

PENYULUHAN PEMBUATAN KUE BAWANG TIDILERI KEPADA MASYARAKAT DESA TROKOK RT 004/ RW 002 KECAMATAN WEDI KABUPATEN KLATEN

Alean Kistiani Hegy S¹, Tiara Diah Ayu Ningrum², Dinanto³, Leina Ifah Hayati⁴, Much Afrian Nur Ikhsan⁵

^{1,2,3,4,5}Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Boyolali
Email : leinaifahhayati0107@gmail.com

ABSTRACT

Shallots and garlic are one type of spices or potential cooking spices in Indonesia that can be developed for the welfare of the community. One of them is in Trok Village RT004/RW002, Wedi District, Klaten Regency. Shallots and garlic can also be processed products that can be traded. This is because onion and garlic plants have many health benefits. This research uses ABCD (Asset-Based Community Development). Not many people know the preparations of shallots and garlic, although there are only fried onions made as an additional topping for dishes to make it more savory. Even though there is something interesting, one of them is processed onion cake. Onion cake with the main ingredients, namely onion and garlic, is suitable to be used as a snack and also for cake treats during Eid. The results of this Community Service activity show that socialization about the Production of Processed Food Products, Onion Cakes and Digital Marketing shows that people have the desire to develop creativity to manage the available potential and utilize digital marketing media in the promotion and sales process. This is an opportunity for the community, especially onion farmers, to utilize the onions they harvest so that they can increase additional income.

Keywords: *Onion Cake, Food Processing, Rural Community*

ABSTRAK

Bawang merah dan bawang putih merupakan salah satu jenis rempah atau bumbu masak yang potensial di Indonesia yang dapat di kembangkan untuk kesejahteraan masyarakat. Salah satunya di Desa Trok RT 004/RW 002, Kecamatan Wedi, Kabupaten Klaten. Bawang merah dan bawang putih juga bisa menjadi produk olahan yang bisa diperdagangkan. Hal ini karena tanaman bawang merah dan bawang putih memiliki banyak manfaat bagi Kesehatan. Penelitian ini menggunakan pendekatan ABCD (Aset-Based Community Development). Belum banyak masyarakat mengetahui olahan-olahan dari bawang merah dan bawang putih, meskipun ada itu pun hanya dibuat bawang goreng sebagai tambahan toping masakan agar tambah gurih. Padahal ada yang menarik salah satunya yaitu olahan kue bawang. Kue bawang dengan bahan utamanya yaitu bawang merah dan bawang putih cocok untuk dijadikan cemilan dan juga buat suguhan kue ketika lebaran. Hasil kegiatan Pengabdian Masyarakat ini menunjukkan bahwa sosialisasi tentang Produksi Pembuatan Produk Olahan Pangan Kue Bawang dan Pemasaran Digital ini menunjukkan masyarakat memiliki keinginan untuk mengembangkan kreativitas untuk mengelola potensi yang tersedia dan memanfaatkan media pemasaran digital dalam proses promosi serta penjualan. Dan ini menjadi kesempatan bagi masyarakat khususnya para petani bawang dalam memanfaatkan bawang yang dipanennya sehingga bisa meningkatkan penghasilan tambahan.

Kata kunci: Kue Bawang, Olahan Pangan, Masyarakat Desa

PENDAHULUAN

Kue bawang adalah makanan kering yang dibuat dari adonan lunak melalui proses penggorengan yang renyah bila dipatahkan, dan tidak menyerap minyak. Pembuatan kue bawang diperlukan bahan-bahan seperti tepung terigu, air, dan telur untuk membuat adonan serta bahan pemberi flavor seperti bawang merah, bawang putih, dan garam (Rohman, 2020).

Tepung terigu berfungsi sebagai bahan pencampuran dalam membuat kue bawang. Tepung terigu berasal dari gandum yang diperoleh dengan cara penggilingan yang banyak digunakan dalam industry pangan. Komponen yang banyak terkandung didalam tepung adalah pati sekitar 70% terdiri dari amilosa dan amilopektin. Keistimewaan tepung terigu diantara serelia lain adalah adanya gluten yang merupakan protein yang mengumpal, elastis, serta mengembang bila dicampur dengan air (Putri, 2019).

