

**PELATIHAN PEMBUATAN KEMPLANG BAWANG MERAH SEBAGAI
PRODUK UNGGULAN LOKAL DI DESA REJOSO NGANJUK****TRAINING ON MAKING SHALLOT KEMPLANG AS A LOCAL SUPERIOR PRODUCT
IN REJOSO NGANJUK VILLAGE****¹Nita Cahyani, ²Suttrisno, ³Nur Inda Nafa Natalia ⁴Ana Alfina**

Universitas Nahdlatul Ulama Sunan Giri, Bojonegoro, Indonesia

*Email: ¹nitacahyani@unugiri.ac.id, ²suttrisno@unugiri.ac.id, ³nafanatalia.17@gmail.com,
⁴anaalfina667@gmail.com**ABSTRAK**

Memasuki zaman globalisasi dapat dikatakan segalanya serba modern. Banyak orang yang ingin menjadi wirausaha. Sebenarnya Dalam bidang ekonomi, rata-rata masyarakat Desa Rejoso telah memiliki UMKM, namun ketika ada pasang surut atau kegagalan mereka akan merasa terpuruk dan putus asa, bukannya mencari solusi justru akan gulung tikar dan beralih profesi lainnya. Yang menyebabkan masyarakat takut untuk berwirausaha lagi karena keterbatasan modal. Dalam hal ini mahasiswa berinovasi untuk menciptakan sebuah produk yang dapat membantu mengembalikan semangat berwirausaha masyarakat desa. Dengan memanfaatkan potensi yang ada yaitu mengolah bawang merah menjadi produk olahan makanan ringan yang memiliki cita rasa yang khas dengan perpaduan topping daun bawang merah, sehingga produk ini dapat dengan mudah ditiru oleh masyarakat desa, pembuatan yang cukup mudah dan modal yang terjangkau. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan nilai tambah dan meningkatkan / memperpanjang produksi bawang merah yang pada dasarnya bawang merah hanya digunakan sebagai bahan masakan. Penelitian ini bersifat deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa makanan jenis produk Kebame ini dapat diterima baik oleh masyarakat sekitar dan akan dikembangkan oleh pelaku usaha yang ada di Desa tersebut. Serta dengan sumber daya manusianya yang sebagian besar berprofesi sebagai wirausaha, dengan adanya pelaku usaha ini, maka bisa mengurangi jumlah pengangguran yang ada.

Kata Kunci : Bawang Merah, UMKM, Kebame, Wirausaha.

ABSTRACT

Entering the age of globalization can be said everything is modern. Many people want to become entrepreneurs. Actually, in the economic field, the average Rejoso Village community already has UMKM, but when there are ups and downs or failures they will feel depressed and desperate, instead of finding a solution they will go out of business and Switch other professions. Which causes people to be afraid of entrepreneurship again because of limited capital. In this case, students innovate to create a product that can help restore the entrepreneurial spirit of the village community. By utilizing the existing potential of processing shallots into processed snack products that have a distinctive taste with a combination of red onion toppings, so that this product can be easily imitated by villagers, making it easy enough and affordable capital. This study aims to provide added value and increase / extend the production of shallots which are basically shallots are only used as cooking ingredients. This research is descriptive with quantitative approach. The results of this study indicate that this type of kebame food product can be accepted by the surrounding community and will be developed by businesses in the village. And with its human resources, most of whom work as entrepreneurs, with the existence of these businesses, it can reduce the number of unemployed people.

Keywords : Kebame, Entrepreneurship, UMKM, Shallot.

PENDAHULUAN

Dari hasil inkulturasi yang dilakukan oleh mahasiswa di Desa Rejoso kami mendapatkan banyak jawaban bahwasanya masyarakat Desa Rejoso tergolong orang-orang yang menengah, kebanyakan mereka bekerja sebagai petani, peternak, wiraswasta, guru, perangkat desa. Namun, beberapa warga juga bekerja sebagai buruh tani atau pengangguran. Setelah mendapatkan banyak informasi para mahasiswa melakukan action sesuai dengan apa yang bisa dibantu. Desa Rejoso pula memiliki banyak potensi, salah satu nya terdaftar sebagai program desa berdaya yang bertujuan untuk memberdayakan masyarakat desa (Suttrisno, 2022).

Dalam bidang pertanian Desa Rejoso memiliki potensi bawang merah. Sebagian besar petani disana sebagai penghasil bawang merah dominan cukup besar. dan sebagian lagi menjadi petani penghasil padi. Namun hasil pertanian yang paling mendominasi yaitu bawang merah (Suttrisno, 2022).

Dalam bidang ekonomi, rata-rata masyarakat Desa Rejoso telah memiliki UMKM, namun ketika ada pasang surut atau kegagalan mereka akan merasa terpuruk dan putus asa, bukannya mencari solusi justru akan gulung tikar dan beralih profesi lainnya. Hal yang menyebabkan masyarakat takut untuk berwirausaha lagi karena keterbatasan modal. Dalam hal ini mahasiswa berinovasi untuk menciptakan sebuah produk yang dapat membantu mengembalikan semangat berwirausaha masyarakat desa. Dengan memanfaatkan potensi yang ada yaitu mengolah bawang merah menjadi produk olahan makanan ringan yang memiliki cita rasa yang khas dengan perpaduan topping daun bawang merah, sehingga produk ini dapat dengan mudah ditiru oleh masyarakat desa, pembuatan yang cukup mudah dan modal yang terjangkau. Melalui pemasaran online ataupun offline produk ini dijamin akan laku keras dengan resiko kerugian yang ringan (Hiding Cahyono, 2017).

