

Pelatihan Kemasan Produk dan Pemasaran Digital bagi Ibu Rumah Tangga di Daerah Wisata

Esin Sintawati^{1*}, Hapsari Kusumawardani², Nurul Aini³, A. Mita⁴, Chatrin Natalia Marrung⁵, Fitria Sahida⁶, Iffah Afifah⁷, Siti Ubaidah⁸

^{1,2,3,4,5,6,7} PPG Universitas Negeri Malang

*e-mail korespondensi: esin.sintawati.ft@um.ac.id

Abstract

This study aims to empower housewives in Sumberawan Hamlet, Toyomarto Village, Singosari District, Malang Regency through training in product packaging and digital marketing skills. Using a Participatory Action Research (PAR) approach, the program involved 20 participants in four stages: problem identification, planning, implementation, and reflection. The training focused on making macramé crafts, eco-friendly packaging techniques, and using social media platforms such as Facebook for marketing. The results showed significant improvement in participants' technical skills, particularly in creating attractive and functional packaging, as well as enhanced digital literacy. Participants began promoting their products online and demonstrated increased economic independence. This initiative marked the beginning of a community-based microenterprise group that leverages local tourism and cultural potential. The program contributes to strengthening gender-based creative economies and supports the achievement of the Sustainable Development Goals (SDGs), particularly in promoting gender equality and inclusive local economic growth. Keywords: product packaging; digital marketing; gender empowerment; local tourism; training

Abstrak

Kegiatan ini bertujuan untuk memberdayakan ibu rumah tangga di Dusun Sumberawan, Desa Toyomarto, Kecamatan Singosari, Kabupaten Malang melalui pelatihan keterampilan pengemasan produk dan pemasaran digital. Menggunakan pendekatan Participatory Action Research (PAR), kegiatan ini melibatkan 20 peserta dalam empat tahap: identifikasi masalah, perencanaan, pelaksanaan, dan refleksi. Pelatihan difokuskan pada pembuatan makramé, teknik pengemasan ramah lingkungan, serta pemanfaatan media sosial seperti Facebook. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan keterampilan teknis peserta dalam membuat kemasan yang menarik dan fungsional serta meningkatnya literasi digital. Peserta mulai aktif memasarkan produk secara daring dan menunjukkan potensi kemandirian ekonomi. Program ini menjadi langkah awal pembentukan kelompok usaha mikro berbasis potensi lokal dan pariwisata desa. Kegiatan ini berkontribusi pada penguatan ekonomi kreatif berbasis gender dan mendukung pencapaian Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDGs), khususnya dalam aspek kesetaraan gender dan pertumbuhan ekonomi lokal yang inklusif.

Kata Kunci: Kemasan Produk; Pemasaran Digital; Pemberdayaan Perempuan; Pariwisata Lokal; Pelatihan

Accepted: 2025-07-07

Published: 2025-10-04

PENDAHULUAN

Dusun Sumberawan, yang terletak di Desa Toyomarto, Kecamatan Singosari, Kabupaten Malang, merupakan wilayah dengan kekayaan potensi wisata alam dan budaya yang signifikan. Keberadaan kebun teh Wonosari yang luas, produktif, dan terawat tidak hanya berkontribusi terhadap sektor pertanian, tetapi juga menjadi destinasi wisata edukatif yang menarik bagi wisatawan lokal maupun mancanegara. Di sisi lain, keberadaan Candi Sumberawan, sebagai situs sejarah yang sarat nilai spiritual dan budaya, turut memperkuat identitas lokal masyarakat. Tradisi budaya seperti Kirab Tirta Amerta Sari yang rutin dilaksanakan mencerminkan kelestarian warisan budaya serta semangat kebersamaan masyarakat setempat.

Namun, besarnya potensi ini belum secara optimal diintegrasikan dalam pengembangan ekonomi kreatif masyarakat, khususnya kalangan ibu rumah tangga di RT 12 RW 03. Hasil observasi lapangan dan wawancara informal menunjukkan bahwa sebagian besar ibu rumah tangga telah aktif memproduksi makanan ringan, kerajinan tangan, atau produk hasil kebun secara mandiri. Sayangnya, produk-produk ini masih menghadapi keterbatasan dalam aspek desain dan teknik

pengemasan yang menarik, fungsional, serta ramah lingkungan. Penggunaan bahan seadanya dan minimnya perhatian terhadap estetika kemasan menjadi kendala utama dalam meningkatkan nilai jual produk.

