

Peningkatan Produksi dan Jangkauan Pemasaran UMKM "Rizqi" Melalui Mesin dan Marketplace

Abidatul Izzah^{1*}, Yohan Bakhtiar², Ratna Widyastuti³, Benni Agung Nugroho⁴, Saiful Arif⁵, Devina Rosa Hendarti⁶, Ahmad Dony Mutiara Bahtiar⁷

^{1,2,3,4,5,6,7}Politeknik Negeri Malang

*Corresponding author, e-mail: abidatul.izzah@polinema.ac.id

Abstrak

Indonesia memiliki potensi produksi bawang merah karena tingginya konsumsi masyarakat. Melihat potensi ini, Bapak Surasa dari, Kota Kediri mendirikan usaha bawang merah goreng "Rizqi" sejak 2018. Bapak Surasa menjalankan usaha ini secara mandiri dan manual. Hanya bagian perajangan yang menggunakan alat kayu yang didorong. Selain itu, masalah lain yang ditemui adalah seiring berjalannya waktu jumlah pelanggan tidak bertambah karena pemasaran yang dilakukan masih sebatas menitipkan produk ke warung dan pedagang keliling. Hal ini karena bapak Surasa belum mencoba pemasaran online untuk memperluas jangkauan pemasaran. Oleh karena itu, dalam program pengabdian masyarakat ini, tim pengabdian menawarkan sejumlah solusi untuk mengatasi permasalahan tersebut antara lain dengan memanfaatkan teknologi mesin perajang untuk menambah kapasitas produksi dan memanfaatkan *marketplace* untuk memperluas jangkauan pemasaran. Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat dimulai dari pengadaan alat perajang dan dilanjutkan dengan pelatihan penggunaan alat. Kemudian dilanjutkan dengan membuat toko online di *marketplace* sekaligus pelatihan penggunaannya. Tim pengabdian juga melakukan pendampingan proses penggunaan alat dan pemasaran online. Hasil dari program pengabdian masyarakat ini adalah penerapan teknologi alat perajang sehingga UMKM bawang goreng Rizqi mampu menghasilkan enam kali lipat yakni 60kg setiap kali produksi. Di sisi lain, sampai akhir kegiatan pengabdian masyarakat dilaksanakan, UMKM bawang goreng Rizqi sudah mendapat 2 pesanan dari luar kota Kediri yakni Surabaya dan Lamongan masing-masing 5 pcs. Selanjutnya diharapkan UMKM bawang goreng Rizqi mampu memanfaatkan teknologi mesin perajang yang telah diberikan dan aktif memasarkan produk di *marketplace* yang telah dibuat.

Kata Kunci: Bawang Goreng; E-Commerce; Media Sosial; Mesin Pencacah; Pemasaran Digital.

Abstract

Indonesia has considerable potential for shallot production due to high levels of domestic consumption. Responding to this opportunity, Mr. Surasa from Kediri City established the fried shallot enterprise "Rizqi" in 2018. The business has been managed independently and mostly through manual processes, with only the slicing activity utilizing a wooden push tool. A key challenge encountered is the stagnation in customer growth, since marketing activities have been limited to consigning products to small shops and street vendors. This limitation arises from the absence of online marketing strategies to extend market reach. Through this community service program, the team proposed several solutions to address these challenges, including the application of slicing machine technology to increase production capacity and the utilization of online marketplaces to expand marketing coverage. The implementation began with the procurement of a slicing machine, followed by training on its operation. Subsequently, an online store was created on a marketplace platform, accompanied by training on its use. The team also provided mentoring in machine operation and digital marketing. The results demonstrate that the introduction of slicing machine technology enabled the Rizqi fried shallot MSME to increase production capacity sixfold, reaching 60 kg per production cycle. By the conclusion of the program, the enterprise had also secured two orders from outside Kediri City, namely Surabaya and Lamongan, with five units from each. Moving forward, it is expected that Rizqi will continue to utilize the slicing machine provided and actively promote its products through the established marketplace.

Keywords: Chopper Machine; Digital Marketing; E-Commerce; Fried Onions; Social Media.

How to Cite: Izzah, A. et al. (2025). Peningkatan Produksi dan Jangkauan Pemasaran UMKM "Rizqi" Melalui Mesin dan Marketplace. *Abdi: Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat*, 7(3), 700-707.