Disisi lain Desa Rejoso juga memiliki produk olahan rumah yang berupa Jamu Tape Laos yang di angkat sebagai ikon desa karena termasuk produk yang unik dan tidak semua orang dapat membuat jamu tersebut. Namun pemasaran jamu ini kurang disebarluaskan sehingga hanya masyarakat desa sekitar saja yang tau, sehingga kami membantu untuk memasarkan jamu ini secara online dengan membuat kemasan, logo dan merk yang unik tentu akan menjadi daya tarik tersendiri bagi para konsumen (Suttrisno, 2022).

Adanya program Desa Berdaya, merupakan sarana yang bagus untuk membantu dalam meningkatkan ekonomi Desa Rejoso, program ini di khususkan sebagai tempat wisata dan warga bisa menjualkan beberapa produk olahan rumah dengan mudah didalamnya. Program ini diciptakan saling berkesinambungan dengan tujuan untuk meningkatkan ekonomi desa melalui UMKM (Lestary et al., 2022).

Dari beberapa paparan diatas, maka peneliti melalui program pengabdian bekerjasama dengan perangkat desa melakukan rapat untuk menentukan program yang cocok dengan potensi desa, sehingga disimpulkan untuk mengembangkan produk unggulan dari bawang merah berupa kripik keplang. Pemanfaatan bawang merah menjadi alasan fokus utama mengingat Kabupaten Nganjuk khususnya desa Rejoso memiliki produktifitas bawang merah yang tinggi dan berkesinambungan.

Pemanfaatan bawang merah tentu akan membantu masyarakat untuk meningkatkan ekonomi melalui produk UMKM. Hal tersebut sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Auliq, 2016; Badriyah, Agustina, & Elvierayani, 2020; Dwi Riastuti, Nopiyanti, Yulfi, & Febrianti, 2021; Hiding Cahyono, 2017; Kusumayadi, Aprianti, Yusuf, Muhajirin, & Ismunandar, 2022; Rahayu Ismantarti, Nur Widiastuti, 2022; Wardani, Pradana, Ronaldo, Saputra, & Gitta, 2022). Menurut (Dwi Riastuti et al., 2021) pemanfaatan produk olahan dari bawang merah dapat membantu masyarakat baik berupa jalan keluar dikala harga turun dan juga meningkatkan ekonomi. Perbedaan pengembangan pengabdian ini adalah produk olahan berupa kemplang dan belum pernah dikembangkan di tempat lain atau peneltiian sebelumnya.

METODE

Penelitian ini menggunakan *Metode Asset Based Community Development (ABCD)*. Secara Umum metode ini sering digunakan dalam pendampingan masyarakat, pendekatan pengembangan masyarakat yang di dasarkan pada aset lokal yang terdapat di suatu wilayah. Aset tersebut dikembangkan sehingga dapat memberdayakan potensi desa (Suttrisno, Eko Arief Cahyono, 2022). Tujuan dari proses ini adalah terpetakan dan terkelolanya potensi setiap warga masyarakat baik berrupa aset maupun kekuatan yang ada. Secara partisipatif masyarakat mampu menjadi aktor-aktor perubahan dengan kekuatan, inisiatif, serta kreativitas mereka sendiri Dengan proses tersebut masyarakat akan menemukan makna keberdayaan, perubahan, kemandirian dan berkelanjutan program yang mereka lakukan. Tahap-tahap penting dalam melaksanakan ABCD.

1. Inkulturasi (Perkenalan)

Perkenalan terhadap masyarakat sekitar sehingga kepercayaan masyarakat terbangun dengan baik terhadap komunitas mitra. Tahapan ini bertujuan akankah masyarakat sudah memahami maksud dan tujuan kegiatan yang akan dilakukan, memiliki pemahaman behwa kelompok komunitas lokal yang akan bergerak mengembangkan komunitasnya.

2. Discovery (Mengungkap Informasi)

Dalam sebuah rencana aksi pengembangan masyarakat berbasis aset, perencanaan merupakan salah satu elemen yang sangat penting untuk dilakukan. Discovery dapat dilakukan setelah inkulturasi selesai. Pada tahap ini, kegiatan yang dilakukan dapat berupa kegiatan pemetaan aset. Aset berupa kisah sukses, sejarah komunitas, asosiasi, institusi bahkan warga komunitas mitra merupakan aset utama. Adapun alat-alat yang dapat digunakan untuk membantu proses pemetaan antara lain *Appreciative Inquiry, Community Map, Transect, Individual Skill Inventory, Analisa Sirkulasi Keuangan Masyarakat.*

3. Design (Mengetahui Aset dan Mengidentifikasi Peluang)

Pada tahap ini, tujuan penggolongan dan mobilisasi aset adalah untuk langsung membentuk jalan menuju pencapaian visi atau gambaran masa depan. Setelah diidentifikasi, sudah selayaknya komunitas mendapatkan informasi mengenai aset yang dimiliki. Dengan demikian, komunitas akan menyadari kekuatan positif yang mungkin belum mereka sadari keberadaannya. Tahap ini bisa dilakukan setelah discovery selesai sehingga data temuan siap disajikan.

4. Define (Mendukung keterlaksanaan program kerja)

Masyarakat sudah bisa menentukan bahwa program inilah yang akan menjadi prioritas utama. Program ini akan dilaksanakan oleh orang-orang yang sudah berkomitmen untuk melangkah bersama mewujudkan mimpi mereka yang dirumuskan dalam tabel program kerja. Tanpa kerja sama, maka program kerja yang komunitas putuskan tidak akan mampu berjalan.

5. Refleksi

Pendekatan berbasis aset juga membutuhkan studi data dasar (baseline), monitoring perkembangan dan kinerja outcome. Tetapi bila suatu program perubahan menggunakan pendekatan berbasis aset, maka yang dicari bukanlah bagaimana setengah gelas yang kosong akan diisi, tetapi bagaimana setengah gelas yang penuh dimobilisasi. Secara produktif aset mereka mendekati tujuan bersama.

