

PENINGKATAN KEWIRAUSAHAAN KREATIF MELALUI WORKSHOP SABUN CUCI PIRING, *SNACK BOUQUET*, DAN SOSIALISASI LITERASI DIGITAL

**Diva Ramadhani Ristiaji Putri¹, Intania Widyantari Kirana², Rido Izril Qonata³, Rafi
Hernanda Maulana⁴, Astri Glorya Pasaribu⁵**

Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, Indonesia

Email : intania.widyantari.ft@upnjatim.ac.id

ABSTRAK

Program pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan melalui tiga kegiatan utama di RW 08, Kelurahan Darmo, Surabaya, yaitu *workshop* pembuatan sabun cuci piring, *workshop* pembuatan *snack bouquet* (buket makanan ringan), dan sosialisasi literasi digital. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan kemandirian ekonomi rumah tangga, mendorong kewirausahaan kreatif, serta meningkatkan kesadaran digital masyarakat, khususnya ibu-ibu dan pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Metode yang digunakan meliputi presentasi, demonstrasi langsung, praktik partisipatif, dan sesi diskusi. Peserta dilatih membuat sabun cuci piring ramah lingkungan yang ekonomis serta merangkai *snack bouquet* yang memiliki nilai jual dan daya tarik estetika. Kegiatan *workshop* sabun cuci piring dan *snack bouquet* mengandung unsur pendidikan yang mengembangkan keterampilan praktis dan jiwa kewirausahaan peserta, mulai dari produksi hingga strategi pemasaran. Selain itu, peserta juga didorong untuk berpikir kreatif, mengenali potensi pasar, dan menciptakan produk yang bernilai jual serta ramah lingkungan. Sosialisasi literasi digital juga membekali peserta dengan strategi *branding* di media sosial serta pengenalan *affiliate marketing*. Program ini berhasil meningkatkan keterampilan praktis, pemahaman wirausaha, dan motivasi peserta dalam menjalankan usaha rumahan. Kegiatan ini berkontribusi pada pencapaian SDGs 4, 8, 9, dan 12 melalui integrasi edukasi praktis, pertumbuhan ekonomi, dan produksi yang bertanggung jawab.

Kata kunci: Pemberdayaan Masyarakat, Kewirausahaan Kreatif, Literasi Digital, Produk Rumah Tangga, Lokakarya.

1. PENDAHULUAN

Pemberdayaan masyarakat merupakan salah satu kunci utama dalam pembangunan berkelanjutan yang menekankan partisipasi aktif warga dalam meningkatkan taraf hidup, baik secara ekonomi maupun literasi. RW 08 Kelurahan Darmo, Kecamatan Wonokromo, Kota Surabaya merupakan salah satu wilayah urban yang cukup padat, dengan mayoritas warganya merupakan ibu rumah tangga dan pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) skala kecil. Berdasarkan hasil observasi dan komunikasi langsung dengan perangkat RT/RW setempat, ditemukan bahwa sebagian besar warga menghadapi tantangan dalam hal keterampilan kewirausahaan berbasis rumah tangga dan pemanfaatan teknologi digital untuk usaha.

Dalam aspek ekonomi rumah tangga, kebutuhan akan produk pembersih seperti sabun cuci piring tergolong tinggi. Namun, keterampilan masyarakat dalam memproduksi sendiri produk tersebut secara hemat dan ramah lingkungan masih sangat terbatas. Padahal, sabun cuci piring dapat dibuat dengan biaya rendah, bahan alami, dan proses yang sederhana (Mutamima, Purnama, & Malhat, 2024).

Pelatihan pembuatan sabun cuci piring telah terbukti mampu memberdayakan masyarakat dalam kondisi krisis ekonomi seperti pandemi (Sentosa, Halim, & Dewi, 2024). Lebih jauh, pelibatan perempuan desa dalam pelatihan sabun rumah tangga memberikan

kontribusi signifikan terhadap kemandirian ekonomi keluarga dan penguatan peran gender dalam usaha mikro (Suryaneta et al., 2022). Selain itu, peluang usaha berbasis kreativitas juga terbuka melalui pelatihan pembuatan *snack bouquet* (buket makanan ringan), yaitu rangkaian makanan ringan yang dikemas secara estetik sebagai produk kado kekinian. Produk ini memiliki nilai jual tinggi dan berpotensi menjadi salah satu alternatif wirausaha kreatif, terutama di kalangan perempuan. Namun, keterampilan teknis dan strategi pemasaran dari jenis produk ini masih belum banyak dimiliki warga. Diperlukan pelatihan berbasis praktik dan estetika agar produk tidak hanya layak secara visual tetapi juga kompetitif secara pasar.

Di sisi lain, rendahnya pemanfaatan teknologi digital menjadi kendala utama yang dihadapi UMKM di lingkungan RW 08. Banyak pelaku usaha yang belum memiliki akun media sosial usaha, belum memahami strategi *branding* digital, serta belum mengetahui potensi penghasilan dari sistem *affiliate marketing*. Padahal, strategi pemasaran digital telah terbukti mampu memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan efisiensi promosi (Abdurrahman et al., 2020; Nugroho & Ahmadi, 2023). Menurut Lindiawati et al. (2023), pelatihan *digital marketing* secara langsung di lingkungan masyarakat kota Surabaya mampu meningkatkan pemahaman warga dalam mengelola akun usaha digital dan konten visual secara mandiri.

Strategi literasi digital dinilai sebagai fondasi penting dalam mentransformasi UMKM menjadi lebih kompetitif, baik dari sisi *branding*, penjualan, maupun relasi pelanggan (Wulandari, Marcelino, & Suryawardani, 2024; Qodar & Handayani, 2023). Program pelatihan *digital marketing* dan *affiliate marketing* juga menjadi rekomendasi dalam berbagai studi pengabdian sebagai solusi untuk menjembatani kesenjangan digital antara pelaku UMKM dan konsumen daring (Iskandar, Gazali, & Prihanisetyo, 2022; Rohmaniyah et al., 2024; Sukma Nirwana & Biduri, 2021).

Merespon kondisi dan kebutuhan mitra tersebut, program pengabdian masyarakat ini dilaksanakan melalui tiga kegiatan utama, yaitu: *workshop* pembuatan sabun cuci piring ramah lingkungan, *workshop* pembuatan *snack bouquet*, dan sosialisasi *digital marketing* serta *affiliate marketing*. Kegiatan dirancang secara partisipatif dan edukatif untuk memperkuat keterampilan warga dalam aspek produksi, kreativitas, serta pemanfaatan teknologi digital yang aplikatif. Program ini juga diharapkan mampu mendorong pencapaian beberapa Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDGs), khususnya SDG 4 (Pendidikan Berkualitas), SDG 8 (Pekerjaan Layak dan Pertumbuhan Ekonomi), SDG 9 (Inovasi dan Infrastruktur), serta SDG 12 (Konsumsi dan Produksi yang Bertanggung Jawab). Tujuan dari kegiatan ini adalah meningkatkan keterampilan warga dalam memproduksi sabun cuci piring yang hemat dan ramah lingkungan, meningkatkan kreativitas warga dalam menghasilkan produk buket makanan ringan bernilai jual, meningkatkan literasi digital warga, terutama pelaku UMKM, dalam memahami dan menerapkan *digital marketing* dan *affiliate marketing* sebagai strategi promosi usaha.

