

Peningkatan Keterampilan Pembuatan dan Pemasaran Produk Hantaran Pengantin melalui Pemanfaatan Media Digital pada Komunitas Dasa Wisma Bougenville di Desa Kepuh, Nguter, Sukoharjo

Ernes Cahyo Nugroho^{*1}, Hartawan², Adi Penawan³, Budhi Sumboro⁴, Agung Koes Indarto⁵

Universitas Dharma AUB Surakarta^{1,2,3,4,5}

email : ernes.cahyo@gmail.com^{*1}

ARTIKEL INFO

Keywords: Pemberdayaan masyarakat; Pelatihan; Produk hantaran; Pemasaran digital

Received : 26, July 2026

Revised : 28, July 2026

Accepted: 22, August 2026

©2026 The Author(s): This is an open-access article distributed under the terms of the [Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



ABSTRAK

Anggota Dasa Wisma Bougenville 1 di Desa Kepuh, Kecamatan Nguter, Kabupaten Sukoharjo, yang mayoritas merupakan ibu rumah tangga memiliki potensi untuk mengembangkan usaha rumahan sebagai sumber pendapatan tambahan keluarga. Namun, keterbatasan keterampilan produksi, akses modal, dan kemampuan pemasaran menjadi kendala dalam mengoptimalkan potensi tersebut. Sebagian peserta telah memiliki pengalaman membuat hantaran sederhana, sedangkan sebagian lainnya belum memiliki pengalaman dalam pembuatan produk tersebut. Peserta juga masih menghadapi keterbatasan dalam teknik pembuatan, pemilihan bahan yang ekonomis, penentuan harga, pengelolaan pesanan, serta pemanfaatan media digital sebagai sarana pemasaran. Kegiatan pemberdayaan masyarakat ini bertujuan meningkatkan keterampilan anggota Dasa Wisma Bougenville 1 dalam membuat dan memasarkan produk hantaran pengantin dengan memanfaatkan media digital. Kegiatan pemberdayaan masyarakat dilaksanakan pada 9 November 2025 di Gedung Pertemuan Serba Guna, Kedungsari RT 04/01, Desa Kepuh, Nguter, Sukoharjo, dengan melibatkan 20 peserta. Metode pelaksanaan menggunakan seminar dan pelatihan berbasis workshop serta praktik berdasarkan pesanan nyata. Materi pelatihan meliputi pengenalan produk hantaran, teknik desain dan finishing, pengelolaan pesanan, penentuan harga, dokumentasi produk, serta pemasaran digital melalui WhatsApp, Facebook, dan Instagram. Pada tahap praktik, peserta secara langsung membuat produk hantaran, melakukan pemeriksaan kualitas, mendokumentasikan hasil, dan mempublikasikannya melalui media digital sebagai bagian dari strategi pemasaran digital. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan keterampilan peserta yang ditunjukkan dengan kemampuan seluruh peserta menyelesaikan minimal satu unit produk hantaran dengan memperhatikan aspek kerapian, ketahanan, dan kesesuaian tema. Peserta juga mampu melakukan pemeriksaan kualitas, mendokumentasikan hasil produk, serta mempublikasikan hasil produk melalui media digital dengan minimal tiga foto produk disertai caption informatif dan harga. Publikasi tersebut memperoleh respons berupa pertanyaan harga, permintaan tema, dan permintaan penawaran dari calon pelanggan. Kegiatan ini menunjukkan bahwa kombinasi seminar dan pelatihan berbasis praktik dapat meningkatkan keterampilan produksi dan kemampuan pemasaran digital peserta serta membuka peluang pengembangan usaha rumahan sebagai sumber pendapatan tambahan keluarga.

A. PENDAHULUAN

Peningkatan kapasitas ekonomi keluarga dapat dilakukan melalui pengembangan usaha produktif berbasis rumah tangga yang sesuai dengan keterampilan dan sumber daya masyarakat. Ibu rumah tangga merupakan salah satu kelompok yang memiliki potensi untuk berperan dalam kegiatan ekonomi produktif, terutama melalui usaha yang dapat dilakukan secara fleksibel dan dimulai dari skala kecil. Kegiatan pelatihan dan pendampingan bagi perempuan juga menjadi salah satu pendekatan dalam pemberdayaan masyarakat, karena dapat meningkatkan kapasitas keterampilan sekaligus membuka peluang terbentuknya kegiatan usaha baru. Sintawati et al. (2025), misalnya, melaksanakan pelatihan keterampilan pengemasan produk dan pemasaran digital kepada 20 ibu rumah tangga dan menemukan adanya peningkatan keterampilan teknis serta literasi digital peserta.

