

Upaya Peningkatan Nilai Tambah Produk Bawang Merah (Tindak Lanjut KKN di Desa Selopamioro, Imogiri, Bantul)

Nurul Arfinanti

Program Studi Pendidikan Matematika, Fakultas Sains dan Teknologi,
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga
Email: nurularfi@gmail.com, nurul.arfinanti@uin-suka.ac.id

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana upaya meningkatkan nilai tambah produk bawang merah di Desa Selopamioro, Imogiri, Bantul. Penelitian ini dilaksanakan sebagai tindak lanjut kegiatan Kuliah Kerja Nyata UIN Sunan Kalijaga yang pernah dilaksanakan di Desa Selopamioro yang memperoleh data permasalahan rendahnya harga bawang merah di Desa Selopamioro pada saat panen raya. Penelitian ini merupakan suatu penelitian berbasis komunitas atau Community Based Research (CBR). Kegiatan pengabdian masyarakat dilakukan bersama dengan kegiatan penelitian dalam satu waktu. Riset yang dilakukan adalah pengembangan produk olahan bawang merah. Komunitas dampingan dalam penelitian ini adalah kelompok wanita tani Dusun Srunggo, Desa Selopamioro. Komunitas dampingan dilibatkan dalam proses pengembangan produk olahan bawang merah yang dilakukan. Hasil penelitian adalah terciptanya produk olahan bawang merah berupa kering bawang merah dengan berbagai varian campuran (tempe, kentang, original, kacang) dan bawang merah goreng aneka rasa. Hasil analisis terhadap nilai tambah produk olahan bawang merah menunjukkan adanya peningkatan keuntungan yang cukup signifikan.

Kata kunci: Nilai tambah, Produk olahan, Bawang merah

A. Pendahuluan

Sektor pertanian mempunyai peranan yang sangat besar dalam pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Indonesia merupakan negara agraris penghasil sayuran yang melimpah. Banyak daerah di Indonesia yang berpotensi sebagai penghasil sayuran. Salah satu sayuran yang dihasilkan adalah bawang merah. Bawang merah merupakan salah satu komoditas sayuran yang penting bagi masyarakat. Hal tersebut dapat dilihat dari nilai ekonomisnya yang tinggi, maupun dari kandungan gizinya. Bahkan permintaan akan bawang merah untuk konsumsi dan untuk bibit dalam negeri mengalami peningkatan. Agar dapat memenuhi kebutuhan akan bawang merah dan agar volume impor bawang merah menurun, maka menurut Sumarni dan Hidayat (2005) diperlukan peningkatan produksi dan mutu hasil bawang merah. Berbagai upaya dilakukan pemerintah dalam rangka meningkatkan produksi bawang merah. Baik melalui intensifikasi maupun ekstensifikasi pertanian.

Peningkatan produksi bawang merah di satu sisi dapat memenuhi kebutuhan bawang merah dalam negeri. Akan tetapi di lain pihak masih menyisakan persoalan yang perlu segera ditangani. Berdasarkan hasil analisis lapangan yang dilakukan oleh dosen dan mahasiswa KKN UIN Sunan Kalijaga angkatan 93 (semester antara tahun akademik 2016/2017) ditemukan permasalahan terkait tingginya produksi bawang merah di Desa Selopamioro. Salah satu permasalahan yang muncul adalah turunnya harga bawang merah yang menyebabkan keuntungan petani menjadi kecil.

Dusun Srunggo, Desa Selopamioro, Imogiri, Kabupaten Bantul Daerah Istimewa Yogyakarta adalah salah satu wilayah yang berpotensi besar sebagai penghasil bawang merah. Daerah ini memiliki kondisi tanah yang subur dan ketersediaan air yang melimpah. Hal tersebut menjadi faktor pendukung melimpahnya hasil panen bawang merah di daerah tersebut. Pada bulan Juni – September merupakan waktu panen bawang merah. Hampir sebagian besar petani menjual hasil panen mereka dalam bentuk segar (bawang merah basah). Padahal, bawang merah bisa diolah menjadi berbagai produk yang mampu memberi nilai tambah bagi para petani. Pengolahan bawang merah segar menjadi produk sangat diperlukan ketika panen raya dan harga mengalami penurunan. Masyarakat Dusun Srunggo, Desa Selopamioro belum mampu mengolah bawang merah segar menjadi produk olahan yang memiliki nilai jual tinggi. Hal ini juga merupakan permasalahan yang perlu segera ditangani.

