



Penguatan Kapasitas Usaha KWT Jalak melalui Inovasi Bawang Putih Bubuk, Legalitas Produk, dan Pemasaran Digital

Salman Faris Insani¹, Retno Widyastuti², Ariyani Wahyu Wijayanti^{3*}, Azahery Insan Kamil⁴, Ellsa Nur Fitrianingrum⁵, Dita Mufit Datun⁶

^{1,3,5}Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Veteran Bangun Nusantara

^{2,6}Prodi Teknologi Hasil Pangan, Fakultas Pertanian, Universitas Veteran Bangun Nusantara

⁴Prodi Ilmu Hukum, Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum, Universitas Veteran Bangun Nusantara

*Email Korespondensi: aryn.3d071208@gmail.com

Abstract

The Jalak Women Farmers Group has business potential based on garlic commodities, yet most of its production is still sold as fresh produce. The group also faces limitations in product processing, business management and product legality, and digital marketing. This community engagement program aimed to improve members' knowledge and skills through garlic powder innovation, strengthened business management and product legality, and digital marketing. The program involved 20 members of the Jalak Women Farmers Group in Wonogiri Regency and applied Participatory Action Research through planning, action, observation, and reflection. Activities included training, hands-on practice, technology application, and mentoring. Evaluation was conducted using pre-test and post-test assessments across three program areas. The average score increased from 2.20 to 4.08. Production scores increased from 2.41 to 4.21, business management and product legality from 2.14 to 4.03, and digital marketing from 2.03 to 4.01. The program developed garlic powder processing skills, more structured business management, progress toward product legality, and stronger digital marketing practices. The integration of these three areas supports the sustainable development of the Jalak Women Farmers Group's business.

Keywords: *garlic powder, women farmers group, product legality, digital marketing, community empowerment*

Abstrak

Kelompok Wanita Tani Jalak memiliki potensi usaha berbasis bawang putih, tetapi sebagian besar hasil produksi masih dijual dalam bentuk segar. Kelompok juga menghadapi keterbatasan dalam pengolahan produk, manajemen usaha dan legalitas, serta pemasaran digital. Kegiatan ini bertujuan meningkatkan pengetahuan dan keterampilan anggota melalui inovasi bawang putih bubuk, penguatan manajemen usaha dan legalitas produk, serta pemasaran digital. Kegiatan melibatkan 20 anggota Kelompok Wanita Tani Jalak di Kabupaten Wonogiri dengan metode *Participatory Action Research* melalui tahap perencanaan, tindakan, observasi, dan refleksi. Program dilaksanakan melalui pelatihan, praktik, penerapan teknologi, dan pendampingan. Evaluasi menggunakan pre-test dan post-test pada tiga aspek kegiatan. Hasil menunjukkan peningkatan skor rata-rata dari 2,20 menjadi 4,08. Skor produksi meningkat dari 2,41 menjadi 4,21, manajemen usaha dan legalitas dari 2,14 menjadi 4,03, serta pemasaran digital dari 2,03 menjadi 4,01. Kegiatan menghasilkan keterampilan pengolahan bawang putih bubuk, pengelolaan usaha yang lebih tertata, proses pemenuhan legalitas produk, dan penguatan

pemasaran digital. Integrasi ketiga aspek tersebut mendukung pengembangan usaha Kelompok Wanita Tani Jalak secara berkelanjutan.

Kata Kunci: bawang putih bubuk, kelompok wanita tani, legalitas produk, pemasaran digital, pemberdayaan masyarakat.

Pendahuluan

Bawang putih merupakan salah satu komoditas hortikultura yang memiliki nilai ekonomi dan peluang pengembangan melalui peningkatan nilai tambah produk. Pada tingkat kelompok tani, bawang putih umumnya dipasarkan dalam bentuk segar sehingga nilai ekonomi yang diperoleh sangat dipengaruhi oleh kondisi pasar dan fluktuasi harga. Pengolahan bawang putih menjadi produk turunan menjadi salah satu alternatif untuk meningkatkan nilai jual, memperpanjang daya simpan, dan mengurangi ketergantungan terhadap penjualan komoditas segar. Andayani et al., (2024); Nugraha et al., (2025) menunjukkan bahwa diversifikasi bawang putih menjadi produk olahan, seperti bawang putih bubuk, memiliki prospek dalam meningkatkan nilai jual dan memperkuat ketahanan ekonomi kelompok tani. Diversifikasi produk pertanian juga membuka peluang bagi kelompok masyarakat untuk mengembangkan kegiatan usaha berbasis sumber daya lokal dengan nilai ekonomi yang lebih tinggi.

Kelompok Wanita Tani (KWT) Jalak di Dusun Segawe, Kelurahan Purwosari, Kecamatan Wonogiri merupakan kelompok ekonomi produktif yang beranggotakan 20 perempuan dan aktif dalam pengelolaan komoditas bawang putih. Hasil identifikasi awal menunjukkan bahwa kegiatan ekonomi kelompok masih berfokus pada penjualan bawang putih dalam bentuk segar ke pasar. Produksi bawang putih kelompok berkisar 300 sampai 500 kg per musim panen dan sekitar 90% hasil produksi dijual dalam bentuk segar dengan harga sekitar Rp15.000 sampai Rp20.000 per kilogram. Pola penjualan tersebut menyebabkan nilai tambah yang diperoleh kelompok relatif rendah, daya simpan produk terbatas, dan pendapatan anggota bergantung pada harga bawang putih segar di pasar.

KWT Jalak belum pernah memperoleh program pengabdian kepada masyarakat yang secara khusus mendampingi pengolahan dan hilirisasi bawang putih. Selama ini, hasil panen langsung dipasarkan dalam bentuk segar dan belum diolah menjadi produk turunan yang memiliki nilai tambah. Kelompok juga belum memperoleh pendampingan secara terintegrasi dalam aspek pengolahan produk, pengelolaan usaha, legalitas produk olahan, dan pemasaran digital. Kondisi tersebut menunjukkan adanya kesenjangan antara potensi bahan baku yang dimiliki kelompok dengan kemampuan untuk mengembangkan bawang putih menjadi produk olahan yang memiliki nilai ekonomi lebih tinggi.

Berdasarkan hasil identifikasi bersama mitra, permasalahan KWT Jalak mencakup tiga aspek utama, yaitu produksi, manajemen usaha dan legalitas, serta pemasaran. Pada aspek produksi, kelompok belum memiliki pengetahuan dan keterampilan dalam mengolah bawang putih segar menjadi produk olahan. Kelompok juga belum memiliki standar proses produksi, standar kebersihan, pengendalian mutu, serta peralatan pengolahan dan pengemasan yang memadai. Kondisi tersebut menyebabkan KWT Jalak belum mampu menghasilkan produk olahan bawang putih secara konsisten dan sesuai dengan kebutuhan pasar.

Pada aspek manajemen usaha dan legalitas, kegiatan kelompok selama ini masih berorientasi pada penjualan komoditas segar sehingga pengelolaan usaha produk olahan belum terbentuk. Pencatatan keuangan, perhitungan biaya produksi, penentuan harga jual, dan perencanaan produksi belum diterapkan secara tertata untuk kegiatan pengolahan bawang putih. Karena belum memiliki produk olahan yang diproduksi dan dipasarkan secara berkelanjutan, KWT Jalak juga belum memiliki legalitas untuk produk olahan bawang putih yang akan dikembangkan.

Kondisi serupa ditemukan pada usaha pangan skala mikro, ketika keterbatasan pengelolaan usaha, proses produksi, dan legalitas menjadi kendala dalam pengembangan pasar. Legalitas produk berperan dalam meningkatkan kepercayaan konsumen dan membuka akses terhadap saluran pemasaran yang lebih luas (Agus Subandono et al., 2025; Perwira et al., 2025; Safitri et al., 2024).