Potensi pemberdayaan tersebut juga terdapat pada kelompok Dasa Wisma. Kelompok Dasa Wisma memiliki basis sosial yang dekat dengan kehidupan masyarakat sehingga dapat menjadi wadah untuk mengembangkan kegiatan produktif berbasis keterampilan. Rozaki et al. (2022) menunjukkan bahwa program pemberdayaan UMKM dan kelompok Dasa Wisma melalui pelatihan dan pendampingan berbasis teknologi informasi dapat meningkatkan kapasitas pemasaran mitra serta keterampilan kelompok dalam mengembangkan produk. Temuan tersebut menunjukkan bahwa kelompok Dasa Wisma tidak hanya dapat berfungsi sebagai wadah kegiatan sosial, tetapi juga dapat diarahkan untuk mendukung pengembangan aktivitas ekonomi produktif melalui peningkatan kapasitas dan pemanfaatan teknologi informasi.

Kondisi tersebut relevan dengan anggota Dasa Wisma Bougenville 1 di Desa Kepuh, Kecamatan Nguter, Kabupaten Sukoharjo. Kegiatan pengabdian ini melibatkan 20 orang peserta, yang mayoritas merupakan ibu rumah tangga dengan tingkat pengalaman yang beragam dalam pembuatan produk hantaran. Sebagian peserta telah memiliki pengalaman membuat hantaran sederhana, sedangkan sebagian lainnya belum memiliki pengalaman dalam pembuatan produk tersebut. Kondisi tersebut menunjukkan adanya potensi sumber daya manusia yang dapat dikembangkan melalui pelatihan keterampilan praktis. Di sisi lain, peserta masih menghadapi keterbatasan dalam teknik pembuatan, pemilihan bahan yang ekonomis, penentuan harga, pengelolaan pesanan, serta pemanfaatan media digital sebagai sarana pemasaran.

Salah satu potensi usaha yang dapat dikembangkan dari kondisi tersebut adalah produk hantaran, seperti seserahan, parcel, dan hampers. Produk hantaran memiliki nilai ekonomi yang berasal dari kreativitas desain, pemilihan bahan, komposisi warna, kerapian, serta kemampuan menyesuaikan produk dengan kebutuhan pelanggan. Pengembangan keterampilan membuat hampers pada kelompok perempuan telah dilakukan oleh Retnoningsih dan Purwaningsih (2024) melalui kegiatan pengabdian kepada anggota PKK Desa Ragatunjung, Kabupaten Brebes. Kegiatan tersebut menggunakan metode ceramah, demonstrasi, dan praktik. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa 70% peserta mampu menerapkan teknik dasar pembuatan hampers dengan bahan yang disediakan. Hasil tersebut menunjukkan bahwa pelatihan berbasis praktik dapat menjadi pendekatan yang sesuai untuk memperkenalkan keterampilan pembuatan produk hantaran kepada kelompok masyarakat.

Meskipun demikian, keterampilan menghasilkan produk saja belum cukup untuk menjamin keberlanjutan usaha. Produk yang telah dibuat perlu memiliki kualitas, harga yang sesuai, serta strategi pemasaran yang mampu menjangkau calon konsumen. Dalam konteks usaha rumah tangga, keterbatasan pemasaran dapat menyebabkan produk hanya beredar pada lingkungan sosial yang terbatas. Oleh karena itu, pelatihan pembuatan produk perlu dipadukan dengan kemampuan pemasaran sehingga peserta tidak berhenti pada tahap

menghasilkan produk, tetapi juga mampu memperkenalkan dan menawarkan produk kepada calon pelanggan.

