

## ANALISIS STRATEGI MARKETING BRAMBANG CHIPS BERBASIS MEDIA SOSIAL SEBAGAI POTENSI UTAMA MASYARAKAT

**MUHAMMAD MUSFHI EL IQ BALI**

[PGMI, Universitas Nurul Jadid, Probolinggo, Indonesia]

*mushfeliqbali8@gmail.com*

**NUR HAYATI**

[ES, Universitas Nurul Jadid, Probolinggo, Indonesia]

*yati062001@gmail.com*

**NADIFATUL MUKARROMAH**

[ES, Universitas Nurul Jadid, Probolinggo, Indonesia]

*nadifatulmukarromah@gmail.com*

**INDAH ZAHROTUL AWLIYA'**

[ES, Universitas Nurul Jadid, Probolinggo, Indonesia]

*indahzahrotulawliya@gmail.com*

**ST. NUR HALISAH**

[ES, Universitas Nurul Jadid, Probolinggo, Indonesia]

*sitinurkholisah143@gmail.com*

**MILADIANA**

[ES, Universitas Nurul Jadid, Probolinggo, Indonesia]

*miladiana6431@gmail.com*

**AGUSTINA DEWI**

[ES, Universitas Nurul Jadid, Probolinggo, Indonesia]

*agustinadewi411@gmail.com*

**Abstract:** *Shallot farming in Pondok Kelor Village is a potential that has opportunities for farmers in the future. The majority of farmers cultivate their agricultural land by planting shallots as a superior crop which gives high expectations from their agricultural business. However, farmers have not been able to maximize the sale of their agricultural products due to the lack of marketing strategies and the development of innovative shallot processing that has attractiveness and selling value. With the right marketing strategy and innovation of processed shallots, it will contribute additional income to farmers in meeting their daily needs as well as initial capital in starting the post-harvest planting season. Based on these assets and potentials, it is necessary to have innovations and marketing strategies from processing shallot agricultural products to increase onion yields. Processed products made are chips from shallots. Marketing strategy is one way to win a sustainable competitive advantage to produce goods or services. Marketing strategy can be seen as one of the bases used in planning a manufacturer as a whole. Given the breadth of the problems that exist within the company,*

*it is necessary to have a comprehensive plan to serve as a guideline for the company's segments in carrying out their activities.*

**Keywords:** *Shallots; Brambang Chips; Marketing Strategy*

**Abstrak:** Hasil pertanian bawang merah di Desa Pondok Kelor merupakan sebuah potensi yang memiliki peluang untuk petani ke depannya. Mayoritas petani mengolah lahan pertaniannya dengan menanam bawang merah sebagai tanaman unggulan yang memberikan harapan tinggi dari usaha pertanian mereka. Namun, petani tidak mampu memaksimalkan penjualan hasil pertanian mereka lantaran kurangnya strategi marketing dan pengembangan inovasi pengolahan bawang merah yang memiliki daya tarik dan nilai jual. Dengan adanya strategi marketing yang tepat dan inovasi olahan bawang merah, maka memberikan kontribusi tambahan bagi pendapatan petani dalam memenuhi kebutuhan hidup serta modal awal dalam memulai musim tanam pasca panen. Berdasarkan adanya aset dan potensi tersebut, perlu adanya suatu inovasi serta strategi marketing dari pengolahan hasil pertanian bawang merah untuk menambah pendapatan hasil panen bawang merah tersebut. Untuk produk olahan yang dibuat yakni sebuah produk keripik dari bawang merah. Strategi pemasaran yang merupakan salah satu cara memenangkan keunggulan bersaing yang berkesinambungan untuk memproduksi barang atau jasa. Strategi pemasaran dapat dipandang sebagai salah satu dasar yang dipakai dalam menyusun perencanaan produsen secara menyeluruh. Dipandang dari luasnya permasalahan yang ada dalam perusahaan, maka diperlukan adanya perencanaan menyeluruh untuk dijadikan pedoman bagi segmen perusahaan dalam menjalankan kegiatannya.