Menurut Arizali AUFAR (2014:8) Usaha Kecil dan Menengah adalah entitas usaha yang mempunyai kekayaan bersih paling banyak Rp. 200.000.000, tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha dan memiliki penjualan tahunan paling banyak Rp. 10.000.000. Sementara itu, Usaha Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan entitas usaha milik warga Negara Indonesia yang memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp. 200.000.000 s.d Rp. 10.000.000 tidak termasuk tanah dan bangunan.

Menurut Nursid Sumaatmadja (2020) industri merupakan salah satu upaya untuk meningkatkan kesejahteraan penduduk. Selain itu industrialisasi juga tidak terlepas dari usaha untuk meningkatkan mutu sumberdaya manusia dan kemampuan untuk memanfaatkan sumber daya alam secara optimal.

Menurut G. Kartasapoetra (2020) industri adalah kegiatan ekonomi yang mengolah bahan-bahan mentah, bahan baku, barang setengah jadi atau barang jadi menjadi barang yang bernilai tinggi.

Menurut Mulyadi Subri (2019:57) tenaga kerja adalah penduduk dalam usia kerja (berusia 15-64 tahun) atau jumlah seluruh penduduk dalam suatu Negara yang dapat memproduksi barang dan jasa jika ada permintaan terhadap tenaga mereka dan jika mereka berpartisipasi dalam aktivitas tersebut.

Penyerapan tenaga kerja merupakan jumlah tertentu dari tenaga kerja yang digunakan dalam suatu unit usaha tertentu atau dengan kata lain penyerapan tenaga kerja adalah jumlah tenaga kerja yang bekerja terserap dan tersebar di berbagai sektor yang menghasilkan barang atau jasa yang menghasilkan barang atau jasa yang relatif besar (Simanjuntak, 2021:82)

METODE

Metode pengabdian pada masyarakat menggunakan cara partisipasi langsung dengan penyuluhan yaitu dengan ceramah dan tanya jawab. Tempat pelaksanaan pengabdian pada Masyarakat di Desa Trotok Rt004/ Rw 002, Kecamatan Wedi, Kabupaten Klaten pada tanggal 23 April 2023 pukul 17.50 WIB. Untuk kegiatan program kerja pembuatan produk olahan pangan kue bawang ini kami tujukan kepada masyarakat setempat supaya hasil pertanian didaerah tersebut dapat diolah menjadi produk yang memiliki kualitas dan meningkatkan penghasilan masyarakat setempat. Untuk sasaran pemasaran, kami menargetkan seluruh masyarakat dari berbagai kalangan dengan media pemasaran online, sehingga jangkauan pemasaran lebih luas.

1. Membuat produk olahan bawang merah berupa keripik bawang

Terdapat beberapa olahan yang dapat dibuat dengan bahan dasar bawang merah. Beberapa contoh produk yang dapat dibuat dari bawang merah yaitu bawang goreng dan terasi bawang merah (Amri et al., 2021). Namun, camilan berbahan dasar bawang merah masih jarang ditemukan dipasaran, melihat peluang tersebut mahasiswa melakukan inovasi dengan membuat olahan keripik bawang merah.

Bahan-bahan yang diperlukan dapat ditemukan dengan mudah di pasaran, kemudian untuk langkah-langkah pembuatannya juga dibuat dengan langkah-langkah yang sederhana. Meskipun resep tersebut bukanlah resep asli yang diciptakan oleh mahasiswa UNIVERSITAS BOYOLALI KUE BAWANG TIDELERI, akan tetapi mahasiswa telah melakukan modifikasi terhadap bahan-bahan dan Langkah-langkah pembuatannya agar hasil yang diperoleh lebih baik dari percobaan yang telah dilakukan sebelumnya. Bahan-bahan yang diperlukan diantaranya adalah tepung terigu, cabai rawit merah dan cabai kriting merah, seledri, telur, bawang merah dan bawang putih, garam, margarin, dan santan.



