

Pelatihan Inovasi Produk Snack Stik Bawang di Desa Kedungwangi

Training on Product Innovation of Onion Stick in Kedungwangi Village

¹Halimatus Sa`diyah, ²Uyun Auliya Tazkiyah

¹Fakultas Psikologi, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim, Malang

²Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Pendidikan, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim, Malang

Korespondensi: H. Sa`diyah, dzahhatsa@pba.uin-malang.ac.id

Naskah Diterima: 16 Juni 2022. Disetujui: 26 Juli 2022. Disetujui Publikasi: 9 Nopember 2022

Abstract. Kedungwangi Village is a village in Lamongan Regency that has small and home business potential with snack products. The condition is supported by the presence of HR (housewives) who are not ashamed to work in the sector. Small and home businesses are important to be developed and adjusted towards market needs to provide economic improvement and resilience for the community. An effort to achieve this can be done through training. Training can increase economic knowledge and improvement. This has also encouraged snack innovation training for housewives in Kedungwangi Village. The training was conducted at TPQ Roudlotus Shibyan through lectures, discussion, and practice methods. It is hoped that the use of this method will be able to add insight and skills of the Kedungwangi villagers in innovating the snacks (onion sticks) produced. The results of this training show that public knowledge has increased by 75% from before attending the training. This data was obtained from the comparison of the pre-test and trainees' post-test values. In addition, after participating in training, people can make crispy snacks (onion) with varied flavors, make interesting packaging for snack products (onion sticks) and create Instagram accounts for marketing snacks (onion sticks) online.

Keywords: *Production, packaging, marketing, onion sticks.*

Abstrak. Desa Kedungwangi adalah desa di Kabupaten Lamongan yang memiliki potensi usaha kecil dan rumahan dengan produk *snack*. Kondisi itu didukung dengan adanya SDM (ibu-ibu) yang tidak malu untuk bekerja di sector tersebut. Usaha kecil dan rumahan penting untuk dikembangkan dan disesuaikan dengan kebutuhan pasar agar dapat memberikan peningkatan dan ketahanan ekonomi bagi masyarakat. Salah satu upaya untuk mencapainya dapat dilakukan melalui pelatihan. Dengan pelatihan, dapat menambah pengetahuan dan perbaikan ekonomi. Hal itu pula yang mendorong dilakukannya pelatihan inovasi *snack* (stik bawang) bagi ibu-ibu rumah tangga di Desa Kedungwangi. Pelatihan dilakukan di TPQ Roudlotus Shibyan melalui metode ceramah, diskusi dan praktik. Diharapkan dengan penggunaan metode ini mampu menambah wawasan dan keterampilan ibu-ibu warga Desa Kedungwangi dalam berinovasi terhadap *snack* (stik bawang) yang diproduksi. Hasil dari pelatihan ini menunjukkan bahwa pengetahuan masyarakat mengalami peningkatan sebesar 75% dari sebelum mengikuti pelatihan. Data ini diperoleh dari perbandingan nilai *pre-test* dan *pos-test* peserta pelatihan. Selain itu, pasca mengikuti pelatihan, masyarakat memiliki kemampuan membuat *snack* (stik bawang) renyah, rasa yang variatif, membuat kemasan yang menarik untuk produk *snack* (stik bawang) dan membuat akun *instagram* untuk pemasaran *snack* (stik bawang) secara *online*.

Kata kunci: *Produksi, pengemasan, pemasaran, stik bawang.*

Pendahuluan

Desa Kedungwangi adalah sebuah desa yang terletak di Kecamatan Sambeng, Kabupaten Lamongan, Jawa Timur (Lestari, 2021). Di bawah visi Kecamatan Sambeng, yaitu “terwujudnya Lamongan yang lebih sejahtera dan berdaya saing”, maka masyarakat desa diharapkan untuk menjadi masyarakat yang mandiri, maju dan sejahtera. Selain itu, daerah ini memiliki potensi unggulan, salah satunya adalah sector perdagangan, baik perorangan maupun rumah tangga. Masyarakat Desa Kedungwangi memiliki usaha kecil yang dikelola sebagai penopang ekonomi keluarga (Azizah, 2014). Hal tersebut menjadi peluang bagi masyarakat Desa Kedungwangi untuk terus melakukan peningkatan daya saing produksi produk dan pengembangan usaha terutama bagi ibu-ibu rumahtangga agar dapat menjadi masyarakat yang lebih sejahtera dan mandiri.