2. METODE

Pendekatan dan Rancangan Kegiatan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dirancang dengan menggunakan pendekatan *participatory learning* yang berbasis pada kebutuhan mitra di lingkungan RW 08, Kelurahan Darmo, Kota Surabaya. Pendekatan ini dipilih untuk memastikan bahwa setiap kegiatan benar-benar menjawab potensi lokal, sekaligus mendorong keterlibatan aktif peserta dalam proses pembelajaran.

Rancangan program mengedepankan metode yang aplikatif, interaktif, dan kontekstual, sehingga peserta dapat memahami materi dengan mudah serta mereplikasi keterampilan yang diperoleh secara mandiri. Proses pembelajaran dilaksanakan melalui kombinasi metode presentasi, diskusi terbuka, demonstrasi, praktik langsung, serta penggunaan media visual dan modul cetak untuk memperkuat pemahaman.

Pemilihan tema kegiatan dilakukan berdasarkan hasil observasi awal, wawancara informal dengan warga, serta diskusi dengan Ketua RW dan RT setempat. Seluruh rangkaian kegiatan dilaksanakan secara luring di aula serbaguna RW 08 dan terbuka untuk

umum tanpa dipungut biaya, dengan dukungan perangkat wilayah.

Teknik Pelaksanaan Kegiatan

Workshop Pembuatan Sabun Cuci Piring “Bersih dan Hemat, Kreatif Jadi Hebat”

Kegiatan *Workshop* Pembuatan Sabun Cuci Piring “*Bersih dan Hemat, Kreatif Jadi Hebat*” bertujuan untuk meningkatkan keterampilan ekonomi rumah tangga melalui pelatihan pembuatan sabun cuci piring yang hemat biaya, ramah lingkungan, dan memiliki potensi nilai jual. Pelatihan ini mengadopsi pendekatan *community development*, sebagaimana dikembangkan oleh Mutamima, Purnama, dan Malhat (2024), serta sejalan dengan praktik pelatihan sabun berbasis minyak jelantah yang dilakukan oleh Sentosa, Halim, dan Dewi (2024) untuk memperkuat pendapatan masyarakat marginal. Program ini juga merujuk pada pendekatan *participatory action research* yang mendorong kemandirian ekonomi lokal, terutama dalam pemberdayaan perempuan (Suryaneta et al., 2022).

Tahapan kegiatan dapat dijabarkan sebagai berikut: (1) Pembukaan dan pengantar kegiatan. (2) Penjelasan alat dan bahan (Texapon, air pandan, jeruk nipis, garam, botol kemasan). (3) Demonstrasi cara pembuatan sabun oleh fasilitator. (4) Praktik mandiri peserta dengan pendampingan. (5) Pengujian hasil dan dokumentasi produk. (6) Diskusi dan refleksi akhir kegiatan.

Hasil yang diharapkan yakni peserta dapat memahami bahan dan teknik produksi sabun, menghitung biaya produksi dasar, serta mampu membuat sabun cuci piring secara mandiri untuk keperluan pribadi maupun pengembangan usaha mikro.

Workshop Pembuatan Snack Bouquet “Rangkaian Kreasi, Hadirkan Inspirasi”

Pelatihan *Workshop* Pembuatan *Snack Bouquet* “*Rangkaian Kreasi, Hadirkan Inspirasi*” bertujuan untuk meningkatkan kreativitas warga melalui keterampilan merangkai makanan ringan menjadi produk dekoratif bernilai jual tinggi, yakni *snack bouquet*. Produk ini menjadi tren baru dalam dunia usaha kreatif dan memiliki potensi besar sebagai hadiah atau *souvenir* di berbagai acara. Sebelum kegiatan ini dilaksanakan, warga RW 08 belum banyak mengenal teknik estetika dalam merangkai produk konsumsi. Oleh karena itu, kegiatan ini juga dimaksudkan untuk memperkenalkan aspek seni visual dalam wirausaha rumahan.

Tahapan kegiatan yang dilakukan sebagai berikut: (1) Pengenalan konsep produk dan strategi pemasaran kreatif. (2) Penjelasan alat dan bahan (*snack*, tusuk sate, plastik *bouquet*, hiasan). (3) Demonstrasi desain rangkaian oleh fasilitator. (4) Praktik langsung peserta dalam merangkai produk. (5) Evaluasi hasil karya dan sesi dokumentasi produk.

Hasil yang diharapkan yakni peserta memahami prinsip estetika dasar, mampu membuat rangkaian *snack bouquet*, dan memperoleh inspirasi untuk memulai usaha berbasis kerajinan modern yang menarik secara visual.

Sosialisasi Digital Marketing dan Affiliate Marketing

Kegiatan Sosialisasi *Digital Marketing* dan *Affiliate Marketing* bertujuan untuk meningkatkan literasi digital masyarakat, khususnya pelaku UMKM, dalam memanfaatkan media digital sebagai sarana promosi dan perluasan pasar. Berdasarkan observasi awal, mayoritas pelaku usaha di RW 08 masih terbatas dalam penggunaan teknologi digital, khususnya dalam pemasaran. Materi pelatihan mencakup strategi konten, *branding* di media sosial, serta pengenalan sistem afiliasi (*affiliate marketing*) sebagai sumber pendapatan alternatif. Pelatihan ini merujuk pada berbagai penelitian yang menunjukkan pentingnya transformasi digital bagi pelaku UMKM (Abdurrahman et al., 2020), serta relevansi digital *capability* dalam meningkatkan daya saing usaha mikro (Wulandari, Marcelino, & Suryawardani, 2024). Tahapan kegiatan yakni sebagai berikut: (1) Pengenalan media digital usaha (*WhatsApp Business*, *Instagram*, *Shopee*). (2) Strategi konten: fotografi produk, penulisan *caption*, dan *branding* visual. (3) Pengenalan platform afiliasi serta potensi pendapatan pasif. (4) Sesi tanya jawab interaktif dan kuis evaluatif.

Hasil yang diharapkan yakni peserta mampu membuat akun media sosial usaha, menyusun strategi konten dasar, serta memahami mekanisme kerja sistem *affiliate marketing*

sebagai sarana peningkatan pendapatan dan ekspansi pasar secara daring.

Teknik Evaluasi

Evaluasi keberhasilan kegiatan dilakukan secara kualitatif melalui observasi partisipatif, dokumentasi visual hasil praktik, serta diskusi reflektif di akhir sesi. Indikator keberhasilan mencakup:

(1) Tingkat keterlibatan aktif peserta selama sesi. (2) Kemampuan peserta menyerap dan mengulang materi. (3) Kualitas produk hasil praktik. (4) Munculnya inisiatif lanjutan, seperti rencana usaha atau minat menjual hasil karya.

Dokumentasi pendukung berupa foto kegiatan, video proses praktik, dan absensi peserta digunakan sebagai bahan analisis dampak partisipatif. Pendekatan evaluasi ini dipilih untuk menangkap pengalaman belajar peserta secara menyeluruh, sejalan dengan prinsip *participatory learning*. Selain itu, validasi hasil kegiatan juga diperoleh melalui diskusi informal bersama Ketua RW dan beberapa tokoh masyarakat sebagai bentuk refleksi terhadap kebermanfaatan program dan peluang keberlanjutannya.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Rangkaian kegiatan pengabdian masyarakat yang dilaksanakan di RW 08 Kelurahan Darmo, Surabaya, menghasilkan luaran yang signifikan dalam bentuk peningkatan keterampilan, wawasan kewirausahaan, dan kesadaran terhadap pemanfaatan teknologi digital. Terdapat tiga kegiatan utama yang dilaksanakan, yaitu: (1) *Workshop* Pembuatan Sabun Cuci Piring, (2) *Workshop* Pembuatan *Snack Bouquet*, dan (3) Sosialisasi *Digital Marketing* dan *Affiliate Marketing*. Setiap kegiatan dirancang dengan pendekatan partisipatif dan aplikatif, serta disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat setempat, terutama kelompok ibu rumah tangga dan pelaku usaha mikro.

