

Pengarahan Teknik Pengembangan Produk Berbasis Kebutuhan Konsumen (*Customer Needs*) Pada UMKM Bawang Goreng

Supriyati ^{1*}, Suhendra ², Hasyrani Windyatri ³, Dwi Irwati ⁴,
Andini Putri Riandani ⁵, Adi Rusdi Widya ⁶

^{1-4,6} Program Studi Teknik Industri, Universitas Pelita Bangsa

⁵ Program Studi Teknologi Hasil Pertanian, Universitas Pelita Bangsa

* supriyati@pelitabangsa.ac.id

Abstrak

Bawang goreng merupakan produk olahan bawang merah yang digoreng hingga renyah dan digunakan sebagai pelengkap atau topping makanan. Produk ini memiliki nilai jual tinggi dan menjadi salah satu andalan UMKM karena bahan bakunya melimpah di pasar lokal, mendukung sektor pertanian, serta memberikan kontribusi signifikan pada pertumbuhan ekonomi daerah. Permintaan bawang goreng stabil karena produk ini meningkatkan cita rasa dan cocok untuk berbagai jenis makanan. UMKM dapat memulai usaha bawang goreng dengan modal kecil dan mengembangkan inovasi melalui variasi rasa, kemasan menarik, hingga produk organik untuk meningkatkan daya tarik konsumen, termasuk potensi ekspor. Namun, UMKM bawang goreng menghadapi tantangan dalam kualitas bahan baku yang dipengaruhi musim, teknik produksi, hingga pengemasan. Masalah seperti bawang goreng berminyak, mudah tengik, atau kualitas yang tidak konsisten dapat mengurangi daya saing produk. Pengembangan produk berbasis kebutuhan konsumen (*customer needs*) menjadi penting untuk meningkatkan kualitas dan daya tarik. Melalui kegiatan pengabdian masyarakat, UMKM diberi arahan untuk memahami suara konsumen (*voice of customer*) dengan observasi, wawancara, dan umpan balik. Pendekatan *Quality Function Deployment (QFD)* digunakan untuk memastikan produk memenuhi kebutuhan pasar. Pengarahan ini membantu UMKM menciptakan produk berkualitas, diminati konsumen, dan berdaya saing tinggi di pasar.

Kata Kunci: *customer needs*, UMKM, *voice of customer*, *quality function deployment*

Pendahuluan

Bawang Merah merupakan bumbu masak yang biasa ada pada masakan kuah, maupun kering dan juga bumbu untuk makanan berupa cemilan. Selain digunakan sebagai bumbu masakan bawang merah diiris tipis dan digoreng sebagai taburan makanan, Bawang goreng merupakan produk olahan yang diiris tipis dan digoreng kering dan renyah (Fatimah, 2017). Produk ini digunakan sebagai pelengkap atau topping makanan untuk menambahkan rasa gurih, aroma khas, dan tekstur renyah pada berbagai hidangan (Komariah, 2024). Saat ini banyak produk bawang goreng yang beredar di pasaran karena tingginya permintaan dari konsumen. Bawang goreng tidak hanya digunakan sebagai

pelengkap masakan, tetapi juga telah menjadi salah satu produk olahan makanan yang populer dan bernilai jual tinggi. Variasi produk bawang goreng ini mencakup berbagai aspek, seperti bahan baku, tambahan bumbu, teknik produksi, dan jenis kemasan

Bawang goreng menjadi salah satu produk UMKM andalan karena memiliki banyak keunggulan (Subekan et al., 2024). UMKM berperan dalam pertumbuhan ekonomi terutama pertumbuhan ekonomi daerah dan meningkatkan taraf ekonomi keluarga (Lamazi, 2020). UMKM tersebut mudah untuk Mendapatkan bahan baku karena stok melimpah di pasar lokal sehingga usaha ini dapat mendukung sektor pertanian (Sulu & Yohanis, 2015).