This is an open access article distributed under the Creative Commons Share-Alike 4.0 International License. If you remix, transform, or build upon the material, you must distribute your contributions under the same license as the original. ©2025 by author.

Pendahuluan

Bawang merah merupakan salah satu komoditas sayuran yang paling banyak dikonsumsi di Indonesia. Berdasarkan hasil Survei Sosial Ekonomi (Susenas) September 2021, rata-rata konsumsi per kapita komoditas bawang merah warga Indonesia mencapai 2,49 kilogram (kg) dalam sebulan. Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat, konsumsi bawang merah sektor rumah tangga Indonesia tahun 2021 naik 8,33% dibandingkan tahun 2020. Tercatat, konsumsi bawang merah rumah tangga pada 2021 mencapai 790,63 ribu ton (Mutia, 2022). Laporan Badan Pusat Statistik (BPS) menampilkan, tren produksi bawang merah Indonesia selalu meningkat selama 2017-2021. Pada 2017, produksi bawang merah Indonesia mencapai 1,47 juta ton. Angkanya konsisten meningkat bahkan saat pandemi Covid-19 2020 pun mencapai 1,81 juta ton. Sementara konsumsi berdasarkan sektor rumah tangga, cenderung naik meski sempat mengalami penurunan sekali dalam periode lima tahun tersebut (Santika, 2023).

Melihat potensi Indonesia yang memiliki produksi Bawang merah, dan tingginya konsumsi produk tersebut. Bapak Surasa yang bertempat tinggal di Kel. Ngronggo, Kota Kediri mendirikan usaha bawang goreng "Rizqi". Usaha ini sudah dijalankan sejak 2018 dan sudah terdaftar pada Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) serta telah memiliki sertifikat izin Pangan Industri Rumah Tangga (PIRT) dengan nomor 2113571010005. Usaha ini bertahan lama karena telah memiliki pelanggan tetap dan proses pembuatannya yang cukup mudah yakni pertama menyiapkan bawang merah yang telah diiris tipis, kemudian dicuci dengan air mengalir, lalu ditiriskan bawang hingga kering. Selanjutnya bawang merah dapat dikeringkan dengan tisu dapur dan ditaburi garam secukupnya. Selanjutnya bawang merah digoreng dalam minyak banyak dengan api sedang. Terakhir bawang goreng diangkat dan ditiriskan di atas wadah beralaskan kertas nasi dan biarkan hingga dingin. Setelah dingin barulah masukkan ke dalam stoples atau wadah kedap udara. Berikut ini adalah proses pengupasan sampai dengan pengemasan bawang goreng "Risqi":



Gambar 1. Proses Pengolahan Produk Bawang Goreng Rizqi

Selama ini, Bapak Surasa memproduksi bawang goreng secara manual dimulai dengan mengupas, merajang, menggoreng, dan mengemas seperti yang ditunjukkan pada Gambar 1. Pada proses perajangan, Bapak Surasa menggunakan alat perajang dari kayu. Kemudian hasil bawang goreng yang sudah siap konsumsi dikemas dalam wadah plastik seperti yang ditunjukkan pada Gambar 2.



Gambar 2. Hasil Produk Bawang Goreng Rizqi

Setelah siap dijual, Bapak Surasa mulai memasarkan produknya. Selama ini strategi yang ditempuh Bapak Surasa adalah dengan menitipkannya ke warung-warung di daerah Kota Kediri dan penjual sayur keliling. Bawang goreng yang disimpan dalam wadah kedap udara dapat bertahan sampai 2 bulan. Oleh karena itu, Bapak Surasa akan memasak produk Bawang Goreng lagi setelah stok di tempat penitipan/penjualan habis. Selama menjalankan usaha Bawang Goreng “Rizqi”, Bapak Surasa mengalami beberapa kendala antara lain Bapak Surasa menjalankan usaha ini secara mandiri. Putra dari Bapak Surasa memilih profesi yang lain dibandingkan dengan meneruskan usaha ini. Meski prosesnya mudah, kondisi fisik Bapak Surasa yang semakin menurun menyebabkan proses produksi memakan waktu yang lebih lama. Hal ini karena proses pengupasan, perajangan, penggorengan, dan pengemasan dilakukan secara manual dan menyita waktu dan tenaga. Hanya pada proses perajangan Bapak Surasa menggunakan alat kayu yang didorong sehingga bawang merah dapat teriris rapi. Di sisi lain, Bapak Surasa pernah melakukan penambahan variasi produk bawang putih goreng namun tidak begitu banyak peminatnya. Oleh karena itu, beliau fokus pada usaha bawang merah goreng karena sudah memiliki pelanggan tetap. Akan tetapi, seiring berjalannya waktu jumlah pelanggan tidak bertambah karena pemasaran yang dilakukan masih sebatas menitipkan produk ke warung dan pedagang keliling (secara offline). Bapak Surasa belum mencoba pemasaran online untuk memperluas jangkauan pemasaran. Jika produk Bawang Goreng “Risqi” ini dipasarkan lebih luas, maka diharapkan akan menaikkan daya saing penjualan. Oleh karena itu, dalam program pengabdian masyarakat ini, tim pengabdian menawarkan sejumlah solusi untuk mengatasi permasalahan tersebut antara lain dengan memanfaatkan teknologi mesin perajang untuk menambah kapasitas produksi dan memanfaatkan digital marketing untuk memperluas jangkauan pemasaran.