Kegiatan pertama dan kedua difokuskan pada pengembangan keterampilan kreatif berbasis rumah tangga dengan tujuan menghasilkan produk bernilai ekonomis. Peserta tidak hanya memperoleh materi teoritis, tetapi juga melakukan praktik langsung yang menghasilkan produk siap pakai, seperti sabun cuci piring dan *snack bouquet*. Kegiatan ketiga menitikberatkan pada peningkatan literasi digital dan strategi pemasaran daring bagi pelaku UMKM. Materi meliputi *branding*, pengelolaan media sosial, serta pemanfaatan platform afiliasi seperti *Shopee* dan *TikTok Shop*.

Tingkat partisipasi yang tinggi, antusiasme peserta selama sesi tanya jawab dan praktik, serta produk konkret yang dihasilkan menjadi indikator keberhasilan kegiatan. Seluruh proses dokumentasi, evaluasi, dan refleksi peserta menunjukkan bahwa kegiatan ini memberikan dampak positif dalam membekali warga dengan keterampilan yang dapat dikembangkan menjadi peluang usaha berkelanjutan. Penjelasan rinci dari setiap kegiatan disajikan sebagai berikut:

***Workshop* Pembuatan Sabun Cuci Piring “Bersih dan Hemat, Kreatif Jadi Hebat”**

Kegiatan pertama dalam rangkaian program pengabdian kepada masyarakat ini adalah *Workshop* Pembuatan Sabun Cuci Piring dengan tema “*Bersih dan Hemat, Kreatif Jadi Hebat*”, yang dilaksanakan di Balai RW 08 Kelurahan Darmo, Surabaya. Kegiatan ini dirancang untuk meningkatkan keterampilan warga, khususnya ibu rumah tangga, dalam memproduksi sabun cuci piring secara mandiri dengan biaya terjangkau dan menggunakan bahan-bahan alami yang mudah diperoleh. Selain untuk pemenuhan kebutuhan rumah tangga, pelatihan ini juga bertujuan sebagai pengenalan terhadap peluang usaha berbasis produk rumah tangga ramah lingkungan, sebagaimana telah diterapkan pada berbagai program serupa (Mutamima et al., 2024; Sentosa et al., 2024).

Pelaksanaan *workshop* berlangsung selama ±90 menit dan diikuti oleh kurang lebih 16 peserta. Kegiatan dimulai dengan sesi pembukaan dan penyampaian materi secara interaktif

terkait manfaat penggunaan sabun berbahan alami serta potensi ekonominya. Selanjutnya, fasilitator mendemonstrasikan proses pembuatan sabun, mulai dari pencampuran bahan aktif (Texapon, garam, air pandan, dan jeruk nipis), proses pengadukan, hingga pengemasan ke dalam botol berukuran 100 ml dan 500 ml.

Peserta kemudian dibagi ke dalam beberapa kelompok kecil untuk memudahkan pendampingan dalam sesi praktik. Pendekatan ini terbukti efektif dalam mendorong keterlibatan aktif peserta. Selama proses berlangsung, peserta menunjukkan antusiasme tinggi, ditandai dengan banyaknya pertanyaan yang diajukan dan ketelitian saat mencampur bahan. Produk hasil praktik dapat dibawa pulang oleh peserta sebagai bentuk apresiasi serta motivasi untuk mengembangkan keterampilan ini di lingkungan rumah masing-masing.

Adapun alat dan bahan yang digunakan dalam kegiatan ini dirangkum dalam Tabel 1. Jumlah yang tercantum merupakan total keseluruhan kebutuhan untuk satu sesi praktik dengan peserta sebanyak enam kelompok. Bahan utama seperti Texapon berfungsi sebagai pembusa, garam dapur untuk mengentalkan larutan, serta jeruk nipis dan air pandan yang memberikan efek antibakteri dan aroma alami. Sedangkan alat seperti baskom, saringan, corong, dan botol kemasan digunakan untuk memfasilitasi proses produksi dari tahap pencampuran hingga pengemasan. Dari kegiatan ini, dihasilkan sekitar 25 botol sabun cuci piring berukuran 100 ml dan 1 botol sabun ukuran 500 ml.

Tabel 1. Alat dan Bahan Pembuatan Sabun Cuci Piring

Bahan	Jumlah	Fungsi Utama
Texapon	1,5 kilogram	Bahan aktif pembusa sabun
Garam dapur	300 gram	Pengental dan pengikat larutan sabun
Jeruk nipis	12 buah	Bahan penghilang lemak dan antibakteri alami
Air pandan	3 liter	Pengharum alami
Alat	Jumlah	Fungsi Utama
Baskom plastik	6 buah	Wadah pencampur semua bahan
Sendok plastik	18 buah	Alat pengaduk larutan sabun
Sarung tangan plastik	25 pasang	Pengaduk larutan sabun secara higienis
Talenan	6 buah	Alas untuk memotong jeruk nipis
Pisau	6 buah	Pemotong jeruk nipis
Corong plastik	6 buah	Memudahkan pengisian larutan ke dalam botol
Botol kemasan 100 ml	25 botol	Wadah kemasan hasil sabun
Botol kemasan 500 ml	1 botol	Wadah kemasan alternatif
Label/stiker produk	25 lembar	Penanda produk hasil karya

Semua bahan yang digunakan bersifat aman, tidak berbahaya bagi kulit, dan ramah lingkungan. Texapon berperan sebagai bahan pembusa utama, sedangkan jeruk nipis memberikan efek degreasing alami serta aroma segar. Air pandan ditambahkan sebagai pewangi tradisional yang memberikan sentuhan khas pada produk akhir.

Setelah demonstrasi, peserta dibagi ke dalam kelompok kecil untuk mempraktikkan proses pembuatan sabun dengan pendampingan tim fasilitator. Selama praktik berlangsung, peserta menunjukkan antusiasme tinggi dan aktif mengajukan pertanyaan. Produk sabun hasil praktik dikemas dalam botol dan diberi label, kemudian dapat dibawa pulang sebagai bentuk hasil karya sekaligus motivasi untuk melanjutkan produksi secara mandiri. Rangkaian kegiatan *workshop* ini dirangkum dalam Tabel 2, yang menggambarkan waktu pelaksanaan dan penanggung jawab setiap sesi. Perencanaan waktu yang padat namun terstruktur membantu

kelancaran kegiatan dan memastikan keterlibatan optimal dari peserta.

Tabel 2. Alur Kegiatan *Workshop* Pembuatan Sabun Cuci Piring

Waktu	Kegiatan	Penanggung Jawab
08.30 – 09.00	Registrasi peserta	Tim KKN
09.00 – 09.15	Pembukaan kegiatan oleh MC	MC
09.15 – 09.30	Penyampaian singkat materi kegiatan	Tim KKN
09.30 – 10.15	Praktik pembuatan sabun cuci piring	Fasilitator
10.15 – 10.30	Pengemasan dan pelabelan produk	Tim KKN dan Peserta
10.30 – 10.45	Review hasil praktik & diskusi reflektif	Tim KKN dan Peserta
10.45 – 11.00	Dokumentasi & Penutupan	Tim Dokumentasi

Pelaksanaan kegiatan disusun dengan pendekatan *experiential learning*, menekankan praktik langsung sebagai metode utama. Hal ini terbukti efektif dalam menumbuhkan keterampilan aplikatif serta mendorong partisipasi aktif masyarakat.