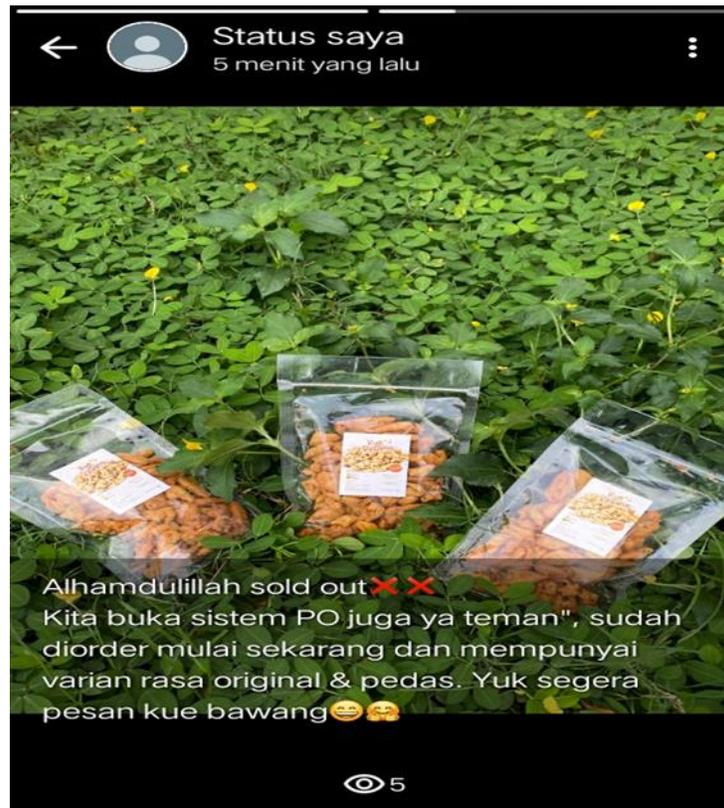
Gambar 1. Produk Kue Bawang TIDELERI
Sumber: Dokumentasi Kegiatan, 2024

2. Membuat media pemasaran online melalui Whatsapp

Produk yang bagus apabila tidak dibarengi dengan teknik pemasaran yang baik maka akan sulit berkembang. Pemasaran online diperlukan agar jangkauan pasar yang dicapai lebih luas. Selain itu, pada masa pandemi seperti sekarang ini, pemasaran online perlu dilakukan karena mobilitas masyarakat dibatasi. Digital marketing atau pemasaran melalui e-commerce memiliki banyak manfaat terhadap industri usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) dengan memperluas peluang perusahaan di pasar, meningkatkan penjualan, meningkatkan komunikasi, meningkatkan citra perusahaan, mempercepat proses, dan meningkatkan produktivitas karyawan (Rahayu & Day, 2019).

Pemanfaatan media Instagram yang memang media online untuk digunakan dalam komunikasi pemasaran merupakan langkah yang sangat tepat dengan melihat kondisi zaman sekarang yang sangat berkembang di bidang pemasaran (Wantoro, 2020). Mahasiswa membuat

promosi di Whatsapp yang digunakan untuk pemasaran produk. Kemudian akun tersebut nantinya pada kegiatan sosialisasi akan digunakan untuk percontohan kepada masyarakat tentang bagaimana cara mengelola akun pemasaran dengan tepat. Pemilihan media sosial berupa Whatsapp dipilih karena media sosial tersebut banyak digunakan oleh masyarakat dari berbagai kalangan. Dengan demikian diharapkan pemilihan media sosial tersebut dapat memperluas jangkauan pemasaran di masyarakat.



Gambar 1. Produk Kue Bawang TIDELERI
Sumber: Dokumentasi Kegiatan, 2024

Menurut Mukhsin (2019), terdapat pada langkah pertama, beberapa manfaat media sosial pada mahasiswa mempraktikkan cara UMKM, diantaranya sebagai galeri membuat produk kue bawang produk, mendata kebutuhan supplier, beserta cara pengemasannya kemudian mendata kebutuhan, dan membuka sesi tanya jawab konsumen.

Selanjutnya, mahasiswa pemanfaatan memberikan contoh promosi di media sosial seperti whatsapp dan lain-lain. Dalam pemasaran kue bawang dan whatsapp yang digunakan untuk memperkenalkan produksi kue bawang tideleri.

Menurut Arifin (2019), strategi komunikasi berminat pemasaran online di Whatsapp ialah mengembangkan inovasi olahan kue dengan memberikan gambar-gambar bawang menjadi UMKM sudah tidak yang menarik dan keterangan detail asing dengan pemasaran online. tentang produk yang menyertai foto.

