

Potensi Media Sosial sebagai Sarana Promosi *Brambang Chips* di Desa Pondok Kelor Kecamatan Paiton

Nur Hayati¹, Nadifatul Mukarromah², Indah Zahrotul Awliya³, Siti Nur Halisah⁴, Agustina Dewi⁵, Mila Diana⁶

Prodi Ekonomi Syariah Universitas Nurul Jadid, Probolinggo, Indonesia^{1,2,3,4,5,6}

nyati062001@gmail.com¹, nadifatulmukarromah@gmail.com², indahzahrotulawliya@gmail.com³,
sitinurkholisah143@gmail.com⁴, agustinadewi411@gmail.com⁵, miladiana6431@gmail.com⁶

Abstrak. Hasil pertanian bawang merah yang ada di Desa PondokKelor Kecamatan Paiton Kabupaten Probolinggo merupakan sebuah pemanfaatan yang memiliki peluang untuk petani ke depannya, banyak para petani yang ada di desa tersebut menanam bawang merah sebagai tanaman unggulan yang memberikan harapan tinggi dari usaha pertanian mereka. Berdasarkan adanya aset dan pemanfaatan tersebut, perlu adanya suatu inovasi dari pengolahan hasil pertanian bawang merah untuk menambah pendapatan hasil panen bawang merah tersebut. Bentuk pengabdian yang akan dilakukan adalah pemberdayaan masyarakat dalam membuat olahan bawang merah menjadi produk makanan yang siap saji yaitu Keripik Brambang. Keripik brambang adalah produk olahan yang dibuat yakni sebuah produk keripik yang berbahan dasar dari bawang merah. Dengan adanya pengembangan produk olahan ini, petani bawang merah dapat mengetahui pemanfaatan dan mengelola aset yang dimiliki dengan optimal sehingga mampu menunjang tercapainya kesejahteraan ekonomi masyarakat di lingkungan tersebut. Penggunaan media sosial adalah memudahkan semua orang untuk berkomunikasi, berpartisipasi, saling berbagi, dan membentuk suatu jaringan online, sehingga dapat menyebarluaskan konten mereka sendiri.

Kata kunci: *Pemanfaatan Promosi; Bawang Merah; Media Sosial.*

Abstract. The results of onion farming in PondokKelor Village, Paiton District, Probolinggo Regency are opportunities that have opportunities for farmers in the future, many farmers in the village plant shallots as a superior crop that gives high hopes for their agricultural businesses. Based on these assets and utilization, it is necessary to innovate from processing shallots to increase the yield of shallots. The form of service that will be carried out is community empowerment in making processed shallots into ready-to-eat food products, namely Brambang Chips. Brambang chips are processed products made from chips made from shallots. With the development of this processed product, shallot farmers can find out the optimal utilization and management of their assets so that they can support the achievement of the economic welfare of the community in their environment. The use of social media to make it easier for everyone to communicate, participate, share, and form networks. online, so they can share their own content.

Keywords: *Promotion utilization; Shallots; Social Media.*

Pendahuluan

Desa Pondokkelor merupakan salah satu desa yang ada di Kecamatan Paiton Kabupaten Probolinggo. Sebagian besar masyarakat di Desa Pondokkelor adalah seorang petani bawang merah. Berdasarkan data yang diperoleh arus ekonomi masyarakat pedesaan tersebut banyak yang mengandalkan pertanian bawang merah. Jumlah penduduk Desa Pondokkelor adalah 3400 penduduk. Pemilihan lokasi yang tepatnya dilakukan di Pondok Kelor Jl. Raya Paiton No.147 Dusun Cempaka RT. 11/RW. 06 Kecamatan Paiton Kabupaten Probolinggo ini dikarenakan bawang merah menjadi komoditas utama daerah tersebut namun keuntungan yang diperoleh petani belum maksimal. (Sulistiyanto 2017)



Produksi bawang merah di Desa Pondok Kelor tumbuh rata-rata 8% per tahun, dari 6,9 juta ton pada tahun 2001 menjadi lebih dari 9 juta ton pada tahun 2005, mencakup hampir satu juta hektar dengan hasil rata-rata 9,6 ton per hektar. Produksi cabai menyumbang 20% dari tanah yang saat ini digunakan untuk produksi bawang merah tetapi hanya menghasilkan 12% dari total luasan bawang merah karena hasil panen rata-rata rendah.