Kegiatan diawali dengan sesi pembukaan dan penyampaian materi dalam kegiatan *Workshop* Pembuatan Sabun Cuci Piring yang diselenggarakan di Balai RW 08 Kelurahan Darmo, Surabaya seperti yang terlihat pada Gambar 1. Dalam sesi ini, peserta diperkenalkan dengan tujuan kegiatan, manfaat penggunaan sabun cuci piring berbahan alami, serta peluang usaha yang dapat dikembangkan dari keterampilan ini. Penyampaian dilakukan secara interaktif agar peserta merasa terlibat secara aktif sejak awal.



Gambar 1. Sesi pembukaan dan penyampaian materi *workshop* pembuatan sabun cuci piring

Materi yang disampaikan mencakup informasi mengenai bahan-bahan yang aman bagi kulit, ramah lingkungan, serta terjangkau secara ekonomi. Fasilitator juga menekankan aspek keberlanjutan lingkungan dan potensi penghematan rumah tangga dari penggunaan sabun buatan sendiri. Sesi pembukaan ini menjadi fondasi penting untuk membangun pemahaman peserta sebelum memasuki tahapan praktik pembuatan sabun.

Setelah pembukaan dan penyampaian materi dilanjutkan dengan proses pencampuran bahan oleh peserta. Gambar 2 mendokumentasikan momen saat peserta melakukan proses pencampuran bahan-bahan dasar sabun, seperti Texapon, garam, jeruk nipis, dan air pandan. Kegiatan ini dilakukan secara berkelompok agar setiap peserta dapat terlibat langsung dan saling membantu dalam memahami tahapan pembuatan sabun. Pengadukan dilakukan secara manual menggunakan sendok plastik dalam wadah baskom sesuai takaran yang telah disiapkan sebelumnya.



Gambar 2. Proses pencampuran bahan pembuatan sabun cuci piring oleh peserta

Proses pencampuran sangat penting karena menentukan kualitas akhir dari sabun, baik dari segi kekentalan maupun efektivitas pembersihannya. Fasilitator memberikan arahan secara langsung dan mendampingi setiap kelompok, memastikan bahwa teknik pencampuran dilakukan dengan benar. Aktivitas ini juga melatih ketelitian peserta dalam menyesuaikan proporsi bahan agar hasil sabun sesuai dengan standar yang diharapkan.

Gambar 3 memperlihatkan produk sabun cuci piring yang telah selesai dibuat dan dikemas oleh peserta. Botol sabun tampak rapi dengan label identitas produk, menunjukkan bahwa peserta telah berhasil melalui seluruh proses pembuatan dari awal hingga akhir. Produk ini menjadi hasil nyata dari pelatihan, sekaligus bukti bahwa sabun ramah lingkungan bisa dibuat sendiri di rumah.



Gambar 3. Hasil akhir dan dokumentasi bersama peserta *workshop* pembuatan sabun cuci piring

Kegiatan diakhiri dengan mengabadikan momen kebersamaan antara peserta dan panitia di akhir kegiatan *workshop*. Foto ini diambil sebagai bentuk dokumentasi sekaligus penghargaan atas partisipasi aktif seluruh peserta dalam mengikuti rangkaian pelatihan. Suasana hangat dan penuh semangat tergambar dari ekspresi wajah peserta yang menunjukkan kepuasan dan antusiasme.

Selain sebagai simbol penutupan kegiatan, foto bersama ini juga menandai terbentuknya relasi positif antara tim pelaksana KKN dan masyarakat RW 08. Dokumentasi ini menjadi bukti bahwa program pengabdian tidak hanya berorientasi pada transfer pengetahuan, tetapi juga membangun kedekatan sosial dan kolaborasi yang bermanfaat bagi masyarakat setempat. Keberhasilan peserta dalam menciptakan produk sabun yang siap pakai tidak hanya memberikan manfaat fungsional, tetapi juga membangun kepercayaan diri mereka untuk mencoba usaha berbasis keterampilan rumah tangga. Produk akhir ini memiliki karakteristik aroma segar dari jeruk nipis dan pandan, serta konsistensi cairan yang sesuai untuk kebutuhan cuci piring sehari-hari.

Workshop Pembuatan Snack Bouquet “Rangkai Kreasi, Hadirkan Inspirasi”

Kegiatan kedua dalam rangkaian pengabdian kepada masyarakat di RW 08 Kelurahan Darmo adalah *Workshop Pembuatan Snack Bouquet* dengan tema “*Rangkai Kreasi, Hadirkan Inspirasi*”. Kegiatan ini bertujuan untuk mengasah kreativitas warga, khususnya ibu rumah tangga, dalam menciptakan karya seni praktis bernilai jual berupa *snack bouquet*. Selain

memperkenalkan ide usaha kreatif, kegiatan ini juga mendorong pemanfaatan bahan-bahan sederhana menjadi produk menarik dan layak jual, sejalan dengan semangat pemberdayaan ekonomi lokal.

Pelaksanaan *workshop* berlangsung selama ± 90 menit dan diikuti oleh sekitar 17 peserta. Kegiatan diawali dengan sesi pengantar oleh tim pelaksana mengenai tren bisnis *snack bouquet* dan peluang pasarnya yang menjanjikan, terutama untuk kebutuhan acara ulang tahun, wisuda, maupun hadiah apresiatif. Sesi ini dilanjutkan dengan demonstrasi pembuatan *snack bouquet* oleh fasilitator, mulai dari tahap persiapan bahan, teknik penyusunan dan pengikatan, hingga proses finishing menggunakan plastik wrap dan pita hias.

Untuk memudahkan pendampingan selama sesi praktik, peserta dibagi ke dalam kelompok-kelompok kecil. Meskipun dibagi per kelompok, setiap peserta diberi kesempatan untuk merancang dan merangkai buket secara mandiri berdasarkan bahan serta desain pilihan masing-masing. Pendekatan ini mendorong kreativitas dan ekspresi individu dalam menyusun *snack bouquet*.

Adapun alat dan bahan yang digunakan dalam kegiatan ini dirangkum dalam Tabel 3. Jumlah yang tercantum merupakan total keseluruhan kebutuhan untuk satu sesi praktik. Dari kegiatan ini dihasilkan 13 buah *snack bouquet*, masing-masing menggunakan 7 kemasan *snack*, 7 tusuk sate, 2 lembar kertas wrap, 30–40 cm pita hias, dan 1 potong styrofoam sebagai dasar rangkaian. Jumlah bahan disesuaikan dengan kebutuhan total peserta.