Pada aspek pemasaran, aktivitas KWT Jalak masih terbatas pada penjualan bawang putih segar melalui pasar konvensional. Kelompok belum memiliki produk olahan dengan identitas dan kemasan sendiri serta belum memiliki pengalaman dalam memanfaatkan media sosial dan marketplace sebagai kanal pemasaran produk. Kondisi tersebut menyebabkan jangkauan pasar kelompok masih terbatas dan aktivitas pemasaran belum diarahkan pada pengembangan produk bernilai tambah. Pemanfaatan pemasaran digital memberikan peluang untuk memperkenalkan produk kepada konsumen yang lebih luas, membangun identitas produk, dan mengembangkan saluran penjualan di luar pasar konvensional.

Berdasarkan kondisi tersebut, penguatan usaha KWT Jalak memerlukan intervensi yang mengintegrasikan aspek produksi, manajemen usaha dan legalitas, serta pemasaran. Pada aspek produksi, bawang putih bubuk dipilih sebagai produk yang akan dikembangkan karena memiliki daya simpan lebih panjang dan memberikan peluang peningkatan nilai tambah dibandingkan penjualan bawang putih dalam bentuk segar. Diversifikasi produk juga berpotensi mengurangi ketergantungan kelompok terhadap fluktuasi harga komoditas segar. Hasil penelitian dan kegiatan pemberdayaan pada kelompok tani di lokasi lain menunjukkan bahwa inovasi pascapanen dan diversifikasi produk berkontribusi terhadap peningkatan nilai tambah, sedangkan pelatihan dan pendampingan mendukung peningkatan pengetahuan dan keterampilan anggota kelompok (Andayani et al., 2024; Nugraha et al., 2025). Temuan tersebut menjadi dasar penerapan pendekatan yang disesuaikan dengan potensi, permasalahan, dan kebutuhan KWT Jalak.

Pengembangan produk bawang putih bubuk perlu disertai dengan penguatan tata kelola usaha dan pemenuhan legalitas produk. Bagi usaha pangan rumah tangga, legalitas merupakan bagian penting dalam pengembangan pasar karena berkaitan dengan keamanan produk, kepercayaan konsumen, dan akses terhadap saluran distribusi. Studi pada usaha pangan mikro menunjukkan bahwa keterbatasan pemahaman dan akses informasi mengenai legalitas masih menjadi hambatan dalam pengembangan usaha, sedangkan ketiadaan legalitas membatasi peluang produk untuk memasuki saluran distribusi yang lebih luas (Alrasyid et al., 2024; Siswati et al., 2024). Oleh karena itu, pendampingan KWT Jalak diarahkan pada pencatatan keuangan sederhana, perhitungan biaya produksi dan harga jual, perencanaan produksi, serta fasilitasi pemenuhan legalitas produk pangan. Penguatan tersebut diperlukan agar pengembangan bawang putih bubuk tidak berhenti pada kemampuan menghasilkan produk, tetapi berkembang menjadi kegiatan usaha yang dikelola secara lebih tertata.

Aspek pemasaran juga menjadi bagian penting dalam pengembangan usaha setelah kelompok memiliki produk olahan yang siap dipasarkan. Pendampingan pemasaran diarahkan pada pengembangan identitas dan kemasan produk, pemanfaatan media sosial dan marketplace, pembuatan konten promosi, penentuan strategi harga, serta pengelolaan transaksi digital. Penguatan pemasaran tersebut diarahkan untuk memperluas pola pemasaran KWT Jalak yang semula terbatas pada penjualan bawang putih segar di pasar menuju pemasaran produk olahan dengan jangkauan konsumen yang lebih luas. Integrasi antara kemampuan produksi, pengelolaan usaha dan legalitas, serta pemasaran digital menjadi dasar bagi pengembangan usaha olahan bawang putih KWT Jalak secara berkelanjutan.

Berdasarkan permasalahan tersebut, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan meningkatkan kapasitas KWT Jalak melalui pengembangan produk bawang putih bubuk, penguatan manajemen usaha dan legalitas produk, serta pemasaran digital. Program dilaksanakan melalui pelatihan, praktik, dan pendampingan yang melibatkan anggota KWT secara aktif dalam proses pengolahan dan pengemasan produk, penerapan standar produksi dan kebersihan, pengelolaan usaha, pemenuhan legalitas produk, serta pemanfaatan kanal pemasaran digital. Kegiatan ditargetkan menghasilkan peningkatan pengetahuan dan keterampilan anggota, terbentuknya produk bawang putih bubuk sebagai produk olahan KWT Jalak, meningkatnya kemampuan pengelolaan usaha, terpenuhinya tahapan legalitas produk, serta terbentuknya kanal pemasaran digital. Program ini diharapkan menjadi tahap awal pengembangan kegiatan ekonomi KWT Jalak dari penjualan bawang putih segar menuju usaha produk olahan berbasis komoditas lokal yang memiliki nilai tambah dan dikelola secara berkelanjutan.

Metode Pelaksanaan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan pada Kelompok Wanita Tani (KWT) Jalak di Dusun Segawe, Kelurahan Purwosari, Kecamatan Wonogiri, Kabupaten Wonogiri. Mitra kegiatan terdiri atas 20 anggota KWT Jalak yang aktif dalam pengelolaan komoditas bawang putih. Kegiatan dilaksanakan selama dua bulan, yaitu Juni sampai Juli 2026, melalui tiga kali kegiatan pelatihan dan enam kali pendampingan. Pre-test dilakukan sebelum pelaksanaan pelatihan pertama untuk mengidentifikasi pengetahuan awal peserta, sedangkan post-test dilakukan setelah rangkaian pelatihan selesai untuk mengukur perubahan pengetahuan dan keterampilan peserta. Enam kali pendampingan dilakukan selama periode pelaksanaan program untuk mendukung penerapan hasil pelatihan, memantau perkembangan mitra, mengidentifikasi kendala, dan melakukan perbaikan berdasarkan hasil evaluasi.

Metode yang digunakan adalah *Participatory Action Research* (PAR), dengan menempatkan anggota KWT Jalak sebagai mitra yang terlibat aktif dalam identifikasi masalah, penentuan prioritas kebutuhan, pemilihan solusi, pelaksanaan kegiatan, evaluasi, dan penentuan tindak lanjut. Partisipasi dimulai melalui observasi lapangan dan diskusi antara tim pelaksana dengan pengurus dan anggota KWT Jalak. Mitra menyampaikan kondisi usaha, permasalahan yang dihadapi, sumber daya yang tersedia, serta kebutuhan pengembangan usaha. Berdasarkan hasil identifikasi dan kesepakatan bersama, ditetapkan tiga aspek prioritas, yaitu pengembangan produk bawang putih bubuk, penguatan manajemen usaha dan legalitas produk, serta pemasaran digital. Mitra juga terlibat dalam penentuan jadwal kegiatan, penyediaan bahan baku dan lokasi, pelaksanaan praktik, penggunaan peralatan, serta penerapan hasil pendampingan dalam kegiatan usaha kelompok.



Gambar1. Gambaran Kegiatan KWT Jalak

Pelaksanaan PAR mengikuti empat tahapan utama, yaitu perencanaan (*planning*), tindakan (*action*), observasi (*observation*), dan refleksi (*reflection*). Keempat tahapan tersebut dilaksanakan secara berkesinambungan selama Juni sampai Juli 2026. Tahap perencanaan digunakan untuk mengidentifikasi kebutuhan dan menyepakati tindakan bersama mitra. Tahap tindakan dilaksanakan melalui tiga kali pelatihan dan enam kali pendampingan. Tahap observasi dilakukan selama pelaksanaan pelatihan dan pendampingan untuk memantau proses serta hasil penerapan program. Tahap refleksi dilakukan bersama mitra untuk mengevaluasi hasil kegiatan, mengidentifikasi kendala, serta menyepakati perbaikan dan tindak lanjut.