Untuk memecahkan persoalan yang berkaitan dengan hal di atas, maka pemberdayaan masyarakat sangat diperlukan. Masyarakat perlu dibekali dengan keterampilan mengolah hasil pertanian, khususnya bawang merah. Salah satu cara untuk memberdayakan masyarakat tersebut adalah dengan memberikan pelatihan kepada petani lokal untuk memanfaatkan hasil panen menjadi olahan yang variatif dan inovatif. Selain itu pentingnya memberikan pelatihan dapat membuka peluang seluas-luasnya untuk meningkatkan taraf ekonomi keluarga. Pengolahan menjadi produk baru adalah salah satu alternatif untuk mempertahankan kualitas dan mengurangi pasokan bawang merah yang belum laku terjual. Olahan bawang merah yang belum banyak dikembangkan contohnya adalah bawang goreng rasa, tepung bawang, krupuk bawang, pasta bawang, minyak bawang, bawang giling dan lain sebagainya.

Produk olahan yang dapat dihasilkan dari bawang merah cukup bervariasi. Produk olahan bawang merah dalam bentuk kupasan utuh dan irisan bawang merah segar mampu menaikkan nilai tambah. Selain itu prospek pengembangan produk olahan bawang merah masih sangat terbuka. Mengingat bahwa intensitas penggunaan bawang merah yang cukup besar maka salah satu solusi alternatif penanganan pasca panen adalah pembuatan pasta bawang merah, meningkatkan nilai tambah bawang merah dengan upaya diversifikasi olahan, yaitu mengolah bawang merah menjadi beragam produk yang memiliki nilai jual lebih tinggi.

Bawang merah merupakan komoditas hortikultura yang memiliki permintaan yang cukup tinggi dalam bentuk segar. Meskipun demikian, bawang merah juga dapat digunakan dalam bentuk olahan atau sebagai bahan olahan pangan. Nilai tambah bawang merah tentunya sangat ditentukan oleh penerapan teknologi budidaya yang baik, panen dan pasca panennya. Dari sisi panen dan pasca panen, perlu diterapkan penanganan yang baik sehingga dapat mempertahankan kualitas dan juga dapat diterapkan pengolahan lanjut bawang merah menjadi produk pangan lainnya dan dapat memberikan nilai tambah. Peningkatan nilai tambah dalam penelitian ini dilakukan dengan mengembangkan produk olahan bawang merah berupa *kering bawang merah* atau *kering brambang* dan *bawang merah goreng aneka rasa*. Pertimbangan yang dilakukan sebagai dasar dalam pemilihan ini adalah metode penyimpanan pasca panen tidak dapat memberikan dampak langsung secara ekonomi kepada warga. Kebanyakan warga menggunakan hasil penjualan panen bawang merah sebagai modal untuk penanaman berikutnya. Jika warga menyimpan bawang merah untuk dijual saat harga naik, maka warga tidak akan langsung menerima keuntungan yang mereka inginkan. Faktor menunggu oleh petani bawang merah juga menjadi pertimbangan tersendiri. Ada kemungkinan bahwa bawang merah yang mereka simpan membusuk. Hal ini tentu akan merugikan bagi petani bawang merah.

Salah satu pendekatan yang dikembangkan di ranah akademik untuk dapat membantu persoalan di atas adalah *Community Based Research* (CBR). CBR merupakan pendekatan dalam penelitian yang menempatkan komunitas pada posisi yang setara, yaitu sebagai mitra penelitian. Dengan Kata Lain, CBR merupakan penelitian yang dilakukan bersama dengan masyarakat untuk mengatasi permasalahan yang terjadi di masyarakat. Berdasarkan hal tersebut maka peneliti tertarik untuk

mengadakan *Community Based Research* (CBR) dengan melibatkan masyarakat dusun Srunggo, Desa Selopamioro dalam upaya peningkatan nilai tambah produk bawang merah.