Tabel 3. Alat dan Bahan Pembuatan *Snack Bouquet*

Bahan	Jumlah	Fungsi Utama
<i>Snack</i> kemasan mini	91 kemasan	Isi utama rangkaian buket, memberi tampilan menarik dan konsumsi
Tusuk sate / <i>stick</i>	91 kemasan	Penyangga <i>snack</i> untuk dirangkai membentuk buket
Kertas <i>wrap</i> buket	26 lembar	Pembungkus luar buket agar terlihat rapi dan estetik
Pita hias	4 meter	Pengikat sekaligus dekorasi buket
Selotip bening	12 buah	Perekat umum untuk berbagai tahap perakitan
<i>Double tip</i>	6 buah	Perekat khusus untuk merekatkan <i>snack</i> pada tusuk atau kertas
<i>Styrofoam</i>	13 buah	Alas tempat menancapkan tusuk agar buket kokoh
Alat	Jumlah	Fungsi Utama
Gunting	13 buah	Memotong pita, kertas, dan selotip

Semua bahan yang digunakan bersifat aman, mudah diperoleh, dan mendukung kreativitas peserta dalam menyusun rangkaian buket yang unik dan personal. Jumlah alat dan bahan telah disesuaikan untuk menghasilkan 13 *snack bouquet* secara keseluruhan. Rangkaian kegiatan *workshop* secara rinci disajikan dalam Tabel 4 berikut.

Tabel 4. Alur Kegiatan *Workshop* Pembuatan *Snack Bouquet*

Waktu	Kegiatan	Penanggung Jawab
15.00 – 15.30	Registrasi peserta	Tim KKN
15.30 – 15.45	Pembukaan kegiatan oleh MC	MC
15.45 – 16.05	Penyampaian singkat materi kegiatan	Tim KKN
16.05 – 17.15	Praktik pembuatan <i>snack bouquet</i>	Fasilitator
17.15 – 17.25	Review hasil praktik & diskusi reflektif	Tim KKN dan Peserta
17.25 – 17.30	Dokumentasi & Penutupan	Tim Dokumentasi

Pelaksanaan kegiatan disusun dengan pendekatan *experiential learning*, menekankan praktik langsung sebagai metode utama. Sesi pembukaan *workshop* dimulai dengan sambutan hangat dari perwakilan tim KKN yang memperkenalkan tujuan utama kegiatan, yaitu

menumbuhkan kreativitas warga dalam menciptakan produk kerajinan yang bernilai jual, terlihat pada Gambar 4. Peserta diajak untuk memahami potensi usaha *snack bouquet* yang sedang populer, terutama sebagai hadiah dalam berbagai momen seperti ulang tahun, wisuda, dan acara perayaan lainnya.

Materi disampaikan secara interaktif agar peserta dapat menangkap ide dasar usaha ini dengan cara yang menyenangkan dan mudah dipahami. Selain membahas potensi pasar, tim juga menjelaskan bahwa pembuatan *snack bouquet* merupakan bagian dari ekonomi kreatif yang memanfaatkan bahan sederhana namun dikemas dengan nilai estetika tinggi. Peserta diberikan gambaran singkat mengenai tren desain bouquet yang sedang diminati, teknik penyusunan, serta tips agar hasil karya mereka dapat menarik perhatian pembeli.



Gambar 4. Sesi pembukaan dan penyampaian materi *workshop* pembuatan *snack bouquet*

Setelah sesi materi, peserta diarahkan untuk mulai praktik merangkai *snack bouquet* secara berkelompok kecil. Mereka memulai dari tahap menyiapkan bahan-bahan seperti *snack* mini, tusuk sate, kertas wrap, pita, serta styrofoam sebagai media dasar. Pendampingan intensif dilakukan oleh tim fasilitator agar setiap peserta merasa percaya diri dan memahami langkah-langkah penting dalam proses perakitan.

Proses praktik menjadi bagian yang paling dinantikan karena peserta dapat mengekspresikan kreativitas mereka secara bebas. Mereka merancang komposisi *snack* sesuai keinginan, memilih warna pita dan bentuk wrapping yang mereka anggap menarik. Suasana berlangsung aktif dan penuh canda tawa, mencerminkan keakraban antar peserta dan semangat belajar yang tinggi. Banyak peserta menunjukkan inisiatif untuk saling membantu dan berdiskusi satu sama lain terkait teknik merangkai yang paling efektif dan estetis seperti yang ditunjukkan pada Gambar 5.



Gambar 5. Proses praktik peserta dalam merangkai *snack bouquet*

Sesi akhir *workshop* ditutup dengan penampilan hasil karya peserta berupa *snack bouquet* dengan berbagai gaya dan warna yang unik ditunjukkan pada Gambar 6. Setiap kelompok memamerkan *snack bouquet* buatan mereka yang telah selesai dihias, menampilkan sentuhan personal dari masing-masing peserta. Hasil-hasil tersebut menunjukkan bahwa warga RW 08 memiliki potensi besar dalam mengembangkan produk kerajinan berbasis rumah tangga yang memiliki daya tarik komersial.



Gambar 6. Hasil akhir dan dokumentasi bersama peserta *workshop* pembuatan *snack bouquet*

Sebagai bentuk apresiasi, kegiatan ditutup dengan sesi dokumentasi bersama seluruh peserta dan panitia. Foto bersama ini bukan hanya menjadi simbol penutupan kegiatan, tetapi juga menjadi kenangan kolaboratif antara tim KKN dan masyarakat setempat. Suasana hangat dan penuh kebanggaan terpancar dari wajah para peserta yang telah berhasil menciptakan karya mereka sendiri. Harapannya, semangat ini dapat menjadi awal yang baik bagi warga untuk mengembangkan usaha kecil berbasis kreativitas di kemudian hari.

Sosialisasi *Digital Marketing* dan *Affiliate Marketing*

Kegiatan ketiga dalam rangkaian pengabdian masyarakat di RW 08 Kelurahan Darmo adalah *Sosialisasi Digital Marketing dan Affiliate Marketing*. Kegiatan ini ditujukan kepada pelaku usaha mikro maupun warga yang tertarik memulai usaha kecil, terutama dalam menghadapi era digital yang menuntut adaptasi terhadap teknologi dan strategi pemasaran *online*. Tujuan utama dari kegiatan ini adalah untuk meningkatkan literasi digital warga serta membekali mereka dengan pengetahuan praktis dalam membangun identitas usaha (*branding*), mengelola media sosial bisnis, dan memanfaatkan platform *e-commerce* serta peluang pemasaran berbasis afiliasi.

Pelaksanaan kegiatan bertempat di Balai RW 08 dan dihadiri oleh sekitar 20 peserta dari berbagai latar belakang, termasuk pemilik usaha makanan rumahan, *reseller* produk fashion, beserta ibu rumah tangga yang sedang menjajaki bisnis *online*. Kegiatan berlangsung selama sekitar 100 menit dan dibagi ke dalam tiga sesi utama: (1) pemaparan materi, (2) sesi diskusi interaktif, dan (3) evaluasi singkat berupa *quiz* untuk mengukur pemahaman peserta. Adapun susunan acara secara rinci dapat dilihat pada Tabel 5 berikut:

Tabel 5. Alur Kegiatan Sosialisasi *Digital Marketing* dan *Affiliate Marketing*

Waktu	Kegiatan	Penanggung Jawab
10.00 – 10.15	Registrasi peserta	Tim KKN
10.15 – 10.25	Pembukaan dan Lagu Indonesia Raya	MC
10.24 – 10.30	Sambutan Ketua KKN & Ketua RW 08	Ketua KKN & Ketua RW 08
10.30 – 10.35	Pengantar dan Perkenalan Materi	Tim KKN & Narasumber
10.35 – 11.00	Penyampaian Materi Sosialisasi	Narasumber
11.00 – 11.15	Sesi Tanya Jawab	Narasumber & MC
11.15 – 11.30	Quiz Interaktif	Tim KKN
11.30 – 11.35	Penyerahan Sertifikat	Tim KKN
11.35 – 11.40	Kata Sambutan Dosen Pembimbing Lapangan	Dosen Pembimbing Lapangan & MC
11.40 – 11.45	Dokumentasi & Penutupan	Tim Dokumentasi

