

# Sosialisasi Bawang Putih Lokal Sembalun Menjadi Pasta Premium: Penguatan Produksi dan Pemasaran Digital KWT Segara Muncar

Daeva Mubarika Raisa<sup>1\*</sup>, Dyah Ayu Suryaningrum<sup>1</sup>, Muktazam<sup>1</sup>, Mutiara Mita Kasia<sup>1</sup>, Luluk Lailatun Nurjannah<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Mataram, <sup>2</sup> Program Studi Peternakan, Fakultas Peternakan, Universitas Mataram

\*Corresponding author

E-mail: [mubarikadaeva@staff.unram.ac.id](mailto:mubarikadaeva@staff.unram.ac.id)\*

## Article History:

Received: May, 2026

Revised: May, 2026

Accepted: May, 2026

**Abstract:** Pengembangan produk olahan bawang putih lokal Sembalun masih menghadapi kendala pada aspek produksi, pengemasan, pelabelan, legalitas, dan pemasaran digital. Kegiatan pengabdian ini berfokus pada sosialisasi penguatan produksi dan pemasaran pasta bawang putih premium pada anggota KWT Segara Muncar, Desa Sajang, Kecamatan Sembalun. Tujuan kegiatan adalah meningkatkan pengetahuan anggota KWT mengenai fungsi alat produksi, teknik pengemasan, informasi label, serta strategi pemasaran berbasis 4P. Metode yang digunakan meliputi pendekatan partisipatif, sosialisasi, diskusi, demonstrasi alat, serta evaluasi pengetahuan melalui pre-test dan post-test. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman anggota KWT mengenai penggunaan food dehydrator, chopper, dan heat gun, pemilihan kemasan botol plastik, penggunaan segel, penyusunan label informatif, serta strategi pemasaran produk. Kegiatan ini menjadi dasar awal bagi penguatan kapasitas KWT dalam mengembangkan pasta bawang putih lokal yang lebih bermutu, menarik, dan berdaya saing.

## Keywords:

Bawang Putih Sembalun, Pasta Premium, Kelompok Wanita Tani, Pengemasan, Pemasaran Digital

## Pendahuluan

Bawang putih lokal Sembalun merupakan salah satu komoditas hortikultura unggulan yang memiliki nilai ekonomi dan identitas wilayah bagi masyarakat dataran tinggi Sembalun, Kabupaten Lombok Timur. Kawasan Sembalun dikenal sebagai salah satu sentra penting bawang putih di Indonesia karena didukung oleh kondisi agroklimat yang sesuai dan pengalaman petani dalam budidaya bawang putih. Kementerian Pertanian juga menempatkan Sembalun sebagai kawasan strategis dalam pengembangan bawang putih, khususnya sebagai sentra produksi dan benih bawang putih nasional (Ditjen Hortikultura, 2023). Data statistik

hortikultura juga menunjukkan bahwa bawang putih masih menjadi komoditas sayuran penting yang produksinya dicatat secara nasional dan provinsi oleh Badan Pusat Statistik (BPS, 2025).

Potensi bawang putih lokal Sembalun tidak hanya terletak pada penjualan dalam bentuk segar, tetapi juga pada peluang hilirisasi menjadi produk olahan bernilai tambah. Penjualan bahan segar sering menghadapi kendala fluktuasi harga, keterbatasan umur simpan, serta ketergantungan pada musim panen. Oleh karena itu, pengolahan bawang putih menjadi produk pasta dapat menjadi alternatif diversifikasi produk yang lebih praktis, memiliki nilai jual lebih tinggi, dan sesuai dengan kebutuhan konsumen rumah tangga, usaha kuliner, katering, maupun pasar oleh-oleh. Produk pasta bawang putih menawarkan kemudahan penggunaan, efisiensi waktu memasak, serta peluang pengembangan produk lokal berbasis komoditas unggulan daerah.