Kendala lain yang turut memengaruhi adalah rendahnya literasi digital dan keterampilan pemasaran daring. Sebagian besar pelaku usaha rumah tangga masih mengandalkan cara-cara konvensional, seperti menitipkan produk ke warung atau menjual melalui jaringan tetangga. Hal ini berdampak pada terbatasnya akses pasar, padahal kehadiran wisatawan ke kebun teh dan Candi Sumberawan sebenarnya dapat menjadi peluang pasar potensial bagi produk lokal. Seperti diungkapkan oleh Arwien et al. (2024), kemasan produk tidak hanya berfungsi sebagai pelindung, tetapi juga menjadi elemen strategis dalam membentuk persepsi kualitas dan identitas produk di mata konsumen.

Sebagai upaya untuk menjawab permasalahan tersebut, dilaksanakan pelatihan keterampilan pengemasan produk dan pemasaran digital yang berbasis partisipatif. Pelatihan ini dirancang untuk mengajarkan teknik pengemasan menggunakan bahan ramah lingkungan seperti kertas daur ulang dan tali rami, serta pembuatan kerajinan seperti makramé yang bernilai jual. Selain itu, peserta dibekali keterampilan menggunakan media sosial, khususnya Facebook, untuk memasarkan produk secara mandiri. Pendekatan ini sejalan dengan temuan Ramdani et al. (2024), yang menekankan bahwa pemberdayaan perempuan dalam ekonomi kreatif menjadi pilar penting pembangunan berkelanjutan, serta berkontribusi pada pencapaian Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDGs), khususnya poin ke-5 tentang kesetaraan gender dan poin ke-8 tentang pekerjaan layak dan pertumbuhan ekonomi.

Program pelatihan ini tidak hanya berfokus pada peningkatan keterampilan teknis, tetapi juga ditujukan untuk mendorong kemandirian ekonomi perempuan melalui pemanfaatan potensi lokal. Keberhasilan program diukur melalui beberapa indikator, seperti kemampuan peserta dalam menghasilkan kemasan yang layak jual, pemanfaatan media sosial untuk promosi, serta peningkatan penjualan dan pendapatan minimal 20–30% setelah pelatihan. Dengan demikian, pelatihan ini diharapkan mampu mendorong transformasi ibu rumah tangga di Dusun Sumberawan menjadi pelaku usaha mandiri yang adaptif terhadap pasar wisata dan digital, sekaligus memperkuat peran mereka dalam pembangunan ekonomi desa berbasis budaya dan lingkungan.

METODE

Kegiatan ini merupakan bagian dari program pengabdian kepada masyarakat, yang merupakan salah satu pilar utama dalam Tri Dharma Perguruan Tinggi, dengan tujuan untuk memberdayakan komunitas lokal melalui peningkatan keterampilan praktis. Pelaksanaan kegiatan dilakukan di Dusun Sumberawan RT 12 RW 03, Desa Toyomerto, Kecamatan Singosari, Kabupaten Malang, pada tanggal 12 April 2025, dengan peserta utama sebanyak 20 orang ibu rumah tangga. Pemilihan kelompok sasaran ini didasarkan pada pertimbangan bahwa ibu rumah tangga memiliki peran strategis dalam mendukung ekonomi rumah tangga dan potensi untuk dikembangkan menjadi pelaku usaha mikro yang tangguh, namun selama ini belum mendapatkan akses pelatihan yang memadai.

Penelitian ini menggunakan metode siklus Participatory Action Research (PAR), yakni suatu pendekatan kolaboratif yang melibatkan partisipasi aktif dari masyarakat dalam setiap tahap kegiatan dimulai dari identifikasi masalah hingga evaluasi bersama. Pendekatan PAR dinilai tepat dalam konteks pengembangan keterampilan dan pemberdayaan komunitas karena mendorong refleksi kolektif, inovasi lokal, dan keberlanjutan dampak. Hal ini sejalan dengan pendapat Felani et al. (2025) yang menyatakan bahwa strategi PAR merupakan pendekatan inovatif dan berkelanjutan yang efektif dalam optimalisasi potensi masyarakat melalui keterlibatan langsung dalam proses

perubahan. peran peserta dalam penelitian ini sebagai partisipam aktif yang turut serta dalam setiap tahap siklus PAR.