Setelah memahami alur kegiatan, peserta diperkenalkan dengan cakupan materi yang akan dibahas. Materi-materi ini telah diklasifikasikan dalam beberapa kelompok untuk memudahkan pemahaman, sebagaimana tersaji dalam Tabel 6 berikut:

Tabel 6. Kelompok Materi Sosialisasi *Digital Marketing* dan *Affiliate Marketing*

Kelompok Materi	Subtopik	Tools/Platform Terkait
Branding UMKM	Pentingnya <i>branding</i> , kemasan produk, <i>storytelling</i>	Canva, Instagram
Strategi Media Sosial	Instagram bisnis, konten menarik, copywriting, short video	Canva, TikTok, WA Business
Affiliate Marketing	Cara kerja afiliasi, cara daftar <i>Shopee & TikTok Shop</i> , <i>Shopee TikTok</i>	

Penjabaran materi ini bertujuan agar peserta tidak hanya memperoleh informasi secara umum, tetapi juga dapat mengaitkan subtopik dengan kebutuhan spesifik usaha mereka. Misalnya, kelompok *Branding UMKM* menekankan pentingnya membangun identitas visual dan cerita usaha yang kuat. Penggunaan *Canva* dan *Instagram* dipilih karena merupakan platform yang mudah diakses oleh pelaku usaha mikro, serta efektif dalam membentuk persepsi konsumen terhadap produk.

Sementara itu, materi *Strategi Media Sosial* dirancang untuk menjawab tantangan dalam menciptakan konten menarik yang mampu menjangkau audiens lebih luas. Peserta diajarkan prinsip dasar pembuatan konten visual dan naratif (*copywriting*), serta pemanfaatan video pendek sebagai tren promosi yang sedang berkembang.

Kelompok *Affiliate Marketing* menjadi topik yang sangat diminati, terutama karena memberikan peluang tambahan penghasilan tanpa perlu memiliki stok barang. Peserta dikenalkan pada sistem kerja afiliasi serta langkah-langkah teknis untuk mendaftar sebagai afiliasi di *Shopee* dan *TikTok Shop*.

Adapun dalam kelompok *Tools Pendukung*, peserta diperkenalkan pada alat bantu operasional usaha digital. *WhatsApp Business*, misalnya, dibahas dalam konteks manajemen katalog dan *broadcasting*; sedangkan *CapCut* digunakan untuk menyunting video promosi. Pengetahuan ini diharapkan mampu meningkatkan efisiensi sekaligus profesionalisme pengelolaan bisnis kecil secara digital. Dengan pengelompokan seperti ini, peserta dapat lebih mudah memetakan mana materi yang paling relevan dengan kebutuhan usahanya, serta mulai menyusun rencana implementasi *digital marketing* secara bertahap dan berkelanjutan.

Sesi Penyampaian Materi dan Diskusi

Kegiatan diawali dengan sesi pembukaan, dan dilanjut kegiatan sesi pertama, yaitu penyampaian materi inti. Tim pelaksana memulai dengan pengenalan pentingnya *branding* sebagai fondasi dari identitas usaha, sebagaimana ditampilkan pada Gambar 7. Dalam sesi ini, peserta diajak memahami bahwa *branding* bukan hanya sekadar logo atau nama usaha, tetapi juga menyangkut persepsi pelanggan terhadap nilai, kualitas, serta kepercayaan terhadap produk yang ditawarkan.



Gambar 7. Sesi pembukaan & penyampaian materi sosialisasi *digital marketing* dan *affiliate marketing*

Untuk memperkuat pemahaman, materi kemudian berlanjut ke pembahasan mengenai strategi pemasaran digital di media sosial, termasuk cara membuat konten menarik, teknik dasar *copywriting*, serta pemanfaatan video pendek sebagai alat promosi. Peserta juga dikenalkan pada tools gratis seperti *Canva* untuk desain visual, serta *CapCut* untuk pembuatan konten video. Selain itu, peserta dikenalkan pada fitur-fitur *WhatsApp Business*, seperti katalog produk, *auto-reply*, dan *broadcast* yang efektif namun tidak mengganggu. Materi ditutup dengan pemaparan sistem *affiliate marketing*, mencakup konsep dasar afiliasi, mekanisme kerja, serta langkah-langkah pendaftaran sebagai afiliasi di *Shopee* dan *TikTok Shop*.

Sesi Diskusi Interaktif

Setelah seluruh materi disampaikan, kegiatan berlanjut ke sesi kedua, yaitu diskusi interaktif antara narasumber dan peserta sebagaimana ditunjukkan pada Gambar 8. Sesi ini dirancang untuk menggali tantangan yang dihadapi peserta dalam menjalankan usaha atau merintis bisnis digital. Peserta menyampaikan berbagai kendala, seperti rendahnya jangkauan media sosial, kesulitan membuat konten menarik, hingga ketidaktahuan mengenai sistem afiliasi. Tim KKN merespons dengan memberi solusi praktis, seperti strategi penggunaan *story highlight*, tips konsistensi visual, hingga teknik *copywriting* sederhana.



Gambar 8. Peserta aktif menyimak materi dan mencoba membuka aplikasi bisnis digital

Diskusi tidak hanya bersifat tanya jawab satu arah, tetapi juga membuka ruang eksplorasi. Peserta mencoba langsung membuka aplikasi *WhatsApp Business* dan *TikTok Shop*, serta menanyakan cara mendaftar menjadi *affiliate*, menghitung potensi komisi, dan membuat konten promosi. Interaksi aktif ini membuat suasana menjadi dinamis dan penuh antusiasme.

Sesi Evaluasi dan Penutup Kegiatan

Sesi ketiga merupakan tahap evaluasi dan penutup kegiatan. Untuk mengukur pemahaman peserta terhadap materi yang telah disampaikan, dilakukan quiz interaktif secara lisan. Pertanyaan mencakup istilah penting dalam *digital marketing*, seperti *engagement rate*, fitur *product tagging* di *Instagram*, serta konsep *call-to-action*. Beberapa peserta yang berhasil menjawab dengan benar mendapatkan hadiah menarik sebagai bentuk apresiasi. Tak hanya itu, peserta juga diminta menyebutkan satu rencana aksi yang akan mereka lakukan setelah kegiatan ini, seperti membuat akun bisnis baru, menggunakan *Canva* untuk desain produk, atau mulai memasarkan barang melalui *TikTok Shop*.

Sebagai penutup, kegiatan diakhiri dengan sesi dokumentasi dan foto bersama antara peserta dan tim KKN, sebagaimana ditampilkan pada Gambar 9. Momen ini memperlihatkan suasana keakraban yang terjalin selama acara, sekaligus menjadi simbol keberhasilan kegiatan dalam membangun semangat kolaboratif dan literasi digital bagi warga RW 08.

Pembahasan

Hasil kegiatan pengabdian masyarakat yang telah dipaparkan sebelumnya menunjukkan bahwa setiap program memiliki karakteristik dan tujuan yang berbeda, namun saling melengkapi dalam upaya pemberdayaan warga. Untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam, bagian pembahasan ini mengkaji tiap kegiatan secara berurutan berdasarkan pelaksanaan di lapangan, dengan mengaitkan hasil observasi, keterlibatan peserta, serta teori atau praktik pengabdian sejenis yang relevan. Dengan demikian, kontribusi nyata program

terhadap pengembangan keterampilan warga dan inovasi pengabdian masyarakat yang aplikatif dapat tergambarkan secara utuh.