**Kata kunci:** Bawang Merah; Keripik Brambang; Strategi Marketing

## PENDAHULUAN

Bawang merah adalah salah satu tanaman rempah yang tidak bersubstitusi, artinya fungsi bawang merah tidak dapat digantikan oleh bahan lainnya. Selain umbinya, daun bawang merah yang masih muda dapat diolah sebagai bumbu tambahan penyedap dalam makanan. Tanaman bawang merah dapat hidup dan tumbuh di dataran rendah hingga ketinggian 1000 mdpl, namun pertumbuhan serta lahan yang optimal ialah pada ketinggian 0-450 mdpl. Sedangkan jika berada di dataran tinggi ketinggian yang ideal yakni 1500 mdpl, bawang merah memiliki umur yang cenderung lama, ukuran umbinya lebih kecil, dan warna kulitnya kurang cerah sehingga kurang menarik.<sup>1</sup> Tanaman bawang merah memiliki 2 fase tumbuh, yaitu fase vegetatif dan fase generatif. Tanaman bawang merah mulai memasuki fase vegetatif setelah berumur 11-35 hari setelah tanam (HST), dan fase generatif terjadi pada saat tanaman berumur 36 hari setelah tanam (HST).

Bawang merah merupakan tanaman yang sangat dibutuhkan serta menjadi kebutuhan pokok dalam kehidupan sehari-hari, terutama dalam memasak sebab mayoritas

---

<sup>1</sup> Rahma and other, 'Inovasi Pengolahan Daun Bawang Merah Di Desa Serangan Sukorejo Ponorogo', *PRODIMAS: Prosiding Pengabdian Masyarakat*, 1.1 (2021), 13-29.

masakan khas Indonesia menggunakan bawang merah sebagai bumbu campuran. Oleh karena itu banyak orang yang menanamnya, sebab keuntungan dari hasil pertanian tersebut juga menjanjikan keuntungan bagi petani. Seperti halnya petani bawang merah di Desa Pondok Kelor yang merupakan salah satu potensi aset yang berpeluang menghasilkan keuntungan, jika potensi yang dimiliki dapat dikelola dan dimanfaatkan dengan baik dan benar. Namun dalam proses penanaman atau budidaya bawang merah tersebut tidak selamanya proses atau tahapannya berjalan dengan mulus. Beberapa kendala dan rintangan yang dilalui yakni faktor cuaca yang tidak menentu seperti cuaca buruk, perawatan yang kurang maksimal sehingga tidak jarang diserang oleh ulat dan jamur yang dapat mengakibatkan kegagalan dalam panen serta menyebabkan kerugian dalam produksi.

Potensi bawang merah yang ada di Desa Pondok Kelor dapat menjadi sebuah peluang bisnis dengan memanfaatkannya sebagai suatu produk kreatif yang dapat menambah pendapatan dan menambah nilai jual dari hasil panen tersebut. Peluang ini tercipta dari adanya kesadaran seorang wirausaha atau masyarakat sekitar yang mampu melihat situasi dan kondisi sehingga dapat menghasilkan sebuah produk berupa barang atau olahan yang dapat memberikan nilai tambah serta dapat dikelola oleh masyarakat. Salah satunya dengan cara membuat produk Kripik Brambang yang berbahan dasar bawang merah.

Beberapa hasil penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan pengolahan bawang merah yang telah ditelaah sebagai berikut; *pertama*, Penelitian yang dilakukan oleh Fauziyah, dkk (2020) tentang pengolahan bawang merah dengan judul Pengolahan Produk Unggulan Daerah Bawang Merah Lokal Di Kecamatan Sukomoro Kabupaen Nganjuk.<sup>2</sup> Penelitian ini menggunakan metode Substitusi Ipteks yang didasarkan pada permasalahan mitra dan solusi yang ditawarkan dalam menyelesaikan masalah. Berdasarkan hasil penelitian tersebut diperoleh Capaian hasil luaran berupa; a) Bawang merah goreng herbal dan nabati. b) Kerupuk bawang merah warna warni. c) Tepung bawang merah. d) Pasta bawang merah. Dampak dari penelitian ini menunjukkan keberhasilan meliputi: a) Sarana peralatan teknologi tepat guna yang telah digunakan untuk mengolah bawang merah menjadi aneka produk. b) Kualitas produk meningkat 60%, kapasitas produksinya naik sebesar 50%, omzet meningkat hingga 55%. c) Jumlah tenaga kerja meningkat 100%, dari dikerjakan sendiri oleh mitra dan sekarang menjadi 7 orang.