Namun, pengembangan produk olahan pangan memerlukan dukungan pengetahuan dan keterampilan yang memadai, terutama terkait proses produksi, mutu produk, pengemasan, pelabelan, dan pemasaran. Dalam pengolahan pangan, penggunaan teknologi tepat guna seperti food dehydrator, chopper, dan heat gun dapat membantu meningkatkan efisiensi proses, keseragaman hasil, serta kerapian kemasan. Proses pengeringan, misalnya, berperan penting dalam menurunkan kadar air bahan sehingga produk menjadi lebih stabil dan berpotensi memiliki daya simpan yang lebih baik (Fellows, 2013). Selain itu, pengemasan yang tepat berfungsi melindungi produk, menjaga mutu, memudahkan distribusi, serta meningkatkan daya tarik konsumen (Robertson, 2013).

Kemasan dan label menjadi aspek penting dalam pengembangan produk pangan olahan skala kelompok. Label tidak hanya berfungsi sebagai identitas produk, tetapi juga sebagai media informasi bagi konsumen. Peraturan BPOM Nomor 31 Tahun 2018 tentang Label Pangan Olahan menegaskan bahwa label pangan olahan bertujuan memberikan informasi yang benar dan jelas kepada masyarakat sebelum membeli atau mengonsumsi produk (BPOM, 2018). Untuk produk pangan industri rumah tangga, penguatan legalitas juga penting dilakukan, antara lain melalui Nomor Induk Berusaha, SPP-IRT/PIRT, sertifikasi halal, dan pendaftaran merek agar produk memiliki kepercayaan pasar yang lebih baik (BPOM, 2024; OSS RBA, 2026).

KWT Segara Muncar di Desa Sajang, Kecamatan Sembalun, merupakan salah satu kelompok wanita tani yang memiliki potensi dalam pengembangan produk olahan berbasis bawang putih lokal. Kelompok ini memiliki pengalaman dalam

kegiatan pertanian dan usaha kelompok, namun masih menghadapi beberapa kendala dalam pengembangan produk pasta bawang putih. Permasalahan yang dihadapi antara lain proses produksi yang belum terstandar, penggunaan peralatan yang masih terbatas, mutu produk yang belum konsisten, kemasan yang belum optimal, legalitas produk yang belum lengkap, serta pemasaran yang masih terbatas pada jaringan lokal dan media sosial sederhana.

Selain aspek produksi dan legalitas, pemasaran juga menjadi faktor penting dalam keberhasilan produk olahan lokal. Strategi bauran pemasaran atau 4P yang terdiri atas Product, Price, Place, dan Promotion dapat digunakan untuk membantu kelompok merancang produk yang sesuai kebutuhan pasar, menentukan harga secara rasional, memilih saluran distribusi yang tepat, serta melakukan promosi secara lebih menarik (Kotler, 2018). Pada era digital, media sosial dan pemasaran digital juga dapat dimanfaatkan untuk memperluas jangkauan pasar, membangun citra produk, serta meningkatkan komunikasi dengan calon konsumen (Chaffey, 2019).

Berdasarkan kondisi tersebut, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan dalam bentuk sosialisasi penguatan produksi dan pemasaran digital pasta bawang putih lokal Sembalun pada KWT Segara Muncar. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan anggota KWT mengenai fungsi alat produksi, teknik pengemasan, informasi label, legalitas produk, serta strategi pemasaran berbasis 4P dan media digital. Melalui kegiatan ini, anggota KWT diharapkan mampu memahami pentingnya standardisasi proses produksi, kemasan yang menarik dan informatif, serta pemasaran yang lebih terencana sehingga produk pasta bawang putih lokal Sembalun dapat berkembang menjadi produk olahan yang bermutu, bernilai ekonomi, dan berdaya saing.

## **Metode**

Kegiatan pengabdian dirancang sebagai kegiatan sosialisasi dan pendampingan awal untuk memperkuat kapasitas produksi dan pemasaran pasta bawang putih lokal Sembalun. Sasaran kegiatan adalah anggota KWT Segara Muncar di Desa Sajang, Kecamatan Sembalun, Kabupaten Lombok Timur. Pendekatan yang digunakan adalah Participatory Rural Appraisal (PRA), pelatihan praktik, demonstrasi, pendampingan langsung, dan evaluasi berbasis indikator capaian. PRA dipilih karena menempatkan mitra sebagai aktor utama yang memahami masalah, potensi, dan kebutuhan kelompoknya.