Pelatihan adalah upaya pemberdayaan masyarakat melalui proses pembelajaran teori dan praktik dengan waktu yang relative efisien (Aliyah, 2022). Pelatihan inovasi *snack* stik bawang bagi ibu-ibu rumahtangga di Desa Kedungwangi dilaksanakan sebagai langkah untuk memberikan manfaat bagi peserta pelatihan, yaitu peningkatan pengetahuan, keterampilan dan pengalaman. Stik bawang merupakan salah satu jenis *snack* (makanan ringan) yang gurih, dan garing (Fernanda dkk., 2017). Bagi masyarakat Desa Kedungwangi, *snack* stik bawang sudah tidak asing lagi. Hanya saja, hasil penjualan tidak sesuai dengan harapan dan untuk menjadikan *snack* stik bawang sebagai oleh-oleh khas Desa Kedungwangi juga belum terwujud. Oleh karena itu, harapan dari pelatihan ini agar dapat memberikan sumbangsih pada daya saing dan kekuatan ekonomi masyarakat, terutama bagi ibu-ibu rumah tangga di Desa Kedungwangi.

Tujuan dari pelatihan ini bagi ibu-ibu rumahtangga di Desa Kedungwangi adalah untuk menguatkan ranah ekonomi keluarga agar menjadi keluarga yang mandiri dan sejahtera. Selain itu, pelatihan diberikan sebagai bekal untuk menjadi masyarakat yang lebih memiliki pengetahuan, pengalaman dan keterampilan serta mampu memanfaatkan bekal tersebut dalam mempertahankan dan meningkatkan produk-produk yang dihasilkan. *Snack* stik bawang merupakan produk usaha kecil rumahan Desa Kedungwangi yang memiliki potensi untuk dikenalkan ke khalayak yang lebih luas, sehingga dapat menjadi salah satu sumber penghasilan tambahan bagi keluarga.

Sumber daya manusia adalah asset utama dalam sebuah pengembangan (Fatma, 2011). Untuk menjadi asset yang berkualitas, maka potensi yang dimiliki manusia harus ditingkatkan, dikembangkan dan digali agar dapat mencapai stabilitas kehidupan yang layak. Selain itu, dengan sumber daya manusia yang berkualitas dapat menumbuhkan jiwa wirausaha dan menghadirkan peluang lapangan pekerjaan yang baru (Mahendradatta dkk., 2018). Selanjutnya, ibu rumah tangga adalah salah satu bagian penting dalam keluarga (Ramadhani, 2016). Perputaran ekonomi dalam keluarga juga berada pada kecerdasan seorang ibu melakukan tata kelola didalamnya. Keterampilan dan pengetahuan yang dimiliki seorang ibu untuk membantu perekonomian keluarga dapat disalurkan pada usaha rumahan. Usaha kecil rumahan seperti makanan ringan (*snack*) yang cenderung mudah untuk dibuat dan dapat dikerjakan di rumah menjadi usaha menjajikan untuk membantu perekonomian keluarga.

Potensi yang ada di masyarakat penting untuk dikembangkan melalui optimalisasi pemberdayaan (Darwis & Rusastra, 2016). Upaya tersebut dapat dilakukan melalui kegiatan pelatihan kepada masyarakat yang dapat berdampak

positif pada peningkatan pengetahuan, keterampilan dan sikap. Oleh karena itu, pelatihan pada pengabdian ini bertujuan untuk memberdayakan potensi ibu-ibu rumah tangga di Desa Kedungwangi dalam memproduksi stik bawang yang lebih variatif dan diberikan pengetahuan, keterampilan dan pengalaman untuk membuat label pada produk serta pemasaran stik bawang yang dibuat. Dari pelatihan ini juga diharapkan, masyarakat dapat beradaptasi dengan perkembangan dunia perdagangan dan bisnis sekarang yang sudah sarat dengan teknologi.