Strategi ini telah diimplementasikan sebelumnya oleh berbagai pihak. Penelitian sebelumnya menyebutkan bahwa mesin rajang terbukti dapat meningkatkan kapasitas produksi bawang rajang dari 0,5 kg/jam menjadi 12 kg/jam atau meningkatkan kapasitas bawang goreng dari 3,5 kg/hari menjadi 35 kg/hari (Elfiana et al., 2023). Sumber lain menyebutkan peningkatan produktivitas produksi mitra karena adanya mesin juga terjadi mencapai 5 kg dalam waktu 10 menit atau 30 kg/jam (Husman, 2023). Selanjutnya, penelitian lain menjelaskan bahwa implementasi mesin perajang bawang merah dapat meningkatkan total produksi bulanan hingga mencapai 1,4 kali lebih besar dibandingkan sebelum menggunakan mesin (Annanto, Darmanto, & Astuti, 2022). Selain di sisi produksi, waktu proses pencucian bawang juga menjadi lebih singkat ± 15-20 menit dengan adanya mesin bantu (Yanuar et al., 2023). Penerapan mesin pengiris bawang rotary sumbu verical juga dapat diterapkan dengan baik dan terbukti mampu meningkatkan efisiensi produksi sebesar 33 % (Suryaningsih, Wahyono, Budiati, & Ardiyansyah, 2024). Selain meningkatnya kapasitas produksi, dengan implementasi teknologi mesin dalam perajangan bawang, mitra UMKM juga mengalami peningkatan pengetahuan dalam mengoperasikan teknologi yang telah ditransfer (Nurfarida, Nurlina, & Izzah, 2022). Setelah kapasitas produksi meningkat, strategi lain yang harus diterapkan adalah tahap optimalisasi pemasaran. Banyak penelitian menyebutkan bahwa setelah terjadi pandemi 2020, penjualan melalui e-commerce mengalami peningkatan. E-commerce berperan dalam memudahkan transaksi jual beli masyarakat dalam menjangkau kebutuhan (Rahmawati, 2020). Selanjutnya, terdapat penelitian yang menjelaskan bahwa telah dilakukan pelatihan penggunaan digital marketing dan dapat ditarik kesimpulan bahwa penjualan bawang merah mengalami peningkatan 63% sekaligus area pemasaran mengalami perluasan hingga ke luar Provinsi Jawa Timur (Hana, Kumalasari, & Anggriawan, 2021). Oleh karena itu, dengan adanya pelatihan pemasaran digital dapat meningkatkan pengetahuan mitra tentang teknik pemasaran online dan meluasnya target pasar dari (Izzah, Bakhtiar, Eliyen, Nurfarida, & Khalida, 2023). Hal ini selaras dengan strategi penggunaan digital marketing sebagai metode pemasaran yang lebih efektif (Marwati et al., 2024). Dengan demikian, penerapan teknologi mesin perajang bawang dan implementasi teknik pemasaran diperlukan untuk meningkatkan produksi dan jangkauan pemasaran. Program pengabdian masyarakat ini menitik beratkan upaya peningkatan kapasitas produksi sekaligus jangkauan pemasaran. Oleh karena itu, kegiatan ini menggabungkan solusi pada program-program sebelumnya yakni teknologi mesin perajang bawang dan pemasaran online melalui *marketplace* sekaligus memberi pelatihan tentang penggunaan teknologi dan manfaat yang akan diperoleh.