Gambar 1. Bahan Baku Bawang Goreng

Sebagai pelengkap makanan yang dapat meningkatkan cita rasa dari berbagai jenis hidangan sehingga permintaan konsumen stabil. Produksi bawang goreng bisa dimulai dari skala kecil dengan modal terbatas dan dikembangkan sesuai kebutuhan pasar. UMKM dapat membuat inovasi bawang goreng dengan aneka rasa, pengemasan menarik, dan produk organik untuk meningkatkan daya tarik konsumen (Rahmah & Baihaqi, 2023). Bawang goreng yang dikemas dengan baik memiliki potensi untuk di ekspor karena diaspora Indonesia dan pasar internasional mulai menyukai produk khas nusantara.

Namun dalam proses pengembangan UMKM, produk bawang goreng menghadapi beberapa permasalahan yang dapat mempengaruhi kualitas, efisiensi produksi, daya saing, dan penerimaan pasar. Permasalahan dari kualitas bahan baku karena pasokan bawang merah sering dipengaruhi oleh musim, sehingga kualitas dan harga bahan baku tidak stabil. Selain itu bawang dengan ukuran atau kadar air yang tidak seragam dapat memengaruhi hasil akhir produk (tekstur dan rasa). Penggunaan minyak goreng berkualitas rendah dapat menghasilkan bawang goreng yang berminyak dan cepat tengik. Selain kualitas bahan baku, kualitas proses Produksi berupa proses penggorengan konvensional sering menghasilkan produk yang terlalu berminyak, sehingga kurang menarik bagi konsumen yang peduli Kesehatan. Teknik penggorengan yang kurang tepat dapat membuat bawang gosong atau tidak matang sempurna, mempengaruhi rasa dan tekstur. Bawang goreng mudah melempem atau tengik jika tidak diproses dan disimpan dengan benar.

Untuk meningkatkan penjualan karena diminati oleh konsumen, maka UMKM perlu memiliki strategi mengembangkan produk yang didasari atas *customer needs* atau sesuai yang dibutuhkan oleh konsumen (Sutapa et al., 2024). Tujuan pengembangan produk selain produk lebih laku karena sudah sesuai kebutuhan konsumen, juga untuk meningkatkan kualitas sehingga berdampak positif bagi konsumen terhadap keputusan pembelian (Bahri et al., 2024). Namun terkadang UMKM tidak terlalu fokus pada orientasi konsumen sehingga pihak UMKM hanya fokus pada produksi sehingga produk yang dihasilkan terkadang masih belum diminati karena beberapa faktor. Melalui pengabdian, tim pengabdian akan memberikan pengarahan bagaimana supaya produk yang dihasilkan lebih laku dan diminati konsumen dengan cara pendekatan melalui *Quality Function Deployment* (Setyabudhi & Saputra, 2020).

Permasalahan dalam mengembangkan produk UMKM menjadi tantangan tersendiri. Permasalahan cukup kompleks dan beragam tergantung pada skala usaha, lokasi, sumber daya yang dimiliki. Permasalahan dalam UMKM berkaitan dengan kualitas rasa, tekstur produk, aroma, kemasan, ketahanan, keamanan produk, harga, bahan baku yang digunakan, proses penggorengan, teknik penyimpanan, riset dan pengujian kualitas, desain kemasan, proses sterilisasi, efisiensi produksi dan penyesuaian harga. Untuk itu dalam pengembangan produk *customer needs* menjadi tolok ukur dalam memperbaiki produk sehingga dapat dikembangkan berdasarkan keinginan konsumen (Afrini et al., 2024).