Metode Pelaksanaan

Tempat dan Waktu. Pelatihan inovasi produk *snack* stik bawang dilaksanakan di Desa Kedungwangi, Kecamatan Sambeng, Kabupaten Lamongan, tepatnya di TPQ Roudlotus Shibyan. Pelatihan ini dilaksanakan Bulan Desember 2021 sampai Bulan Januari 2022.

Khalayak Sasaran. Kegiatan pelatihan ini diikuti oleh 10 ibu-ibu (wali santri) TPQ Roudlous Shibyan Desa Kedungwangi, kepala TPQ Roudlotus Shibyan dan mahasiswa KKM DR UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.

Metode Pengabdian. Kegiatan pengabdian masyarakat ini menggunakan berbentuk pelatihan dengan metode ceramah, diskusi dan praktik pada inovasi produk *snack* stik bawang. Pengabdian ini terdiri dari tiga kegiatan, yaitu 1) penyampaian materi inovasi produk *snack* stik bawang, 2) demonstrasi saat pelatihan dari pembuatan produk, pengemasan dan pemasaran, 3) praktik secara langsung pada pembuatan produk, pengemasan dan pemasaran. Ketiga kegiatan tersebut menggunakan metode yang berbeda, yaitu 1) kegiatan penyampaian materi terkait dengan pembuatan stik bawang dengan variasi rasa, teori pengemasan produk yang menarik dan teori tentang pemasaran produk disampaikan dengan menggunakan metode ceramah dan diperdalam dengan diskusi bersama. 2) kegiatan demonstrasi dan praktik langsung pada pembuatan produk stik bawang, pengemasan dan pemasarannya dilakukan dengan metode praktik secara langsung oleh peserta pelatihan agar dapat terlihat hasil penguasaan terhadap teori atau materi yang telah disampaikan.

Indikator Keberhasilan. Pelatihan inovasi produk *snack* stik bawang di Desa Kedungwangi ini dapat dilihat tingkat keberhasilannya, yaitu dengan adanya peningkatan pengetahuan peserta pelatihan sebesar 75% terhadap materi pelatihan yang diberikan. Selain itu, keterampilan peserta juga meningkat. Hal tersebut dapat dilihat dari demonstrasi kegiatan-kegiatan praktik yang dilakukan oleh peserta saat pelatihan berlangsung. Peserta pelatihan mampu (1) membuat stik bawang dengan varian baru, yaitu original, balado dan BBQ, (2) mengemas produk stik bawang dengan kemasan yang menarik dan (3) memasarkan produk stik bawang melalui media sosial/toko *online*.

Metode Evaluasi. Metode evaluasi pada kegiatan ini adalah dengan mendapatkan jawaban serta respon dari peserta pelatihan. Respon tersebut diberikan oleh peserta pelatihan melalui *pre-test* (sebelum pelatihan) dan *post-test* (setelah pelatihan). Pertanyaan dalam tes terkait dengan pemahaman peserta pelatihan terhadap materi, peningkatan keterampilan dan keberlangsungan praktik (Kudsiah dkk., 2018; Rifa'i dkk., 2018, 2020, 2021). Metode evaluasi ini juga telah digunakan oleh Asyhari pada pelatihan Pengolahan Bubuk Kopi di Pekon Karang Rejo Kecamatan Ulubelu Kabupaten Tanggamus Provinsi Lampung (Asyhari, 2020) dan Ilmiah pada Pengenalan Pembuatan Virgin Coconut Oil Melalui Teknik Kombinasi Fermentasi dan Enzimatis Bagi Masyarakat Jabung, Lamongan (Ilmiah dkk., 2021).