HASIL DAN PEMBAHASAN

KEBAME merupakan Kemplang Bawang merah yaitu makanan ringan yang terbuat dari tepung beras, bawang merah, daun bawang dan bahan rempah lainnya. Makanan ini memiliki khas dari segi rasa yang gurih, renyah dan bentuknya lempeng tipis. Camilan ini biasanya dibuat pada saat hari raya atau hari-hari tertentu, kali ini mahasiswa KKN 34 unugiri akan membuat produk ini agar dapat dikonsumsi setiap hari dengan mudah dan praktis.

a. Tempat dan Waktu Pelaksanaan

Mahasiswa KKN membuat KEBAME di basecamp

b. Sasaran Kegiatan

Pemasaran online dan Offline kepada masyarakat Luas

c. Hambatan Pelaksanaan

Dalam proses pembuatan KEBAME secara keseluruhan berjalan dengan baik, Namun terdapat satu hambatan yang memperlambat proses pembuatan yaitu cetakan KEBAME, belum adanya cetakan KEBAME yang memungkinkan untuk mempercepat proses pencetakan kebame dan membuat ukuran kebame antara yang satu dengan yang lain sama persis.

d. Alternative/Solusi

Seluruh anggota KKN 34 Unugiri bersama-sama dalam pelaksanaan pembuatan KEBAME untuk mempercepat proses pembuatan dan menciptakan alat cetak kebame sesederhana mungkin untuk membuat ukuran kebame sama antara satu dengan yang lain. Dengan memberikan cara, bagaimana mengolah bawang merah menjadi camilan yang unik dan menarik serta belum pernah

ada di desa Rejoso Kab Nganjuk, diharapkan mampu memberikan motivasi kepada petani bawang merah agar membuat nilai bawang merah menjadi lebih tinggi serta dapat membantu pemberdayaan UMKM di desa Rejoso.

e. Narasi Kegiatan

Latar Belakang pembuatan KEBAME yaitu karena banyak nya bawang merah dan daun bawang merah yang tidak digunakan sehingga di manfaatkan untuk menjadi makanan ringan yang berciri khas dengan rasa bawang merah dengan topping daun bawang. KEBAME ini merupakan olahan kreasi camilan yang diciptakan oleh KKN 34 Unugiri dalam pemanfaatan komoditas Utama Masyarakat Rejoso yaitu Bawang merah. Karena kebanyakan bawang merah milik Masyarakat yang berukuran kecil sudah tidak laku terjual sering terbuang percuma karena busuk, akhirnya kami membuat alternatif yang menguntungkan bagi masyarakat yaitu dengan menciptakan olahan Kebame (kemplang bawang Merah) yang terbuat dari olahan tepung beras dengan campuran bawang merah.

Melihat kondisi di masyarakat desa rejoso belum mengenal makanan ringan ini maka mahasiswa KKN berinisiatif untuk melakukan sosialisasi pembuatan KEBAME. Kegiatan Sosialisasi ini dilakukan pada hari Rabu, 22 November 2022 yang bertempat di rumah ibu Marti. Sosialisasi yang diadakan oleh teman-teman mahasiswa KKN adalah memberikan pengarahan mengenai proses pembuatan KEBAME (Kemplang Bawang Merah). Dengan adanya olahan ini diharapkan masyarakat mampu memanfaatkan semaksimal mungkin bawang merah yang tidak terjual dan diharapkan juga mampu meningkatkan ekonomi mereka dengan adanya produk kebame ini.

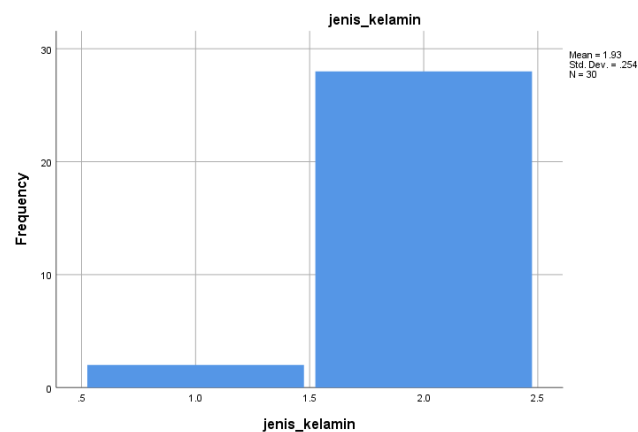
Tujuan dari Pembuatan kebame ini untuk memberikan nilai tambah dan meningkatkan /memperpanjang produksi bawang merah. Pada dasarnya bawang merah banyak peminatnya karena di konsumsi hampir setiap hari sebagai bahan masakan. Para warga yang hadir sangat berantusias dengan kegiatan ini mulai dari awal sampai akhir dan bisa dipraktikkan secara langsung oleh warga. Dan produksi kebame dilanjutkan oleh masyarakat sekitar.

Tabel 3.2 Statistika Deskriptif 1

DESCRIPTIVE STATISTIC				
	N Statistic	Range Statistic	Minimum Statistic	Maksimum Statistic
Jenis kelamin	30	1	1	2
pekerjaan	30	4	1	5
Q1	30	2	1	3
Q2	30	2	1	3
Q3	30	2	1	3
Q4	30	2	1	3
Q5	30	2	1	3

Q6	30	2	1	3
Q7	30	2	1	3
Q8	30	2	1	3
Q9	30	2	1	3
Q10	30	2	1	3
Q11	30	2	1	3
Q12	30	2	1	3
Q13	30	2	1	3
Q14	30	2	1	3
Q15	30	2	1	3