B. Metodologi Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam kegiatan pengabdian berbasis riset ini adalah *Community Based Research* (CBR). CBR merupakan suatu riset yang dilakukan komunitas dan kepakaran akademik untuk mengeksplorasi dan menciptakan peluang-peluang bagi terjadinya aksi sosial dan perubahan sosial. CBR menempatkan komunitas sebagai elemen yang penting dalam menyelesaikan permasalahan sosial. Komunitas dilibatkan dalam kegiatan penelitian yang nantinya akan kembali bagi kemaslahatan komunitas tersebut.

CBR merupakan sebuah model penelitian yang menjadikan target komunitas sosial sebagai bagian aktif dalam proses penelitian, dalam rangka meningkatkan efektifitas proses pengumpulan dan analisis data untuk menghasilkan sebuah rekomendasi yang benar-benar bermanfaat bagi perbaikan dan peningkatan kualitas kehidupan sosial mereka. Sementara model penelitiannya sendiri lebih mendekati model action research (Gregory, 2013). Menurut Rosyada (2016) basis penelitian CBR adalah kualitatif, karena akan selalu berkorespondensi antara desain dengan kebutuhan sosial, hanya saja proses akademik dalam CBR tidak mencari makna dari fenomena, dan juga tidak melakukan interpretasi terhadap makna fenomena, tapi justru merumuskan disain sesuatu yang dibutuhkan oleh masyarakat, berdasarkan hasil ujicoba mereka sendiri dalam kehidupan nyata.

CBR merupakan kemitraan yang dibangun diantara mahasiswa, akademisi, dan anggota komunitas yang secara berkolaborasi terlibat dalam penelitian dengan tujuan untuk memberikan solusi atas permasalahan mendesak yang dihadapi komunitas sehingga dapat mengarah pada perubahan sosial. Dalam pengabdian berbasis riset ini permasalahan yang dihadapi adalah tentang penanganan pasca panen raya bawang merah di desa Selopamioro khususnya dusun Srunggo yang membuat harga jual menurun. Pengabdian masyarakat berbasis riset ini dikemas dalam suatu CBR dengan rumusan masalah bagaimana upaya meningkatkan nilai tambah produk bawang merah di Desa Selopamioro?

Prosedur CBR yang digunakan dalam pengabdian berbasis riset ini mengacu pada tahapan yang dikembangkan oleh Joanna Ochocka dari Center for Community Based Research yang terdiri atas empat tahapan. Tahapan-tahapan tersebut diantaranya adalah: (1) *Laying Foundation* (Peletakan Dasar), (2) *Research Planning* (Perencanaan Penelitian), (4) *Information Gathering and Analysis* (Pengumpulan dan Analisis Data), dan (4) *Acting on Finding* (Tindak Lanjut Penemuan)

Komunitas dampingan yang terlibat dalam kegiatan CBR ini adalah kelompok wanita tani "Allium" di dusun Srunggo, Desa Selopamioro, Imogiri, Bantul. Komunitas ini merupakan komunitas alami (*natural community*) yang dibangun atas hubungan-hubungan yang sudah ada, baik atas dasar kewilayahan ataupun sosial. Kelompok ini terbentuk secara alami karena beberapa kesamaan yang dimiliki oleh anggota kelompok tersebut. Beberapa kesamaan dari kelompok wanita tani tersebut adalah: tinggal di dusun yang sama yaitu dusun Srunggo, berprofesi sebagai tenaga pertanian, memiliki suami yang bekerja sebagai petani bawang merah, dan menjadi ibu rumah tangga biasa ketika sedang tidak ada yang membutuhkan bantuan dalam kegiatan pertanian. Beberapa kesamaan ini membuat persoalan yang mereka hadapi pada saat panen raya bawang merah juga sama.

C. Hasil Dan Pembahasan

Hasil pada tahap *Laying Foundation* (Peletakan Dasar)

Pada tahap ini dilakukan kegiatan studi pendahuluan tentang potensi yang ada di wilayah Desa Selopamioro, Kecamatan Imogiri, Kabupaten Bantul. Berdasarkan data yang dikumpulkan pada tahap *laying foundation* ini diperoleh kesimpulan bahwa: (i) Desa Selopamioro, khususnya Dusun Srunggo

memiliki sumber daya manusia (SDM) yang kuat di bidang pertanian bawang merah, (2) komoditas pertanian bawang merah menjadi salah satu komoditas utama yang dihasilkan di Desa Selopamioro, (3) keberhasilan di bidang pertanian belum diiringi dengan penanganan harga pasca panen raya yang anjlok, (4) belum ada upaya terstruktur dalam menyelesaikan persoalan rendahnya harga bawang merah pada saat panen raya, (5) SDM memiliki potensi kerjasama dalam menyelesaikan masalah rendahnya harga bawang merah di Desa Selopamioro.