Hasil dan pembahasan

A. Persiapan

Pada tahap ini, dilakukan survey lokasi dan dialog kepada kepala TPQ Roudlotus Shibyan serta ibu-ibu (wali santri) TPQ Roudlotus Shibyan. Mahasiswa KKM-DR melakukan survey lokasi ke Desa Kedungwangi. Desa Kedungwangi merupakan desa yang terletak di Kecamatan Sambeng, Kabupaten Lamongan, Jawa Timur. Penduduk Desa Kedungwangi mayoritas berpenghasilan dari produk UMKM yang dijalankan oleh masing-masing penduduknya, seperti memproduksi jamu, tahu, tempe dan juga *snack* buatan rumahan. Beberapa wali santri menyampaikan adanya kendala pada turunya minat konsumen terhadap produk UMKM di Desa Kedungwangi, karena selama pandemic covid-19, UMKM mengalami penurunan jumlah pengunjung. Ditambahkan, warga belum mengetahui cara untuk berinovasi terhadap produk yang dihasilkan agar melonjak penjualannya di pasaran. Kepala TPQ Roudlotus Shibyan merespon dengan baik apabila warga/wali santri yang memiliki UMKM diberikan penguatan terhadap potensi tersebut agar produk UMKM diminati kembali oleh konsumen. Pelatihan inovasi produk stik ini merupakan hasil observasi lapangan yang menunjukkan adanya potensi pada wali santri TPQ Roudlotus Shibyan yang membuat stik bawang. Selain itu, ibu-ibu wali santri memiliki waktu yang dapat dimanfaatkan untuk melakukan kegiatan-kegiatan yang dapat membantu kondisi ekonomi keluarganya. Wali santri TPQ Roudlotus Shibyan terutama ibu-ibu bersedia dan memberikan respon positif untuk dilatih membuat inovasi produk stik bawang. Selain itu, lokasi pelatihan juga representatif.



Gambar 1. Survey dan dialog pada warga dan ketua TPQ Roudlotus Shibyan

B. Ceramah

Sebelum melakukan praktik, 10 peserta pelatihan diberikan pengetahuan yang jelas terkait dengan materi inovasi stik bawang. Ceramah dilaksanakan di TPQ Roudlotus Shibyan. Materi disampaikan melalui *power point* dan para peserta diberi modul pelatihan. Materi tersebut berisi tentang seputar stik bawang dan olahannya, cara mengemas produk yang menarik dan model pemasaran kekinian.



Gambar 2. Lokasi Kegiatan

C. Kegiatan Pelatihan

Stik adalah kata serapan dari Bahasa Inggris yaitu kata *stick* yang berarti tongkat atau sesuatu yang berbentuk seperti batang (Muna & Agustina, 2017) dan merupakan produk olahan yang terbuat dari tepung terigu, telur, bawang dan air sehingga banyak sekali diminati oleh kalangan masyarakat. Stik bawang merupakan salah satu bentuk makanan ringan yang terbuat dari tepung terigu, bawang merah dan bawang putih serta air (Santoso dkk. 2020).

Untuk dijual pada konsumen, makanan ringan dapat dikemas melalui proses pengemasan produk. Pengemasan produk merupakan media petunjuk untuk konsumen yang didapat melalui informasi yang terdapat pada kemasannya (Widiati, 2020). Kemasan yang menarik dapat meningkatkan pemasaran suatu produk. Misalnya penjualan *snack* stik bawang yang mengalami peningkatan setelah dilakukan penerapan kemasan dengan adanya desain label produk. Desain label produk mempunyai daya tarik tersendiri sehingga menarik daya minat konsumen untuk membeli produk tersebut. Kemasan harus memprioritaskan informasi, pengenalan produk, dan juga tampilan, warna serta keindahan bahannya.

Konsumen dapat menikmati sebuah produk dari produsen apabila produk tersebut telah diperkenalkan melalui pemasaran. Menurut Hair Jr pemasaran adalah proses merencanakan dan melaksanakan konsep untuk pemberian promosi, harga dan penjualan produk, pelayanan dan juga ide yang digunakan agar tercapainya kepuasan antara produsen dan para konsumennya (Priangani, 2013). Pemasaran adalah ujung tombak dari suatu usaha, dengan adanya pemasaran yang baik maka suatu usaha tersebut akan mencapai tingkat keberhasilannya. Pemasaran bisa dilakukan melalui dua cara yaitu pemasaran *offline* dan juga pemasaran *online*. Pemasaran *offline* adalah pemasaran produk yang dilakukan secara langsung antara produsen dan konsumen untuk melakukan jual beli. Sedangkan pemasaran *online* adalah pemasaran produk yang dilakukan dengan menggunakan media sosial (Asse, 2018). Media sosial yang biasa digunakan dalam pemasaran produk secara *online* diantaranya adalah *Instagram*, *Facebook*, *Website* dan juga *Twitter*.