Pendekatan ini dipilih agar anggota KWT tidak hanya menerima materi secara

satu arah, tetapi juga dapat menyampaikan pengalaman, kendala, dan kebutuhan yang dihadapi dalam proses produksi maupun pemasaran produk olahan bawang putih. Dengan demikian, kegiatan sosialisasi diharapkan mampu mendorong perubahan pengetahuan dan pemahaman peserta secara lebih praktis sesuai kondisi usaha kelompok.

Tahapan kegiatan terdiri atas tahap persiapan, pelaksanaan sosialisasi, evaluasi pengetahuan, dan perumusan tindak lanjut. Pada tahap persiapan, tim pelaksana melakukan identifikasi kebutuhan mitra, menelaah kondisi awal produksi pasta bawang putih, serta menyiapkan materi sosialisasi. Materi yang disampaikan meliputi fungsi alat produksi pangan olahan, seperti food dehydrator, chopper, dan heat gun; pemilihan kemasan botol plastik; penggunaan segel plastik; informasi penting pada label produk; serta strategi pemasaran berbasis konsep 4P, yaitu Product, Price, Place, dan Promotion.

Pelaksanaan sosialisasi dilakukan melalui penyampaian materi secara langsung, tanya jawab, serta penjelasan contoh penggunaan alat dan kemasan. Food dehydrator diperkenalkan sebagai alat untuk membantu menurunkan kadar air bahan dengan bantuan panas dan aliran udara. Chopper dijelaskan sebagai alat untuk mencacah atau mengecilkan ukuran bahan agar lebih mudah diolah. Sementara itu, heat gun diperkenalkan sebagai alat bantu pengemasan yang digunakan untuk memanaskan plastik shrink atau segel agar menempel rapi pada kemasan.

Evaluasi pengetahuan peserta dilakukan dengan menggunakan instrumen pertanyaan sebelum dan sesudah sosialisasi. Pertanyaan disusun dalam bentuk pilihan ganda yang mencakup aspek produksi, pengemasan, pelabelan, dan pemasaran. Evaluasi sebelum sosialisasi bertujuan untuk mengetahui tingkat pengetahuan awal anggota KWT, sedangkan evaluasi setelah sosialisasi digunakan untuk mengetahui perubahan pemahaman peserta setelah menerima materi. Hasil evaluasi kemudian dianalisis secara deskriptif dengan membandingkan kecenderungan jawaban peserta sebelum dan sesudah kegiatan sosialisasi.

## **Hasil**

### **A. Pengetahuan Anggota KWT Sebelum Kegiatan Sosialisasi**

Hasil pengamatan dan evaluasi awal menunjukkan bahwa pengetahuan anggota KWT Segara Muncar mengenai produksi dan pemasaran pasta bawang putih masih perlu ditingkatkan. Sebagian anggota telah memiliki pengalaman dalam mengolah bawang putih menjadi produk pasta, namun pemahaman mengenai fungsi

alat produksi, pengemasan yang baik, pelabelan, dan strategi pemasaran belum sepenuhnya sistematis [3].

Sebelum sosialisasi, sebagian peserta memahami food dehydrator hanya sebagai alat pemanas, belum sebagai alat yang berfungsi menurunkan kadar air bahan dengan bantuan panas dan aliran udara. Padahal, proses pengurangan kadar air sangat penting dalam pengolahan pangan karena berkaitan dengan kestabilan bahan, mutu produk, dan potensi perpanjangan daya simpan. Hal ini menunjukkan bahwa pengetahuan peserta mengenai prinsip dasar pengeringan bahan pangan masih perlu diperkuat.

Pada aspek penggunaan chopper, peserta umumnya telah mengetahui bahwa alat tersebut digunakan untuk memperkecil ukuran bahan. Namun, belum semua peserta memahami pentingnya persiapan bahan sebelum dimasukkan ke dalam alat. Bahan seharusnya dicuci, ditiriskan, dipotong sesuai ukuran, dan dimasukkan sesuai kapasitas alat. Pemahaman ini penting agar proses pencacahan berlangsung lebih merata, alat tidak bekerja terlalu berat, dan kualitas hasil olahan menjadi lebih baik.