Tahap perencanaan (*planning*) diawali dengan observasi dan diskusi bersama pengurus dan anggota KWT Jalak. Identifikasi dilakukan terhadap kondisi produksi bawang putih, pola penjualan, kemampuan pengolahan produk, pengelolaan usaha, legalitas, dan pemasaran. Hasil identifikasi menunjukkan bahwa bawang putih yang dihasilkan kelompok masih dominan dijual dalam bentuk segar dan kelompok belum mengembangkan produk olahan secara berkelanjutan. Tim dan mitra kemudian mendiskusikan alternatif solusi dengan mempertimbangkan ketersediaan bahan baku, kemampuan anggota, kebutuhan peralatan, peluang pengembangan produk, serta kemampuan kelompok untuk melanjutkan kegiatan setelah program selesai. Berdasarkan kesepakatan bersama, bawang putih bubuk dipilih sebagai produk yang dikembangkan. Tim dan mitra selanjutnya menyusun jadwal kegiatan, membagi peran, menentukan kebutuhan bahan dan peralatan, serta menyepakati indikator keberhasilan program.

Tahap tindakan (*action*) dilaksanakan melalui tiga kali pelatihan yang dilanjutkan dengan enam kali pendampingan. Pelatihan pertama berfokus pada aspek produksi, meliputi praktik pengolahan bawang putih menjadi bawang putih bubuk, penggunaan peralatan pengolahan, penerapan kebersihan dan sanitasi, pengendalian mutu, serta pengemasan produk. Pelatihan kedua berfokus pada manajemen usaha dan legalitas, meliputi perencanaan produksi, pencatatan keuangan sederhana, perhitungan biaya produksi dan harga jual, pemahaman keamanan pangan, serta tahapan pemenuhan persyaratan legalitas produk pangan. Pelatihan ketiga berfokus pada pemasaran digital, meliputi pengembangan identitas produk, penggunaan media sosial dan marketplace, pembuatan konten promosi, penentuan strategi harga dan promosi, serta pengelolaan transaksi digital. Setelah pelatihan, enam kali pendampingan dilakukan untuk membantu anggota menerapkan materi pada kegiatan usaha, menyelesaikan kendala yang ditemukan, dan memperkuat kemampuan kelompok pada ketiga aspek tersebut.

Tahap observasi (*observation*) dilakukan selama rangkaian pelatihan dan pendampingan. Tim memantau tingkat keterlibatan anggota, kemampuan menerapkan materi, penggunaan peralatan, serta perkembangan hasil pada ketiga aspek program. Pengukuran pengetahuan dilakukan menggunakan instrumen pre-test dan post-test dengan indikator yang sama pada aspek produksi, manajemen usaha dan legalitas, serta pemasaran digital. Pre-test diberikan sebelum pelatihan pertama, sedangkan post-test diberikan setelah tiga rangkaian pelatihan selesai. Selain perubahan pengetahuan, observasi dilakukan terhadap keterampilan anggota dalam mengolah dan mengemas bawang putih bubuk, penerapan pencatatan usaha, perkembangan pemenuhan legalitas produk, penggunaan media sosial dan marketplace, serta aktivitas promosi produk.

Tahap refleksi (*reflection*) dilakukan bersama pengurus dan anggota KWT Jalak selama proses pendampingan. Refleksi dilakukan dengan membahas hasil praktik, hasil observasi tim, pengalaman anggota dalam menerapkan materi, serta kendala yang ditemukan pada aspek produksi, manajemen usaha dan legalitas, maupun pemasaran digital. Hasil refleksi menjadi dasar untuk menentukan materi atau

keterampilan yang perlu diperkuat pada pendampingan berikutnya. Apabila anggota masih mengalami kesulitan pada tahapan produksi, penggunaan peralatan, pencatatan usaha, pemenuhan persyaratan legalitas, atau pengelolaan kanal pemasaran digital, tim melakukan praktik ulang dan pendampingan pada aspek tersebut. Dengan mekanisme tersebut, enam kali pendampingan tidak hanya berfungsi sebagai kegiatan lanjutan setelah pelatihan, tetapi juga sebagai proses refleksi dan perbaikan tindakan sesuai dengan perkembangan dan kebutuhan mitra.

Keberhasilan program diukur pada dua tingkat. Pertama, peningkatan kapasitas peserta yang ditunjukkan oleh perubahan skor sebelum dan setelah pelatihan pada aspek produksi, manajemen usaha dan legalitas, serta pemasaran digital. Kedua, ketercapaian hasil implementasi yang ditunjukkan melalui produk bawang putih bubuk yang berhasil diproduksi dan dikemas, tersedianya pencatatan usaha, perkembangan pemenuhan PIRT, serta penggunaan media sosial dan marketplace sebagai kanal pemasaran. Pemisahan kedua jenis indikator ini diperlukan agar evaluasi tidak hanya menunjukkan peningkatan pemahaman peserta, tetapi juga perubahan yang telah diterapkan dalam usaha kelompok.

Evaluasi keberhasilan program dilakukan pada dua tingkat, yaitu perubahan kapasitas peserta dan ketercapaian hasil implementasi. Perubahan kapasitas peserta diukur dengan membandingkan skor pre-test dan post-test. Skor peserta dihitung berdasarkan rata-rata skor indikator pada masing-masing aspek. Selanjutnya, persentase peningkatan dihitung dengan membandingkan perubahan rata-rata skor pre-test dan post-test terhadap rata-rata skor pre-test. Persentase peningkatan dihitung dengan rumus:

$$\text{Peningkatan (\%)} = \frac{(\text{rata-rata skor post-test} - \text{rata-rata skor pre-test})}{\text{rata-rata skor pre-test}} \times 100\%$$

Hasil pengukuran dianalisis secara deskriptif dengan membandingkan rata-rata skor pre-test dan post-test secara keseluruhan dan pada masing-masing aspek, yaitu produksi, manajemen usaha dan legalitas, serta pemasaran digital. Analisis tersebut digunakan untuk menunjukkan besarnya perubahan kapasitas peserta setelah mengikuti program.

Hasil dan Pembahasan

Kegiatan penguatan kapasitas usaha KWT Jalak dilaksanakan selama dua bulan, yaitu Juni sampai Juli 2026, melalui tiga kali pelatihan dan enam kali pendampingan. Kegiatan melibatkan 20 anggota KWT Jalak dan difokuskan pada tiga aspek sesuai dengan permasalahan yang telah diidentifikasi bersama mitra, yaitu produksi, manajemen usaha dan legalitas, serta pemasaran digital. Tiga kali pelatihan masing-masing difokuskan pada pengolahan bawang putih bubuk, manajemen usaha dan legalitas produk, serta pemasaran digital. Enam kali pendampingan digunakan untuk membantu anggota menerapkan hasil pelatihan, mengidentifikasi kendala dalam praktik, dan melakukan perbaikan berdasarkan hasil observasi dan refleksi bersama.

Evaluasi perubahan kapasitas anggota dilakukan melalui pre-test dan post-test menggunakan 15 indikator yang terdiri atas lima indikator produksi, lima indikator manajemen usaha dan legalitas, serta lima indikator pemasaran digital. Selain perubahan skor, hasil program dievaluasi berdasarkan penerapan hasil pelatihan dalam kegiatan kelompok. Pendekatan tersebut digunakan untuk membedakan peningkatan pengetahuan dan keterampilan anggota dengan hasil implementasi yang dicapai selama program.



Gambar 2. Pelaksanaan kegiatan bersama anggota KWT Jalak

Tabel 1. Hasil Evaluasi Sebelum dan Setelah Pelatihan

Aspek	Pre-test (Mean)	Min-Maks	Post-test (Mean)	Min-Maks	Selisih Mean
Produksi	2,41	2,40–2,60	4,21	4,00–4,40	1,80
Manajemen Usaha dan Legalitas	2,14	2,00–2,40	4,03	4,00–4,20	1,89
Pemasaran Digital	2,03	2,00–2,20	4,01	4,00–4,20	1,98
Rata-rata	2,20	–	4,08	–	1,88

Tabel 1 menunjukkan peningkatan skor pada seluruh aspek yang diukur. Rata-rata keseluruhan meningkat dari 2,20 pada pre-test menjadi 4,08 pada post-test, dengan selisih 1,88 poin. Berdasarkan skala pengukuran yang digunakan, skor 2 menunjukkan peserta belum memahami atau belum mampu, sedangkan skor 4 menunjukkan peserta memahami atau mampu. Peningkatan juga terlihat pada rentang skor peserta. Pada aspek produksi, rentang skor bergeser dari 2,40–2,60 menjadi 4,00–4,40; manajemen usaha dan legalitas dari 2,00–2,40 menjadi 4,00–4,20; serta pemasaran digital dari 2,00–2,20 menjadi 4,00–4,20. Pergeseran nilai minimum dan maksimum tersebut menunjukkan bahwa peningkatan tidak hanya terlihat pada nilai rata-rata kelompok, tetapi juga pada rentang skor peserta setelah pelatihan. Peningkatan rata-rata terbesar terdapat pada aspek pemasaran digital dengan selisih 1,98 poin, diikuti manajemen usaha dan legalitas sebesar 1,89 poin dan produksi sebesar 1,80 poin.