Pengabdian ini berupa pelatihan pembuatan *stik* bawang, pengemasan dan pemasarannya. Harapan dari pelatihan ini dapat memberikan pengetahuan bagi warga Desa Kedungwangi dalam hal modifikasi *stik* bawang original dengan menambahkan rasa yang baru pada *stik* tersebut. Selain itu, pelatihan juga diarahkan pada pengemasan *stik* bawang. Hal ini agar produk ini dapat menarik

para konsumen untuk membelinya. Sehubungan dengan penurunan omzet, maka pelatihan juga terkait dengan model pemasaran *stik* bawang, yaitu dengan diperkenalkan model pemasaran *online*, meskipun pemasaran *offline* tetap dapat dilakukan seperti yang telah diterapkan.

Pelatihan pembuatan, pengemasan dan pemasaran *stik* bawang ini dilatarbelakangi adanya potensi yang telah ada di masyarakat Desa Kedungwangi. Sehingga, kegiatan ini merupakan sebuah upaya yang dilakukan untuk meningkatkan dan mengembangkan potensi yang telah ada di Desa Kedungwangi, terutama di bidang UMKM.

Kegiatan pembuatan *stik* bawang memerlukan bahan baku dan peralatan. Kemudian dilanjutkan dengan proses pembuatan *stik* bawang dengan berbagai varian rasa. Bahan baku untuk pembuatan *stik* bawang adalah:

- Tepung terigu (2 kg)
- Tepung kanji ($\frac{1}{2}$ kg)
- Penyedap rasa (2 bungkus)
- Margarin (5 sendok makan)
- Telur (2 butir)
- Air (1000 ml)
- Bawang merah (5 siung)
- bawang putih (7 siung)
- Garam (secukupnya)
- Daun bawang (1 ikat)
- Minyak goreng (1 liter)
- Perasa balado dan BBQ

Sedangkan peralatan yang disiapkan:

- Alat penggiling pasta atau mie
- Alat penggorengan (wajan, kompor, spatula)
- Tempat hasil penggorengan *stik* bawang (kresek plastik)
- Tempat hasil pemotongan adonan *stik* bawang (plastik panjang)

Berikut tahapan membuat *stik* bawang:

- Lelehkan margarin dengan menggunakan panci yang diletakkan diatas kompor.
- Haluskan juga bawang merah dan bawang putih
- Kemudian kocok telurnya
- Campurkan tepung kanji, tepung terigu, penyedap rasa, garam, daun bawang, seledri, margarin, telur yang sudah dikocok serta air.
- Kemudian setelah selesai adonan diuleni dan tercampur, maka langkah selanjutnya adalah menggiling adonan dengan penggiling mie atau pasta.
- Selanjutnya jika sudah dipotong panjang menggunakan penggiling mie atau pasta tersebut, kemudian taburi adonan yang sudah dipotong dengan tepung kanji supaya tidak lengket antar satu sama lain.
- Jika sudah langsung goreng adonan yang sudah di potong panjang tersebut, kemudian tiriskan
- Lalu dinginkan *stik* bawang terlebih dahulu sebelum memasukkanya ke dalam kemasan.

Kegiatan yang lain dari pelatihan ini adalah pengemasan. Pengemasan produk *stik* bawang ini memerlukan bahan baku dan peralatan. Bahan baku pada kegiatan ini adalah plastik standing pouch dan stiker label produk. Sedangkan peralatan yang dipergunakan adalah laptop, printer, dan gunting. Untuk membuat kemasan produk yang menarik maka dilakukan langkah-langkah berikut:

- Pertama gunting stiker label produk sesuai template

Kemudian ambil plastik standing pouch, lalu tempelkan stiker label produk di



Gambar 3. Pembuatan stik bawang

luar plastik standing pouch tersebut.

- Kemudian ambil snack stik bawang lalu masukkan ke dalam toples jika ingin memberikan varian rasa balado dan BBQ.
- Selanjutnya jika ingin memberikan varian rasa balado maka masukkan snack stik bawang kedalam toples lalu kocok toples sampai rasa baladonya merata kedalam snack stik bawang.
- lalu masukkan satu persatu snack stik bawang kedalam plastik standing pouch yang sudah diberi label produk.
- jika sudah penuh kemasannya, kemudian tutup plastik standing pouch.
- Kemudian snack stik bawang siap untuk dipasarkan.