*Kedua*, Penelitian yang dilakukan oleh Ayu, dkk (2019) tentang Agroindustri Kerupuk Bawang Winda Putri dengan judul Keragaan Agroindustri Kerupuk Bawang Winda Putri Di Kecamatan Tanjung Senang Kota Bandar Lampung.<sup>3</sup> Metode penelitian yang digunakan adalah studi kasus. Analisis deskriptif kualitatif digunakan untuk menganalisis tujuan pertama yaitu pengadaan bahan baku, tujuan kedua yaitu kualitas, kecepatan pengiriman, dan fleksibilitas, tujuan ketiga yaitu bauran pemasaran dan saluran pemasaran dan tujuan keempat yaitu jasa layanan pendukung. Analisis deskriptif kuantitatif digunakan untuk menganalisis tujuan kedua yaitu menghitung produktivitas, kapasitas, pendapatan dan nilai tambah serta tujuan ketiga mengenai margin pemasaran. Analisis

<sup>2</sup> Fauziyah and others, 'Pengolahan Produk Unggulan Daerah Bawang Merah Lokal Di Kecamatan Sukomoro Kabupaten Nganjuk', *Jurnal ABDI*, 5.2 (2020), 111–18.

<sup>3</sup> Ayu Nirmala Lutfie Syarief, Dyah Aring Hepiana Lestari, and Eka Kasymir, 'Keragaan Agroindustri Kerupuk Bawang Winda Putri Di Kecamatan Tanjung Senang Kota Bandar Lampung', *JILA*, 7.3 (2019), 298–305.

kinerja diukur berdasarkan komponen produktivitas, kapasitas, kualitas, kecepatan pengiriman, dan fleksibilitas. Pengadaan bahan baku Agroindustri Kerupuk Bawang Winda Putri telah memenuhi sebagian kriteria tepat yaitu waktu, tempat, kualitas, kuantitas dan jenis, tetapi belum memenuhi komponen tepat harga karena tidak sesuai dengan harapan pemilik agroindustri. Kinerja Agroindustri cukup baik karena belum memenuhi komponen fleksibilitas. Pendapatan untuk Agroindustri sudah baik dan menguntungkan dengan nilai  $R/C > 1$  yang artinya layak untuk diusahakan. Nilai tambah pada agroindustri ini memberikan nilai tambah positif. Kegiatan pemasaran pada Agroindustri sudah menerapkan marketing mix yang terdiri dari komponen produk, harga, tempat atau distribusi dan promosi. Rantai pemasaran pada agroindustri ini terdiri dari dua saluran. Sistem pemasaran pada agroindustri kerupuk bawang belum efisien. Jasa layanan pendukung sudah dimanfaatkan oleh Agroindustri Kerupuk Bawang Winda Putri dan berdampak positif bagi kelancaran kegiatan agroindustri kerupuk bawang.

*Ketiga*, Penelitian yang dilakukan oleh Janu, dkk (2015) tentang produksi bawang merah dengan judul Produktivitas Bawang Merah (*Allium ascalonicum* L.) Pada Berbagai Ukuran Umbi Sera Dosis Bokashi dan Nitrogen.<sup>4</sup> Metode penelitian yang digunakan adalah Rancangan Percobaan, Persiapan dan Pelaksanaan Percobaan, Parameter Pengamatan dan Analisis Data. Dari hasil penelitian tersebut ialah Tidak terdapat interaksi antara ketiga faktor perlakuan dalam mempengaruhi hasil umbi bawang merah. Walaupun ukuran umbi bibit tidak berpengaruh nyata terhadap bobot umbi kering, namun analisis regresi menunjukkan bahwa semakin besar ukuran umbi bibit yang ditanam, semakin tinggi berat umbi yang dihasilkan. Pupuk bokashi dapat meningkatkan produktivitas bawang merah dan hasil tertinggi (12,36 g/pot) diperoleh pada dosis tertinggi (30 ton/ha), sedangkan penggunaan pupuk nitrogen lebih baik pada dosis 140 kg/ha.