Bawang merah memiliki tingkat pertumbuhan yang tinggi. Produksi bawang merah meningkat dari 0,8 juta ton pada tahun 2003 menjadi hampir 1,1 juta ton pada tahun 2013. Hal ini disebabkan oleh peningkatan substansial dalam infrastruktur irigasi dan penggunaan kultivar yang lebih baik selama periode.



Ditinjau dari aspek sosial budaya masyarakat setempat, dengan banyaknya masyarakat yang menanam bawang merah dan menjualnya tanpa diolah menjadi sebuah olahan, sehingga pemasarannya hanya berfokus pada bawang merahnya saja. Dan dilihat dari aspek manajemen masyarakat belum paham dan terampil dalam mengelola teknik promosi dan pemasaran produk yang akan dihasilkan. Disisi lain mitra masih belum mengetahui bagaimana mempromosikan baik secara online maupun kerja sama dengan pihak swalayan/toko dan memasarkan produk secara baik. Jika bawang merah diolah menjadi sebuah produk maka akan mendapatkan penghasilan lebih bagi masyarakat setempat, salah satunya dengan diolah menjadi sebuah produk *Brambang Chips*. (diana magfiroh 2018).

Sedangkan permasalahan yang dihadapi oleh masyarakat di Desa Pondokkelor adalah terkait dengan kegiatan pemasarannya. Beberapa kendala serta rintangan yang dilalui terkait 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.

Pemanfaatan bawang merah yang ada di Desa Pondokkelor ini dapat menjadi sebuah peluang bisnis dengan memanfaatkannya sebagai produk kreatif yang dapat menambah pendapatan dan menambah nilai jual dari hasil panen tersebut. Salah satunya dengan cara membuat produk *Brambang Chips* yang berbahan dasar bawang merah. Serta penggunaan media sosial dalam pemasaran hasil olahan tersebut untuk meningkatkan perekonomian di desa Pondokkelor agar pemasarannya bisa lebih luas lagi.

Tujuan Pengabdian

Tujuan kegiatan pengabdian tentang pemasaran produk melalui media sosial yaitu agar masyarakat lebih kreatif dalam mengolah bawang merah menjadi sebuah produk. Dalam kegiatan pengabdian ini masyarakat diberikan materi terkait dengan cara pengolahan dan pemasaran produk hasil pertanian bawang merah yang dilakukan dengan tujuan memberikan nilai tambah dan harga jual yang lebih tinggi.

Kegiatan pengabdian terkait dengan pemasaran online (digital marketing) terlihat bahwa masyarakat belum melakukan kegiatan pemasaran secara online. Pemasaran yang dilakukan oleh masyarakat di lokasi pengabdian masih secara langsung. Kurangnya pengetahuan terkait dengan pemasaran secara online menyebabkan masyarakat masih menggunakan saluran secara langsung. Pada kegiatan penyuluhan ini masyarakat diperkenalkan bagaimana menggunakan media online untuk kegiatan pemasaran baik melalui whatsapp, instagram, dan media lainnya. Masyarakat dapat mempromosikan produk yang dimiliki melalui media online.

Selain itu pengabdian ini dilakukan untuk memberdayakan hasil pertanian masyarakat menjadi produk siap saji sehingga mampu menjadi pendapatan tambahan bahkan utama dalam mensejahterakan perekonomian petani bawang merah. Selain itu, dampak dari pengabdian ini supaya peningkatan atau pengolahan bawang merah di Desa Pondok Kelor bisa lebih berkembang, terutama dalam pemasarannya. (Rukmana and Komariah 2017)

Manfaat Pengabdian

Manfaat dari pengabdian ini bagi mitra yaitu menambah penghasilan dan peluang bisnis masyarakat Desa Pondok Kelor dari hasil pengolahan bawang merah. Kemudian, menambah kreatifitas masyarakat Pondok Kelor dalam pembuatan produk yang berbahan bawang merah, sehingga masyarakat mampu membuka peluang berwirausaha kreatif. Masyarakat juga dapat mengembangkan dan meningkatkan produktifitas pemasaran melalui media social. Untuk menambah penghasilan dan peluang bisnis masyarakat

PondokKelor dari hasil pengolahan bawang merah, menambah kreatifitas masyarakat PondokKelor dalam pembuatan produk yang berbahan bawang merah serta meningkatkan produktifitas pemasaran melalui media sosial.