Perkembangan teknologi digital memberikan peluang bagi usaha rumah tangga untuk mengatasi keterbatasan jangkauan pemasaran tersebut. Media sosial dan platform digital dapat digunakan untuk menampilkan foto produk, memberikan informasi harga, berkomunikasi dengan pelanggan, serta membangun hubungan dengan pasar. Hidayati et al. (2021) menunjukkan bahwa pelatihan pemasaran digital kepada ibu rumah tangga dapat dilakukan mulai dari pembuatan foto produk, pembuatan akun, hingga pemasaran melalui marketplace. Kegiatan tersebut menunjukkan bahwa kemampuan pemasaran digital dapat dibangun melalui pelatihan yang dilakukan secara bertahap dan disertai praktik.

Temuan tersebut diperkuat oleh Purbasari et al. (2025) yang melaksanakan pelatihan pembuatan kemasan produk dan katalog digital bagi kader PKK dan ibu rumah tangga. Pelatihan dilakukan melalui presentasi, demonstrasi, dan praktik langsung. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan kemampuan peserta dalam membuat kemasan yang lebih menarik dan profesional serta menyusun katalog digital sebagai media pemasaran. Hasil tersebut menunjukkan bahwa kombinasi keterampilan produk dan pemanfaatan media digital dapat meningkatkan kesiapan kelompok perempuan dalam mengembangkan usaha di lingkungan masyarakat.

Secara lebih spesifik, pengembangan produk hantaran dan pemasaran digital juga telah diterapkan dalam kegiatan pengabdian di Desa Sembung, Kecamatan Wedi, Kabupaten Klaten. Utama et al. (2025) melaksanakan pelatihan inovasi produk dan strategi pemasaran digital bagi UMKM hampers melalui ceramah, demonstrasi, praktik langsung, dan pendampingan. Materi mencakup desain hampers, fotografi produk, storytelling, media sosial, dan marketplace. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan kompetensi peserta dalam pemasaran digital, pembuatan konten promosi, dan kreativitas pengemasan, dengan rata-rata peningkatan kompetensi lebih dari 100%. Peserta juga mampu menghasilkan desain hampers baru, membuat katalog digital, dan mengelola akun bisnis daring.

Berbagai kegiatan tersebut memperlihatkan bahwa pelatihan produk hantaran dan pemasaran digital telah banyak digunakan sebagai pendekatan untuk meningkatkan kapasitas ekonomi masyarakat. Namun, terdapat perbedaan karakteristik sasaran dan pendekatan dengan kegiatan yang dilaksanakan pada Dasa Wisma Bougenville 1. Kegiatan ini diarahkan pada kelompok ibu rumah tangga yang belum secara khusus menjalankan usaha hantaran secara konsisten dan menggunakan praktik berbasis pesanan nyata sebagai bagian dari proses pembelajaran. Dengan pendekatan tersebut, peserta tidak hanya menerima materi mengenai pembuatan produk, tetapi langsung mengalami proses mulai dari perencanaan bahan, pembuatan, quality check, dokumentasi, hingga publikasi produk melalui media digital. Pendekatan ini diharapkan dapat memberikan pengalaman yang lebih utuh dari sisi produksi maupun pemasaran.

Berdasarkan hasil identifikasi kondisi sasaran, permasalahan utama yang dihadapi anggota Dasa Wisma Bougenville 1 dapat dirumuskan dalam tiga aspek. Pertama, keterampilan produksi produk hantaran belum merata karena pengalaman peserta berbeda-beda. Kedua, peserta belum memiliki pemahaman yang memadai mengenai pengelolaan pesanan, penentuan harga, pengendalian kualitas, dan pencatatan sederhana usaha. Ketiga, kemampuan memanfaatkan media digital untuk mempromosikan produk dan menjangkau calon pelanggan masih perlu ditingkatkan. Permasalahan tersebut menunjukkan perlunya kegiatan pemberdayaan masyarakat yang mengintegrasikan keterampilan produksi dan pemasaran dalam satu rangkaian kegiatan.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan keterampilan anggota Dasa Wisma Bougenville 1 dalam membuat produk hantaran yang memiliki nilai ekonomi serta meningkatkan kemampuan peserta dalam memanfaatkan media digital untuk

pemasaran. Kegiatan dilaksanakan melalui seminar dan workshop berbasis praktik serta pesanan nyata. Melalui kegiatan tersebut, peserta diarahkan untuk mampu membuat produk secara mandiri, melakukan pemeriksaan kualitas, menentukan informasi dasar produk, mendokumentasikan hasil, serta mempublikasikannya melalui WhatsApp, Facebook, dan Instagram. Dengan demikian, kegiatan ini diharapkan tidak hanya menghasilkan peningkatan keterampilan dalam pembuatan produk hantaran, tetapi juga memberikan dasar bagi pengembangan usaha rumahan dan perluasan pasar melalui pemasaran digital.