Tahapan kegiatan mengikuti siklus PAR yang meliputi empat tahap utama. Pertama, identifikasi masalah dilakukan bersama peserta melalui observasi lapangan, wawancara partisipatif, dan diskusi kelompok terfokus (Focus Group Discussion) untuk menggali secara langsung kebutuhan dan hambatan yang dihadapi oleh partisipan, khususnya terkait dengan keterampilan pengemasan dan pemasaran produk. Kedua, pada tahap perencanaan, tim bersama peserta merancang program pelatihan berdasarkan hasil identifikasi sebelumnya. Modul pelatihan makrame dan kemasan produk disusun sesuai dengan karakteristik peserta, dilengkapi dengan contoh produk makrame dan prototipe kemasan yang digunakan sebagai acuan praktik. Ketiga, tahap pelaksanaan dilakukan melalui kegiatan pelatihan yang fokus pada tiga aspek, yaitu produksi, pengemasan, dan pemasaran. Proses ini berlangsung secara kolaboratif, partisipatif, dan reflektif dengan partisipan aktif terlibat dalam setiap sesi praktik dan diskusi. Keempat, pada tahap refleksi bersama, peserta dan tim melakukan evaluasi terhadap proses dan hasil pelatihan untuk mengidentifikasi manfaat, tantangan, serta dampak terhadap pemahaman dan keterampilan peserta.

Data dikumpulkan melalui observasi, dokumentasi, wawancara, dan catatan reflektif. Analisis data dilakukan secara deskriptif kualitatif melalui proses reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Beberapa data kuantitatif sederhana juga digunakan sebagai pelengkap untuk menunjukkan indikator perubahan keterampilan atau persepsi peserta secara terukur. Dalam kegiatan ini, ibu rumah tangga tidak hanya berperan sebagai peserta pasif, tetapi dilibatkan secara aktif sebagai mitra dalam proses perubahan, sesuai dengan prinsip PAR yang menempatkan masyarakat sebagai subjek sekaligus agen transformasi sosial.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan program pelatihan makrame dan pengemasan produk di Dusun Sumberawan RT 12 RW 03, Desa Toyomerto, Singosari, Malang dilandasi oleh kebutuhan nyata masyarakat, khususnya ibu rumah tangga, terhadap peningkatan keterampilan produksi dan pemasaran. Sedermayanti (2024) yang menyatakan bahwa pemberdayaan perempuan harus diarahkan pada pemanfaatan potensi dan sumber daya lokal yang berkelanjutan, serta adaptif terhadap tantangan zaman. Supandi (2023) pada penelitiannya juga menyatakan bahwa melalui pelatihan dan pengembangan keterampilan, komunitas ibu rumah tangga telah memberikan kontribusi positif dan bisa menambah penghasilan komunitas ibu rumah tangga. Proses identifikasi masalah dilakukan melalui observasi dan wawancara yang menunjukkan bahwa mayoritas ibu rumah tangga belum memiliki keterampilan teknis dalam mendesain kemasan yang menarik serta pemahaman yang minim tentang pemasaran digital. Menurut Fajrina (2023) kemasan berperan sebagai alat pemasaran visual dan sebagai identitas produk. Mereka umumnya masih menjual produk secara konvensional, seperti menitipkan ke warung atau menjual dari mulut ke mulut. Potensi besar desa sebagai kawasan wisata belum dioptimalkan sebagai pasar produk lokal. padahal aspek promosi ini diperlukan agar dapat menarik perhatian untuk semakin meningkatkan kunjungan ke wisata yang pada akhirnya akan mendorong perekonomian desa (Indiani, 2020). Selain itu, rendahnya literasi digital dan kurangnya pelatihan keterampilan menjadi tantangan utama dalam peningkatan daya saing produk mereka.

Merespons kondisi tersebut, tim mahasiswa PPG Prajabatan dari Universitas Negeri Malang merancang sebuah aksi berupa pelatihan keterampilan berbasis partisipatif. Menurut Ernawati (2024) pelatihan berbasis partisipatif dapat menjadi langkah yang efektif dalam meningkatkan keterampilan.

Tahap perencanaan aksi dimulai dengan penyusunan modul pelatihan yang terdiri atas pembuatan makrame, teknik pengemasan yang ramah lingkungan, dan pemanfaatan media sosial

untuk pemasaran. Menurut Intan (2024) inovasi dalam kemasan memiliki peran penting dalam menarik minat konsumen terhadap produk. Materi disesuaikan dengan karakteristik peserta, dilengkapi contoh nyata dan alat bantu visual seperti panduan bergambar dan video tutorial. Tujuan utama dari perencanaan ini adalah untuk menciptakan pembelajaran yang aplikatif dan mudah dipahami oleh peserta dari berbagai latar belakang.