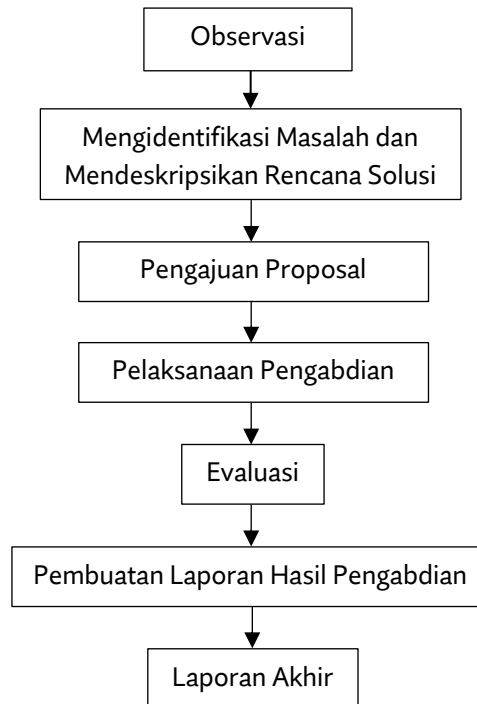
Untuk mengatasi masalah produk bawang goreng supaya sesuai dengan kebutuhan konsumen, UMKM perlu memahami kebutuhan konsumen atau apa saja yang dibutuhkan oleh konsumen terkait produk yang dihasilkan. Kebutuhan konsumen dapat diterjemahkan dalam bentuk atribut yang merupakan bagian dari beberapa aspek. Dalam mengembangkan produk agar diminati konsumen maka UMKM perlu mengetahui aspek apa saja yang dibutuhkan oleh konsumen

Metode Pelaksanaan

Pengabdian Kepada Masyarakat dilakukan dengan memberikan arahan bahwa membuat produk yang akan dijual juga harus mempertimbangkan kebutuhan konsumen. Untuk itu pengabdian dilakukan dengan Memberikan pemahaman melalui pengarahan bagaimana mengembangkan produk agar memberikan dampak positif bagi UMKM sehingga produk diminati oleh konsumen. Selain Memberikan arahan tim pengabdian juga memberikan gambaran atribut yang menjadi suara konsumen (*Voice of Customer*) (Rahmawati, 2023). Gambaran yang dituangkan dalam tabel merupakan alat peraga yang dapat dimanfaatkan oleh UMKM untuk menjadi landasan dalam pengembangan produk. Tahapan dalam pengabdian secara garis besar dapat dilihat pada diagram alir pengabdian

Kegiatan pengabdian dilaksanakan secara online di wilayah Jawa Barat, di mana objek pengabdian pada UMKM Bawang Goreng. UMKM merupakan usaha mikro kecil dan menengah, para pelaku UMKM masih banyak yang mengalami kendala dengan keterbatasan modal dan informasi sehingga perlu pengarahan supaya dalam menjalankan UMKM dapat berjalan dengan baik dan produk yang dihasilkan mampu memberikan kepuasan konsumen. Untuk itu Pengabdian dilaksanakan dengan memberikan arahan bagaimana UMKM dapat memproduksi sesuai kebutuhan konsumen. Arahan yang

diberikan kepada mitra UMKM bahwa supaya produk yang dihasilkan diminati oleh konsumen perlu Pendekatan sesuai *Customer Needs*.



Gambar 2. Diagram Alir Pengabdian

Hasil dan Pembahasan

Pengabdian ini merupakan kegiatan yang bertujuan untuk memberi pemahaman kepada UMKM bahwa menghasilkan produk dengan memahami keinginan konsumen menjadi prioritas utama. Memberikan arahan bahwa kualitas jasa ditentukan oleh konsumen bukan oleh pihak UMKM. Untuk itu bagaimana UMKM memahami kebutuhan konsumen, dapat dilakukan dengan observasi wawancara atau meminta konsumen untuk memberikan *feedback* terhadap produk yang dijual.



Gambar 3. Proses Produksi

Feed back atau masukan dapat menjadi acuan bagi UMKM untuk mengembangkan produk supaya tetap diminati konsumen/produk dapat dikembangkan dengan berbagai variasi sesuai apa yang diharapkan oleh konsumen.



Gambar 4. Produk UMKM

Kualitas produk ditentukan oleh konsumen, untuk itu pengembangan produk perlu memperhatikan keinginan atau kebutuhan konsumen. Pengabdian di sektor UMKM merupakan salah satu bentuk kontribusi dalam mendukung pencapaian SDGs 8.