3. Melakukan sosialisasi pembuatan dan harga yang mudah untuk dipahami produk keripik bawang

Oleh sebab itu, dalam kegiatan pemasaran online sosialisasi mahasiswa menerangkan ide mahasiswa yang mulai dari cara mengatur postingan agar dituangkan pada inovasi pembuatan terlihat lebih menarik, hingga cara olahan kue bawang beserta cara menuliskan caption yang menarik pemasarannya tersebut perlu perhatian kepada pelanggan

Dampak

Kegiatan pelatihan pembuatan olahan produk kue bawang tideleri banyak menghasilkan dampak positif yang bersifat mendorong. Beberapa dampak tersebut di antaranya adalah:

1. Pemanfaatan hasil pertanian bawang merah, selain dijual langsung dapat dimanfaatkan menjadi olahan pangan.
2. Masyarakat mengapresiasi kegiatan ini dan antusias untuk mempelajari pembuatan olahan kue bawang dibuktikan dengan antusiasme masyarakat yang menanyakan resep melalui whatsapp.
3. Beberapa masyarakat tertarik mempraktikkan pembuatan olahan kue bawang di rumah.

Selama kegiatan sosialisasi, masyarakat sangat antusias untuk memahami dan mempelajari sosialisasi dan praktik pengolahan kue bawang. Masyarakat begitu fokus untuk mengikuti program kerja kami, antara lain masyarakat ada yang membawa buku dan alat tulis untuk mencatat hal penting untuk proses produk keripik bawang. Masyarakat bergantian memberikan pertanyaan tentang proses, manfaat, pemasaran produk keripik bawang, dan Masyarakat ada yang meminta bahan yang kami presentasikan untuk ditiru dirumah. Masyarakat ingin menerapkan kegiatan program kerja membuat olahan pangan keripik bawang karena produk ini memiliki kelebihan, antara lain produk keripik bawang menghabiskan modal yang tidak terlalu banyak, produk dikemas dengan baik akan menarik minat pembeli, harga keripik yang terbilang terjangkau akan membuat masyarakat tertarik pada produk tersebut.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil kegiatan, pengamatan, dan pelaksanaan kegiatan Pengabdian Masyarakat di Desa Trotok RT 004/ RW 002, Kecamatan Wedi, Kabupaten Klaten dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Dengan adanya sosialisasi Pengabdian Masyarakat Pembuatan Produk Olahan Pangan Kue Bawang TIDELERI dan Pemasaran Digital tersebut menghasilkan motivasi pada masyarakat Desa Trotok khususnya Ibu-ibu PKK dalam mengolah bawang merah dan bawang putih menjadi produk olahan berupa kue bawang.
2. Sosialisasi ini juga memberikan pengetahuan baru pada Ibu-ibu mengenai pemasaran digital melalui aplikasi Whatsapp dan lain-lain untuk memasarkan produk olahan kue bawang.
3. Menambah pengetahuan tentang pengemasan produk yang baik dan benar.

DAFTAR PUSTAKA

- Amri, M. A., Nurrismiyandini, A., Dewi, M. C., & ... (2021). *Optimalisasi Pemanfaatan Sumber Daya Lokal Berbasis Pengolahan Pangan di Desa Mantingan, Kecamatan Jaken, Kabupaten Pati. Jurnal Pusat Inovasi ...*, 3(1), 1–11.
- Kane, Allan. 2020. *SOCIAL MEDIA MARKETING AND ONLINE BUSINESS 2021. Independently Published : USA*
- Kurniawati, D., & Arifin, N. (2019). *Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial dan Minat Beli Mahasiswa. Jurnal Simbolika, 1*, 193–198.
- Mukhsin. (2019). *Manfaat Penerapan Marketing Online (Menggunakan ECommerce Dan Media Sosial) Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM)*. Teknokom, 2(1), 1–10. <https://doi.org/10.31943/teknokom.v>
- Nardi Sunardi, Sarwani, E. Nurzaman AM, Pranoto, dan R. Boedi Hasmanto. 2020. *Peran Digital Marketing dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan UKM yang Berdampak pada*

KRIDA CENDEKIA

VOL 3 NO 1 APRIL 2024 - JULI 2024

E-ISSN 2797 006X

Kesejahteraan Masyarakat di Kab. Purwakata di Tengah. Jurnal Abdi Masyarakat. 2(1): 5867.

Rahayu, R., & Day, J. (2017). E-commerce adoption by SMEs in developing countries: evidence from Indonesia. Eurasian Business Review, 7(1), 25– 41. <https://doi.org/10.1007/s40821-016-0044-6>