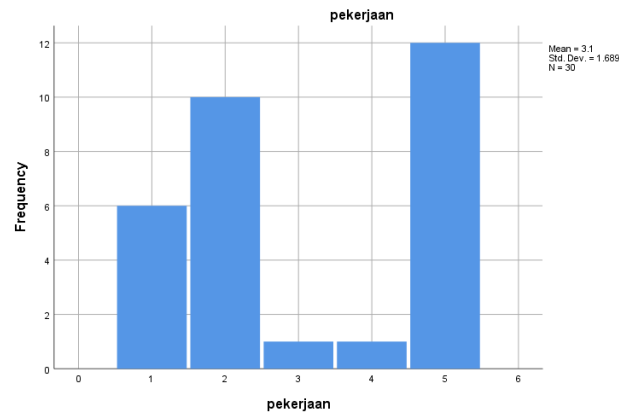
Sum Statistic	Statistic	std.error	std.deviation statistic	variance statistic
58	1.93	0.046	0.254	0.046
93	3.10	0.308	1.689	2.852
62	2.07	0.185	1.015	1.03
58	1.93	0.185	1.015	1.03
81	2.70	0.128	0.702	0.493
66	2.20	0.182	0.997	0.993
61	2.03	0.182	0.999	0.999
64	2.13	0.184	1.008	1.016
73	2.43	0.164	0.898	0.806
72	2.40	0.170	0.932	0.869
73	2.43	0.164	0.898	0.806
50	1.67	0.175	0.959	0.92
60	2.00	0.186	1.017	1.034
78	2.60	0.149	0.814	0.662
80	2.67	0.138	0.758	0.575
78	2.60	0.149	0.814	0.662
71	2.37	0.169	0.928	0.861



jenis_kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	LAKI_LAKI	2	6.7	6.7	6.7
	PEREMPUAN	28	93.3	93.3	100.0
Total		30	100.0	100.0	

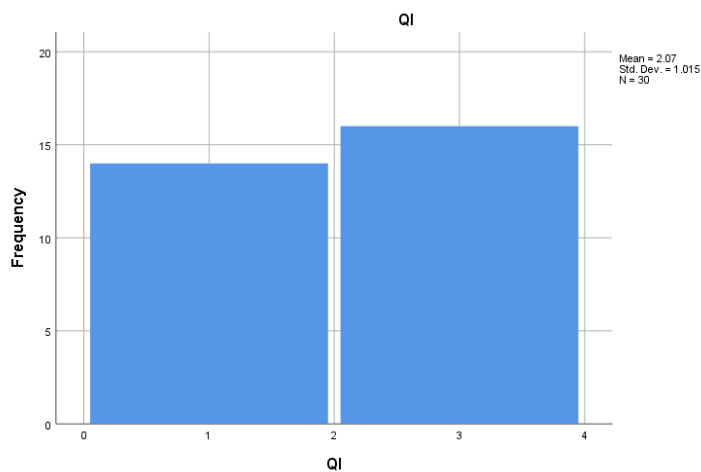
Dari gambar diatas, variable jenis kelamin bisa dilihat bahwa responden laki laki sebanyak 6.7 % dan responden perempuan sebanyak 93.3 % jadi dapat disimpulkan bahwa responden terbanyak didapatkan di responden perempuan.



pekerjaan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	petani	6	20.0	20.0	20.0
	wiraswasta	10	33.3	33.3	53.3
	bidan	1	3.3	3.3	56.7
	guru	1	3.3	3.3	60.0
	ibu rumah tangga	12	40.0	40.0	100.0
Total		30	100.0	100.0	

Dari gambar diatas, variable pekerjaan antara lain petani sebanyak 20 %, wiraswasta sebanyak 33.3 %, bidan 3.3 %, guru sebanyak 3.3 %, dan ibu rumah tangga sebanya 40 % jadi bisa disimpulkan bahwa pekerjaan terbanyak terdapat di ibu rumah tangga.

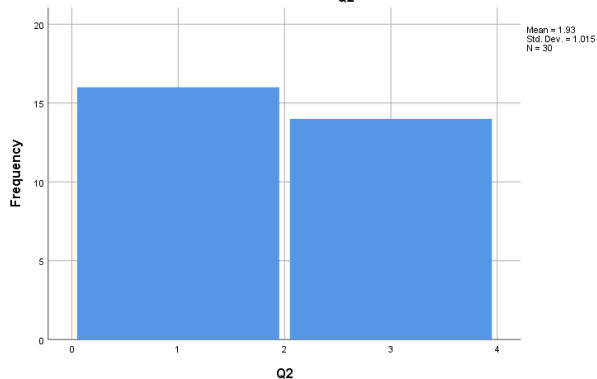


Q1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	14	46.7	46.7	46.7
	3	16	53.3	53.3	100.0
Total		30	100.0	100.0	

Dari gambar Q1 untuk kode 1 yaitu responden suka, untuk kode 2 yaitu tidak suka dan kode 3 untuk responden suka responden suka sebanyak 46.7 % dan untuk responden sangat suka 53%

Q2

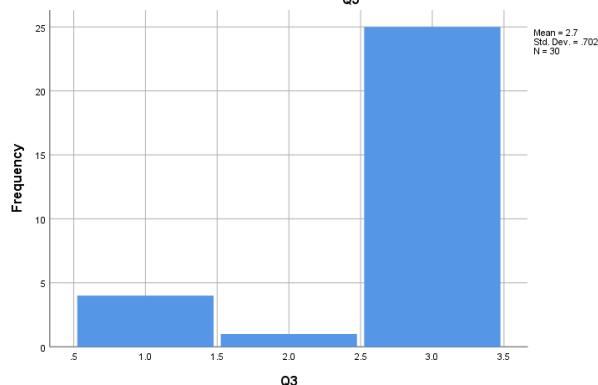


Q2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	16	53.3	53.3	53.3
	3	14	46.7	46.7	100.0
Total		30	100.0	100.0	