Workshop Pembuatan Sabun Cuci Piring “Bersih dan Hemat, Kreatif Jadi Hebat”

Kegiatan *workshop* sabun cuci piring memberikan kontribusi signifikan dalam penguatan keterampilan praktis masyarakat. Melalui pendekatan *hands-on*, peserta tidak hanya memahami teori pembuatan sabun ramah lingkungan, tetapi juga mampu mempraktikkannya secara mandiri. Hal ini sejalan dengan temuan dari Mutamima et al. (2024) yang menekankan pentingnya pelatihan berbasis praktik untuk meningkatkan keterampilan rumah tangga dan membuka peluang usaha mikro berbasis produk kebutuhan sehari-hari.

Bahan yang digunakan, seperti Texapon, air pandan, dan jeruk nipis, mencerminkan prinsip keberlanjutan dan keamanan bagi lingkungan. Pendekatan ini mendukung konsep *green entrepreneurship*, di mana produk dibuat dengan memperhatikan aspek ekologis sekaligus bernilai ekonomis (Sentosa et al., 2024).

Secara kuantitatif, kegiatan ini diikuti oleh 16 peserta yang terbagi ke dalam enam kelompok. Setiap kelompok berhasil memproduksi sabun dalam dua ukuran kemasan, menghasilkan total 25 botol sabun ukuran 100 ml dan 1 botol ukuran 500 ml. Partisipasi aktif peserta terlihat dari keterlibatan penuh dalam sesi praktik dan refleksi, serta antusiasme dalam mengajukan pertanyaan. Kegiatan ini terbukti tidak hanya bersifat edukatif, tetapi juga produktif dan aplikatif. Potensi replikasi di wilayah urban padat lainnya pun terbuka lebar, terutama dengan karakteristik masyarakat serupa yang membutuhkan pelatihan praktis berbiaya rendah namun berdampak tinggi.

Workshop Pembuatan Snack Bouquet “Rangkai Kreasi, Hadirkan Inspirasi”

Kegiatan ini berhasil membuka ruang bagi warga, khususnya ibu rumah tangga, untuk menyalurkan kreativitas dalam bentuk produk kerajinan bernilai jual. Pelatihan semacam ini berkontribusi terhadap pengembangan ekonomi kreatif lokal. Sebagaimana dijelaskan oleh Bahasoan et al. (2024), pelatihan berbasis kreativitas mampu meningkatkan inklusi ekonomi melalui transformasi digital UMKM.

Selama kegiatan, sebanyak 17 peserta aktif mengikuti pelatihan dan menghasilkan 13 *snack bouquet* siap jual. Pendekatan individual dalam merancang desain memungkinkan peserta mengembangkan gaya personal yang menjadi keunikan dari produk kreatif tersebut. Hasil *workshop* menunjukkan bahwa pelatihan keterampilan estetika dapat meningkatkan rasa percaya diri dan inisiatif kewirausahaan warga (Susanti et al., 2022). Selain itu, pelatihan ini membuka ruang bagi bentuk pengabdian masyarakat berbasis produk musiman atau permintaan khusus acara, seperti wisuda dan ulang tahun, yang relevan di lingkungan masyarakat urban.

Sosialisasi Digital Marketing dan Affiliate Marketing

Kegiatan ini menekankan pentingnya literasi digital sebagai fondasi dalam penguatan dan keberlanjutan usaha mikro. Materi disampaikan secara aplikatif dengan integrasi platform populer seperti *Instagram*, *TikTok*, dan *WhatsApp Business*. Hal ini sejalan dengan studi oleh Putri Sandrina Sitompul et al. (2023) yang menyatakan bahwa pelatihan *digital marketing* memiliki peran strategis dalam memperluas eksistensi UMKM dan jangkauan pasar.

Topik *affiliate marketing* menjadi bagian yang paling diminati, karena membuka peluang penghasilan tambahan tanpa memerlukan modal besar. Pendekatan ini sangat relevan bagi masyarakat yang memiliki keterbatasan modal, sebagaimana didukung oleh temuan Rifai, Wardani, & Andini (2025), yang menekankan efektivitas pelatihan *branding* digital dalam meningkatkan kesiapan pemasaran lokal.

Secara partisipatif, kegiatan ini diikuti oleh sekitar 20 peserta dari berbagai latar belakang usaha. Evaluasi dilakukan melalui *quiz* interaktif dan diskusi terbuka. Lebih dari separuh peserta mencoba langsung membuka platform afiliasi seperti *Shopee* atau *TikTok Shop*, serta menunjukkan ketertarikan tinggi untuk mulai memasarkan produk secara daring. Kegiatan ini juga memperkuat pendekatan *learning by doing*, melalui pendampingan langsung dalam menggunakan aplikasi bisnis digital. Inovasi pengabdian ini terletak pada kesederhanaan metode, kedekatan materi dengan kebutuhan peserta, serta penggunaan alat gratis yang mudah

diakses.

Secara keseluruhan, ketiga kegiatan dalam program pengabdian ini menunjukkan bahwa pendekatan berbasis praktik, partisipasi aktif, dan integrasi teknologi mampu meningkatkan kapasitas masyarakat secara menyeluruh, baik dari aspek keterampilan rumah tangga, kreativitas usaha, hingga literasi digital. Evaluasi partisipatif dan hasil konkret dari tiap kegiatan membuktikan bahwa pengabdian masyarakat tidak hanya menjadi sarana edukatif, tetapi juga dapat mendorong inovasi lokal yang relevan dengan kebutuhan dan potensi warga. Dengan demikian, program ini tidak hanya memperkuat pemberdayaan komunitas, tetapi juga membuka jalan bagi replikasi kegiatan serupa di wilayah lain dengan strategi yang lebih terstruktur dan berdampak jangka panjang.

4. SIMPULAN DAN SARAN

Program pengabdian masyarakat yang dilaksanakan di RW 08 Kelurahan Darmo melalui tiga kegiatan utama yakni *workshop* sabun cuci piring, *workshop snack bouquet*, dan sosialisasi *digital marketing*, telah berhasil memberikan dampak nyata dalam meningkatkan keterampilan praktis, kreativitas, dan literasi digital warga, terutama ibu rumah tangga dan pelaku UMKM. Melalui metode pembelajaran partisipatif dan berbasis praktik langsung, peserta tidak hanya memperoleh pengetahuan baru tetapi juga menghasilkan produk yang dapat dimanfaatkan atau dikembangkan sebagai peluang usaha rumahan. Tingginya antusiasme dan keterlibatan aktif peserta menunjukkan bahwa program ini mampu menjawab kebutuhan masyarakat secara tepat dan aplikatif. Secara keseluruhan, kegiatan ini mendukung pemberdayaan ekonomi lokal, transformasi digital UMKM, serta pencapaian beberapa poin Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDGs).