Metode Pelaksanaan

Tahapan Pelaksanaan

1. Permasalahan dalam Bidang Produksi

Petani bawang merah di Desa Pondok Kelor yang merupakan salah satu pemanfaatan aset yang berpeluang menghasilkan keuntungan, jika pemanfaatan yang dimiliki dapat dikelola dan dimanfaatkan dengan baik dan benar. (Widodo et al. 2020)

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.

2. Permasalahan dalam Bidang Pemasaran

Pemanfaatan bawang merah yang ada di Desa PondokKelor 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 Brambang Chips yang berbahan dasar bawang merah. Namun, produk tersebut tidak dapat dipasarkan dengan baik apabila tidak dikemas dengan manajemen marketing yang maksimal dan menarik.

Dalam rangka meningkatkan sarana promosi *Brambang Chips*, maka telah dilakukan kegiatan pelatihan awal selama 3 hari, sejak hari Jumat s.d.

Minggu, tanggal 01 s.d. 03 April 2022. Jumlah peserta yang mengikuti kegiatan ini sebanyak 15 orang yang didominasi oleh perempuan. Untuk mencapai target, adapun materi yang disajikan sebagai berikut: (a) Cara menangani permasalahan yang biasanya terjadi saat proses penanaman bawang merah. (b) Pemanfaatan peluang bisnis dengan produk yang sudah menjadi ciri khas Desa Pondok Kelor. (d) Cara mengolah bawang merah menjadi sebuah produk. (e) Penerapan strategi pemasaran.

Pada kegiatan ini juga perlu adanya pendampingan untuk mengontrol kegiatan agar sesuai dengan rencana dan tujuan serta membantu memecahkan masalah yang mungkin timbul dalam pelaksanaan kegiatan. (Arfan arawaty n.d.)

Disamping itu, pada tahapan ini akan ada sosialisasi serta pengabdian dari beberapa mahasiswa Universitas Nurul Jadid. Kegiatan ini berlangsung selama 12 bulan yang akan dijabarkan pada tabel 1 berikut ini.

Tabel 1. Rincian Tahapan Kegiatan Mitra

No	Kegiatan	Bulan ke-												Ket.	
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12		
1	Sosialisasi program PkM	■													Tim KKN
2	Pengolahan produk		■												Tim KKN & Mitra
3	Pendidikan dan pelatihan kewirausahaan dan strategi marketing			■	■										Tim KKN & Mitra
4	Pelatihan keterampilan teknis pemasaran					■	■								Tim KKN & Mitra
5	Keterampilan managerial							■							Tim KKN & Mitra
6	Produksi, pengemasan, dan pemasaran								■	■					Tim KKN & Mitra
7	Analisis usaha										■				Tim KKN
8	Evaluasi dan laporan kegiatan											■	■		Tim KKN

Pada bulan pertama dilakukan sosialisasi. Bulan kedua dilakukan pengolahan produk. Bulan ketiga dan keempat dilakukan pendidikan dan pelatihan melalui transfer ilmu masalah kewirausahaan dan strategi marketing. Bulan kelima dan keenam dilakukan pelatihan keterampilan teknis pemasaran. Bulan ketujuh keterampilan managerial. Bulan kedelapan dan kesembilan dilakukan produksi, pengemasan, dan pemasaran. Bulan kesepuluh dilakukan analisis usaha. Bulan kesebelas dan keduabelas dilakukan evaluasi dan laporan kegiatan.

Partisipasi Mitra

Dalam pelaksanaan program ini, partisipasi mitra merupakan kunci utama dalam pengolahan dan pemasaran produk olahan bawang merah. (Lidya et al. 2019).