Gambar 4. Pengemasan produk

Pelatihan dilanjutkan dengan kegiatan pemasaran *online* yang membutuhkan bahan baku berupa aplikasi *instagram* dengan peralatan laptop dan *handphone*. Adapun tahapan pemasaran produk stik bawang secara *online* adalah sebagaimana berikut:

- pertama *download* aplikasi *instagram*
- lalu *log in* ke aplikasi *instagram* dengan membuat akun baru
- jika akun sudah jadi, kemudian buatlah desain produk untuk profil *instagram*
- kemudian berikan profil *instagram* sesuai dengan desain produk yang telah dibuat
- lalu isi bio di *instagram* semenarik mungkin
- selanjutnya foto produk *snack* stik bawang yang sudah dikemas
- buatlah desain foto produk *snack* stik bawang semenarik mungkin agar minat konsumen tinggi.

- Setelah selesai membuat desain foto produk, lalu *upload* produk snack stik bawang tersebut di unggahan akun *instagram*.
- Setelah terdapat tampilan produk di akun *instagram*, para konsumen bisa membeli *online* melalui *chat* (DM) di akun *instagram* tersebut.



Gambar 5. Pemasaran produk secara *online*



Gambar 6. Kegiatan pelatihan

D. Keberhasilan Kegiatan

Indikator dari keberhasilan dari kegiatan ini adalah adanya produk yang dihasilkan oleh peserta pelatihan. Hal tersebut menunjukkan adanya peningkatan pengetahuan dan keterampilan peserta setelah mengikuti pelatihan. Produk yang dimaksud adalah pembuatan stik bawang yang diolah dengan rasa yang bervariasi, stik bawang tersebut dikemas dengan kemasan yang menarik dan produk stik tersebut diperkenalkan dan dipasarkan secara *offline* dan *online*. Sebagai evaluasi keberhasilan pelatihan ini juga, peserta pelatihan melakukan pemasaran produk *snack* stik bawangnya yang berbagai rasa itu melalui media *instagram*.

Kesimpulan

Pengabdian masyarakat yang dilakukan di Desa Kedungwangi Lamongan ini dinilai cukup berhasil, karena para peserta mengikuti kegiatan dengan antusias dan mengalami peningkatan informasi 75% dari sebelum dilaksanakan kegiatan sampai selesai kegiatan. Peserta mendapatkan pengalaman dan berhasil membuat inovasi produk stik bawang menjadi tiga rasa yang bervariasi, mengemas produk dengan kemasan menarik dan menjual produk secara *offline* dan *online*.

Ucapan Terima Kasih

Ucapan terima kasih ditujukan kepada masyarakat Desa Kedungwangi, terutama ibu-ibu (wali santri) TPQ Roudlotus Shibyan, kepala TPQ Roudlotus

Shibyan dan mahasiswa KKM DR UIN Maulana Malik Ibrahim Malang yang turut mensukseskan program pengabdian ini.