Dari gambar Q2 untuk kode 1 yaitu responden suka, untuk kode 2 yaitu tidak suka dan kode 3 untuk responden sangat suka, untuk responden suka sebanyak 53.3% dan untuk responden sangat suka 46.7%,

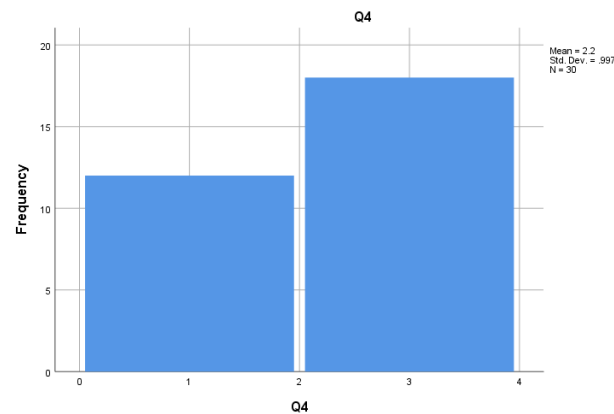
Q3



Q3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	4	13.3	13.3	13.3
	2	1	3.3	3.3	16.7
	3	25	83.3	83.3	100.0
Total		30	100.0	100.0	

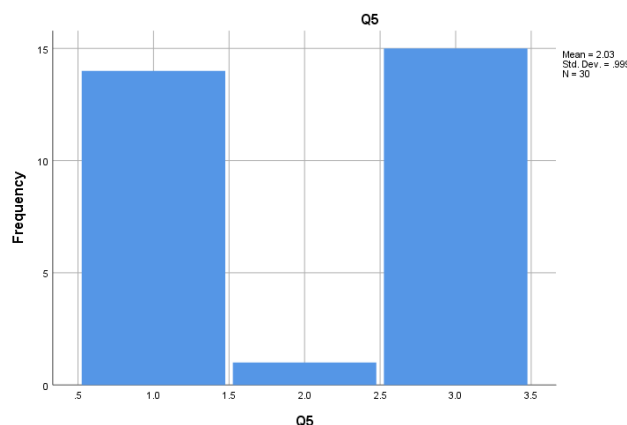
Dari gambar Q3 untuk kode 1 yaitu responden suka, untuk kode 2 yaitu tidak suka dan kode 3 untuk responden sangat suka, untuk kuesioner ini responden suka sebanyak 13.3 %, tidak suka sebanyak 3.3% dan untuk responden sangat suka 83.3 %.



Q4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	12	40.0	40.0	40.0
	3	18	60.0	60.0	100.0
Total		30	100.0	100.0	

Dari gambar Q4 untuk kode 1 yaitu responden suka, untuk kode 2 yaitu tidak suka dan kode 3 untuk responden sangat suka, untuk responden suka sebanyak 40 % dan untuk responden sangat suka 60 %,

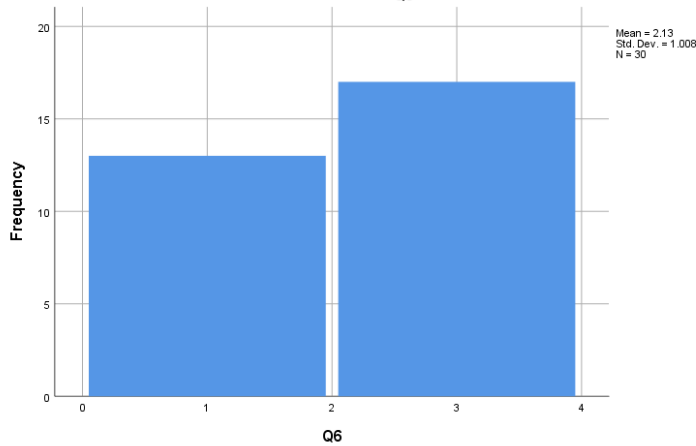


Q5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	14	46.7	46.7	46.7
	2	1	3.3	3.3	50.0
	3	15	50.0	50.0	100.0
Total		30	100.0	100.0	

Dari gambar Q5 untuk kode 1 yaitu responden suka, untuk kode 2 yaitu tidak suka dan kode 3 untuk responden sangat suka, untuk responden suka sebanyak 46.7 %, tidak suka sebanyak 3.3 % dan untuk responden sangat suka 50 %,

Q6

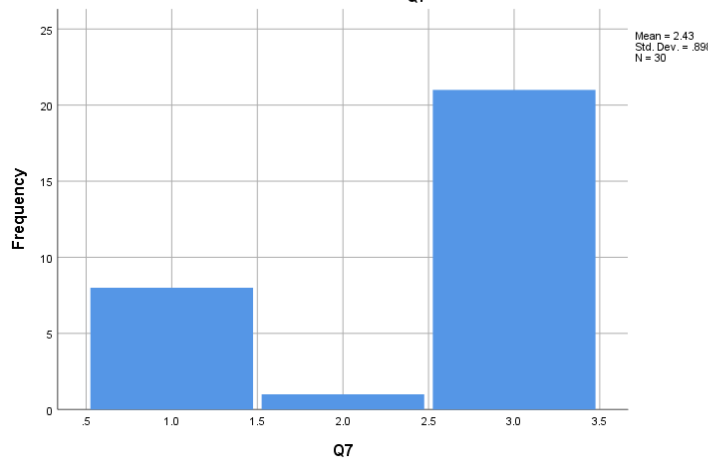


Q6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	13	43.3	43.3	43.3
	3	17	56.7	56.7	100.0
Total		30	100.0	100.0	

Dari gambar Q6 untuk kode 1 yaitu responden suka, untuk kode 2 yaitu tidak suka dan kode 3 untuk responden sangat suka, untuk responden suka sebanyak 43.3 % dan untuk responden sangat suka 56.7 %,