Mitra sebagai supplier, pemilik lahan, dan penyedia bahan baku utama bawang merah yang merupakan hasil dari lahan pertanian. Selain itu, mitra juga sebagai obyek program ini berdasarkan tujuan dan manfaat yang telah ditargetkan sekaligus pengembangan usaha ekonomi masyarakat.

Partisipasi mitra pada kegiatan ini adalah menyiapkan peralatan dapur seperti kompor gas, wajan, wadah dan sebagainya sebagai alat pengolahan bawang merah. Kemudian, bahan baku utama yang dibutuhkan berupa bawang merah segar, bawang putih, tepung terigu, tepung tapioka, telur, margarin, air, kaldu bubuk, garam, kompor dan gas elpiji. Selanjutnya, mitra berpartisipasi aktif selama pembuatan produk atau selama kegiatan berlangsung serta turut adil dalam mempromosikan dan memasarkan produk ke konsumen juga termasuk salah satu partisipasi mitra sebagai media pemasaran area lokal.

Pembagian Peran

Pembagian peran atau tugas dalam program ini didasarkan pada kompetensi dan kemampuan individual dari masing-masing anggota tim. Indah dan Lisa memiliki peran sebagai pendamping pengolahan bawang merah dan memberi arahan tentang teknik atau cara mengolah produk dengan

benar sehingga mendapatkan hasil yang maksimal. Mila dan Yati yang ahli di bidang desain produksi bertugas dalam memproduksi bawang merah sehingga berpeluang menghasilkan keuntungan. Dewi dan Nadif yang kompeten di bidang pemasaran bertugas untuk memasarkan hasil produk dari pengolahan bawang merah tersebut.

Hasil dan Pembahasan

Pemanfaatan Media Sosial sebagai Sarana Promosi Brambang Chips di Desa Pondok Kelor

Langkah awal yang dilakukan adalah meminta izin kepada Kepala Desa Pondok Kelor. Selanjutnya, melakukan peninjauan lapangan guna mengidentifikasi permasalahan yang sesuai dengan program KKN. Diketahui bahwa mayoritas penduduk di Desa Pondok Kelor adalah petani bawang merah, namun bawang merah tersebut tidak diolah dengan maksimal. Tahapan selanjutnya, melakukan edukasi kepada para petani bawang merah sehingga petani mampu menghasilkan inovasi-inovasi baru terhadap bawang merah yang mereka produksi menjadi bahan jadi (siap saji) seperti membuat kripik brambang atau *Brambang Chips*.

Adapun langkah-langkah membuat *Brambang Chips* meliputi; (1) Siapkan wadah besar, campur tepung terigu, tapioca, baking powder, garam, dan kaldu bubuk serta diaduk sampai rata. (2) Masukkan daun bawang, diaduk rata lagi. Kemudian, buatlah lubang di tengah dan masukkan kocokan telur dan bumbu halus. Aduk sampai rata. (3) Lalu tuang air sedikit demi sedikit, sambil diaduk rata. Jika adonan sudah cukup tercampur rata dan kering, hentikan menuang air. (4) Jika masih terasa kering, bisa ditambahkan air lagi. Aduk rata sampai berbentuk adonan yang baik. Diamkan 20 menit, ditutup dengan plastic. (5) Bagi adonan menjadi dua bagian, siapkan alas, tabur tepung terigu tipis. Giling memanjang adonan dengan penggiling mie, siapkan pasta masker atau ampia. (6) Kemudian giling lakukan selama dua kali tabur tipis lagi dengan tepung. (7) Setelah selesai semua, tabur tipis tapioka. Potong lembaran adonan dengan cutter bergerigi, lakukan sampai lembaran habis. (8) Siapkan minyak banyak dalam wajan, panaskan dengan

api sedang (pastikan minyak harus benar-benar panas) lalu agak kecilkan api sedikit. (9) Masukkan potongan adonan, goreng sampai kecoklatan. angkat, tiriskan dan dinginkan masukkan ke dalam toples, Adapun teknik pemasaran atau marketing dengan hanya dimanfaatkan media sosial semaksimal mungkin.