1. Produksi dan Inovasi Bawang Putih Bubuk

Pada aspek produksi, skor rata-rata anggota KWT Jalak meningkat dari 2,41 pada pre-test menjadi 4,21 pada post-test, dengan selisih 1,80 poin atau peningkatan sebesar 74,69%. Pengukuran mencakup kemampuan pengolahan bawang putih menjadi produk bubuk, penggunaan peralatan produksi, penerapan higiene dan standarisasi proses, pengendalian mutu, serta pengemasan produk. Peningkatan tersebut menunjukkan adanya perubahan kapasitas anggota setelah mengikuti pelatihan dan pendampingan, terutama karena sebelum program KWT Jalak belum memiliki pengalaman dalam mengolah bawang putih menjadi produk olahan secara berkelanjutan. Kondisi awal kelompok masih berorientasi pada penjualan bawang putih segar, dengan sekitar 90% hasil produksi langsung dipasarkan dalam bentuk segar.

Perubahan dari penjualan bawang putih segar menuju pengolahan bawang putih bubuk menunjukkan proses diversifikasi dan hilirisasi produk pertanian pada tingkat kelompok. Pengolahan komoditas primer menjadi produk olahan memberikan peluang untuk meningkatkan nilai tambah melalui perubahan bentuk

produk, memperpanjang daya simpan, serta memperluas alternatif pemanfaatan dan pemasaran. Dalam konteks KWT Jalak, inovasi bawang putih bubuk tidak hanya menghasilkan variasi produk, tetapi juga mengubah aktivitas kelompok yang sebelumnya bertumpu pada penjualan hasil panen segar menuju pengembangan produk olahan. Kondisi ini sejalan dengan Andayani et al. (2024) dan Nugraha et al. (2025) yang menempatkan pengembangan dan peningkatan nilai tambah bawang putih sebagai bagian penting dalam penguatan ekonomi kelompok tani.

Hasil kegiatan KWT Jalak juga diperkuat oleh temuan Sukmasari et al. (2025). Pengolahan bawang putih yang tidak memenuhi standar pasar menjadi bawang putih goreng, bubuk bawang putih, dan pasta bawang putih melalui sosialisasi, demonstrasi, dan pendampingan teknis meningkatkan kemampuan peserta dalam pengolahan serta kesadaran terhadap potensi ekonomi bawang putih. Program tersebut juga mengintroduksi mesin pengupas untuk meningkatkan efisiensi waktu dan tenaga dalam proses produksi. Kesamaan hasil tersebut menunjukkan bahwa pengolahan bawang putih menjadi produk turunan merupakan strategi yang relevan untuk meningkatkan pemanfaatan komoditas dan mengurangi ketergantungan kelompok terhadap penjualan produk dalam bentuk segar.

Peningkatan kapasitas produksi KWT Jalak juga dapat dianalisis dari perspektif capacity building. Peningkatan kapasitas tidak hanya ditunjukkan oleh bertambahnya pengetahuan anggota, tetapi juga oleh kemampuan menerapkan pengetahuan tersebut menjadi keterampilan produksi. Hasil post-test sebesar 4,21 menunjukkan peningkatan pada aspek pengetahuan dan keterampilan, sedangkan kemampuan anggota mempraktikkan pengolahan dan pengemasan bawang putih bubuk menunjukkan penerapan pengetahuan tersebut dalam aktivitas kelompok. Hasil serupa ditemukan oleh Darajat et al. (2024) pada KWT di Gadingrejo Utara, Pringsewu. Pelatihan hilirisasi jamur tiram menjadi kaldu bubuk yang disertai penggunaan teknologi tepat guna menghasilkan peningkatan kompetensi peserta rata-rata sebesar 72,33%. Program tersebut menunjukkan bahwa kombinasi pelatihan teknis, praktik pengolahan, pengemasan, dan teknologi tepat guna dapat memperkuat kemampuan kelompok dalam menghasilkan produk bernilai tambah.

Temuan tersebut juga konsisten dengan Vikandari et al. (2024) pada KWT Mawar Bodas. Pelatihan pengolahan sayuran yang sebelumnya tidak terjual menjadi produk Bon-Yur menghasilkan peningkatan pengetahuan sebesar 92,6%, dengan 80% peserta menyatakan tertarik melanjutkan produksi. Meskipun komoditas yang digunakan berbeda, hasil tersebut memperlihatkan pola yang sama dengan KWT Jalak, yaitu peningkatan kemampuan pengolahan membuka alternatif pemanfaatan hasil pertanian yang sebelumnya hanya bergantung pada penjualan komoditas primer. Dengan demikian, diversifikasi produk berfungsi tidak hanya sebagai inovasi teknis, tetapi juga sebagai tahap awal pembentukan aktivitas usaha berbasis nilai tambah.



Gambar 3. Praktik pengolahan bawang putih oleh anggota KWT Jalak

Penerapan teknologi tepat guna dalam kegiatan KWT Jalak juga perlu dipahami sebagai bagian dari proses adopsi teknologi, bukan sekadar penyediaan peralatan. Keberhasilan teknologi pada tingkat kelompok ditentukan oleh kemampuan anggota dalam menggunakan peralatan, menerapkan prosedur produksi, menjaga higiene, mengendalikan mutu, dan mempertahankan konsistensi produk. Darajat et al. (2024) menunjukkan bahwa introduksi teknologi pengolahan dan pengemasan yang disertai pelatihan berkontribusi terhadap peningkatan keterampilan, efisiensi produksi, kualitas, dan daya tahan produk. Hal ini memperkuat hasil KWT Jalak bahwa teknologi tepat guna memberikan manfaat ketika diikuti transfer pengetahuan dan praktik yang memungkinkan anggota menguasai penggunaannya.

Proses tersebut juga relevan dengan pendekatan *Participatory Action Research* (PAR) yang digunakan dalam program. PAR menempatkan mitra sebagai pihak yang terlibat dalam proses tindakan dan refleksi, bukan semata-mata sebagai penerima intervensi (Cornish et al., 2023). Pada KWT Jalak, anggota terlibat dalam praktik pengolahan, penggunaan peralatan, pengamatan terhadap hasil produksi, serta identifikasi aspek yang masih memerlukan perbaikan selama pendampingan. Enam kali pendampingan menjadi bagian penting untuk menghubungkan pelatihan dengan praktik melalui proses observasi, refleksi, dan perbaikan tindakan. Dengan demikian, peningkatan kapasitas produksi tidak hanya berasal dari transfer pengetahuan satu arah, tetapi dari proses belajar melalui praktik dan evaluasi bersama.

Berdasarkan hasil analisis, peningkatan skor produksi sebesar 74,69% menunjukkan penguatan kapasitas anggota, tetapi capaian utama program tidak berhenti pada peningkatan pengetahuan. Perubahan yang lebih substantif terlihat pada terbentuknya kemampuan awal KWT Jalak untuk melakukan hilirisasi bawang putih dari komoditas segar menjadi produk bubuk. Hasil KWT Jalak, Sukmasari et al. (2025) dan Darajat et al. (2024) memperlihatkan pola yang konsisten bahwa diversifikasi produk yang dikombinasikan dengan pelatihan praktik, teknologi tepat guna, dan pendampingan mampu meningkatkan kapasitas kelompok dalam mengembangkan produk bernilai tambah. Namun, hasil KWT Jalak pada tahap ini masih menunjukkan capaian pada tingkat kapasitas produksi dan pengembangan produk, belum membuktikan peningkatan kinerja ekonomi. Keberlanjutan inovasi bawang putih bubuk selanjutnya bergantung pada konsistensi mutu dan produksi, efisiensi biaya, legalitas produk, serta kemampuan kelompok membangun pasar.