Hasil pada Tahap *Research Planning* (Perencanaan Penelitian)

Pada tahap ini dilakukan perencanaan kegiatan penelitian yang dibutuhkan oleh masyarakat untuk menyelesaikan persoalan yang terjadi di masyarakat. Penelitian yang direncanakan dalam kegiatan CBR ini adalah pengembangan produk olahan bawang merah sebagai upaya untuk meningkatkan nilai tambah produk bawang merah.

Research planning tersebut bukanlah tanpa suatu alasan melainkan didasari oleh hasil analisis pada tahap *laying foundation* yang telah dilakukan serta berdasarkan kajian teori yang telah dilakukan tentang bagaimana menyelesaikan permasalahan rendahnya harga jual bawang merah pada saat panen raya. Upaya yang mungkin dilakukan berdasarkan kajian teori ada dua hal yang dapat dilakukan. Pertama, pengolahan pasca panen yang membahas tentang bagaimana cara penyimpanan bawang merah yang baik sehingga dapat bertahan lama dan dapat dijual oleh masyarakat pada saat harga bawang merah sudah naik. Kedua, mengolah bawang merah menjadi produk lain atau produk olahan bawang merah sehingga dapat bertahan lama dan memiliki harga jual yang lebih tinggi atau menghasilkan keuntungan yang lebih tinggi dibandingkan jika dijual dalam bentuk bawang merah segar. Cara kedua merupakan cara yang dipilih bersama masyarakat karena dapat menghasilkan keuntungan lebih cepat dibandingkan dengan menyimpan bawang merah dalam waktu lama. Alasannya karena petani membutuhkan modal untuk bertani kembali setelah panen bawang merah. Jika hanya disimpan saja, maka mereka baru akan memperoleh keuntungan dalam waktu beberapa bulan kemudian.

Pada tahap *research planning* ini dipaparkan hasil riset tentang pengembangan produk olahan bawang merah berupa kering bawang merah dengan varian campuran, serta produk olahan bawang merah berupa bawang goreng aneka rasa. Prosedur pengembangan produk dilakukan dengan tahapan: (1) *define*, (2) *design*, (3) *develop*, dan (4) *disseminate*. Berikut adalah hasil dari setiap tahapan.

Hasil Pada Tahap *Define*

Tahap pendefinisian merupakan tahap dasar dalam kegiatan pengembangan suatu produk. Analisis awal tentang perlunya suatu produk dikembangkan merupakan salah satu kegiatan yang dilakukan pada tahap ini.

Hasil pada tahap ini adalah hasil analisis pasar. Analisis pasar dilakukan dengan dua cara, yaitu (1) melakukan survey ke supermarket-supermarket dan toko oleh-oleh yang ada di wilayah Yogyakarta, dan (2) survey di internet tentang produk olahan bawang merah yang sudah banyak dijual di internet.

Hasil survey yang dilakukan di supermarket-supermarket dan toko oleh-oleh yang ada di wilayah Yogyakarta diantaranya adalah: (a) produk olahan bawang merah yang dijual hanya berupa bawang merah goreng yang dimas dengan ukuran 50 gram, 75 gram, 100 gram, serta 150 gram, (b) kemasan yang digunakan untuk mengemas bawang goreng hanya plastik putih tebal biasa, (c) harga jual untuk 50 gram bawang merah goreng adalah Rp. 8500,00 dan untuk 100 gram mencapai Rp 15.000,00. Berdasarkan hasil ini kita dapat memperkirakan keuntungan yang diperoleh ketika kita menjual bawang merah menjadi produk olahan bawang merah. Jika pada saat panen raya harga jual berkisar Rp. 7.000,00 sampai dengan Rp. 10.000,00 per satu kilogram bawang merah segar, maka dengan mengolahnya kita dapat meningkatkan nilai jualnya.