Q7

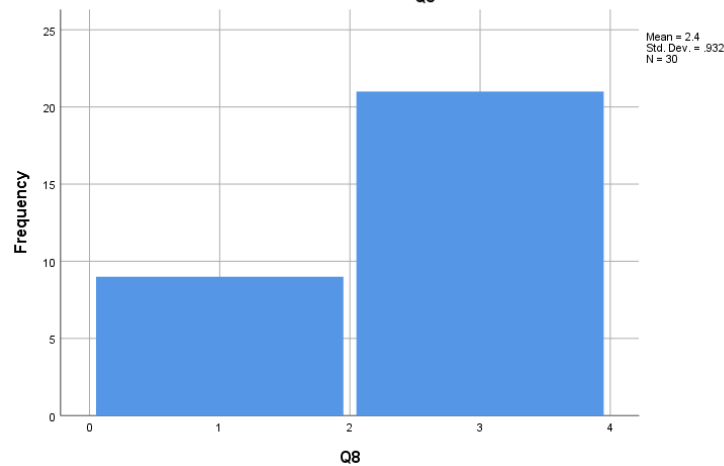


Q7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	8	26.7	26.7	26.7
	2	1	3.3	3.3	30.0
	3	21	70.0	70.0	100.0
Total		30	100.0	100.0	

Dari gambar Q7 untuk kode 1 yaitu responden suka, untuk kode 2 yaitu tidak suka dan kode 3 untuk responden sangat suka, untuk responden suka sebanyak 26.7 %, tidak suka sebanyak 3.3 % dan untuk responden sangat suka 70 %,

Q8

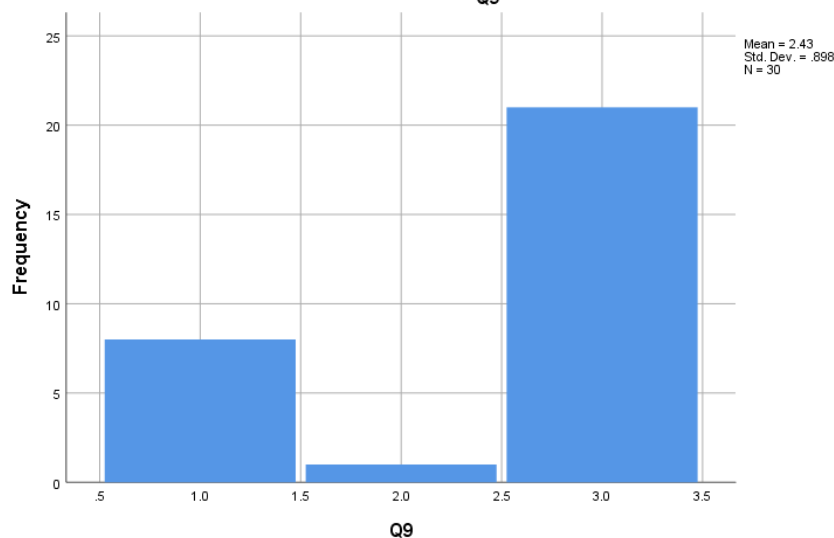


Q8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	9	30.0	30.0	30.0
	3	21	70.0	70.0	100.0
Total		30	100.0	100.0	

Dari gambar Q8 untuk kode 1 yaitu responden suka, untuk kode 2 yaitu tidak suka dan kode 3 untuk responden sangat suka, untuk responden suka sebanyak 30 % dan untuk responden sangat suka 70 %,

Q9

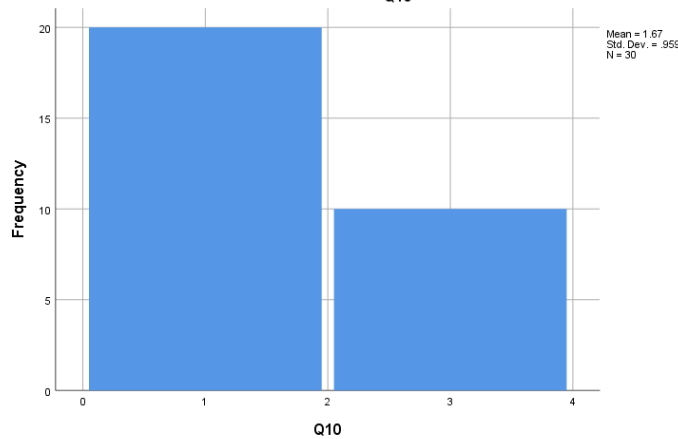


Q9

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	8	26.7	26.7	26.7
	2	1	3.3	3.3	30.0
	3	21	70.0	70.0	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

Dari gambar Q9 untuk kode 1 yaitu responden suka, untuk kode 2 yaitu tidak suka dan kode 3 untuk responden sangat suka, untuk responden suka sebanyak 26.7 %, tidak suka sebanyak 3.3 % dan untuk responden sangat suka 70 %,

Q10

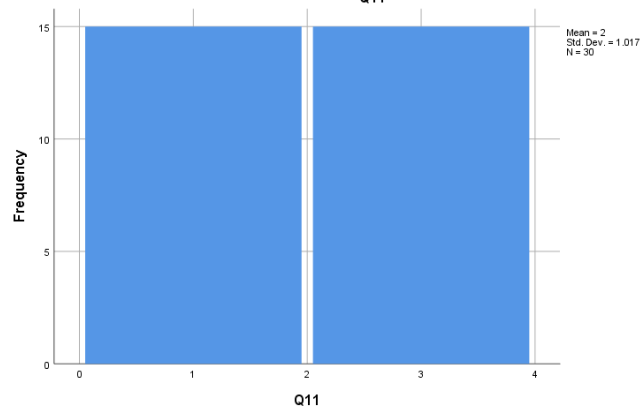


Q10

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	20	66.7	66.7	66.7
	3	10	33.3	33.3	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