2. Manajemen Usaha dan Legalitas

Pada aspek manajemen usaha dan legalitas, skor rata-rata anggota KWT Jalak meningkat dari 2,14 pada pre-test menjadi 4,03 pada post-test, dengan selisih 1,89 poin atau peningkatan sebesar 88,32%. Pengukuran mencakup perencanaan produksi dan usaha, pencatatan keuangan, perhitungan biaya produksi dan harga jual, pemahaman legalitas usaha pangan, serta pemahaman mengenai tahapan pemenuhan legalitas. Peningkatan tersebut menunjukkan adanya penguatan kapasitas anggota dalam mengelola aspek administratif dan ekonomi dari produk olahan yang dikembangkan. Namun, peningkatan skor perlu dibedakan dari capaian implementasi karena pemahaman mengenai pencatatan keuangan dan legalitas belum secara otomatis menunjukkan bahwa sistem pengelolaan usaha telah berjalan secara konsisten atau legalitas produk telah diperoleh.

Pada kondisi awal, pengelolaan KWT Jalak masih mengikuti karakter usaha berbasis komoditas segar. Kelompok belum melakukan pencatatan keuangan secara terdokumentasi dan belum memiliki sistem perhitungan biaya untuk produk olahan. Kondisi tersebut menjadi semakin penting ketika kelompok mulai mengolah bawang putih menjadi produk bubuk karena struktur biaya produk olahan lebih kompleks dibandingkan penjualan bawang putih segar. Biaya usaha tidak lagi hanya berkaitan

dengan bahan baku, tetapi juga mencakup proses pengolahan, penggunaan peralatan, energi, kemasan, dan komponen pendukung lainnya. Oleh karena itu, kemampuan menghitung biaya produksi dan menentukan harga jual merupakan bagian dari kapasitas manajerial yang diperlukan agar inovasi produk dapat berkembang menjadi kegiatan usaha yang layak secara ekonomi.

Dari perspektif manajemen keuangan, pencatatan transaksi memiliki fungsi yang lebih luas daripada administrasi. Informasi keuangan menjadi dasar bagi pelaku usaha untuk mengetahui arus penerimaan dan pengeluaran, menghitung hasil usaha, mengendalikan biaya, serta mengambil keputusan berdasarkan kondisi usaha. Temuan Susanti et al. (2024) pada UKM Batik Bakaran menunjukkan bahwa pendampingan pencatatan keuangan sederhana membantu mitra menyusun informasi laba rugi, perubahan modal, dan posisi keuangan sehingga kondisi dan keuntungan usaha dapat diketahui secara lebih sistematis. Hasil tersebut relevan dengan KWT Jalak karena transformasi dari penjualan komoditas segar menuju produk olahan menuntut perubahan dari pengelolaan berbasis kebiasaan menuju pengelolaan berbasis informasi usaha.

Pentingnya penguatan tersebut juga terlihat pada hasil pengabdian Risnawati et al. (2024) pada UMKM Jenang Kudus. Permasalahan yang ditemukan berupa pencatatan transaksi yang masih sederhana, belum adanya pemisahan keuangan pribadi dan usaha, serta ketidakkonsistenan pencatatan yang menyulitkan evaluasi pendapatan dan penyusunan target usaha. Pelatihan dan pendampingan kemudian diarahkan pada manajemen usaha dan pembukuan yang lebih terstruktur. Temuan ini menunjukkan bahwa persoalan pencatatan keuangan bukan sekadar keterbatasan teknis, tetapi berkaitan dengan kemampuan usaha menghasilkan informasi yang diperlukan untuk perencanaan dan pengendalian. Dalam konteks KWT Jalak, peningkatan skor manajemen usaha karena itu perlu dimaknai sebagai tahap awal pembentukan managerial capability untuk mendukung keberlanjutan produk bawang putih bubuk.

Hubungan antara kemampuan manajerial dan keberlanjutan usaha juga terlihat pada kegiatan Prestianawati et al. (2025). Penguatan UMKM melalui manajemen keuangan, operasional, dan pendampingan legalitas dilakukan secara terintegrasi melalui workshop, simulasi pencatatan keuangan, dan praktik pengurusan legalitas. Pendekatan tersebut menunjukkan bahwa penguatan usaha tidak cukup dilakukan pada aspek produksi, tetapi perlu menghubungkan kemampuan operasional dengan pengelolaan keuangan dan formalitas usaha. Pola tersebut sejalan dengan kondisi KWT Jalak. Kemampuan menghasilkan bawang putih bubuk baru membentuk sisi produksi, sedangkan kemampuan menghitung biaya, menetapkan harga, mencatat transaksi, dan merencanakan produksi diperlukan agar produk tersebut dapat dikelola sebagai aktivitas usaha.

Pada aspek legalitas, kondisi KWT Jalak perlu dipahami berdasarkan tahapan perkembangan usahanya. Sebelum program dilaksanakan, kelompok belum memiliki produk olahan bawang putih yang diproduksi dan dipasarkan secara berkelanjutan. Oleh karena itu, belum adanya legalitas produk tidak tepat diposisikan sebagai bentuk ketidakpatuhan, melainkan sebagai konsekuensi dari belum terbentuknya produk olahan yang memerlukan pemenuhan persyaratan legalitas. Setelah bawang putih bubuk mulai dikembangkan, kebutuhan terhadap legalitas menjadi bagian dari proses transisi kelompok dari aktivitas produksi menuju usaha pangan yang lebih formal.

Dari perspektif formalisasi dan legitimasi usaha, legalitas tidak hanya berkaitan dengan pemenuhan administratif, tetapi juga mendukung penerimaan usaha dalam lingkungan institusionalnya. Assenova dan Sorenson (2017), melalui studi terhadap 12.146 usaha di 18 negara, menunjukkan bahwa formalisasi usaha berkaitan dengan manfaat ekonomi melalui mekanisme legitimasi, meskipun besarnya manfaat berbeda menurut lingkungan institusional masing-masing negara. Dengan

perspektif tersebut, legalitas produk KWT Jalak dapat dipahami sebagai bagian dari institutional readiness untuk membawa produk dari lingkup internal kelompok menuju pasar yang menuntut kepastian identitas dan kepatuhan produk.

Hasil pengabdian lain memperlihatkan pola yang serupa. Pratama et al. melalui pendampingan UMKM di Desa Bandung mengintegrasikan penguatan legalitas dengan pengelolaan keuangan. Program tersebut menghasilkan peningkatan pemahaman mengenai pentingnya legalitas, penerbitan NIB bagi sebagian besar peserta, serta perbaikan pencatatan transaksi dan pemisahan keuangan pribadi dengan usaha. Sementara itu, Widati et al. (2025) menunjukkan bahwa literasi akuntansi dan pendampingan langsung membantu pelaku UMKM meningkatkan keterampilan pencatatan sekaligus pemahaman terhadap kewajiban formal usaha. Kedua hasil tersebut memperlihatkan bahwa penguatan legalitas lebih efektif ketika tidak berdiri sendiri, tetapi dikaitkan dengan peningkatan kapasitas pengelolaan usaha.

