serta buruh tani, yakni sebanyak 3.493 jiwa. Sisanya bekerja di bidang kepegawaian, TNI/POLRI, dan pengusaha, namun jumlahnya masing-masing hanya terhitung puluhan.

Setelah melakukan survei berupa wawancara kepada perangkat desa, pengurus BUMDES, masyarakat, serta beberapa pelaku usaha di Desa Ngadiboyo, dapat ditarik beberapa faktor penghambat tumbuhnya usaha-usaha produk siap konsumsi antara lain adalah kurangnya pengetahuan masyarakat tentang pemanfaatan ruang digital seperti internet dan *e-commerce* sebagai wadah pemasaran, kurangnya inisiatif masyarakat dalam mengolah hasil bumi menjadi produk siap konsumsi, serta kurangnya inovasi dalam teknik pemasaran yang dapat menjangkau pasar yang lebih luas. UMKM di Desa Ngadiboyo masih kurang berkembang terutama pelaku usaha bawang goreng, dikarenakan banyak dari UMKM bawang goreng di desa tersebut terpaksa gulung tikar akibat tidak laku terjual.

Pembuatan media sosial pada penjualan produk dapat mempengaruhi nilai jual dan mengembangkan produksi. Faktor penting saat ini dalam berbisnis adalah memanfaatkan media sosial sebagai media promosi. Melalui media sosial diharapkan mampu menjangkau target pasar yang lebih luas. Penggunaan media digital untuk berbisnis bukan sekedar pemasaran biasa, tetapi juga sebagai media komunikasi untuk memperkuat interaksi masyarakat melalui media sosial (Blanchard, 2015).

Foto produk adalah visualisasi yang menggambarkan sebuah produk untuk dikomersilkan dengan lebih baik. Hasil foto produk yang ditampilkan oleh penjual memiliki dampak positif pada minat beli masyarakat (Servananda *et al.*, 2019). Foto produk dapat diartikan juga sebagai visual branding. Visual branding adalah visualisasi yang digunakan untuk mengembangkan karakter dan identitas bisnis, antara lain: foto produk, warna tema, komposisi desain, dan lain sebagainya. Produk jadi bawang merah yang siap jual diharuskan melakukan pengambilan foto yang baik agar dapat menarik konsumen untuk membeli.

Banyaknya penggunaan media sosial saat ini mengharuskan pelaku UMKM untuk mengikuti teknik pemasaran yang dilakukan. Teknik pemasaran yang dimaksud adalah melakukan pemasaran produk melalui media sosial dan *e-commerce*. *E-commerce* adalah proses jual beli produk, jasa dan informasi melalui media digital. *E-commerce* dapat merubah kegiatan marketing dan mengurangi biaya-biaya operasional untuk kegiatan penjualan. Proses dalam pembuatan *e-commerce* yaitu membuat *website* untuk menjelaskan mengenai produk, pemesanan secara langsung, memiliki nomor rekening atau nomor kartu kredit, dan pembayaran secara langsung (online).

KESIMPULAN

Pengabdian masyarakat memiliki pengaruh membantu masyarakat dalam menghadapi masalah. Permasalahan tersebut diantaranya adalah pemasaran penjualan produk bawang merah. Sehingga kami memberikan solusi untuk mengembangkan penjualan produk bawang merah. Hal yang kami lakukan yaitu memberikan penjelasan lebih dalam mengenai dampak media sosial dan e-commerce untuk media pemasaran yang sangat baik. Sehingga, diharapkan kegiatan tersebut dapat memberikan perubahan pada UMKM bawang merah di Desa Ngadiboyo.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pihak yang terkait dengan pengabdian masyarakat ini. Kami ucapkan terima kasih kepada Kepala Desa Ngadiboyo, perangkat dan staff desa, kepala dusun, dan masyarakat Desa Ngadiboyo yang telah turut membantu untuk menyelesaikan penelitian sehingga menghasilkan hasil yang optimal.

DAFTAR PUSTAKA

- A. D. Kuswanto, J. M. (2019). Analisis Pengaruh Penggunaan Media Digital Terhadap Tingkat Penjualan Kuliner (Studi Kasus Pada Aspek Pemasaran) . 58-63.
- Auton, A. Z. (2023, Januari 04). Pasar Brambang Sukomoro Menjadi Sentra Bawang Merah Nasional. Retrieved from [nganjukkab.go.id: https://www.nganjukkab.go.id/home/detail-kabar/pasar-brambang-sukomoro-menjadi-sentra-bawang-merah-nasional](https://www.nganjukkab.go.id/home/detail-kabar/pasar-brambang-sukomoro-menjadi-sentra-bawang-merah-nasional)
- Dona Setia Umbara, M. H. (2020). Pengembangan Pemasaran Kopi Galunggung Menggunakan Sistem E-Commerce. MIMBAR AGRIBISNIS, 178-189. doi:10.25157/ma.v6i1.2956
- Gaguk Tri Hariyono, Jupriono. (2020). Membantu Mengembangkan dan Menjual Produk Bawang Merah Di Lingkungan RT.03 RW.11 Dusun Turi Desa Ngadiboyo Kecamatan Rejoso Kabupaten Nganjuk. Lembaga Penelitian dan Pengabdian Universitas 17 Agustus 1945.
- Haris Fatori aldila, a. F. (2017). Daya Saing Bawang Merah Di Wilayah Sentra Produksi Di Indonesia. Jurnal Manajemen & Agribisnis, 14, 43-53. doi:10.17358/JMA.14.1.43
- Ibrahim, E. (2020). Pembuatan Bawang Goreng Raja di Kabupaten Enrekang. 06-17.
- Isnanto, Yusuf Jafar, Ratnarti Pahrin. (2020). Pelaksanaan Program Kkn Tematik Desa Membangun Di Wilayah Kecamatan Asparaga. Jurnal Sibermas (Sinergi Pemberdayaan Masyarakat), 366-373.
- Nita Cahyani, S. N. (2020). Pelatihan Pembuatan Kemplang Bawang Merah Sebagai Produk Unggulan Lokal Di Desa Rejoso Nganjuk. MAFAZA: Jurnal Pengabdian Masyarakat. doi:10.32665/mafaza.v2i2.1267
- Sunardi, A. M. (2023). Peningkatan Kualitas dan Kuantitas Produksi Pengrajin Jamu melalui Cara Pembuatan Obat Tradisional yang Baik (CPOTB) dan Pengemasan. Adi Widya Jurnal Pengabdian Masyarakat, 124-129. doi:10.33061/awpm.v7i1.8316