Metode Pelaksanaan

Waktu pelaksanaan kegiatan pengabdian ini dimulai pada 1 April 2024 dan berakhir pada 30 Oktober 2024. Sedangkan tempat pelaksanaan kegiatan ini berada pada Kediaman Bapak Surasa, Kel. Ngronggo Kota Kediri Prov. Jawa Timur. Untuk melaksanakan pengabdian masyarakat ini, tim pengabdian beserta mitra telah berdiskusi membuat tahapan-tahapan pelaksanaan kegiatan. Tahapan ini bertujuan untuk menyelesaikan permasalahan yang dihadapi mitra di bidang produksi dan pemasaran. Secara garis besar, kegiatan pengabdian masyarakat terbagi menjadi 3 tahapan yakni persiapan, pelaksanaan kegiatan, dan

evaluasi. Berikut ini langkah-langkah nyata dalam melaksanakan solusi yang ditawarkan untuk mengatasi permasalahan mitra:

Tahap Persiapan

Analisis situasi dan diskusi pemecahan masalah

Pada tahap ini tim pengabdian menganalisis dan mengumpulkan data terkait usaha Bawang Goreng “Rizqi” (Agustian, Mutiara, & Rozi, 2020; Nisak, 2013; Rahmi, Dalimunthe, & Susita, 2021; Sulistiyani, Pratama, & Setiyanto, 2020; Wibowo & Zainul Arifin, 2015). Pada tahap ini juga tim pengabdian akan melakukan diskusi dengan mitra terkait kebutuhan mesin dan konten sosial media yang akan diposting.

Pengusulan kegiatan pengabdian masyarakat

Pada tahap ini tim pengabdian menyusun proposal pengabdian masyarakat yang berisi analisis situasi, solusi yang ditawarkan, dan metode pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat.

Tahap Pelaksanaan

Pengadaan mesin perajang bawang

Pada tahap ini tim pengabdian memberikan bantuan mesin perajang bawang merah. Mesin ini harus memiliki spesifikasi sesuai dengan kebutuhan mitra (Desrizal, Chadry, & Mayana, 2019; Hariri & Wicaksono, 2022).

Pelatihan penggunaan mesin perajang bawang

Pada tahap ini tim pengabdian melakukan pelatihan penggunaan mesin perajang bawang guna memberikan edukasi tentang bagaimana mengoperasikan mesin dengan benar dan menghindari kesalahan penggunaan. Selanjutnya, mitra bertugas untuk memanfaatkan mesin yang diberikan oleh tim pengabdian.

Membuat akun sosial media dan e-commerce

Pada tahap ini, mitra memberikan data untuk membuat akun marketplace dan sosial media. Data tersebut berupa nama, email, no HP, alamat, dan foto-foto produk (Akmal et al., 2024; A. E. Rahmawati, Ifana, Arviana, & Arifin, 2024).

Pelatihan digital marketing (pengelolaan sosial media / e-commerce)

Pelatihan digital marketing diawali dengan pelatihan pengambilan foto produk. Untuk mendapatkan foto yang menarik, mitra akan diberi pengetahuan tentang bagaimana mengambil gambar sebuah produk. Oleh karena itu akan diselenggarakan pelatihan foto produk sekaligus mengelola akun e-commerce dan sosial media yang sudah dibuat sebelumnya.

Tahap Evaluasi

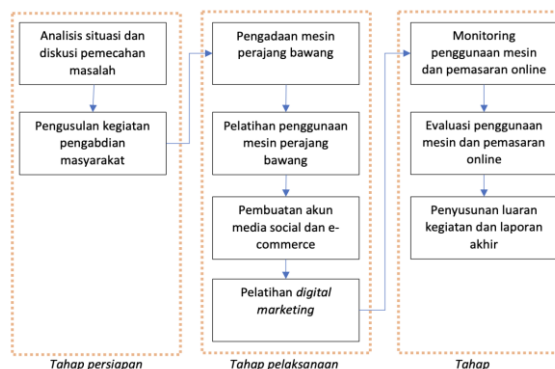
Monitoring penggunaan mesin dan pemasaran online

Pada tahap ini dilakukan monitoring oleh tim pengabdian dan mahasiswa atas apa yang sudah diberikan dalam bentuk barang maupun jasa. Tim pengabdian memastikan mitra mampu memanfaatkan mesin yang sudah diberikan dan mengelola secara aktif akun e-commerce dan sosial media.