Temuan tersebut relevan dengan pendekatan pada KWT Jalak. Peningkatan pemahaman anggota mengenai legalitas tidak diperlakukan sebagai capaian akhir. Instrumen program membedakan pengetahuan mengenai NIB dan PIRT dari bukti administratif legalitas, sedangkan naskah menunjukkan bahwa pemenuhan legalitas produk masih berada dalam proses. Perbedaan ini penting karena legal awareness, legal readiness, dan legal compliance merupakan tahapan yang berbeda. Pelatihan dapat meningkatkan legal awareness, pendampingan membantu membentuk legal readiness, sedangkan legal compliance baru dapat dinyatakan ketika persyaratan dan dokumen yang diwajibkan telah terpenuhi. Oleh karena itu, peningkatan skor post-test tidak tepat digunakan sebagai bukti bahwa legalitas produk telah tercapai.

Integrasi manajemen usaha dan legalitas selanjutnya memperlihatkan bahwa pengembangan usaha KWT Jalak berlangsung melalui dua proses yang saling mendukung. Manajemen usaha membangun kapasitas internal kelompok melalui perencanaan, perhitungan biaya, penetapan harga, dan pencatatan transaksi, sedangkan legalitas membangun kesiapan eksternal agar produk dapat memenuhi persyaratan formal dan memperoleh legitimasi ketika memasuki pasar. Temuan pengabdian pada berbagai UMKM juga memperlihatkan kecenderungan yang sama bahwa pencatatan keuangan dan legalitas lebih efektif ditempatkan sebagai bagian dari penguatan tata kelola usaha, bukan sebagai kegiatan administratif yang terpisah.

Berdasarkan hasil analisis, peningkatan skor manajemen usaha dan legalitas sebesar 88,32% menunjukkan penguatan kapasitas anggota KWT Jalak dalam memahami pengelolaan usaha dan tahapan formalitas produk. Namun, capaian yang lebih substantif adalah mulai terbentuknya transisi dari pengelolaan berbasis penjualan komoditas segar menuju tata kelola produk olahan yang memperhitungkan biaya, harga, pencatatan transaksi, perencanaan produksi, dan kesiapan legalitas. Jika dianalisis dari perspektif kapasitas manajerial serta formalisasi dan legitimasi usaha, kedua aspek tersebut memiliki fungsi yang berbeda tetapi saling melengkapi: kemampuan manajerial memperkuat pengendalian internal usaha, sedangkan legalitas membangun legitimasi eksternal produk. Hasil KWT Jalak dan berbagai kegiatan pengabdian sebelumnya menunjukkan bahwa inovasi produk akan lebih berpeluang berkembang menjadi usaha berkelanjutan apabila penguatan produksi diikuti oleh tata kelola keuangan dan kesiapan legalitas. Pada tahap program ini, capaian KWT Jalak masih berada pada penguatan kapasitas manajerial dan legal readiness; keberhasilannya sebagai usaha formal perlu dinilai lebih lanjut melalui konsistensi pencatatan, penerapan perhitungan biaya dan harga, penyelesaian legalitas produk, serta perkembangan kinerja usaha setelah program berakhir.

3. Pemasaran Digital

Aspek pemasaran digital menunjukkan peningkatan tertinggi dibandingkan dua aspek program lainnya. Skor rata-rata meningkat dari 2,03 pada pre-test menjadi 4,01 pada post-test, dengan selisih 1,98 poin atau peningkatan sebesar 97,54%. Pengukuran mencakup pengetahuan mengenai pemasaran digital, penggunaan media sosial dan marketplace, pembuatan konten promosi, strategi promosi dan harga, serta pengelolaan komunikasi, pesanan, dan transaksi melalui kanal digital. Kondisi tersebut menunjukkan adanya peningkatan kapasitas digital anggota setelah mengikuti pelatihan dan pendampingan. Meskipun demikian, peningkatan skor perlu dipahami sebagai peningkatan pengetahuan dan keterampilan awal, bukan secara langsung sebagai peningkatan kinerja pemasaran atau penjualan.

Peningkatan tersebut berkaitan dengan kondisi awal KWT Jalak yang masih mengandalkan penjualan bawang putih segar melalui pasar konvensional dan belum memiliki pengalaman dalam memasarkan produk olahan melalui media sosial maupun marketplace. Kondisi awal tersebut juga menjelaskan skor pre-test pemasaran digital sebesar 2,03 yang merupakan skor terendah dibandingkan aspek produksi dan manajemen usaha. Dengan demikian, peningkatan sebesar 97,54% tidak hanya menunjukkan efektivitas proses pembelajaran, tetapi juga menggambarkan besarnya kesenjangan kapasitas digital yang dimiliki kelompok sebelum program dilaksanakan.

Dari perspektif adopsi teknologi, penggunaan media sosial dan marketplace pada usaha skala kecil tidak hanya ditentukan oleh ketersediaan teknologi, tetapi juga oleh kemampuan pengguna memahami manfaat, tingkat kompleksitas, biaya, dan kemampuan organisasi dalam mengoperasikannya. Studi terhadap 508 UMKM di Indonesia menunjukkan bahwa adopsi social media marketing dipengaruhi oleh faktor teknologi dan kemampuan internal usaha, termasuk persepsi terhadap manfaat, kompleksitas, biaya, serta kapabilitas pelaku usaha dalam menggunakan teknologi digital. Temuan tersebut menunjukkan bahwa hambatan digitalisasi UMKM bukan hanya persoalan akses terhadap platform, tetapi juga kesiapan sumber daya manusia untuk menggunakannya dalam aktivitas usaha. Dalam konteks KWT Jalak, pelatihan dan pendampingan berfungsi untuk mengurangi kesenjangan kemampuan tersebut melalui pengenalan platform, praktik pembuatan konten, pengelolaan media sosial dan marketplace, serta komunikasi dengan konsumen.

Hasil KWT Jalak sejalan dengan Permatasari et al. (2023) yang melakukan pemberdayaan digital marketing pada KWT Kepuh Ampuh di Desa Karangturi, Kabupaten Karanganyar. Kegiatan tersebut berangkat dari potensi produk olahan singkong dan kebutuhan meningkatkan pengetahuan serta keterampilan anggota KWT dalam memanfaatkan pemasaran digital. Program dilakukan melalui identifikasi masalah, pelatihan, dan pendampingan pemanfaatan digital marketing. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa peningkatan kemampuan digital menjadi bagian penting dalam pengembangan pemasaran produk KWT. Kesamaan karakter mitra menunjukkan bahwa pendampingan digital pada kelompok wanita tani menjadi relevan ketika kelompok mulai bergerak dari pengelolaan komoditas pertanian menuju pemasaran produk olahan.

Temuan tersebut juga didukung oleh Fadhli et al. (2024) pada pelaku UMKM Desa Dukuhmojo, Jombang. Pelatihan pemasaran digital menggunakan Instagram dan WhatsApp meningkatkan pengetahuan peserta mengenai digital marketing dan membantu peserta dalam aspek teknis penggunaan media sosial untuk pemasaran. Hasil pengabdian tersebut menunjukkan bahwa pelatihan tidak cukup hanya memperkenalkan konsep digital marketing, tetapi perlu memberikan keterampilan teknis agar peserta mampu mengoperasikan media yang digunakan. Kondisi ini relevan dengan KWT Jalak karena anggota sebelumnya belum memiliki pengalaman

dalam pemasaran digital sehingga proses pendampingan diperlukan untuk mengubah pengetahuan menjadi keterampilan penggunaan platform.

Hasil yang serupa ditemukan oleh Arini et al. (2024) melalui pelatihan digital marketing pada media sosial dan marketplace bagi UMKM. Program tersebut menekankan pemahaman dan keterampilan penggunaan marketplace serta metode promosi produk secara daring. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa peningkatan literasi digital perlu diikuti kemampuan teknis dalam mengelola marketplace agar media digital dapat digunakan sebagai saluran pemasaran. Temuan tersebut memperkuat hasil KWT Jalak bahwa peningkatan skor pemasaran digital merupakan tahap pembentukan digital marketing capability, yaitu kemampuan kelompok untuk menggunakan teknologi digital sebagai bagian dari aktivitas pemasaran.