Tujuan penelitian ini yaitu; (a) pemberdayaan atau pengolahan bawang merah di Desa Pondok Kelor bisa lebih berkembang, terutama dalam pemasarannya. (b) Untuk mengetahui kendala yang dialami masyarakat Pondok Kelor dalam pemasaran melalui media sosial dan bagaimana cara mengatasi kendala tersebut, dan (c) Untuk mengetahui apa saja proses yang dilakukan dalam pengolahan Keripik Brambang dan cara-cara pengolahannya. Sedangkan implikasi dari penelitian ini bagi masyarakat yaitu; (a) Untuk menambah penghasilan dan peluang bisnis masyarakat Pondok Kelor dari hasil pengolahan bawang merah. (b) Menambah kreatifitas masyarakat Pondok Kelor dalam pembuatan produk yang berbahan bawang merah, dan (c) Meningkatkan produktifitas pemasaran melalui media sosial.

## METODE

Penelitian ini merupakan pendekatan penelitian kualitatif yaitu prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata, gambar, dan bukan angka, dari masyarakat Pondok Kelor atau perilaku yang dapat diamati. Dengan demikian, laporan penelitian akan memuat kutipan untuk menggambarkan penyajian laporan. Data tersebut berasal dari naskah wawancara, catatan lapangan, dokumen dan sebagainya. Jenis penelitian ini adalah studi kasus yang menghasilkan inovasi strategi marketing Brambang Chips.

---

<sup>4</sup> Janu Rahmaningsih, 'Produktivitas Bawang Merah (*Allium Ascalonicum* L.) Pada Berbagai Ukuran Umbi Bibit Serta Dosis Pupuk Bokashi Dan Nitrogen', *Crop Agro*, 5.1 (2015), 1-13.

Penelitian dilakukan sejak tanggal dikeluarkannya izin penelitian dalam jangka waktu kurang lebih 2 bulan terhitung sejak tanggal pengumpulan data dan 1 bulan pengolahan data yang meliputi penyajian proposal penelitian dan berlangsungnya proses bimbingan. Pelaksanaan penelitian berada di lingkungan masyarakat Pondok Kelor tepatnya di Jl. Raya Paiton No. 147 Dusun Cempaka RT. 11 RW. 06 Kecamatan Paiton Kabupaten Probolinggo.

Dalam penelitian ini menggunakan terbagi menjadi dua sumber data, yaitu data primer dan data sekunder. Data yang diperoleh dari sumber utama baik individu maupun kelompok masyarakat menggunakan instrumen penelitian berupa pedoman dan hasil wawancara atau pengisian kuesioner (daftar pertanyaan). Adapun yang menjadi sumber data primer yaitu petani bawang merah di Desa Pondok Kelor. Sedangkan data sekunder yaitu Sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya dokumen. Dalam penelitian ini yang menjadi data sekunder adalah dokumen desa dan data monografi desa yang diperoleh dari kepala desa, tokoh masyarakat, dan warga Desa Pondok Kelor.

## HASIL & PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil temuan di lokasi penelitian, diketahui beberapa permasalahan yang dihadapi masyarakat. Temuan tersebut berupa hasil pertanian bawang merah di Desa Pondok Kelor belum mencapai target maksimal sehingga pendapatan keuntungan masyarakat belum optimal.

Produksi bawang merah dipelajari dan ditemukan pemanfaatan faktor produksinya. Penanaman bawang merah belum optimal. Faktor produksi yang diamati meliputi: luas lahan, jumlah bibit, jumlah pekerja, pupuk antrakol, pupuk remasol, dan pupuk mancobat. Pendapatan pertanian merupakan bentuk kompensasi atas jasa manajemen (petani), tenaga kerja dan modal (termasuk tanah), dan melalui kegiatan produksi pertanian.