Menitik hasil survey pada tahap *define* ini, maka dalam pembuatan produk olahan bawang merah sangat menjanjikan untuk dapat dilakukan. Yogyakarta sebagai kota wisata selalu mendatangkan orang dari berbagai penjuru nusantara dan penjuru dunia. Berbagai variasi oleh-oleh banyak bermunculan untuk melengkapi gudeg dan bakpia sebagai raja oleh-oleh Yogyakarta. Inovasi produk olahan bawang merah yang mungkin dibuat adalah kering bawang merah aneka campuran dan bawang goreng aneka rasa.

Hasil pada Tahap *Design*

Pada tahap ini dilakukan perancangan produk yang akan dikembangkan. Perancangan yang dimaksud di sini meliputi perancangan resep kering bawang merah dan bawang goreng aneka rasa, perancangan kemasan dan logo produk yang akan dijual, dan perancangan pemasaran.

Perancangan resep kering bawang merah dan bawang goreng rasa dilakukan dengan melakukan studi literatur tentang berbagai resep kering dan bawang goreng rasa. Selain itu dikaji pula berbagai resep kering yang ada di *youtube* dan *website* tentang masakan. Resep tersebut dikembangkan dan disesuaikan dengan karakteristik bawang merah pada tahap *develop*.

Berikut adalah hasil *design* logo kemasan produk olahan bawang merah yang dikembangkan.



Gambar 1. Logo Kemasan Kering Brambang.

Langkah terakhir pada tahap ini adalah merancang strategi pemasaran yang digunakan untuk memasarkan hasil olahan produk bawang merah. Hasil pada langkah terakhir ini adalah pemasaran secara *offline* dan pemasaran secara *online*. Strategi pemasaran *offline* dilakukan dengan menjual produk olahan bawang merah secara langsung atau melalui toko-toko yang nantinya diproyeksikan dapat menjual produk olahan bawang merah (swalayan dan toko oleh-oleh). Strategi pemasaran *online* dilakukan dengan menjual produk olahan bawang merah melalui *instagram* dan melalui lapak-lapak jualan online yang menjamur di dunia maya.

Hasil pada Tahap *Develop*

Pada tahap ini dilakukan proses pembuatan produk yang akan dikembangkan. Berikut adalah hasil olahan bawang merah tersebut kemudian dikemas dalam kemasan yang telah disiapkan



Gambar 2. Produk Olahan Bawang Merah Kerupa Kering Brambang.



Gambar 3. Bawang Merah Goreng Original yang Siap Diberi Rasa.

Hasil pada Tahap *Disseminate*

Hasil pada tahap *disseminate* adalah produk olahan bawang merah sudah disebar dan dipasarkan secara langsung sekitar di wilayah Yogyakarta dan instagram (@keringbrambang. Berikut adalah dokumentasi kegiatan pada tahap *disseminate*.



Gambar 4. Penyebaran Produk di Wilayah Yogyakarta (o Km Yogyakarta).

Hasil pada Tahap *Information Gathering and Analysis* (Pengumpulan dan Analisis Data)

Hasil dari tahap pengumpulan dan analisis data adalah berupa data yang hasil validasi produk oleh Ahli (Dosen Teknik Industri dan Dosen Kewirausahaan) dan data respon masyarakat terhadap produk olahan bawang merah. Pada proses analisis data dilakukan kategorisasi data hasil penelitian yang dipeoleh, baik data validasi produk oleh ahli maupun data hasil respon masyarakat selaku konsumen. Berikut adalah hasil kategorisasi yang dilakukan.

Tabel 1. Kategori Penilaian Produk Olahan Bawang Merah.

Rata-rata Skor	Kualifikasi
$1 < X \leq 1,75$	Sangat kurang (SK)
$1,75 < X \leq 2,5$	Kurang (K)
$2,5 < X \leq 3,5$	Sedang (S)
$3,5 < X \leq 4,25$	Baik (B)
$4,25 < X \leq 5$	Sangat Baik (SB)

Berdasarkan hasil kategorisasi yang dilakukan kemudian dihitung skor rata-rata dari validator atau ahli. Berikut adalah data hasil validasi ahli terkait dengan produk olahan bawang merah.

Tabel 2. Hasil Penilaian Ahli Terhadap Produk Olahan Bawang Merah.