Namun, kemampuan menggunakan media sosial dan marketplace tidak dengan sendirinya menghasilkan peningkatan penjualan. Digital marketing capability perlu diterjemahkan ke dalam aktivitas yang konsisten, seperti pembuatan dan publikasi konten, penyajian informasi produk, interaksi dengan calon konsumen, pengelolaan pesanan, serta evaluasi respons pasar. Pradana et al. (2025) menunjukkan bahwa pelatihan yang mengombinasikan teori dengan praktik langsung meningkatkan pemahaman dan keterampilan UMKM dalam mengelola media sosial dan memanfaatkan marketplace. Hasil tersebut menunjukkan bahwa keberhasilan digitalisasi pemasaran lebih tepat dilihat sebagai proses pengembangan kapasitas yang berlanjut setelah pelatihan, bukan sekadar keberhasilan membuat akun digital.



Gambar 4. Pelatihan pemasaran digital untuk memperluas akses pasar produk KWT Jalak

Analisis tersebut penting dalam menginterpretasikan hasil KWT Jalak. Skor post-test sebesar 4,01 menunjukkan bahwa peserta telah mencapai tingkat memahami dan mampu berdasarkan instrumen evaluasi yang digunakan, tetapi belum cukup untuk menyatakan bahwa pemasaran digital telah meningkatkan kinerja usaha. Indikator yang lebih kuat pada tahap implementasi adalah keberadaan kanal digital yang aktif, konsistensi publikasi konten, interaksi dengan konsumen, jumlah pesanan yang berasal dari kanal digital, serta transaksi yang berhasil dilakukan. Oleh karena itu, hasil program pada periode Juni–Juli 2026 lebih tepat diinterpretasikan sebagai terbentuknya kapasitas awal pemasaran digital daripada peningkatan kinerja pemasaran secara langsung.

Peningkatan kapasitas tersebut juga berkaitan dengan proses perubahan orientasi pasar KWT Jalak. Sebelum program, kelompok berada pada pola pemasaran berbasis produk segar dan pasar konvensional. Setelah pengembangan bawang putih bubuk, kebutuhan pemasaran berubah karena produk olahan membutuhkan identitas produk, informasi yang dapat dikomunikasikan kepada

konsumen, serta kanal pemasaran yang mampu menjangkau konsumen di luar pasar lokal. Digital marketing dalam konteks ini bukan hanya penambahan saluran promosi, tetapi bagian dari proses transformasi usaha dari commodity-oriented marketing menuju product-oriented marketing. Perubahan tersebut mengharuskan kelompok mulai memperhatikan kemasan, identitas produk, konten, komunikasi pemasaran, dan hubungan dengan konsumen.

Pendampingan menjadi penting untuk menjaga proses adopsi tersebut. Putri et al. (2024) pada KWT Jasmine menunjukkan bahwa keterbatasan pengetahuan media sosial dan digital marketing menjadi kendala dalam pemasaran produk KWT sehingga pendampingan komunikasi pemasaran digital diperlukan untuk memperluas pemasaran produk. Hasil tersebut memperkuat argumentasi bahwa pada kelompok berbasis komunitas, kesenjangan digital tidak cukup diatasi melalui pemberian informasi. Praktik langsung dan pendampingan diperlukan agar anggota mampu mengintegrasikan media digital ke dalam aktivitas pemasaran sehari-hari.

Dalam pendekatan *Participatory Action Research* (PAR), enam kali pendampingan pada KWT Jalak juga berfungsi sebagai proses pembelajaran dan refleksi. Anggota tidak hanya menerima materi pemasaran digital, tetapi terlibat dalam penggunaan kanal digital, pembuatan konten, dan identifikasi kesulitan selama penerapannya. Kendala yang ditemukan menjadi bahan evaluasi dan perbaikan pada pendampingan berikutnya. Proses tersebut sesuai dengan prinsip PAR yang menempatkan tindakan dan refleksi sebagai proses berulang untuk menghasilkan perubahan praktik bersama mitra (Cornish et al., 2023). Dengan demikian, pengembangan kapasitas digital pada KWT Jalak tidak berhenti pada transfer pengetahuan, tetapi diarahkan pada pembentukan kemampuan kelompok dalam menerapkan pemasaran digital secara mandiri.

Berdasarkan hasil analisis, peningkatan skor pemasaran digital sebesar 97,54% menunjukkan terjadinya penguatan kapasitas digital anggota KWT Jalak, terutama karena kemampuan awal pada aspek ini relatif rendah. Hasil KWT Jalak serta temuan Permatasari et al. (2023), Fadhli et al. (2024), Arini et al. (2024), dan Pradana et al. (2025) memperlihatkan pola yang konsisten bahwa pelatihan yang disertai praktik dan pendampingan dapat memperkuat kemampuan pelaku usaha dalam menggunakan media sosial dan marketplace. Namun, capaian tersebut masih berada pada tingkat digital marketing capability dan adopsi awal teknologi, belum menjadi bukti peningkatan kinerja pemasaran. Keberhasilan tahap berikutnya perlu ditunjukkan melalui konsistensi pengelolaan kanal digital, aktivitas dan kualitas konten, keterlibatan konsumen, jumlah pesanan, transaksi digital, serta kontribusi kanal digital terhadap penjualan. Dengan demikian, pemasaran digital pada KWT Jalak menjadi penghubung antara inovasi bawang putih bubuk yang telah dihasilkan dengan pembentukan akses pasar yang lebih luas dan berkelanjutan.

Secara keseluruhan, hasil evaluasi menunjukkan peningkatan pada ketiga aspek program, dengan skor rata-rata meningkat dari 2,20 pada pre-test menjadi 4,08 pada post-test. Peningkatan terbesar terjadi pada aspek pemasaran digital, diikuti manajemen usaha dan legalitas, serta produksi. Temuan ini menunjukkan bahwa intervensi yang dilakukan berkontribusi terhadap penguatan kapasitas anggota tidak hanya dalam pengolahan bawang putih menjadi produk bernilai tambah, tetapi juga dalam aspek pengelolaan usaha dan pemanfaatan kanal pemasaran digital.

Ketiga aspek tersebut membentuk rangkaian kapasitas usaha yang saling terkait. Kemampuan produksi menjadi dasar pengembangan bawang putih bubuk sebagai produk olahan, manajemen usaha dan kesiapan legalitas mendukung pengelolaan produk secara lebih terstruktur, sedangkan pemasaran digital membangun kapasitas awal kelompok untuk memperluas akses pasar. Integrasi ketiga aspek tersebut relevan dengan kondisi awal KWT Jalak yang menghadapi keterbatasan secara simultan pada pengolahan produk, tata kelola usaha, kesiapan

legalitas, dan pemasaran. Dengan demikian, hasil program menunjukkan bahwa penguatan kapasitas KWT lebih tepat dilakukan secara terintegrasi dari hulu ke hilir, bukan melalui intervensi pada satu aspek usaha secara terpisah. Meskipun demikian, capaian tersebut masih merepresentasikan perubahan kapasitas anggota; keberlanjutan dampaknya perlu dilihat dari konsistensi produksi, penerapan tata kelola usaha, penyelesaian legalitas, serta perkembangan pemasaran dan penjualan setelah program berakhir.

Kesimpulan

Kegiatan penguatan usaha KWT Jalak menunjukkan peningkatan pengetahuan dan keterampilan anggota pada aspek produksi, manajemen usaha dan legalitas, serta pemasaran digital. Rata-rata skor evaluasi meningkat dari 2,20 sebelum pelatihan menjadi 4,08 setelah pelatihan, dengan peningkatan tertinggi pada aspek pemasaran digital, diikuti manajemen usaha dan legalitas, serta produksi. Hasil tersebut menunjukkan penguatan kapasitas usaha secara terintegrasi melalui pengembangan bawang putih bubuk sebagai produk bernilai tambah, peningkatan kemampuan pengelolaan usaha dan kesiapan pemenuhan legalitas produk, serta pemanfaatan pemasaran digital. Keterlibatan anggota dalam pelatihan, praktik, dan pendampingan turut mendukung penerapan pengetahuan dan keterampilan dalam kegiatan usaha kelompok. Keberlanjutan program perlu diarahkan pada konsistensi mutu dan produksi bawang putih bubuk, penyelesaian proses legalitas produk, penerapan pencatatan usaha secara rutin, serta pengelolaan kanal pemasaran digital secara berkelanjutan. Pendampingan selanjutnya perlu dilengkapi dengan evaluasi terhadap volume produksi, penjualan, jangkauan pasar, dan pendapatan usaha sehingga dampak ekonomi dari penguatan kapasitas yang telah dilakukan dapat diukur secara lebih objektif.