Pertanian bawang merah di desa Pondok Kelor dapat menjadi peluang bisnis dengan memanfaatkannya, dengan membuat produk kreatif yang dapat meningkatkan nilai jual hasil panen. Peluang ini tercipta dari kesadaran seorang wirausahawan atau masyarakat sekitar yang mampu melihat situasi dan kondisi yang dapat menghasilkan suatu produk berupa barang atau jasa yang nantinya akan memberikan manfaat dan dapat dikelola oleh masyarakat. Salah satunya adalah pembuatan Brambang Chips yang salah satu bahan dasarnya menggunakan bawang merah.

### **Analisis Strategi Marketing Brambang Chips Berbasis Media Sosial sebagai Potensi Utama Masyarakat**

Marketing adalah suatu proses yang membuat individu atau kelompok mendapatkan apa yang dibutuhkan dan diinginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan mempertukarkan produk yang bernilai kepada pihak lainnya. Sasaran dari marketing adalah menarik pelanggan baru dengan menjanjikan nilai superior, menetapkan harga menarik, mendistribusikan produk dengan mudah, mempromosikan secara efektif serta mempertahankan pelanggan yang sudah ada dengan tetap memegang prinsip kepuasan pelanggan.

Media sosial adalah salah satu aspek di dalam internet yang sedang marak dibicarakan orang dan yang mulai banyak digunakan perusahaan untuk menjalankan kegiatan komunikasi marketing terpadu saat ini. Media sosial yaitu sarana setiap konsumen

untuk saling berbagi informasi berupa teks, gambar, audio, maupun video dengan satu sama lain atau dengan perusahaan. Menurut Chris Heuer, pendiri Social Media Club dan inovator media baru yang dimuat dalam buku Engage, bahwa terdapat 4C dalam menggunakan Media Sosial, yaitu: *Context, Communication, Collaboration, dan Connection*.<sup>5</sup>



Potensi pertanian bawang merah yang ada di Desa Pondok Kelor dapat menjadi sebuah peluang bisnis yakni memanfaatkannya dengan membuat suatu produk kreatif yang dapat menambah pendapatan dan menambah nilai jual dari hasil panen tersebut. Peluang ini tercipta dari adanya kesadaran seorang wirausaha atau masyarakat sekitar yang mampu melihat situasi dan kondisi, sehingga dapat menghasilkan sebuah produk berupa barang atau pun jasa yang nantinya dapat memberikan suatu manfaat serta dapat dikelola oleh masyarakat. Salah satunya seperti membuat produk Brambang Chips yang salah satu bahan dasarnya ialah menggunakan bawang merah.

Dalam mengembangkan suatu potensi alam perlu adanya kreatifitas serta inovasi dalam menjalankannya. Rencana pelaksanaan program penelitian ini berencana untuk membuat produk Brambang Chips dari bawang merah dengan diberi label dan juga kemasan yang menarik untuk menarik minat pembeli dan juga sebagai wujud dari pemanfaatan hasil perkebunan yang dapat meningkatkan pendapatan dan juga dapat menjadi suatu produk UMKM yang ada di Desa Pondok Kelor.

Sebelum kegiatan pengolahan bawang ini dilaksanakan ada banyak hal yang perlu diketahui yakni mengenai proses penanaman bibit bawang merah, perawatan hingga proses pemanenan dari bawang merah tersebut. Untuk bahan yang digunakan dalam pengolahan bawang merah tersebut: 1) Bawang merah, 2) Bawang putih, 3) Tepung terigu, 4) Tepung tapioka, 5) 1 butir telur, 6) Margarin, 7) Air, dan 8) Kaldu bubuk dan garam.