B. METODE

Kegiatan ini dilaksanakan pada tanggal 9 November 2025 bertempat di Gedung Pertemuan Serba Guna, di Kedungsari RT 04/01, Kepuh, Nguter, Sukoharjo. Peserta kegiatan terdiri dari 20 orang yang merupakan anggota Dasa Wisma Bougenville 1 di Desa Kepuh, Nguter, Sukoharjo. Pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini dilaksanakan melalui beberapa tahapan, yaitu: Tahap Seminar dan Tahap Workshop. Pada sesi seminar, peserta mendapatkan materi inti yang berfungsi sebagai landasan pengetahuan sebelum praktik. Selain itu, memberikan pembekalan tentang pemasaran digital. Peserta diajarkan cara memanfaatkan WhatsApp untuk melakukan broadcast secara etis, menyusun katalog sederhana, menggunakan template balasan, serta mengelola testimoni pelanggan. Setelahnya dilanjutkan dengan workshop yang bersifat praktik langsung dengan simulasi produk sesuai pesanan yang telah diterima. Program ini diselenggarakan oleh Fakultas Ilmu Komputer Universitas Dharma AUB Surakarta sebagai bentuk pelaksanaan Tri Dharma Perguruan Tinggi dalam bidang pengabdian kepada masyarakat.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Hasil Tahap Seminar

Pada tahap seminar, peserta diberikan materi mengenai pengenalan produk hantaran, teknik desain dan *finishing*, pengelolaan pesanan, penentuan harga, dokumentasi produk, serta pemasaran digital melalui WhatsApp, Facebook, dan Instagram. Materi tersebut menjadi bekal awal bagi peserta sebelum mengikuti kegiatan praktik.

Sebagian peserta sebelumnya telah memiliki pengalaman membuat hantaran sederhana, sedangkan sebagian lainnya belum memiliki pengalaman dalam pembuatan produk tersebut. Peserta juga masih menghadapi keterbatasan dalam teknik pembuatan, pemilihan bahan yang ekonomis, penentuan harga, pengelolaan pesanan, serta pemanfaatan media digital sebagai sarana pemasaran. Melalui tahap seminar, peserta memperoleh pemahaman mengenai proses pembuatan dan pemasaran produk hantaran serta pemanfaatan media digital untuk menampilkan foto produk, memberikan informasi harga, berkomunikasi dengan pelanggan, dan memasarkan produk.

2. Hasil Tahap Workshop dan Praktik

Tahap workshop dan praktik menjadi bagian utama dari kegiatan pengabdian ini. Peserta tidak hanya menerima materi, tetapi langsung mempraktikkan proses pembuatan produk hantaran berdasarkan pesanan nyata. Peserta membuat produk, melakukan pemeriksaan kualitas, mendokumentasikan hasil, dan mempublikasikannya melalui media digital. Hasil yang diperoleh pada tahap ini antara lain:

- a. Peserta mampu menyelesaikan minimal satu unit produk hantaran dengan memperhatikan aspek kerapian, ketahanan, dan kesesuaian tema.
- b. Peserta mampu melakukan pemeriksaan kualitas terhadap produk hantaran yang telah dibuat.
- c. Peserta mampu mendokumentasikan hasil produk dan mempublikasikannya melalui media digital.

- d. Peserta mampu mempublikasikan hasil produk dengan minimal tiga foto produk disertai caption informatif dan harga.
- e. Publikasi produk memperoleh respons berupa pertanyaan harga, permintaan tema, dan permintaan penawaran dari calon pelanggan.

Hasil tahap workshop dan praktik menunjukkan adanya perubahan kemampuan peserta dari kondisi awal yang memiliki pengalaman pembuatan produk yang beragam dan keterbatasan dalam pemanfaatan media digital menjadi mampu membuat produk hantaran, melakukan pemeriksaan kualitas, mendokumentasikan hasil, serta mempublikasikannya melalui media digital. Praktik berdasarkan pesanan nyata memberikan pengalaman langsung kepada peserta dalam menjalankan proses pembuatan sekaligus pemasaran produk hantaran.