Gambar 5. Pengabdian Kepada Masyarakat UMKM

Pengarahan teknik pengembangan produk UMKM bawang goreng dengan bahan baku yang mudah diperoleh namun masih harus tetap memperhatikan kebutuhan konsumen. Untuk itu teknik pengembangannya perlu memperhatikan variabel atau atribut yang dibutuhkan konsumen seperti terdapat pada tabel berikut.

Tabel 1. Teknik Pengembangan Produk Sesuai Customer Needs

No	Atribut	Customer Needs
1	Kualitas Rasa	Kualitas rasa sangat penting karena akan berpengaruh terhadap peminatan konsumen secara terus menerus sehingga produk akan terus laku terjual
2	Tekstur	UMKM harus dapat Menjaga tekstur bawang goreng sesuai yang diharapkan konsumen. Bawang goreng idealnya tidak melempem, sehingga tekstur bawang goreng yang baik terasa renyah saat di makan. Selain itu juga produk tidak berubah teksturnya dalam dalam jangka waktu yang lama. Selain renyah bawang goreng yang kering dan kandungan minyak setelah digoreng juga tidak berlebihan
3	Aroma	Aroma harum khas bawang goreng tanpa bau tengik atau aroma gosong
4	Kemasan	Kemasan bawang goreng menjadi atribut penting bagi konsumen karena kemasan yang baik harus higienis dan mudah dibuka. Variasi ukuran juga berpengaruh terhadap minat pembelian sehingga variasi ukuran menjadi atribut penting bagi konsumen dan juga kemasan kedap udara untuk menjaga kesegaran.
5	Ketahanan	Daya tahan simpan lama tanpa perubahan rasa atau tekstur menjadi
6	Keamanan Produk	Bebas dari bahan kimia berbahaya dan menggunakan bahan baku berkualitas
7	Harga	Kompetitif dan sepadan dengan kualitas
8	Aksesibilitas	Mudah didapatkan di toko fisik atau online dan karakteristik teknis (<i>Technical Requirements</i>)
9	Pemilihan Bahan Baku	Jenis bawang yang berkualitas tinggi (misalnya bawang merah lokal) dan minyak goreng berkualitas (rendah kolesterol, tanpa lemak trans).
10	Proses Penggorengan	Pengaturan suhu penggorengan yang optimal untuk mencegah gosong dan Penggunaan teknologi <i>vacuum frying</i> untuk mengurangi kadar minyak
11	Teknik Penyimpanan	Pengemasan menggunakan teknologi vacuum seal dan Penggunaan desikan (silica gel food grade) untuk menjaga kelembaban
12	Riset dan Uji Kualitas	Pengujian rasa, aroma, dan tekstur secara berkala dan Uji daya tahan produk untuk memastikan masa simpan
13	Desain Kemasan	Penggunaan bahan kemasan yang kedap udara dan tahan minyak. Informasi produk lengkap pada label (komposisi, tanggal kedaluwarsa, nilai gizi)
14	Proses Sterilisasi	Penggunaan metode sterilisasi untuk mencegah kontaminasi
15	Efisiensi Produksi	Penggunaan mesin otomatis untuk meningkatkan kapasitas dan konsistensi produksi
16	Penyesuaian Harga	Mengoptimalkan biaya produksi tanpa mengurangi kualitas

Pengembangan produk UMKM bawang goreng sesuai dengan kebutuhan pelanggan (*customer needs*) memiliki beberapa manfaat dalam mendukung tujuan *Sustainable Development Goals* (SDGs). Ketika dapat memenuhi kebutuhan pelanggan, produk bawang goreng memiliki peluang lebih besar untuk diterima pasar, meningkatkan penjualan, dan memberikan pendapatan yang stabil bagi pelaku UMKM. Pengembangan produk melibatkan sumber daya lokal, seperti petani bawang, sehingga menciptakan efek domino dalam mengentaskan kemiskinan. Memproduksi bawang goreng sesuai kebutuhan pelanggan bisa mendorong petani lokal untuk memproduksi bahan baku berkualitas, mendukung rantai pasok pertanian yang berkelanjutan. Produk yang disesuaikan dengan kebutuhan pelanggan mengurangi risiko kelebihan produksi dan limbah, mendukung efisiensi penggunaan sumber daya. Meningkatnya permintaan produk berkualitas, UMKM dapat membuka peluang kerja baru di sektor produksi,