Pengabdian serupa di masa mendatang disarankan untuk memperluas jangkauan peserta melalui kolaborasi dengan RT/RW lain atau komunitas kewirausahaan setempat agar dampaknya lebih merata. Materi *digital marketing* sebaiknya dilanjutkan dengan sesi praktik lanjutan seperti pembuatan konten real-time, manajemen akun media sosial, dan simulasi afiliasi. Perlu pula adanya pendampingan pasca kegiatan dalam bentuk mentoring berkala atau grup diskusi daring guna menjaga kesinambungan praktik usaha. Selain itu, pengabdian dapat ditingkatkan melalui pendekatan tematik seperti produk daur ulang, pengemasan ramah lingkungan, atau literasi keuangan sederhana bagi pelaku UMKM pemula, agar manfaat program semakin beragam dan berkelanjutan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur atas dukungan dan fasilitas yang diberikan dalam pelaksanaan program pengabdian ini. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Dosen Pembimbing Lapangan, Ketua RW 08 Kelurahan Darmo, serta seluruh warga RW 08 yang telah berpartisipasi aktif dan memberikan dukungan selama kegiatan berlangsung. Tanpa kerja sama dan semangat kolaboratif dari berbagai pihak, kegiatan ini tidak akan berjalan dengan lancar dan memberikan hasil yang optimal.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, G., Oktavianto, H., Habibie, E. Y., & Hadiyatullah, A. W. (2020). Pelatihan digital marketing pada UMKM sebagai penunjang kegiatan promosi dan pemasaran. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Manage*, 1(2), 88–92. <https://doi.org/10.32528/jpmm.v1i2.3981>
- Afrida, A., Asyar, R., Fuldijatman, F., Miharti, I., Minarni, M., & Adawiyah, R. (2024). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pelatihan Pembuatan Sabun Cuci Piring, Handsoap

- dan Detergen Berbasis Bahan Alami Di Desa Jati Mulyo. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(2), 39–46. <https://doi.org/10.22437/jupema.v3i2.36787>
- Amir Iskandar, S., Gazali, S., & Prihanisetyo, A. (2025). Strategi Pengembangan UMKM Berbasis Digitalisasi: Implementasi Program Pelatihan dan Pendampingan Digital Marketing untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM kota Balikpapan. *Kegiatan Positif: Jurnal Hasil Karya Pengabdian Masyarakat*, 3(2), 39–54. <https://doi.org/10.61132/kegiatanpositif.v3i2.1969>
- Bahasoan, A. N., S, N. N. Q., Wahdaniah, N., B, N. I., & Azis, N. M. S. (2024). Transformasi Digital pada UMKM: Penggerak Pertumbuhan Ekonomi dan Inklusi di Negara Berkembang. *Jurnal Indragiri Penelitian Multidisiplin*, 5(1), 9–19. <https://doi.org/10.58707/jipm.v5i1.1085>
- Hendrasari, E., Isnata, F., & Yulfajar, A. (2023). Penerapan Digital Marketing Terhadap Penjualan UMKM Filiya Galeri. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis, dan Sosial (EMBISS)*, 3(2), 188–193. <https://embiss.com/index.php/embiss/article/view/208>
- Jalaluddin, J., Suryani, A. I., Suryani, I., Megawati, M., Sakir, A., Halimatussakdiah, H., Arief, R. L., Salsabilla, R., & Tamimi, A. S. (2024). Community Service: Training on Produced Dishwashing Soap from Waste Cooking Oil for Strengthening Gampong Blang Ara Community Income. *Jurnal Pengabdian Bakti Akademisi*, 1(1). <https://doi.org/10.24815/jpba.v1i1.37629>
- Lindiawati, L., Ilham, R., Supriyanto, H., Wulandari, D. A., & Renzina, Y. D. (2023). Pelatihan digital marketing untuk meningkatkan digital literacy UMKM Rusunawa Wonorejo, Surabaya. *Jurnal KeDayMas: Kemitraan dan Pemberdayaan Masyarakat*, 3(2), 52–58. <https://doi.org/10.14414/kedaymas.v3i2.3990>
- Mutamima, A., Purnama, I., & Malhat, F. M. (2024). Low-cost and eco-friendly dishwashing liquid to improve the economy of society affected by the pandemic COVID-19: A community development. *Symbiosis Civicus*, 1(1), 8–13.
- Nirwana, N. Q. S., & Biduri, S. (2021). Implementasi digital marketing pada UMKM di era revolusi Industri 4.0 (Studi pada UMKM di Kabupaten Sidoarjo). *BALANCE: Economic Business Management and Accounting Journal*, 18(1), 29. <https://doi.org/10.30651/blc.v18i1.5720>
- Nugroho, A. A., & Ahmadi, M. (2023). Pengaruh digital marketing terhadap perkembangan UMKM. Musytari: *Jurnal Manajemen, Akuntansi, dan Ekonomi*. <https://ejournal.warunayama.org/index.php/musytarineraca/article/view/9218>
- Qodar, I. L., & Handayani, T. (2023). Strategi Literasi Digital mendorong UMKM elektronik go online. *Ekonomikawan: Jurnal Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan*, 23(2). <https://doi.org/10.30596/ekonomikawan.v23i2.11707>
- Rifai, A., Wardani, H. W., & Andini, P. (2025). Transformasi Digital UMKM: Strategi Branding dan Optimalisasi Marketplace bagi Pelaku Usaha Nugget. *Welfare : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 35–40. <https://doi.org/10.30762/welfare.v3i1.2089>
- Rohmaniyah, N. R., Alfian, N. N., Amar, N. S. S., Subhan, N. S., Ustman, N. U., Fajar, N. A., Rahayu,
- N. R. P., Habibi, N. N. S., Risal, N. Z., & Hakim, N. R. (2024). Peningkatan Penjualan UMKM melalui Penerapan Digital Marketing di Desa Teja Timur. *Jurnal Informasi Pengabdian Masyarakat*, 2(3), 36–42. <https://doi.org/10.47861/jipm-nalanda.v2i3.1189>
- Sitompul, N. P. S., Sari, N. M. M., Gaol, N. C. M. B. L., & Harahap, N. L. M. (2025). Transformasi Digital UMKM Indonesia : Tantangan dan Strategi Adaptasi di Era Ekonomi Digital. *Jurnal Manajemen Bisnis Digital Terkini*, 2(2), 09–18. <https://doi.org/10.61132/jumbidter.v2i2.487>
- Sundari, R. (2024). Peranan digital marketing dalam mencapai efisiensi usaha pelaku usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM). *Jurnal Bisnis Kompetitif*, 3(3), 109–114.
- Suryaneta, Handayani, K. Y., Rezki, A. S., Fahmi, A. G., & Saputra, I. S. (2022). Participatory action research for rural women's empowerment: Household production of herbal dish

- soap. *Riau Journal of Empowerment*, 5(1), 49–58. <https://doi.org/10.31258/raje.5.1.49-58>
- Suwandi, N. S., Sibarani, N. W. S., Sibarani, N. L. A., & Halawa, N. S. (2023). Strategi pemasaran digital dalam meningkatkan usaha kecil dan menengah. *Guruku: Jurnal Pendidikan dan Sosial Humaniora*, 1(4), 116–127. <https://doi.org/10.59061/guruku.v1i4.501>
- Wulandari, A., Marcelino, D., Suryawardani, B., & Adithya, D. (2024). Digital Capability and Literacy for MSME Transformation: Perspectives of Digital and Business Performance. *Asia Pacific Management and Business Application*, 13(2), 109–128. <https://doi.org/10.21776/ub.apmba.2024.013.02.2>
- Zulys, A., Syauqi, M., Adriana, E., Istiqomah, M., Susanto, B., & Haidlir, B. (2023). Community empowerment in Sajang Village through coffee soap making and entrepreneurship training. *ASEAN Journal of Community Engagement*, 7(1). <https://doi.org/10.7454/ajce.v7i1.1201>