Pembahasan

Pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini menunjukkan bahwa kombinasi seminar dan pelatihan berbasis praktik dapat membantu meningkatkan keterampilan produksi dan kemampuan pemasaran digital peserta. Kegiatan ini melibatkan anggota Dasa Wisma Bougenville 1 yang mayoritas merupakan ibu rumah tangga dengan pengalaman yang berbeda-beda dalam membuat produk hantaran.

Dari sisi keterampilan produksi, peserta mendapatkan pengalaman langsung dalam membuat produk hantaran dengan memperhatikan kerapian, ketahanan, dan kesesuaian tema. Seluruh peserta mampu menyelesaikan minimal satu unit produk hantaran. Hasil tersebut menunjukkan bahwa praktik secara langsung membantu peserta memahami proses pembuatan produk dengan lebih mudah.

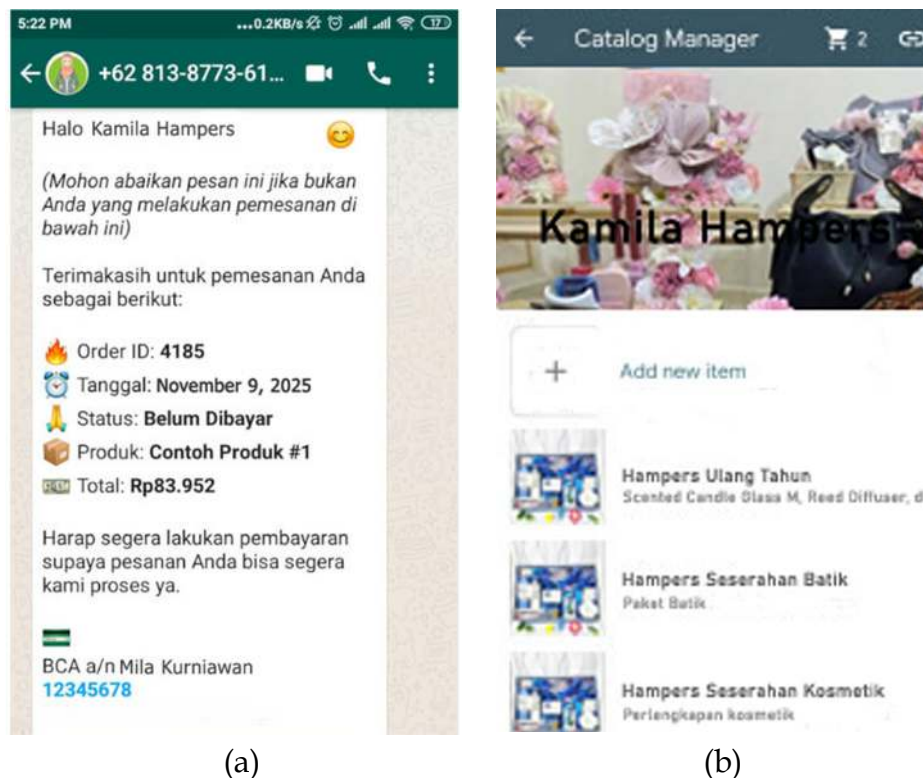
Peningkatan keterampilan peserta terlihat dari kondisi awal yang menunjukkan bahwa pengalaman dalam membuat produk hantaran masih beragam, sedangkan setelah mengikuti kegiatan seluruh peserta mampu menyelesaikan minimal satu unit produk hantaran. Peserta juga mampu melakukan pemeriksaan kualitas terhadap produk yang telah dibuat. Capaian tersebut menunjukkan bahwa kegiatan memberikan pengalaman praktik yang dapat diterapkan secara langsung dalam proses pembuatan produk hantaran.

Dari sisi pemasaran, peserta mampu mendokumentasikan hasil produk dan mempublikasikannya melalui media digital. Produk yang dipublikasikan dilengkapi dengan minimal tiga foto, caption informatif, dan harga. Publikasi tersebut kemudian memperoleh respons berupa pertanyaan harga, permintaan tema, dan permintaan penawaran dari calon pelanggan.