*Gambar 1.* Pre-test sebelum sosialisasi

Pengetahuan awal peserta mengenai penggunaan heat gun juga masih terbatas sesuai hasil pre-test seperti pada kegiatan Gambar 1. Sebagian peserta belum membedakan fungsi heat gun sebagai alat bantu penyegelan kemasan dengan alat pemanas produk. Heat gun dalam proses pengemasan bukan digunakan untuk memanaskan isi produk, melainkan untuk memberikan panas pada plastik shrink atau segel agar menyusut dan menempel rapi pada botol. Rendahnya pemahaman ini

menunjukkan perlunya penjelasan teknis mengenai fungsi masing-masing alat dalam alur produksi dan pengemasan.

Pada aspek kemasan dan pemasaran, peserta telah memahami bahwa kemasan diperlukan sebagai wadah produk. Namun, fungsi kemasan sebagai sarana perlindungan, identitas produk, media komunikasi dengan konsumen, dan daya tarik pemasaran belum sepenuhnya dipahami. Demikian pula, pemahaman mengenai label produk masih terbatas pada nama produk dan tampilan visual, belum mencakup informasi penting seperti berat bersih, komposisi, produsen, cara penyimpanan, kontak pemesanan, dan legalitas produk apabila tersedia.

### **B. Pelaksanaan Sosialisasi Penguatan Produksi dan Pemasaran**

Kegiatan sosialisasi dilaksanakan untuk memperkuat pemahaman anggota KWT mengenai pentingnya pengolahan bawang putih lokal menjadi produk bernilai tambah. Materi sosialisasi diarahkan pada dua aspek utama, yaitu penguatan produksi dan penguatan pemasaran. Pada aspek produksi, peserta diberikan pemahaman mengenai fungsi alat, alur proses, kebersihan bahan, kesesuaian kapasitas alat, serta pentingnya menjaga mutu produk.

Food dehydrator dijelaskan sebagai alat yang berperan dalam proses pengeringan bahan dengan mengurangi kadar air menggunakan panas dan aliran udara. Penjelasan ini penting karena kadar air yang tinggi dapat mempercepat kerusakan bahan dan menurunkan mutu produk. Dengan memahami fungsi food dehydrator, peserta diharapkan mampu melihat bahwa proses pengeringan bukan sekadar membuat bahan menjadi ringan, tetapi juga berkaitan dengan stabilitas dan daya simpan produk pangan olahan.

Chopper diperkenalkan sebagai alat yang membantu mempercepat proses pengecilan ukuran bahan. Penggunaan chopper dapat meningkatkan efisiensi waktu kerja dan menghasilkan ukuran bahan yang lebih seragam. Namun, peserta juga ditekankan untuk memperhatikan tahapan sebelum penggunaan alat, seperti mencuci bahan, meniriskan air berlebih, memotong bahan sesuai ukuran, dan tidak memasukkan bahan melebihi kapasitas alat. Pemahaman ini penting agar proses produksi dapat berjalan lebih aman, efisien, dan menghasilkan mutu yang lebih konsisten.

Pada aspek pengemasan, heat gun diperkenalkan sebagai alat bantu untuk menyusutkan plastik shrink atau segel pada kemasan botol. Penggunaan segel pada botol pasta bawang putih dapat memberikan kesan rapi, menunjukkan bahwa produk

belum dibuka, serta meningkatkan kepercayaan konsumen. Dengan demikian, pengemasan tidak hanya dipahami sebagai tahap akhir produksi, tetapi juga sebagai bagian penting dalam membangun citra produk.



Gambar 2. Pelaksanaan sosialisasi

### C. Peningkatan Pengetahuan Setelah Kegiatan Sosialisasi

Setelah kegiatan sosialisasi, terjadi peningkatan pemahaman anggota KWT terhadap fungsi alat produksi, kemasan, label, dan pemasaran produk. Peserta mulai memahami bahwa setiap alat memiliki fungsi spesifik sesuai tahapan pengolahan. Food dehydrator dipahami sebagai alat untuk membantu menurunkan kadar air bahan, chopper sebagai alat untuk mencacah atau mengecilkan ukuran bahan, dan heat gun sebagai alat bantu untuk merapikan segel atau plastik shrink pada kemasan.