No.	Nama Ahli	Aspek Penilaian Produk (Skor 1-5)				Rata-rata per ahli
		Rasa	Kemasan	Harga	Inovasi	
1	Ahli 1	4	4	4	4	4
2	Ahli 2	5	5	4	5	4,75
3	Ahli 3	5	5	4	5	4,75
4	Ahli 4	5	3	3	5	4
rata-rata per aspek		4,75	4,25	3,75	4,75	4,375

Berdasarkan hasil di atas diperoleh data bahwa penilaian ahli terhadap produk olahan bawang merah dari aspek rasa memperoleh rata-rata skor 4,75 dengan kategori sangat baik, dari aspek kemasan memperoleh rata-rata skor 4,25 (sangat baik), dari aspek harga memperoleh rata-rata skor 3,75 (baik), dari aspek inovasi memperoleh rata-rata skor 4,75 (sangat baik). Aspek yang memperoleh rata-rata skor paling rendah adalah aspek harga. Menurut salah satu ahli, harga yang diberikan masih terlalu mahal. Hal ini dikarenakan produk yang dikembangkan benar-benar memikirkan kualitas baik dari segi rasa, bahan, maupun kemasan atau tampilannya. Akibatnya adalah untuk menutupi biaya produksi maka harganya sedikit lebih mahal. Meskipun demikian secara umum, rata-rata skor penilaian dari para ahli adalah 4,375, dengan kategori sangat baik. Dengan kata lain, produk olahan bawang merah yang dikembangkan layak untuk diproduksi.

Selain data hasil validasi dari ahli, pada tahap ini juga dilakukan analisis data hasil respon masyarakat atau konsumen terhadap produk olahan bawang merah. Berikut adalah hasil respon masyarakat atau konsumen terhadap produk olahan bawang merah.

Tabel 3. Hasil Respon Konsumen Terhadap Produk Olahan Bawang Merah.

Jenis Produk	Rasa	Kemasan	Harga	Inovasi
Brambang goreng original	4,52941	4,11765	3,82353	4,70588
Brambang goreng barbeque	4,6875	4,0625	4,0625	4,6875
Brambang goreng balado	4,57143	4,28571	3,71429	4,71429
Brambang goreng keju	4,59459	4,18919	3,78378	4,72973
Kering brambang original	4,65116	4,32558	4,18605	4,76744
Kering brambang kentang	4,78261	4,13043	3,91304	4,8913
Kering brambang tempe	4,6087	4,28261	3,95652	4,86957
Kering brambang kacang	4,4	4,33333	4	4,77778

Berdasarkan di atas terlihat bahwa pada setiap aspek dan setiap varian produk yang dikembangkan berada pada kategori baik atau sangat baik. Dengan kata lain, kriteria kualitas yang telah ditentukan dalam penelitian ini telah dipenuhi.

Hasil pada Tahap *Acting on Finding* (Tindak Lanjut Penemuan)

Setelah dilakukan analisis data hasil pengembangan produk olahan bawang merah, tahap terakhir pada penelitian CBR adalah melakukan tindak lanjut penemuan. Tindak lanjut yang dilakukan adalah memberikan pelatihan kepada warga masyarakat (khususnya kelompok wanita tani) di dusun Srunggo, Desa Selopamioro, Kecamatan Imogiri, Kabupaten Bantul, Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Adapun pelatihan yang diberikan berupa pelatihan pembuatan produk olahan bawang merah berupa kering bawang merah dan bawang merah goreng aneka rasa. Narasumber dalam kegiatan ini merupakan warga yang terlibat dalam kegiatan penelitian pengembangan produk olahan bawang merah.

Pelatihan pembuatan produk olahan bawang merah berupa kering bawang merah dan bawang merah goreng aneka rasa merupakan bentuk pengabdian kepada masyarakat berupa pendampingan pengolahan produk bawang merah. Pelatihan ini dimaksudkan untuk memberikan bekal kepada warga desa khususnya kelompok wanita tani dusun Srunggo, desa Selopamioro agar dapat membuat produk olahan bawang merah. Berikut adalah dokumentasi kegiatan pelatihan yang dilakukan.



Gambar 5. Pelatihan Pembuatan Produk Olahan Bawang Merah.