Evaluasi Program

Pemanfaatan pertanian bawang merah yang ada di Desa PondokKelor dapat menjadi sebuah peluang bisnis yakni dengan memanfaatkannya dengan membuat suatu produk kreatif yang dapat menambah pendapatan dan menambah nilai jual dari hasil panen tersebut. (Kurniawati 2013) Peluang ini tercipta dari adanya kesadaran seorang wirausaha atau masyarakat sekitar yang mampu melihat situasi dan kondisi sehingga dapat menghasilkan sebuah produk berupa barang ataupun jasa yang nantinya dapat memberikan suatu manfaat serta dapat dikelola oleh masyarakat, salah satunya seperti membuat produk kripik brambang yang salah satu bahan dasarnya ialah menggunakan bawang merah.

Dalam pemasaran hasil produksi bawang merah petani di Desa PondokKelor pada saat ini terdapat dua jenis pemasaran, yaitu secara *offline marketing* atau *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*.

Dari program ini dihasilkan produk berupa makanan yang siap saji yaitu *Brambang Chips*. *Brambang Chips* tersebut kemudian dipasarkan melalui media sosial sehingga menjadi komoditas desa unggulan selain peningkatan bawang merah.

Pembahasan/Program Tindak Lanjut

Media sosial adalah perkembangan mutakhir dari teknologi-teknologi web baru berbasis internet yang memudahkan semua orang untuk berkomunikasi, berpartisipasi, saling berbagi, dan membentuk suatu jaringan online, sehingga dapat menyebarluaskan konten mereka sendiri. Media sosial yang bisa disebut juga jejaring sosial adalah suatu layanan berbasis web yang memungkinkan setiap individu untuk membangun hubungan sosial melalui dunia maya seperti membangun profil tentang dirinya sendiri, menunjukkan koneksi seseorang dan memperlihatkan hubungan apa saja yang ada antara satu pemilik dengan pemilik akun lainnya dalam sistem yang disediakan, dimana masing-masing jejaring sosial memiliki ciri khas dan sistem yang berbeda-beda. (Rachmawati 2011)

Dalam komunikasi pemasaran, media sosial termasuk dalam *interractive marketing*, karena media sosial memungkinkan terjadinya arus informasi timbal balik yang memungkinkan pengguna dapat berpartisipasi dan memodifikasi bentuk dan isi informasi pada saat itu juga (*real-time*). Partisipasi masyarakat di sini bisa dilakukan dengan dua cara, yang pertama dengan melibatkan berbagai elemen masyarakat di daerah tersebut untuk ikut dalam mempromosikan produk *Brambang Chips* melalui media sosialnya masing-masing. Sebagai langkah awal hal tersebut dinilai lebih efektif daripada membuat media sosial dari awal. Sedangkan cara kedua adalah jika dalam daerah tersebut masyarakatnya masih awam dengan media sosial maka dilakukan dengan cara memberikan sosialisasi dan pelatihan mengenai pembuatan produk *Brambang Chips*.

Kesimpulan

Hasil dari pengabdian ini berupa produk makanan yang siap saji yaitu *Brambang Chips*. *Brambang Chips* menjadi produk olahan bawang merah sebagai komoditas dalam mengembangkan peningkatan masyarakat. Produk tersebut mampu memberikan dampak yang positif di bidang ekonomi, dibuktikan dengan meningkatnya perekonomian dan kesejahteraan petani bawang merah. *Brambang Chips* juga dipasarkan melalui media sosial se-

hingga menjadi komoditas desa unggulan selain pemanfaatan bawang merah. Dengan demikian, program pengabdian ini mencapai target sehingga memberikan solusi yang tepat bagi kehidupan masyarakat, terutama masyarakat Desa Pondok Kelor.

Implikasi

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi dalam meningkatkan kualitas pemasaran yang telah mampu dilakukan dengan baik. Hal ini mengandung implikasi bahwa peningkatan media sosial memiliki peranan yang sangat penting bagi pencapaian tujuan, karena pemanfaatan media sosial memberikan arah tindakan, dan cara bagaimana tindakan tersebut harus dilakukan agar tujuan yang diinginkan tercapai. Melalui sarana media sosial yang tepat, maka diharapkan dapat meningkatkan kualitas pelayanan yang sesuai dengan keinginan masyarakat.