Peningkatan pengetahuan juga terlihat dari pemahaman peserta mengenai persiapan bahan sebelum proses pencacahan. Setelah sosialisasi, peserta mengetahui bahwa bahan tidak sebaiknya langsung dimasukkan ke dalam chopper dalam kondisi sangat basah atau dalam jumlah berlebihan. Bahan perlu dicuci, ditiriskan, dipotong sesuai ukuran, dan dimasukkan sesuai kapasitas alat. Hal ini menunjukkan adanya perubahan pemahaman dari penggunaan alat secara sederhana menuju penggunaan alat yang lebih tepat dan aman.

Pada aspek kemasan, peserta mulai memahami bahwa botol plastik untuk produk pasta bawang putih harus dipilih dengan mempertimbangkan keamanan bahan untuk pangan, kerapatan tutup, ukuran yang sesuai, tampilan menarik, serta ketahanan terhadap kebocoran. Peserta juga memahami bahwa kemasan yang baik dapat melindungi produk, memudahkan penggunaan, menampilkan identitas produk, dan meningkatkan daya tarik konsumen.

Pengetahuan mengenai label produk juga mengalami peningkatan. Peserta memahami bahwa label tidak hanya berfungsi sebagai hiasan, tetapi juga sebagai media informasi dan komunikasi pemasaran. Informasi penting yang perlu dicantumkan pada label meliputi nama produk, berat bersih, komposisi, produsen, cara penyimpanan, kontak pemesanan, serta izin atau legalitas apabila sudah tersedia. Pemahaman ini penting karena label yang informatif dapat meningkatkan kepercayaan konsumen dan mendukung pemasaran produk secara lebih luas.

#### **D. Pembahasan Peningkatan Pengetahuan Produksi, Pengemasan, dan Pemasaran**

Peningkatan pengetahuan anggota KWT setelah sosialisasi menunjukkan bahwa kegiatan pengabdian memberikan kontribusi positif terhadap penguatan kapasitas mitra. Sebelum kegiatan, pengetahuan peserta cenderung bersifat praktis berdasarkan pengalaman sehari-hari. Setelah sosialisasi, pengetahuan tersebut berkembang menjadi lebih terarah karena peserta memahami alasan teknis di balik setiap tahapan produksi dan pemasaran.

Pada aspek produksi, pemahaman mengenai food dehydrator, chopper, dan heat gun menjadi penting karena ketiga alat tersebut mendukung efisiensi, mutu, dan tampilan produk. Food dehydrator berperan dalam membantu mengurangi kadar air bahan sehingga produk lebih stabil. Chopper membantu mempercepat proses pengecilan ukuran bahan agar pengolahan lebih efisien. Heat gun membantu menghasilkan kemasan yang lebih rapi dan meyakinkan konsumen. Dengan memahami fungsi alat secara tepat, anggota KWT dapat mengurangi kesalahan penggunaan alat dan meningkatkan konsistensi proses produksi.

Pada aspek pengemasan, peningkatan pengetahuan peserta menunjukkan bahwa kemasan mulai dipahami sebagai bagian dari strategi pemasaran. Produk pasta bawang putih tidak cukup hanya memiliki rasa dan mutu yang baik, tetapi juga perlu dikemas secara aman, menarik, dan informatif. Kemasan botol plastik yang tepat dapat membantu melindungi produk dari kerusakan, memudahkan konsumen dalam penggunaan, serta memperkuat identitas produk. Segel plastik juga memberikan nilai tambah karena dapat menunjukkan bahwa produk masih dalam kondisi utuh dan belum dibuka.

Pada aspek pemasaran, sosialisasi konsep 4P membantu peserta memahami bahwa pemasaran produk tidak hanya berkaitan dengan menjual barang, tetapi juga mencakup pengelolaan produk, harga, tempat distribusi, dan promosi. Unsur Product berkaitan dengan rasa, mutu, desain label, ukuran kemasan, manfaat produk, dan

keunikan bawang putih lokal Sembalun. Unsur Price berkaitan dengan perhitungan harga berdasarkan biaya bahan, kemasan, tenaga kerja, keuntungan, dan harga pasar. Unsur Place berkaitan dengan saluran distribusi seperti penjualan langsung, reseller, toko oleh-oleh, marketplace, dan mitra kuliner. Unsur Promotion berkaitan dengan kegiatan memperkenalkan produk melalui media sosial, foto produk, testimoni, katalog digital, dan komunikasi dengan calon konsumen.