Evaluasi penggunaan mesin dan pemasaran online

Pada tahap ini dilakukan tim pengabdian akan melakukan wawancara dan evaluasi dari kegiatan pengabdian yang telah dilakukan. Evaluasi ini akan menghasilkan kesimpulan berupa dampak pemanfaatan mesin perajang dan digital marketing terhadap peningkatan kapasitas produksi dan jangkauan pemasaran.

Skema tahapan pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat dapat dilihat pada Gambar 3 berikut:



Gambar 3. Tahapan Pelaksanaan Kegiatan

Hasil dan Pembahasan

Berikut ini adalah hasil dari kegiatan pengabdian masyarakat yang telah dilakukan:

Pengadaan Mesin Perajang Bawang

Alat perajang bawang adalah salah satu alat yang bertujuan untuk mendukung peningkatan hasil produksi irisan bawang, yang siap digoreng. Alat perajang bawang otomatis ini dirancang dari keluhan masyarakat umum guna mengurangi resiko – resiko buruk yang terjadi saat proses pemotongan dan pengirisan bahan makanan dilakukan. Mesin perajang yang akan diterapkan dalam menambah kapasitas produksi memiliki spesifikasi Daya 125/200 watt, dimensi 32x32x45, panjang pisau 8,2mm (2 pcs), berat 8kg, dan kapasitas 60 kg perjam. Berikut ini mesin perajang bawang yang dihasilkan dari kegiatan ini:



Gambar 4. Mesin Perajang Bawang

Pelatihan Penggunaan Mesin Perajang Bawang

Setelah alat perajang tersedia, tim pengabdian masyarakat menyelenggarakan pelatihan penggunaan mesin. Pelatihan ini dilaksanakan di kediaman mitra Kel. Ngronggo, Kota Kediri, Prov. Jawa Timur. Pada saat pelatihan diperlukan alat sebagai berikut: Alat perajang, Kabel oler, Baskom, Penggorengan. Sedangkan bahan yang diperlukan adalah sebagai berikut: Bawang merah 1kg, Bawang putih 1kg, Minyak goreng, Garam.

Selanjutnya pelatihan dilakukan dengan melakukan uji coba mesin untuk merajang bahan yang sudah disediakan. Berikut ini adalah prosedur penggunaan mesin perajang: (1) Tempatkan mesin perajang di tempat yang datar, (2) Pastikan pisau perajang pada posisi yang tepat. Pisau perajang dapat disesuaikan tergantung pada ketebalan yang diinginkan. (3) Siapkan baskom di bagian corong sebagai wadah irisan bawang, (4) Kupas dan cuci bersih bawang, (5) Nyalakan mesin melalui tombol power, (6) Masukkan secara perlahan bawang yang sudah dikupas, (7) Pastikan irisan bawang masuk ke dalam baskom yang sudah disiapkan.

Dokumentasi kegiatan pelatihan penggunaan mesin perajang bawang dapat dilihat pada Gambar 5 berikut ini:



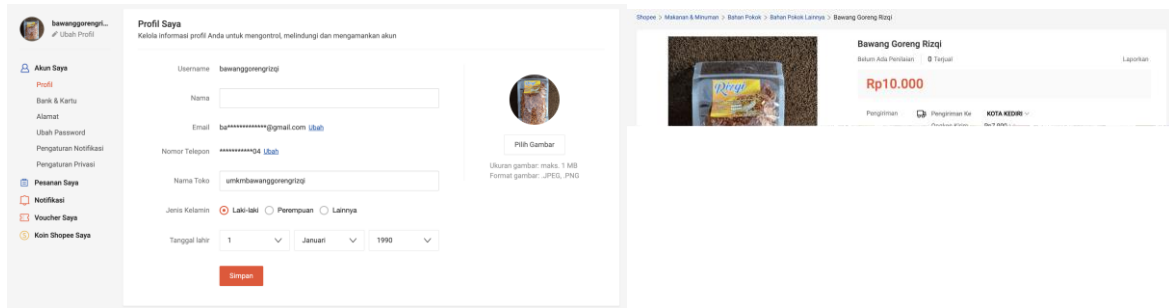
Gambar 5. Pelatihan Penggunaan Mesin Perajang Bawang