Dari gambar Q10 untuk kode 1 yaitu responden suka, untuk kode 2 yaitu tidak suka dan kode 3 untuk responden sangat suka, untuk ini responden suka sebanyak 66.7% dan untuk responden sangat suka 33.3 %,

Q11

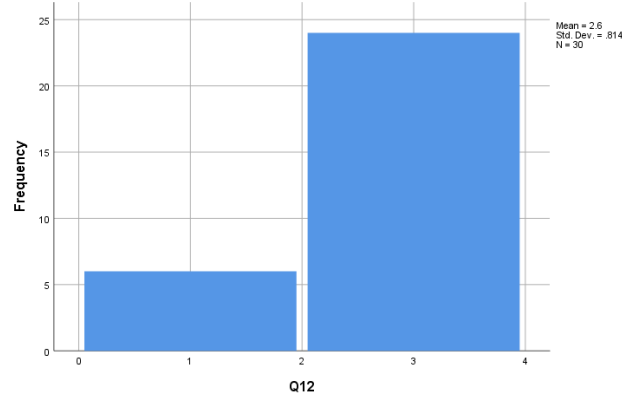


Q11

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	15	50.0	50.0	50.0
	3	15	50.0	50.0	100.0
Total		30	100.0	100.0	

Dari untuk kode 1 yaitu responden suka, untuk kode 2 yaitu tidak suka dan kode 3 untuk responden sangat suka, untuk responden suka sebanyak 50 % dan untuk responden sangat suka 50%.

Q12

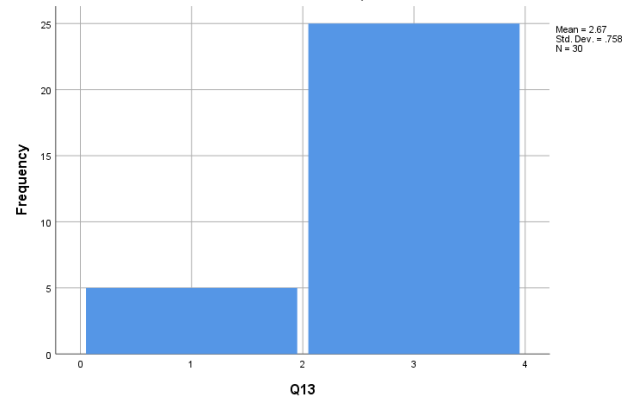


Q12

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	6	20.0	20.0	20.0
	3	24	80.0	80.0	100.0
Total		30	100.0	100.0	

Dari untuk kode 1 yaitu responden suka, untuk kode 2 yaitu tidak suka dan kode 3 untuk responden suka 20 %, untuk responden sangat suka sebanyak 80 % ,

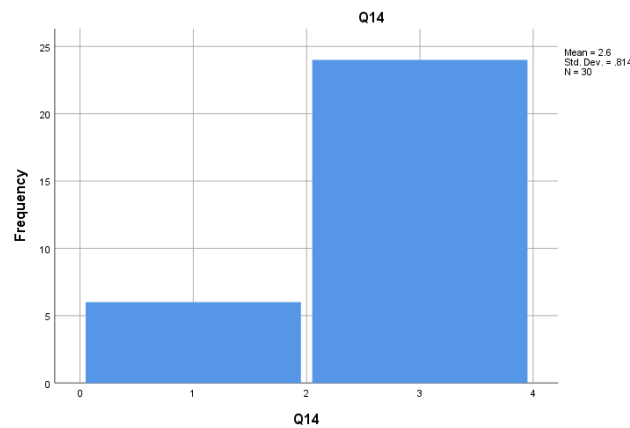
Q13



Q13

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	5	16.7	16.7	16.7
	3	25	83.3	83.3	100.0
Total		30	100.0	100.0	

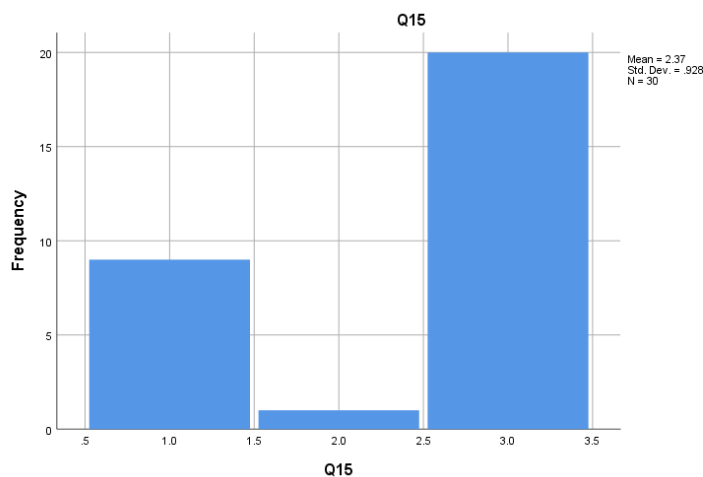
Dari untuk kode 1 yaitu responden suka, untuk kode 2 yaitu tidak suka dan kode 3 untuk responden suka 16.7%, untuk responden sangat suka sebanyak 83.3 % ,



Q14

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	6	20.0	20.0	20.0
	3	24	80.0	80.0	100.0
Total		30	100.0	100.0	

Dari untuk kode 1 yaitu responden suka, untuk kode 2 yaitu tidak suka dan kode 3 untuk responden suka 20 %, untuk responden sangat suka sebanyak 80 %,



Q15

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	9	30.0	30.0	30.0
	2	1	3.3	3.3	33.3
	3	20	66.7	66.7	100.0
Total		30	100.0	100.0	

Dari untuk kode 1 yaitu responden suka, untuk kode 2 yaitu tidak suka dan kode 3 untuk responden suka 30 %, tidak suka 3.3 %, untuk responden sangat suka sebanyak 66.7

Dengan tujuan untuk mengetahui kepuasan masyarakat akan produk **KEBAME** dengan menyebarkan kuesioner 5 dimensi berupa *reability*, *responsiveness*, *assurance*, *emphaty*, dan *tangible* sebanyak 30 responden, kuesioner disebarkan berdasarkan jenis kelamin dan pekerjaan,

jenis kelamin laki-laki sebanyak 6.7 % dan perempuan sebanyak 93.3% dan dapat disimpulkan bahwa masyarakat banyu urip desa rejoso sangat suka dengan produk **KEBAME**.