Dengan adanya peningkatan pemahaman tersebut, anggota KWT memiliki dasar pengetahuan yang lebih baik untuk mengembangkan pasta bawang putih sebagai produk olahan lokal yang memiliki nilai ekonomi. Sosialisasi ini menjadi tahap awal yang penting dalam mendorong perubahan perilaku usaha, terutama dalam hal penggunaan alat secara tepat, pemilihan kemasan, penyusunan label, dan perencanaan pemasaran. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian (Muktasam, 2022) manajemen usaha, pentingnya kemitraan yang saling menguntungkan. Program juga mendorong penyusunan strategi promosi awal, misalnya bundling, paket hemat, atau program perkenalan untuk mempercepat penetrasi pasar. Melalui strategi ini, mitra diharapkan memiliki model pemasaran yang lebih sistematis, memperluas akses pasar di luar wilayah Sembalun, dan meningkatkan volume penjualan secara bertahap.





*Gambar 3.* Pengetahuan Produksi, Pengemasan, dan Pemasaran

### **Perbandingan Pengetahuan Sebelum dan Sesudah Sosialisasi**

Secara umum, terdapat perbedaan pengetahuan anggota KWT sebelum dan sesudah kegiatan sosialisasi. Sebelum sosialisasi, peserta masih memiliki pemahaman yang terbatas mengenai fungsi alat, standar persiapan bahan, fungsi kemasan, informasi label, dan strategi pemasaran. Setelah sosialisasi, peserta menunjukkan pemahaman yang lebih baik dan mampu menjelaskan kembali fungsi alat produksi, tujuan pengemasan, pentingnya label, serta unsur-unsur dasar pemasaran produk.

Perubahan pengetahuan ini menunjukkan bahwa metode sosialisasi yang dikombinasikan dengan diskusi dan demonstrasi mampu membantu peserta memahami materi secara lebih mudah. Materi yang disampaikan juga sesuai dengan kebutuhan mitra karena berkaitan langsung dengan produk yang sedang dikembangkan, yaitu pasta bawang putih lokal Sembalun. Kesesuaian materi dengan kebutuhan peserta menjadi salah satu faktor penting yang mendukung keberhasilan kegiatan.



*Gambar 4.* Post-test setelah sosialisasi

Hasil ini menunjukkan bahwa sosialisasi tidak hanya berperan sebagai kegiatan penyampaian informasi, tetapi juga sebagai proses penguatan kapasitas kelompok. Melalui kegiatan ini, anggota KWT memperoleh pemahaman baru mengenai pentingnya standarisasi proses produksi, pemilihan kemasan yang tepat, penyusunan label yang informatif, serta strategi pemasaran yang lebih terarah. Pengetahuan tersebut menjadi modal awal bagi kelompok untuk meningkatkan kualitas produk dan memperluas peluang pemasaran.

### **Implikasi Kegiatan terhadap Pengembangan Usaha KWT**

Peningkatan pengetahuan anggota KWT memiliki implikasi penting terhadap pengembangan usaha pasta bawang putih. Dengan pemahaman yang lebih baik mengenai produksi, kelompok dapat mulai menyusun alur kerja yang lebih tertib, memperhatikan kebersihan bahan, menggunakan alat sesuai fungsi, dan menjaga keseragaman mutu produk. Hal ini penting karena konsistensi mutu menjadi salah satu syarat agar produk dapat diterima oleh konsumen secara berkelanjutan.