Referensi

- Agus Subandono, Astoeti Carlina Juniwardhani, Setyo Hartono, & Muhammad Alfa Ilham Haq. (2025). Optimalisasi Digital Marketing dan Sertifikasi Halal pada Produk UMKM. *Istithmar*, 9(1). <https://doi.org/10.30762/istithmar.v9i1.2161>
- Alrasyid, H., Maba, F. A., & Maulana, M. H. R. (2024). Peningkatan Daya Saing UMKM melalui Pendampingan Legalitas Usaha: Studi Kasus pada Pelaku Usaha Kerupuk Samiler. *Altafani*, 4(1). <https://doi.org/10.59342/jpkm.v4i1.787>
- Andayani, S. A., Nugraha, D. R., Sukmasari, M. D., Yusuf, M. N., Hidayat, Y., Nazmudin, A., Aprilia, L. I., Hakim, A., Narulita, H., Abdurrohman, R. R., Nuryadin, M. A., & Lestari, G. I. (2024). Potensi Pengembangan Bawang Putih Lokal di Desa Nunuk Baru Kecamatan Maja Kabupaten Majalengka. *Abdimas Galuh*, 6(2). <https://doi.org/10.25157/ag.v6i2.15047>
- Arini, A., Budiman, A. Z., Maulana, R. A., Siagian, E., Putri, A. M., Ramadani, U. F., Situmorang, O., Rizky, M., Franciscus, P., Kaisah, N., Febryanti P., P. F., Juniyanti, I., Lina, N., Simamora, F. B., Manalu, E., & Sinaga, T. A. (2024). Pelatihan digital marketing pada media sosial dan marketplace produk Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). *COMSEP: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(3), 174–180. <https://doi.org/10.54951/comsep.v5i3.686>
- Assenova, V. A., & Sorenson, O. (2017). Legitimacy and the benefits of firm formalization. *Organization Science*, 28(5), 804–818. <https://doi.org/10.1287/orsc.2017.1146>

- Cornish, F., Breton, N., Moreno-Tabarez, U., Delgado, J., Rua, M., de-Graft Aikins, A., & Hodgetts, D. (2023). *Participatory Action Research. Nature Reviews Methods Primers*, 3(1). <https://doi.org/10.1038/s43586-023-00214-1>
- Darajat, A. U., Gusmedi, H., Despa, D., Nama, G. F., & Nugraha, P. A. (2024). Peningkatan kapasitas Kelompok Wanita Tani (KWT) melalui hilirisasi produk jamur di Desa Gadingrejo Utara Pringsewu. *Jurnal Abdimas Mandiri*, 8(3), 359–364.
- Fadhli, K., Satiti, W. S., Sa'adah, L., Pratiwi, T., Pradita, S., Maulana, M. A., & Syarifudin, M. (2024). Pelatihan pemasaran digital bagi pelaku UMKM Desa Dukuhmojo-Mojoagung menggunakan media sosial WhatsApp dan Instagram. *Jumat Ekonomi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(1), 32–36. <https://doi.org/10.32764/abdimasekon.v5i1.4461>
- Nugraha, D. R., Yusuf, M. N., Andayani, S. A., Sukmasari, M. D., Simbolon, L., Nazmudin, A., Avrilia, L. I., Hakim, A., Narulita, H., Abdurohman, R. R., Nuryadin, M. A., & Lestari, G. I. (2025). Prospek dan Nilai Tambah Penangkaran Bibit Bawang Putih Lokal pada Kelompok Tani di Desa Nunuk Baru Kabupaten Majalengka. *Abdimas Galuh*, 7(1). <https://doi.org/10.25157/ag.v7i1.16470>
- Permatasari, P., Winarno, J., Suwanto, S., & Wibowo, A. (2023). Pemanfaatan digital marketing Kelompok Wanita Tani Karangturi, Kabupaten Karanganyar. *MATAPPA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(3). <https://doi.org/10.31100/matappa.v6i3.3075>
- Perwira, M. Y., Liasaroh, M., Sholichah, M., Zuria, P. L., & Zakiyah, A. R. (2025). Pemberdayaan Umkm Melalui Sertifikasi Halal Dan Pemasaran Produk Halal Desa Petok. *Jurnal Pengabdian UMKM*, 4(1). <https://doi.org/10.36448/jpu.v4i1.76>
- Pradana, D. S. P., Dwiarta, I. M. B., Arianto, B., Firdausia, Y. K., & El Maghrviroh, R. (2025). Peningkatan kapasitas digital marketing bagi UMKM melalui pelatihan media sosial dan marketplace lokal. *Ekobis Abdimas: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 6(1). <https://doi.org/10.36456/ekobisabdimas.6.1.10450>
- Prestianawati, S. A., Syafitri, W., Tamin, A. K. A., & Fawwaz, M. (2025). Pemberdayaan UMKM untuk keberlanjutan usaha melalui penguatan manajemen keuangan, operasional, dan legalitas (NIB). *Jurnal Pembelajaran Pemberdayaan Masyarakat (JP2M)*, 6(2), 339–347. <https://doi.org/10.33474/jp2m.v6i2.23402>
- Putri, F. R., Hastuti, E. T., Tambunsari, R. S., Silvia, S., K, Y. A., Awur, A., Guston, J. G. B., & Setyaningsih, R. (2024). Pendampingan digital marketing communication untuk memperluas pemasaran produk batik dan kerajinan pada Kelompok Wanita Tani Jasmine Padukuhan Nologaten. *JURPIKAT (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 5(3). <https://doi.org/10.37339/jurpikat.v5i3.1834>
- Risnawati, H., Gunawan, B., Fithri, D. L., Rahmawati, R., Mulyani, S., Budiman, N. A., & Nugraha, F. (2024). Pelatihan dan pendampingan manajemen usaha serta pencatatan keuangan bagi UMKM Jenang Kudus. *IKRA-ITH ABDIMAS*, 8(3), 269–276. <https://doi.org/10.37817/ikra-ithabdimas.v8i3.4118>
- Safitri, S., Marcheren, A. G., Fauziah, A., Rahma, A. D., Guci, L. P., Wijayanti, M. R., Amanda, S., Novelia, S., & Hasanah, U. (2024). Sosialisasi dan Pelatihan Digital Marketing, Branding, Manajemen Keuangan dan Sertifikasi Halal pada

UMKM Desa Maredan Barat. *Madaniya*, 5(1).
<https://doi.org/10.53696/27214834.708>

- Siswati, E., Yunus, M. M., Fitria, D. R., Putri, I. N. R., & Salsabilah, W. R. (2024). Pemberdayaan Potensi UMKM Dengan Legalitas Usaha Di Desa Kesamben Wetan, Kecamatan Driyorejo, Gresik. *JAPI (Jurnal Akses Pengabdian Indonesia)*, 9(1). <https://doi.org/10.33366/japi.v9i1.5564>
- Sukmasari, M. D., Nugraha, D. R., Andayani, S. A., & Tifani, A. A. (2025). Pemberdayaan masyarakat melalui pelatihan pengolahan bawang putih reject menjadi produk bernilai ekonomis guna meningkatkan pendapatan petani di Desa Nunuk Baru, Majalengka. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(3), 2806–2814.
- Susanti, D. A., Fithri, D. L., Ridwan, A., Winarso, R., Gunawan, B., Mulyani, S., & Nugraha, F. (2024). Pengaplikasian manajemen keuangan melalui pendampingan penyusunan laporan keuangan sederhana bagi UKM Batik Bakaran Kabupaten Pati. *E-Dimas: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 15(3), 499–503.