pengemasan, dan distribusi. Memahami kebutuhan pelanggan mendorong UMKM untuk terus berinovasi, meningkatkan daya saing produk di pasar lokal dan global.

Mengembangkan produk sesuai dengan kebutuhan pelanggan membantu UMKM mengurangi pemborosan bahan baku dan energi selama proses produksi. Pelanggan saat ini semakin peduli dengan aspek keberlanjutan, sehingga pengemasan ramah lingkungan dapat menarik pelanggan yang sadar lingkungan sekaligus mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan. Memproduksi produk yang tepat sasaran dan mengurangi limbah produksi, UMKM membantu mengurangi jejak karbon dari sektor produksi dan distribusi.

Kesimpulan

Pengabdian kepada masyarakat dengan memberikan pengarahan teknik pengembangan produk dapat meningkatkan kesejahteraan karena dapat menghasilkan produk yang lebih relevan dengan kebutuhan konsumen sehingga meningkatkan pendapatan dan daya saing. Pengabdian kepada masyarakat memberikan wawasan baru tentang analisis kebutuhan konsumen, inovasi produk, dan strategi pemasaran. Konsumen di daerah menjadi lebih sadar akan pentingnya produk yang sesuai dengan kebutuhannya sendiri, mendorong preferensi terhadap produk lokal. Bagi UMKM dapat meningkatkan daya saing produk karena sudah di dasarkan pada kebutuhan konsumen sehingga memiliki peluang lebih besar untuk diterima di pasar. Dengan memahami kebutuhan konsumen, pelaku usaha dapat menghindari pembuatan produk yang tidak relevan, sehingga menghemat biaya. Usaha dapat mengeksplorasi varian produk baru yang lebih sesuai dengan permintaan pasar. Produk yang memenuhi kebutuhan konsumen cenderung meningkatkan kepuasan dan loyalitas.

Dampak bagi perguruan tinggi mengimplementasikan ilmu pengetahuan melalui konsep-konsep yang diajarkan di ruang kelas (seperti riset pasar, pengembangan produk, dan manajemen kualitas) dapat diterapkan langsung pada situasi nyata. Pengabdian yang berdampak signifikan dapat memperkuat peran institusi pendidikan sebagai agen perubahan di masyarakat. Terjadi sinergi antara pengetahuan akademik dan pengalaman praktis dari masyarakat atau pelaku usaha.

Produk yang relevan dan berkualitas dapat membuka akses ke pasar yang lebih luas, termasuk pasar regional atau internasional. Masyarakat atau pelaku usaha yang terbiasa mengidentifikasi kebutuhan konsumen akan lebih adaptif terhadap perubahan tren pasar. Dengan kemampuan memahami pasar, komunitas menjadi lebih mandiri dalam mengembangkan usaha dan menciptakan solusi yang berkelanjutan. Program pengabdian seperti ini tidak hanya berperan meningkatkan kemampuan individu atau pelaku usaha, tetapi juga memperkuat ekosistem ekonomi secara keseluruhan. Program ini memberikan efek domino yang dapat mendorong inovasi, meningkatkan kesejahteraan, dan mendukung pembangunan ekonomi berbasis kebutuhan nyata.