Pembuatan Akun e-commerce

Tahap selanjutnya adalah pembuatan akun e-commerce shopee yang diawali dengan pembuatan akun email. Sebelumnya, mitra memberikan data untuk membuat akun marketplace dan sosial media. Data tersebut berupa nama, no HP, alamat, dan foto-foto produk. Berikut ini langkah-langkah dalam membuat

email: Buka halaman akun google > Klik Buat akun > Masukkan nama > Di kolom "Nama pengguna", masukkan nama pengguna > Masukkan dan konfirmasi sandi > Klik Berikutnya > Tambahkan dan verifikasi nomor telepon untuk akun > Klik Berikutnya untuk menyelesaikan proses pembuatan akun. Dari tahapan ini telah berhasil dibuat akun email bawangorengrizqi@gmail.com.

Setelah akun email terbentuk selanjutnya adalah pembuatan akun e-commerce shopee. Berikut ini langkah-langkah dalam membuat akun e-commerce shopee: Masuk ke situs <https://shopee.co.id/> > Klik tombol "Daftar" yang ada di bagian kanan atas halaman tersebut > Jika sudah muncul formnya, Anda harus klik logo "Google" yang berada di bagian bawah form pendaftaran tersebut > Setelah itu, otomatis akan terbuka satu jendela kecil yang berisikan halaman login email > Isi alamat email dan password dari email, dan lanjutkan untuk menyelesaikan proses pembuatan akun. Dari tahapan ini telah berhasil dengan nama toko [umkmbawangorengrizqi](#). Gambar 6 berikut ini merupakan tampilan toko dari [umkmbawangorengrizqi](#):



Gambar 6. Pembuatan akun e-commerce

Pelatihan Digital Marketing

Setelah akun e-commerce selesai dibuat, dilanjutkan dengan sosialisasi dan pelatihan digital marketing. Pelatihan digital marketing dilakukan dengan mengajarkan prosedur transaksi seperti penambahan produk, melihat pesanan, mengelola pesanan, dan ubah status. Gambar 7 berikut ini adalah dokumentasi kegiatan pelatihan penggunaan akun shopee sebagai upaya digital marketing:



Gambar 7. Pelatihan Digital Marketing

Monitoring Penggunaan Mesin dan Pemasaran Online

Pemasaran online yang dilakukan sudah mendapat beberapa pesanan dari luar kota yakni Surabaya dan Lamongan. Dalam melakukan pemasaran online, mitra juga diajarkan proses pengemasan supaya produk bawang goreng tetap terjaga kualitasnya. Gambar 7 berikut ini dokumentasi pengemasan produk yang akan dipasarkan secara online:



Gambar 8. Proses Pengemasan

Evaluasi kegiatan

Kegiatan pengabdian masyarakat telah selesai sampai tahap pelaksanaan. Selanjutnya adalah tahap evaluasi dengan kegiatan antara lain monitoring penggunaan mesin perajang, monitoring pemasaran online, evaluasi penggunaan mesin perajang, dan evaluasi pemasaran online. Tabel 1 berikut ini adalah hasil dari evaluasi kegiatan pengabdian masyarakat:

Tabel 1. Hasil Evaluasi Kegiatan

Komponen	Sebelum Kegiatan	Sesudah Kegiatan
Produksi harian	10 kg/jam	60 kg/jam
Jangkauan pemasaran	Dalam kota	Luar kota
Peningkatan ketrampilan mitra	<ul style="list-style-type: none"> • Belum menggunakan teknologi mesin perajang • Belum menggunakan <i>marketplace</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • Mampu menggunakan teknologi mesin perajang • Mampu menggunakan <i>marketplace</i>

Berdasarkan penelitian sebelumnya, efektifitas kegiatan yang memanfaatkan mesin perajang dan *marketplace* untuk usaha bawang goreng adalah dengan meninjau waktu perajangan, kapasitas produksi perhari, proporsi peningkatan, dan kualitas hasil produksi (Elfiana et al., 2023; Luthfi, Mahyar, Zuhaimi, Riyadhshyah, & Azhar, 2024; Novita & Rahmawati, 2021). Oleh karena itu, Tabel 2 berikut ini adalah perbandingan hasil kegiatan program pengabdian masyarakat ini dengan kegiatan sejenis:

Tabel 2. Perbandingan dengan Penelitian Sebelumnya

Komponen	Kegiatan saat ini	(Novita & Rahmawati, 2021)	(Elfiana et al., 2023)	(Luthfi et al., 2024)
Kapasitas Produksi per Hari	60 kg/jam	40 kg/hari	35 kg/hari	Tidak disebutkan
Proporsi peningkatan	6x	4x	10x	9x
Kualitas hasil produksi	Mendekati hasil rajangan manual menggunakan tangan	Tekstur renyah dan daya simpan lebih lama.	Tekstur gurih, garing, dan renyah.	Mendekati hasil rajangan manual menggunakan tangan

Dari perbandingan diatas dapat disimpulkan bahwa kegiatan pengabdian masyarakat ini telah mampu memberikan dampak dalam kapasitas produksi dan jangkauan pemasaran tanpa mengurangi kualitas produksi yang dihasilkan.

Kesimpulan

Kegiatan program pengabdian masyarakat ini menawarkan sejumlah solusi untuk mengatasi permasalahan UMKM Bawang Goreng Rizqi dengan memanfaatkan teknologi mesin perajang untuk menambah kapasitas produksi dan memanfaatkan digital marketing untuk memperluas jangkauan pemasaran. Kegiatan pengabdian masyarakat dimulai dari pengadaan alat perajang dan dilanjutkan dengan pelatihan penggunaan alat. Kemudian dilanjutkan dengan membuat toko online di *marketplace* sekaligus pelatihan penggunaannya. Tim pengabdian juga melakukan pendampingan proses penggunaan alat dan penjualan online. sampai akhir kegiatan pengabdian masyarakat dilaksanakan, UMKM bawang goreng Rizqi sudah mendapat 2 pesanan dari luar kota Kediri yakni Surabaya dan Lamongan masing-masing 5 pcs. Di sisi lain, pemasaran online yang dilakukan sudah mendapat beberapa pesanan dari luar kota Kediri yakni Surabaya dan Lamongan. Lebih lanjut, hendaknya kegiatan ini dapat terus dimonitoring sehingga jika terjadi kendala penggunaan mesin atau akun *marketplace*, tim pengabdian mampu membantu dan menyelesaikan masalah. Harapan dari kegiatan ini adalah teknologi yang telah diterapkan dapat berdampak untuk menaikkan omzet dari UMKM Bawang Goreng Rizqi. Selain itu, program pengabdian sejenis memerlukan kolaborasi Bersama pemerintah daerah misalnya dengan Dinas Koperasi Sosialisasi Permodalan UMKM Kota Kediri. Selain itu untuk memelihara akun *marketplace* secara terus-menerus, kegiatan lanjutan berupa pelatihan foto produk dan implementasi strategi *Search Engine Optimization* (SEO) dapat dilakukan.