Paparan temuan tersebut sesuai dengan penelitian terdahulu (Auliq, 2016; Badriyah et al., 2020; Dwi Riastuti et al., 2021; Hiding Cahyono, 2017; Kusumayadi et al., 2022; Rahayu Ismantarti, Nur Widiastuti, 2022; Wardani et al., 2022) yang menyimpulkan bahwa pemanfaat produk unggulan dengan berupa bawang merah menjadi produk olahan dapat meningkatkan ekonomi kreatif masyarakat.

SIMPULAN

Kebame adalah salah satu jenis produk makanan yang terbuat dari bawang merah . Melihat kondisi di masyarakat desa rejoso belum mengenal makanan ringan ini maka dari itu mahasiswa KKN berinisiatif untuk melakukan sosialisasi pembuatan KEBAME (Kemplang Bawang Merah).

Sosialisasi di lakukan pada hari Rabu, 22 November 2022 yang bertempat di rumah ibu Marti. Sosialisasi yang diadakan oleh teman-teman mahasiswa KKN adalah memberikan pengarahan mengenai proses pembuatan KEBAME (Kemplang Bawang Merah).

Para warga yang hadir sangat berantusias dengan kegiatan ini mulai dari awal sampai akhir dan bisa dipraktikkan secara langsung oleh warga. Dan produksi kebame dilanjutkan oleh masyarakat sekitar. Kami pun melakukan survey cita rasa KEBAME dengan masyarakat mereka memberikan komentar yang positif terhadap produk ini.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih disampaikan kepada semua pihak yang telah membantu dan terlibat dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini. Khususnya kepada Universitas Nahdlatul Ulama Sunan Giri yang telah memberikan bantuan dana dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini. Terimakasih juga diucapkan untuk pihak Desa Rejoso, Kecamatan Rejoso, Kabupaten Nganjuk yang telah memberikan kesempatan untuk melaksanakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Auliq, M. A. (2016). Pemanfaatan Teknologi Pengolahan Bawang Merah Goreng dan Pelatihan Tentang Bawang Merah di Desa Watuwungkuk Kab. Probolinggo. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Ipteks*, 2(2), 65–74.
- Badriyah, N., Agustina, N., & Elvierayani, R. R. (2020). Pelatihan Pembuatan Minuman Herbal Bawang Merah Dayak sebagai Produk Unggulan Lokal di Desa Mojoasem Kecamatan Laren Kabupaten Lamongan. *Community Engagement and Emergence Journal (CEEJ)*, 2(1), 64–68. <https://doi.org/10.37385/ceej.v2i1.133>
- Dwi Riastuti, R., Nopiyanti, N., Yulfi, Y., & Febrianti, Y. (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(02), 64–70. <https://doi.org/10.46772/jamu.v1i02.353>
- Hiding Cahyono, dkk. (2017). Pelatihan Pembuatan Rangka Mesin Pemotong dan Pengupas Bawang Merah untuk Petani Desa Banaran Wetan, Bagor, Nganjuk. *J-Indeks*, 6, 34–44.
- Kusumayadi, F., Aprianti, K., Yusuf, M., Muhajirin, & Ismunandar. (2022). Pelatihan Diversifikasi Olahan Bawang Merah Menjadi Bawang Goreng Varian Rasa Untuk Meningkatkan Produktivitas Ibu Rumah Tangga Di Desa Donggobolo Kabupaten Bima. *Prima: Portal Riset Dan Inovasi Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 45–52. <https://doi.org/10.55047/prima.v1i2.182>
- Lestary, R. A., Hadi, K., Romadhan, A. A., Pemerintahan, S. I., Ilmu, F., Politik, I., & Malang, M. (2022). Implementasi Program Desa Berdaya Melalui Economic Branding Pada Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Desa Kabupaten Lamongan Covid-19 melalui Padat Karya Tunai Desa menjadi tanggung jawab pemerintah Pembangunan pedesaan yang terlambat juga dialami oleh beber. *Jurnal Ilmu Administrasi Negara ASIAN (Asosiasi Ilmuwan Administrasi Negara)*, 10(2), 340–352.
- Rahayu Ismantarti, Nur Widiastuti, A. T. (2022). Evaluasi Pelaksanaan Pendidikan dan Pelatihan (Diklat) Agribisnis Bawang Merah. *JURNAL STIE SEMARANG*, 14(1), 190–209.
- Sutrisno, Eko Arief Cahyono, Y. P. I. (2022). Pemberdayaan Guru Honorer Melalui Launching Sobot Pintar Akademia (SOPIA) dan Aplikasi Media Pembelajaran Sebagai Upaya Peningkatan Ekonomi di Masa Pandemi Covid-19. *Mafaza: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 136–146.
- Sutrisno. *Wawancara Perangkat Desa Rejoso*. , (2022).
- Wardani, V. A., Pradana, S. A., Ronaldo, V., Saputra, J., & Gitta, A. (2022). *Pengoptimalan Potensi Desa Gondosuli Melalui Pelatihan Pengolahan Bawang Merah Goreng Bagi Anggota Program Nasional Pemberdayaan Masyarakat*. 2(1), 109–119.