Referensi

- Aliyah, N. (2022). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pelatihan Tata Rias Kecantikan Di Desa Manuju Kecamatan Polombangkeng Utara Kabupaten Takalar. 13.
- Asse, R. A. A. (2018). Strategi Pemasaran Online (Studi Kasus Facebook Marketing Warunk Bakso Mas Cingkrank Di Makassar). 14.
- Asyhari, A. (2020). Pengolahan Bubuk Kopi Sebagai Variasi Produk Olahan Hasil Bumi Masyarakat Di Pekon Karang Rejo Kecamatan Ulubelu Kabupaten Tanggamus Provinsi Lampung. Panrita Abdi - Jurnal Pengabdian pada Masyarakat, 4(2), 237. <https://doi.org/10.20956/pa.v4i2.7690>
- Azizah, N. (2014). Model Pengembangan Industri Kecil Konveksi Melalui Apik (Asosiasi Pengrajin Industri Konveksi) Di Desa Tritunggal Kecamatan Babat Kabupaten Lamongan Jawa Timur. 14.
- Darwis, V., & Rusastra, I. W. (2016). Optimalisasi Pemberdayaan Masyarakat Desa Melalui Sinergi Program PUAP dengan Desa Mandiri Pangan. Analisis Kebijakan Pertanian, 9(2), 125. <https://doi.org/10.21082/akp.v9n2.2011.125-142>
- Fatma, E. (2011). Penilaian Aset Sumber Daya Manusia. 13.
- Fernanda, A. S., Widanti, Y. A., & Kurniawati, L. (2017). Karakteristik Stik Vegetarian Dengan Substitusi Tepung Pisang Tanduk (*Musa paradisiaca formatypica*) Dan Tempe Sebagai Sumber Protein. 7.
- Kudsiyah, H., Rahim, S.W., Rifa'i, M.A., & Arwan. (2018). Demplot Pengembangan Budidaya Kepiting Cangkang Lunak di Desa Salemba, Kecamatan Ujung Loi, Kabupaten Bulukumba Sulawesi Selatan. Jurnal Panrita Abdi, 2(2), 151-164.
- Ilmiah, S. N., Rahma, Y. A., Fitri, I., Fitriatul, F., Alif, T., & Sari, I. M. (2021). Pengenalan Pembuatan Virgin Coconut Oil Melalui Teknik Kombinasi Fermentasi dan Enzimatis Bagi Masyarakat Jabung, Lamongan. 2(2), 10.
- Lestari, D. E. (2021). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Pendapatan Petani Padi Di Desa Kedungwangi Sambeng Lamongan. 2, 7.
- Mahendradatta, M., Zainal, Suryani, & Asfar, M. (2018). Peningkatan Pendapatan Masyarakat Maros Melalui Usaha Komersial Abon Ikan Air Tawar. Jurnal Panrita Abdi, 2(2), -142-150.
- Muna, N., & Agustina, T. (2017). Eksperimen inovasi pembuatan stik bawang substitusi tepung tulang ikan bandeng. 8, 8.
- Priangani, A. (2013). Memperkuat Manajemen Pemasaran Dalam Konteks Persaingan Global. 9.
- Ramadhani, N. (2016). Implikasi Peran Ganda Perempuan Dalam Kehidupan Keluarga Dan Lingkungan Masyarakat. Sosietas, 6(2). <https://doi.org/10.17509/sosietas.v6i2.4245>
- Rifa'i, M.A., Muzdalifah, & Kudsiyah, H. (2018). Pengembangan Usaha Produk Intelektual Kampus: Anemon Laut Ornamen. Panrita Abdi Jurnal, 2(1), 40-47.
- Rifa'i, M.A., Candra, Muzdalifah, & Kudsiyah, H. (2020). Pemberdayaan Istri Kelompok Pembudidaya Ikan Patin dengan Pengembangan Produk Fillet. Jurnal Panrita Abdi, 4(3), 369-379.
- Rifa'i, M.A., Candra, Muzdalifah, Agustina, & Kudsiyah, H., Mubarak, M.S., & Norliana. (2021). Transfer Teknologi Pembuatan Sosis Berbahan Baku Ikan Patin (*Pangasius sp*) bagi Kelompok Pembudidaya Ikan dan keluarganya. Jurnal Panrita Abdi, 5(4), 589-599.

- Santoso, B., Ronasari, H., & Parwiyanti, P. (2020). Penambahan Sayuran Bayam pada Pengolahan Stik Berbasis Tepung Mocaf dan Tepung Terigu. 7.
- Widiati, A. (2020). Peranan Kemasan (Packaging) Dalam Meningkatkan Pemasaran Produk Usaha Mikro Kecil Menengah (Umk) Di “Mas Pack” Terminal Kemasan Pontianak. *Jaakfe Untan (Jurnal Audit dan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Tanjungpura)*, 8(2).
<https://doi.org/10.26418/jaakfe.v8i2.40670>

Penulis:

Halimatus Sa`diah, Program Studi Psikologi, Fakultas Psikologi, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim, Malang. E-mail: dzahhatsa@pba.uin-malang.ac.id

Uyun Auliya Tazkiya, Program Studi Pendidikan Bahasa Arab, Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Pendidikan, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim, Malang.

Bagaimana men-sitasi artikel ini:

Sa`diah, H., & Tazkiya, U.A. (2023). Pelatihan Inovasi Produk Snack Stik Bawang di Desa Kedungwangi. *Jurnal Panrita Abdi*, 7(1), 67-76.