Kegiatan ini juga menunjukkan bahwa kemampuan membuat produk perlu diikuti dengan kemampuan memasarkannya. Peserta tidak berhenti pada tahap menghasilkan produk, tetapi juga belajar melakukan pemeriksaan kualitas, menentukan informasi dasar produk, mendokumentasikan hasil, dan mempublikasikannya melalui WhatsApp, Facebook, dan Instagram. Dengan keterampilan yang diperoleh, peserta memiliki dasar untuk mengembangkan usaha rumahan dan memperluas pemasaran produk melalui media digital.



Gambar a) Produk Hantaran Pernikahan; b) Produk Hantaran Kosmetik Peserta



Gambar a) Teks order dari WhatsApp; b) Tampilan Katalog dari WhatsApp

D. PENUTUP

Dari kegiatan ini peserta mendapatkan keterampilan produksi dan pemasaran yang dapat segera diterapkan, yaitu mampu menyelesaikan pesanan dan mempublikasikan produk hantaran di media digital. Keterampilan membuat produk-produk hantaran membuka peluang pendapatan tambahan bagi keluarga dan berkontribusi pada ekonomi lokal setempat. Kombinasi seminar singkat dan workshop berbasis order terbukti efektif karena peserta dapat belajar, mempraktikkan, dan melihat hasil dalam satu rangkaian kegiatan. Potensi kegiatan dapat dikembangkan menjadi program pendampingan yang berkala.

E. DAFTAR PUSTAKA

- Hidayati, U., Aw, S., Wisataone, V., Fathinah, N. S., & Fathinah, P. D. (2022). Pelatihan pemasaran digital melalui marketplace bagi ibu rumah tangga. *SEMAR (Jurnal Ilmu Pengetahuan, Teknologi, dan Seni bagi Masyarakat)*, 11(1), 38–44. <https://doi.org/10.20961/semar.v11i1.53105>
- Mayreista, D., Santoso, B., & Hamzah. (2025). Pelatihan digital marketing melalui media sosial Instagram dan WhatsApp Business bagi UMKM di Kelurahan 1 Ulu Kota Palembang. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(3), 2149–2153. <https://doi.org/10.31949/jb.v6i3.14509>
- Purbasari, R., Sukmadewi, R., Kurniawati, L., & Muttaqin, Z. (2025). Pemberdayaan wirausaha digital wanita: Pelatihan pembuatan kemasan produk dan katalog digital bagi kader PKK dan ibu rumah tangga. *Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 8(1), 337–352. <https://doi.org/10.24198/kumawula.v8i1.59799>
- Retnoningsih, D. A., & Purwaningsih, D. (2024). Pengembangan kreativitas anggota Pemberdayaan dan Kesejahteraan Keluarga (PKK) melalui pelatihan homemade hampers untuk meningkatkan UMKM. *Empowerment: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 7(2), 204–209. <https://doi.org/10.25134/empowerment.v7i02.10319>
- Rozaki, Z., Rahmawati, N., Paksi, A. K., & Pramudya, Y. (2022). Pemberdayaan UMKM dan kelompok Dasa Wisma berbasis teknologi informasi di Desa Bangunjiwo Kabupaten Bantul. *PengabdianMu: Jurnal Ilmiah Pengabdian kepada Masyarakat*, 7(1), 8–16. <https://doi.org/10.33084/pengabdianmu.v7i1.2244>
- Sintawati, E., Kusumawardani, H., Aini, N., Mita, A., Marrung, C. N., Sahida, F., Afifah, I., & Ubaidah, S. (2025). Pelatihan kemasan produk dan pemasaran digital bagi ibu rumah tangga di daerah wisata. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(4), 3019–3023. <https://doi.org/10.31949/jb.v6i4.14969>
- Utama, A., Wijaya, T., Wardana, G. A. A., & Achmadi, C. R. (2025). Inovasi produk dan pemasaran digital untuk meningkatkan daya saing UMKM hampers di Desa Sembung. *J-ABDIPAMAS (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 9(2), 40–49. <https://doi.org/10.30734/j-abdipamas.v9i2.5211>
- WhatsApp. (n.d.). Fitur aplikasi WhatsApp Business. WhatsApp for Business. WhatsApp Business – Fitur Aplikasi