Pengembangan produk UMKM bawang goreng yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan mendukung pencapaian Sustainable Development Goals (SDGs) melalui berbagai manfaat. Hal ini meningkatkan peluang penerimaan pasar, pendapatan stabil bagi UMKM, dan mengurangi kemiskinan dengan melibatkan sumber daya lokal seperti petani bawang. Penyesuaian produk dengan kebutuhan pelanggan mendukung rantai

pasok pertanian berkelanjutan, efisiensi sumber daya, dan pengurangan limbah produksi. Selain itu, peningkatan permintaan produk berkualitas menciptakan peluang kerja baru, mendorong inovasi, dan meningkatkan daya saing di pasar lokal maupun global. Dengan pengemasan ramah lingkungan, UMKM dapat menarik pelanggan sadar lingkungan dan mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan. Kolaborasi dengan berbagai pihak dalam pengembangan produk juga memperkuat inovasi dan keberlanjutan UMKM

Ucapan Terimakasih

Terimakasih kepada pihak-pihak yang telah berkontribusi dalam pengabdian ini sehingga dapat berjalan dengan baik.

Referensi

- Afrini, A., Alam, M. N., Christoporus, C., NurT, F. I. N., & Arfanika, I. (2024). Strategi Pengembangan Bisnis Produk Bawang Goreng di Industri Kecil Menengah (IKM) Raja Bawang di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fakultas Pertanian*, 4(1), 425–434. <https://doi.org/10.52045/jimfp.v4i1.711>
- Bahri, K. N., Rozak, A., Widyasari, R. A., & Herdiansah, Y. S. (2024). Optimalisasi Strategi Pemasaran Melalui E-Personal Branding dan Social Media Pada Pelaku UMKM Binaan Kadin Kota Bandung. *Madaniya*, 5(4), 1761–1770.
- Fatimah, R. N. (2017). *Mari mengenal bumbu nusantara*. <http://badanbahasa.kemdikbud.go.id/lamanbahasa/content/keniscayaan-kamus-urban>
- Komariah, I. & Anton, A. (2024). Pemberdayaan Masyarakat Petani Bawang Merah melalui Pengolahan Bawang yang Tidak Terjual Menjadi Bawang Goreng. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 216–223. <https://doi.org/10.54259/pakmas.v4i1.2786>
- Lamazi, L. (2020). Pengaruh UMKM terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Sumatera Selatan. *Juripol (Jurnal Institusi Politeknik Ganesha Medan)*, 3(1), 103–108. <https://doi.org/10.33395/juripol.v3i1.10491>
- Rahmah, S. M., & Baihaqi, A. I. (2023). Rebranding Bawang Merah Goreng Sebagai Upaya Peningkatan Kualitas Bawang Merah di Desa Musir Kidul. *SEWAGATI: Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 2(3), 106–112. <https://doi.org/10.56910/sewagati.v2i3.798>
- Rahmawati, N. (2023). Perancangan SCDM (Smart Cold-Dry Machine) guna Membantu Proses Produksi UMKM Kerupuk Lorjuk di Surabaya Menggunakan Metode QFD (Quality Function Deployment). *Journal of Manufacturing in Industrial Engineering & Technology*, 1(1), 38–51. <https://doi.org/10.30651/mine-tech.v1i1.16569>
- Subekan, S., Fuad U., M., & Shodiq, M. F. (2024). Strategi Pemasaran UMKM Bawang Goreng “Kak Ros” di Saat Pandemi Covid 19. *Jurnal Dinamika Ekonomi Syariah*, 11(1), 36–44. <https://doi.org/10.53429/jdes.v11i1.867>
- Setyabudhi, A. L., & Saputra, E. (2020). Analisis Pengembangan Produk Charger Handphone dengan Menggunakan Metode Quality Function. *Engineering And Technology International Journal*, 2(3), 150–157.
- Yohanis, T. M. S. P. (2015). Analisis Persediaan Bahan Baku Kedelai Pada Industri. *Agrotekbis*, 3(2), 261–270.

Sutapa, I. N., N. Paramananda, N. P., & Widhiyanti, A. A. S. (2024). Pemberdayaan Kemitraan Masyarakat dalam Peningkatan Keberlanjutan Usaha dengan Digitalisasi pada Kelompok Pembudidaya Ikan. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(4), 2583–2593. <https://doi.org/10.31949/jb.v5i4.11202>