*Gambar 5.* Pengembangan usaha KWT Segara Muncar

Dari sisi pengemasan, pemahaman mengenai botol plastik, segel, dan label dapat membantu kelompok meningkatkan tampilan produk agar lebih menarik dan dipercaya konsumen. Kemasan yang rapi dan informatif dapat memberikan kesan profesional, meskipun produk masih dikembangkan pada skala rumah tangga atau kelompok. Hal ini dapat menjadi langkah awal untuk memperkuat citra produk pasta bawang putih lokal Sembalun sebagai produk olahan yang memiliki nilai tambah.

Dari sisi pemasaran, pemahaman mengenai konsep 4P dapat membantu KWT merancang strategi penjualan yang lebih sistematis. Produk tidak hanya dijual kepada

konsumen sekitar, tetapi juga dapat diarahkan ke pasar yang lebih luas, seperti pelaku usaha kuliner, toko oleh-oleh, reseller, wisatawan, dan konsumen digital. Oleh karena itu, hasil sosialisasi ini dapat menjadi dasar bagi kegiatan pendampingan lanjutan, terutama dalam penyusunan standar produksi, perbaikan desain label, pengurusan legalitas, pembuatan katalog produk, dan penguatan pemasaran digital.

## **Kesimpulan**

Kegiatan sosialisasi penguatan produksi dan pemasaran pasta bawang putih lokal Sembalun pada KWT Segara Muncar berhasil meningkatkan pengetahuan anggota kelompok. Peserta menjadi lebih memahami fungsi alat produksi seperti food dehydrator, chopper, dan heat gun, serta pentingnya kemasan, segel, label produk, dan strategi pemasaran berbasis 4P. Peningkatan pengetahuan ini menjadi dasar penting bagi KWT dalam mengembangkan pasta bawang putih sebagai produk olahan lokal yang lebih bermutu, menarik, dan bernilai ekonomi.

KWT Segara Muncar perlu melanjutkan penerapan hasil sosialisasi dalam kegiatan produksi secara konsisten. Pendampingan berikutnya disarankan difokuskan pada penyusunan standar produksi, perbaikan desain kemasan dan label, pengurusan legalitas produk, serta penguatan pemasaran digital agar produk pasta bawang putih dapat bersaing dan menjangkau pasar yang lebih luas.

## **Pengakuan/Acknowledgements**

Penulis menyampaikan terima kasih kepada KWT Segara Muncar Desa Sajang, Kecamatan Sembalun, Kabupaten Lombok Timur atas partisipasi dan komitmen dalam kegiatan pengabdian. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Universitas Mataram, LPPM, dan Fakultas Pertanian dalam mendukung pelaksanaan program penguatan hilirisasi bawang putih lokal Sembalun melalui program PNBP Universitas Mataram 2026.

## **Daftar Referensi**

- Badan Pengawas Obat dan Makanan. 2018. Peraturan BPOM Nomor 31 Tahun 2018 tentang Label Pangan Olahan.
- Badan Pengawas Obat dan Makanan. 2024. Peraturan BPOM Nomor 4 Tahun 2024 tentang Pedoman Penerbitan Sertifikat Pemenuhan Komitmen Produksi Pangan Olahan Industri Rumah Tangga.
- Badan Pusat Statistik. 2025. Produksi Tanaman Sayuran dan Buah-Buahan Semusim Menurut Provinsi dan Jenis Tanaman, 2024.

Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. 2019. *Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice*. 7th ed. Pearson Education.

Direktorat Jenderal Hortikultura Kementerian Pertanian. 2023. *Komisi IV DPR-RI Dukung Kementan Jadikan Sembalun Sentra Benih Bawang Putih*.

Fellows, P. J. 2017. *Food Processing Technology: Principles and Practice*. 4th ed. Woodhead Publishing.

Kotler, P., & Armstrong, G. 2018. *Principles of Marketing*. 17th ed. Pearson Education.

Muktasam M, Sahidu A, Hayati H. 2024. Penguatan Kapasitas Kelompok Tani Hortikultura dalam Pengembangan Bisnis Pembibitan di Desa Pendua Kabupaten Lombok Utara. *Jurnal Gema Ngabdi*. 30;4(3):302–15.

OSS RBA. 2026. *Sistem Perizinan Berusaha Terintegrasi Secara Elektronik*.

Robertson, G. L. 2013. *Food Packaging: Principles and Practice*. 3rd ed. CRC Press.