Daftar Pustaka

- Agustian, E., Mutiara, I., & Rozi, A. (2020). Analisis strategi pemasaran untuk meningkatkan daya saing umkm kota jambi. *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 5(2), 257–262.
- Akmal, M., et al. (2024). Pemberdayaan UMKM Melalui Platform E-Commerce Panduan Praktis Membuat Akun Shopee untuk Aries Craft Rajut. *Welfare: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(3), 628–633.
- Annanto, G. P., Darmanto, D., & Astuti, E. B. (2022). Implementasi Teknologi Mesin Pengupas Bawang Merah Serta Sosialisasi Pirt di UMKM Brambang Goreng Ibu Suwarti di Desa Bringin, Kec. Godong, Kab. Grobogan. *Abdimas Unwahas*, 7(1), 29–34. doi:10.31942/abd.v7i1.6558
- Desrizal, R. A., Chadry, R., & Mayana, H. C. (2019). Pembuatan Mesin Pengiris Bawang. *Jurnal Teknik Mesin*, 12(1), 24–31.
- Elfiana, E., et al. (2023). Peningkatan Kapasitas Produksi Bawang Goreng Melalui Penerapan Teknologi Mesin Perajang Berputar Untuk Bawang Merah Segar. *Jurnal Vokasi*, 7(2), 195. doi:10.30811/vokasi.v7i2.4130
- Hana, C., Kumalasing, D. A., & Anggriawan, R. (2021). Pelatihan Strategi Pemasaran Online bagi UMKM Bawang Goreng di Kecamatan Grogol. *Jurnal Abdikmas*, 2(1), 35–41.
- Hariri, H., & Wicaksono, H. (2022). Perancangan Mesin Pengiris Bawang Merah. *Teknobiz: Jurnal Ilmiah Program Studi Magister Teknik Mesin*, 12(1), 63–70.
- Husman, H., Anggri, A., & Sugiyarto, S. (2023). Penerapan Teknologi Mesin Pengupas Bawang Dalam Peningkatan Usaha Bawang Goreng “Bagor Kriuk BTN”. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Polmanbabel*, 3(1), 45-50.
- Izzah, A., Bakhtiar, Y., Eliyen, K., Nurfarida, E., & Khalida, Z. (2023). Pemanfaatan E-Commerce dan Social Media Market untuk Meningkatkan Brand Awareness pada Produk Usaha ‘Telur Asin Berkah’. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*, 1(7), 944–951. doi:10.59837/jpmba.v1i7.288
- Luthfi, L., Mahyar, H., Zuhaimi, Z., Riyadhsyah, T., & Azhar, A. (2024). Peningkatan Produktivitas Dan Kualitas Produk Bawang Goreng UKM Ibu Fitriani dengan Menggunakan Teknologi Mesin Perajang Bawang. *Jurnal Vokasi*, 8(1), 120-128.
- Marwati, F. S., et al. (2024). Optimalisasi Penggunaan Media Digital Marketing Dan Pengurusan Sipp-Pirt Dalam Meningkatkan Omzet Penjualan Bawang Merah Goreng Khas Cepogo Boyolali. *Budimas: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 6(1).
- Mutia, A. (2022). Jadi Komoditas Andalan, Konsumsi Bawang Merah Sektor Rumah Tangga Naik 8,33% pada 2021. <https://databoks.katadata.co.id/>
- Nisak, Z. (2013). Analisis SWOT untuk menentukan strategi kompetitif. *Jurnal Ekbis*, 9(2), 468–476.
- Nurfarida, E., Nurlina, N., & Izzah, A. (2022). Dissemination of soy milk processing machine technology and marketplaces to increase MSME productivity during the pandemic. *Community Empowerment*, 7(2), 306–312. doi:10.31603/ce.5816
- Rahmawati, A. E., Ifana, A. M., Arviana, E., & Arifin, R. (2024). Pendampingan dan Pembuatan Akun Shopee untuk Mewujudkan Digitalisasi UMKM. *Educommunity Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 58–63.
- Rahmawati, L. (2020). Peran E-Commerce dalam Mendukung Ketahanan Pangan Wilayah Jakarta. *Jurnal Lembaga Ketahanan Pangan*, 8(2), 17–21.
- Rahmi, R., Dalimunthe, S., & Susita, D. (2021). Analisis SWOT sebagai Upaya Peningkatan Keunggulan Kompetitif Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Wilayah Jakarta Timur. *Jurnal Pemberdayaan Komunitas MH Thamrin*, 3(2), 87–95.
- Santika, E. (2023). Produksi dan Konsumsi Bawang Merah RI Cenderung Naik 5 Tahun Terakhir. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/12/21/produksi-dan-konsumsi-bawang-merah-ri-cenderung-naik-5-tahun-terakhir>
- Sulistiyani, S., Pratama, A., & Setiyanto, S. (2020). Analisis strategi pemasaran dalam upaya peningkatan daya saing UMKM. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 3(2), 31.
- Suryaningsih, W., Wahyono, A., Budiati, T., & Ardiyansyah, M. (2024). Penerapan Mesin Pengiris Rotary Untuk Meningkatkan Mutu Produk Sambal Bawang Merah Goreng di UKM Mbak May. 6th National Conference For Community Service (NACOSVI) (Vol. 6, No. 1, pp. 455-460). Politeknik Negeri Jember.
- Wibowo, D. H., & Zainul Arifin, S. (2015). Analisis strategi pemasaran untuk meningkatkan daya saing UMKM (Studi pada Batik Diajang Solo). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 29(1).
- Yanuar, P., et al. (2023). Penerapan Mesin Pengolah Bawang Merah sebagai Pengembangan Produk Bawang Merah Goreng Kelompok Ekonomi Rejosari “Kerjo”. *Medani : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(3), 106–110. doi:10.59086/jpm.v2i3.411
-