Adapun langkah-langkah membuatnya yaitu: 1) Iris bawang merah. Dalam wadah masukkan bawang putih halus dan tepung, 2) Masukkan margarin, telur, dan kaldu bubuk aduk rata dan uleni hingga menyatu. 3) Bagi 3 adonan. Bentuk bulat lonjong. 4) Diamkan

<sup>5</sup> Ariescy, Reiga Ritomia., Mawardi, Alfiandi Imam., Sholihatin, Endang and Aprilisanda, Invony Dwi., 'Inovasi Pemasaran Produk UMKM Dalam Meningkatkan Daya Saing', *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 6.1 (2021), 418-432.



sebentar. Lalu potong2 tipis. 5) Panaskan minyak banyak, goreng irisan adonan brambang hingga matang.

### **Strategi Marketing Berbasis Media Sosial**

Media sosial mempunyai peran dan manfaat dalam pemasaran hasil produksi bawang merah petani di Desa Pondok Kelor. Pada saat ini terdapat dua jenis pemasaran, yaitu secara Offline Marketing atau secara Online Marketing. Dimana kedua jenis pemasaran tersebut memiliki arti yang berbeda dan fungsinya juga berbeda. Offline Marketing merupakan pemasaran tradisional yang dilakukan dengan mencari pelanggan atau klien melalui pertemuan secara langsung berhadapan dengan mereka yang mungkin tertarik menjadi pelanggan atau klien. Pemasaran yang lain menggunakan situs web sebagai media pemasaran yang dikenal sebagai Online Marketing.

Jenis media sosial yang banyak digunakan oleh petani di Desa Pondok Kelor adalah *facebook* dan *whatsapp*. Menurut salah satu responden yang ditemui alasan menggunakan media sosial untuk pemasarannya itu ingin memotong rantai pemasaran yang cukup panjang agar produk petani bisa sampai ke tangan konsumen. Dengan menggunakan media sosial, pendapatan yang diperoleh petani mengalami peningkatan antara 30-50% dibandingkan memasarkan melalui tengkulak. Peran media sosial dalam pemasaran salah satunya yaitu media sosial dapat dijadikan sebagai penghubung komunikasi antara pemasaran dengan konsumen. Hal ini bertujuan untuk mempertahankan hubungan dengan konsumen. Adanya situs media sosial merupakan peluang bagi petani untuk memasarkan atau mempromosikan produk yang akan dijual. Banyak kelebihan yang dapat diambil dari pemasaran lewat jejaring sosial, diantaranya sebagai sarana berkomunikasi dengan konsumen, media promosi, dan membangun merek.

### **Kendala yang Dihadapi Masyarakat Pondok Kelor**

Beberapa kendala yang dihadapi masyarakat Pondok Kelor dalam mengembangkan olahan bawang merah menjadi produk siap saji yaitu Brambang Chips. Selain itu, kendala lainnya yang berkaitan dengan bentuk inovasi strategi pemasaran yang digunakan dalam mempromosikan produk Brambang Chips tersebut melalui media sosial.