Rekomendasi

Rekomendasi atau saran terhadap penelitian ini adalah: (1) Dikarenakan adanya keterbatasan yang lebih cenderung berfokus untuk tujuan jangka pendek, maka untuk memperoleh perbandingan dalam pengukuran kinerja petani bawang merah, peneliti yang akan melakukan penelitian sejenis selanjutnya dapat menambahkan jenis rasio lain dalam mengukur pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi *Brambang Chips*, seperti pemasaran online yang dapat memberikan indikasi mengenai penilaian pengasilan terhadap kinerja petani bawang merah dimasa lampau dan prospek petani dimasa yang akan datang. (2) Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat memperbanyak teori-teori pendukung yang dapat dijadikan pembandingan dalam rangka pengambilan kesimpulan sehingga hasil yang didapatkan menjadi lebih baik. (3) Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi para petani pondokkelor dalam melakukan pengelolaan bawang merah dengan melihat kondisi pengasilan melalui struktur kepemilikan dan kinerja petani bawang merah.

Daftar Pustaka

- Arfan arawaty. n.d. “PKM Pemberdayaan Petani Bawang Merah Lokal Palu Melalui Penerapan Model SLPHT Di Desa Wombo Kecamatan Tantatovae Kab. Donggala Provinsi Sulawesi Tengah.”
- diana magfiroh, jasmin sari. 2018. “Penjualan, Pngaruh Promosi Dan Pengembangan Produk Terhadap Peningkatan Hasil.”
- Kurniawati, Dewi. 2013. “Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Dan Minat Beli Mahasiswa.”
- Lidya, Veta, Delimah Pasaribu, Meko Yogi, and Suryo Prayoga. 2019. “PENGARUH KUALITAS PRODUK BAJU BATIK HEM TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA HOME INDUSTRI BATIK SAHARA INDAH.”
- Rachmawati, Rina. 2011. “Peranan Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Terhadap Peningkatan Penjualan.” *Jurnal Kompetensi Teknik* 2(2):143–50.
- Rukmana, Evi Nursanti, and Neneng Komariah. 2017. “Strategi Pemasaran Informasi Toko Buku (Studi Kasus Di Toko Buku Jatinangor, Sumedang).” *Berkala Ilmu Perpustakaan Dan Informasi* 13(2):131. doi: 10.22146/bip.28764.
- Sulistiyanto, M. .. 2017. “USULAN PROGRAM KEMITRAAN MASYARAKAT (PKM).”
- Widodo, Wahyono Sapto, Hesti Istiqlaliyah, Teknik Mesin, Fakultas Teknik, and Pgri Kediri. 2020. “Perencanaan Mesin Pengiris Bawang Merah Dengan Pengiris Vertikal (Shallot Slicer) Dengan Kapasitas 1kg / Menit.”
- Cesya, Rizkika.parahyanti, Yana, Respai Dewi. “Penguatan Strategi Pemasaran Dengan Kemasan Kekinian Pada Proposal Rencana Bisnis Kripik Bawang Umkm Kabupaten Mojekerto,” 2020.
- Fauziyah, Tri Handayani, Riswan Eko Wahyu S, and Aulia Dewi Rosanti. “Pengolahan Produk Unggulan Daerah Bawang Merah Lokal Di Kecamatan Sukomoro Kabupaten Nganjuk.” *Jurnal ABDI* 5, no. 2 (2020): 111–18.

Riastuti, Reny Dwi, Nopa Nopiyanti, Yulfi, and Yuli Febrianti. “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, no. 2 (2021): 64–70.

Sinta, Ayu.Astutik.lisa darmawati. “PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT Judul :Pembinaan Petani Untuk Peningkatan Efisian Dan Berkelanjutan Usaha Tani Bawang Merah Di Kabupaten Probolinggo Jawa Timur Dengan Teknologi Praktis,” 2020.