Hasil yang dicapai pada kegiatan pelatihan pengolahan produk bawang merah ini adalah bertambahnya pengetahuan warga tentang bagaimana cara mengolah bawang merah menjadi produk yang memiliki nilai jual lebih tinggi. Berdasarkan hasil wawancara dengan warga yang mengikuti kegiatan pelatihan juga diperoleh data bahwa warga merasa senang dengan kegiatan pelatihan tersebut karena mereka diberikan informasi yang berguna dalam proses pembuatan produk olahan bawang merah samapi pengemasannya.

Pembahasan

Yang menjadi fokus dalam pembahasan penelitian ini adalah tentang peningkatan nilai tambah produk olahan bawang merah. Nilai tambah produk bawang merah dalam kegiatan pengabdian berbasis riset ini adalah meningkatnya nilai jual produk bawang merah. Berikut adalah hasil analisis nilai tambah produk bawang merah berdasarkan perhitungan per satu kilogram bawang merah sebagai bahan mentahnya.

Tabel 4. Total Biaya Pembuatan Produk Olahan Bawang Merah Per Satu Kilogram Bawang Merah.

Bahan	Harga (Rp)
brambang 1 kg	15.000
gula pasir 1/2 kg	8.000
kentang 3/4 kg	15.000
tempe 1	5.000
Bumbu	5.000
Tepung	2.500
minyak 1 liter	16.000
gas 3 kg (Cuma terpakai setengah)	12.500
Plastik	4.500
Tenaga	50.000
Total biaya	133.500

Berdasarkan bahan yang ada pada Tabel 5 di atas, dapat dihasilkan produk olahan bawang merah sebagai berikut:

Tabel 5. Jumlah Produksi Olahan Bawang Merah Per Kilogram Bahan Baku.

Jenis Produk	Total Item	Berat (gram)	Total Berat (gram)
Kering Brambang Kentang	4	200	800
	1	100	100
Kering Brambang Tempe	2	200	400
	1	100	100
Kering Brambang Original	1	200	200
	9		1600

Tabel 6 merupakan salah satu alternatif pembuatan produk olahan bawang merah per 1 kg bahan baku. Produk yang dipilih berdasarkan hasil respon konsumen terhadap produk yang dikembangkan dan ketersediaan bahan baku lainnya. Setelah diperoleh produk hasil produksi seperti pada Tabel 6 kemudian dilakukan penghitungan nilai tambah produk olahan bawang merah sebagai berikut.

Tabel 6. Nilai Tambah Produk Olahan Bawang Merah Per Kilogram Bahan Baku.

Jenis Produk	Total Item	Berat (gram)	Harga Jual (Rp)	Total Harga (Rp)
Kering Brambang Kentang	4	200	25.000	100.000
	1	100	15.000	15.000
Kering Brambang Tempe	2	200	25.000	50.000
	1	100	15.000	15.000
Kering Brambang Original	1	200	22.000	22.000
	9			202.000

Berdasarkan pemaparan pada Tabel 6 dan menitik pada bahan baku pada Tabel 5 diperoleh kesimpulan bahwa keuntungan yang diperoleh per kilogram bahan baku adalah sebagai berikut: Rp. 202.000,00 – Rp. 133.500,00 = Rp. 68.500,00. Hal ini berarti per kilogram bahan baku dapat menghasilkan keuntungan sebesar 51,31%. Penghitungan keuntungan berdasarkan pada *total cost* yang dikeluarkan. Keuntungan ini tentu saja dapat ditingkatkan dengan menambah jumlah bahan baku yang digunakan. Berikut adalah hasil perhitungan peningkatan nilai jual produk olahan bawang merah per 20 kg bahan baku.

Tabel 7. Perhitungan Nilai Tambah Per 20 Kilogram Bahan Baku.

Total biaya per 20 kg bahan baku	Rp 2.670.000
Total pendapatan per 20 kg bahan baku	Rp 4.040.000
Keuntungan per 20 kg bahan baku	Rp 1.370.000

Berdasarkan Tabel 7 di atas dapat diketahui bahwa nilai tambah produk olahan bawang merah telah dikatakan meningkat dilihat dari kenaikan nilai jualnya jika dibandingkan menjual bawang merah segar pada saat panen raya.

D. Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan

Upaya peningkatan nilai tambah produk bawang merah dapat dilakukan dengan membuat produk olahan bawang merah berupa kering bawang merah dengan aneka varian campuran dan bawang merah goreng aneka rasa. Peningkatan nilai tambah produk ini dilakukan melalui kegiatan Community Based Research (CBR) dengan melibatkan warga di Dusun Srunggo, Desa Selopamioro, Imogiri, Bantul.

Saran

Dapat dikembangkan produk olahan bawang merah dengan varian produk yang lebih beragam pada saat panen raya, sehingga nilai tambah dari produk akan meningkat.

Ucapan Terimakasih

Ucapan terimakasih kami haturkan kepada DIKTIS Kemenag RI yang telah membiayai penelitian melalui dana penelitian transformatif pengabdian berbasis riset tahun 2018. Selain itu ucapan terimakasih juga kami sampaikan kepada LPPM UIN Sunan Kalijaga, Fakultas Sains dan Teknologi, serta Prodi Pendidikan Matematika UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang telah memberikan kesempatan seluas-luasnya untuk melakukan kegiatan pengabdian berbasis riset.

DAFTAR PUSTAKA

- Brenda Roche, New Direction in Community-Based Research (Wellesley Institute, 2008), <http://www.wellesleyinstitute.com/wp-content/uploads/2011/11/newdirection-sinabr.pdf>, hlm. 2
- Darmawindah dkk. 2011. Teknologi Pengolahan Bawang Merah. *Prosiding Seminar Nasional Teknologi Inovatif Pascapanen untuk Pengembangan Industri Berbasis Pertanian*. Balai Besar Penelitian dan Pengembangan Pascapanen Pertanian.
- Fajjriyah, Noor. 2017. *Kiat Sukses Budidaya Bawang Merah*. Yogyakarta: Bio Genesis.
- Gregory S. C. Hine. 2013. *The Importance Of Action Research In Teacher Education Programs, Dal Am Design, Develop, Evaluate: The Core Of The Learninenvironment*. Proceedings of the 22nd Annual Teaching Learning Forum, 7-8 February 2013. Perth: Murdoch University. http://ctl.curtin.edu.au_professional_development/conferences/tlf/tlf2013/refereed/hine.html. diakses tanggal 12 Oktober 2017.
- Hayami, Y., T, Kawagoe, Y. Morooka dan M.Siregar. 1987. *Agricultural Marketing and Processing in Upland Java A Perseptive from A Sunda Village*. Bogor: CGPRT Centre.
- <http://www.litbang.pertanian.go.id/buku/reformasi-kebijakan-menuju/BAB-III-7.pdf>. Diakses tanggal 13 Oktober 2017 pukul 11.11
- <http://tabloidsahabatpetani.com/nilai-tambah-produk-pertanian/> Diakses tanggal 13 Oktober 2017 pukul 11.11
- Ochocka, Joanna. 2014. *Community Based Research* (disampaikan dalam Advanced CBR Training yang diselenggarakan oleh SILE/LLD UIN Sunan Ampel Surabaya pada 25-29 Agustus 2014).
- Pitojo, Setijo. 2003. *Benih Bawang Merah*. Yogyakarta: Kanisius.
- Rahayu, E dan Berliana, N. 2000. *Bawang Merah, Budidaya dan Pengelolaan Pasca Panen*. Yogyakarta: Penerbit Kanisius
- Rahayu, E dan Berliana, N. 2004. *Bawang Merah*. Jakarta: PT. Penebar SwadayaRosyada, Dede. 2016. *Community Based Research CBR) Salah Satu Model Penelitian Akademik*. <http://www.uinjkt.ac.id/community-based-research-cbr-salah-satu-model-penelitian-akademik/> diakses tanggal 10 Oktober 2017 pukul 10.57
- Samadi, B dan Cahyono, B. 2005. *Bawang Merah Intensifikasi Usaha Tani*. Yogyakarta: Penerbit Kanisius.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R & D, Cetakan ke 16*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarni, N dan Hidayat, A. (2005). *Panduan Teknis Budidaya Bawang Merah*. Balai Penelitian Tanaman Sayuran Lembang
- Tim Kajian Nilai Tambah. 2012. *Kajian Nilai Tambah Produk Pertanian*. Jakarta: Pusat Kebijakan Ekonomi Makro, Badan Kebijakan Fiskal, Kementerian Keuangan Republik Indonesia