### **SIMPULAN**

Produksi bawang merah dipelajari dan ditemukan pemanfaatan faktor produksinya. Penanaman bawang merah belum optimal. Pertanian bawang merah di desa Pondok Kelor dapat menjadi peluang bisnis dengan memanfaatkannya, dengan membuat produk kreatif yang dapat meningkatkan nilai jual hasil panen. Salah satunya seperti membuat produk Brambang Chips yang salah satu bahan dasarnya ialah menggunakan bawang merah. Media sosial mempunyai peran dan manfaat dalam pemasaran hasil produksi bawang merah petani di Desa Pondok Kelor. Pada saat ini terdapat dua jenis pemasaran, yaitu secara Offline Marketing atau secara Online Marketing. Jenis media sosial yang banyak digunakan oleh petani di Desa Pondok Kelor adalah *facebook* dan *whatsapp*. Menurut salah satu responden yang ditemui alasan menggunakan media sosial untuk pemasarannya itu ingin memotong rantai pemasaran yang cukup panjang agar produk petani bisa sampai ke tangan konsumen. Dengan menggunakan media sosial, pendapatan yang diperoleh petani mengalami peningkatan antara 30-50% dibandingkan memasarkan melalui tengkulak. Peran media sosial dalam pemasaran salah satunya yaitu media sosial dapat dijadikan sebagai penghubung komunikasi antara pemasaran dengan konsumen.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Ariescy, Reiga Ritomiea., Mawardi, Alfiandi Imam., Sholihatin, Endang and Aprilisanda, Invony Dwi. (2021). Inovasi Pemasaran Produk UMKM Dalam Meningkatkan Daya Saing. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 6(1), 418-432.
- Doyan, A., Garnasih, I., Algifaari, M., Alam, R., Hotimah, H., Apriana, N., Permatasari, W., Irmawati, I., Ariadi, A., & Pratiwi, A. (2020). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pengolahan Keripik Jagung (*Zea Mays L.*) dengan Bebrbagai Varian Rasa di Desa Babussalam, Kecamatan Gerung, Kabupaten Lombok Barat. *Jurnal Pengabdian Magister Pendidikan IPA*, 3(1), 62-67.
- Handayani, Tri Fauziyah., Wahyu S, Riswan Eko and Rosanti, Aulia Dewi. (2020). Pengolahan Produk Unggulan Daerah Bawang Merah Lokal Di Kecamatan Sukomoro Kabupaten Nganjuk. *Jurnal ABDI: Media Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(2), 111-118.
- Hutabarat, E. (2017). Pengaruh Promosi Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Toko Buku Gramedia Sun Plaza Medan. *Jurnal Ilmiah Methonomi*, 3(2), 83-91.
- Mandru. (2018). Analisis Pendapatan Petani Bawang Merah Di Desa Lanta Kecamatan Lambu Kabupaten Bima. *Tesis, tidak diterbitkan.*  
<https://repository.ummat.ac.id/3805/>
- Ningsih, Sukmawati. (2019). Teknik Pemasaran Bawang Merah Di Pasar Sukomoro Kabupaten Nganjuk. *Tesis, tidak diterbitkan.*  
<https://repository.ummat.ac.id/3805/>
- Pasaribu, Veta Lidya Delimah and Prayoga, Meko Yogi Suryo. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Baju Batik Hem Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Home Industri Batik Sahara Indah. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 2(2), 77-83
- Rahma, Nurlaili Ngizatur, and Husna Ni'matul Ulya. (2021). Inovasi Pengolahan Daun Bawang Merah Di Desa Serangan Sukorejo Ponorogo. *PRODIMAS: Prosiding Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 13-29.
- Rahmaningsih, Janu. (2015). Produktivitas Bawang Merah (*Allium Ascalonicum L.*) Pada Berbagai Ukuran Umbi Bibit Serta Dosis Pupuk Bokashi Dan Nitrogen. *Crop Agro*, 5(1), 1-13.
- Reny Dwi Riastuti, Nepa Nepiyanti, Yulfi, Yuli Febrianti. (2021). Pelatihan Pemanfaatan Kulit Bawang Merah Sebagai Keripik Untuk Menambah Nilai Ekonomi Masyarakat Kelurahan Air Kuti Kecamatan Lubuk Linggau I. *JAMU: Jurnal Abdi Masyarakat UMUS*, 1(2), 1-7.





- Ridwan, Ihwan, Asdar Dollo, and A Andriyani. (2019). Implementasi Pendekatan Participatory Rural Appraisal Pada Program Pelatihan. *Journal of Nonformal Education and Community Empowerment*, 3(2), 88-94. <https://doi.org/10.15294/pls.v3i2.34913>.
- Syarief, Ayu Nirmala Lutfie, Dyah Aring Hepiana Lestari, and Eka Kasymir. (2019). Keragaan Agroindustri Kerupuk Bawang Winda Putri Di Kecamatan Tanjung Senang Kota Bandar Lampung. *Jurnal Ilmu Ilmu Agribisnis: Journal of Agribusiness Science*, 7(3), 298-305.
- Wirahadi, Gunawan. (2021). Analisis Peran Usaha Tani Bawang Merah Dalam Meningkatkan Perekonomian Di Desa Tirtanadi. *Tesis, tidak diterbitkan*. <https://repository.ummat.ac.id/3805/>