Pada tahap pelaksanaan aksi yang dilaksanakan pada 12 April 2025, kegiatan berjalan dengan cukup lancar meskipun ada penyesuaian alur akibat situasi duka di lingkungan setempat. Sebanyak 20 peserta ibu rumah tangga berpartisipasi aktif dalam pelatihan yang mencakup praktik langsung membuat gantungan kunci makrame bermotif daun teh dan pelatihan pengemasan produk. Sesi pelatihan ini dirancang interaktif dan reflektif, menurut Afrisal (2025) bahwa metode pembelajaran yang interaktif dan reflektif dapat memberikan dampak positif yang signifikan. Dengan metode tutor sebaya dan pembagian kelompok berdasarkan tingkat pemahaman. Beberapa tantangan seperti perbedaan kemampuan peserta, keterbatasan daya listrik, serta gangguan aktivitas domestik berhasil diatasi melalui penyesuaian strategi pelaksanaan, seperti pengaturan ulang jadwal, penggunaan hair dryer bergantian, serta penyediaan materi cadangan dalam bentuk tertulis dan video.

Usai pelatihan, dilakukan refleksi bersama antara tim pelaksana dan peserta untuk mengevaluasi capaian kegiatan. Refleksi ini mengungkap adanya peningkatan signifikan dalam pemahaman peserta mengenai pentingnya kemasan produk dan potensi media sosial sebagai sarana pemasaran. Ibu rumah tangga yang semula belum mengenal teknik makrame kini mampu membuat produk sederhana secara mandiri. Beberapa diantaranya juga mulai tertarik memasarkan produknya melalui media sosial seperti Facebook. Hambatan-hambatan teknis yang muncul selama kegiatan menjadi pelajaran penting untuk perbaikan ke depan, terutama dalam menyesuaikan metode pelatihan dengan kondisi lokal dan kebutuhan peserta.

Sebagai tindak lanjut, dilakukan revisi dan perencanaan ulang program untuk menjamin keberlanjutan dampaknya. Mahasiswa PPG mendorong terbentuknya kelompok produksi kecil berbasis ibu rumah tangga yang difasilitasi untuk menjalin kemitraan dengan UMKM lokal dan pengelola wisata kebun teh. Selain itu, Universitas Negeri Malang melalui program-program lintas prodi dirancang untuk memberikan dukungan lanjutan dalam bentuk pendampingan pemasaran digital dan pelatihan kewirausahaan secara berkala. Kegiatan ini tidak berhenti sebagai satu kali pelatihan, melainkan menjadi titik awal pemberdayaan ekonomi lokal yang menempatkan perempuan sebagai aktor utama dalam transformasi sosial dan pembangunan berkelanjutan desa wisata.

KESIMPULAN

Kesimpulan dari kegiatan ini menunjukkan bahwa pelatihan keterampilan pengemasan produk dan pemasaran digital berbasis partisipatif di Dusun Sumberawan mampu meningkatkan pemahaman dan keterampilan teknis ibu rumah tangga dalam memproduksi dan memasarkan produk lokal secara mandiri. Melalui pendekatan Participatory Action Research (PAR), pelatihan ini tidak hanya berhasil mengatasi hambatan teknis seperti rendahnya literasi digital dan kurangnya inovasi kemasan, tetapi juga mendorong partisipasi aktif peserta sebagai subjek dalam proses pemberdayaan. Hasil pelatihan memperlihatkan peningkatan kemampuan dalam pembuatan makramé dan kemasan ramah lingkungan, serta mulai digunakannya media sosial sebagai sarana promosi. Kegiatan ini juga menjadi fondasi terbentuknya kelompok produksi ibu rumah tangga yang berorientasi pada penguatan ekonomi kreatif berbasis potensi lokal dan pariwisata desa. Dengan demikian, program ini memiliki kontribusi nyata terhadap pembangunan berkelanjutan yang menempatkan perempuan sebagai agen transformasi sosial dan ekonomi, sejalan dengan

pencapaian Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDGs), khususnya dalam aspek kesetaraan gender dan pertumbuhan ekonomi inklusif.

DAFTAR PUSTAKA

- Fajrina, N., & Pramesti, R. D. (2023). Peran Elemen Visual Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran Pada Kemasan Produk. *Journal of Computer Science and Visual Communication Design*, 8(2), 322-332.
- Arwien, R. T., Wirawan, Z., Veryani, A. N., Sahabuddin, E., Muriati, S., & Sari, J. (2024). Pelatihan literasi digital dalam mendukung sustainable development berwawasan lingkungan hidup. *Malebbi: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 1-11.
- Felani, E., Istiqomah, K. F., Sari, I. N. I., & Hidayatullah, R. (2025). Implementasi Strategi Participatory Action Research (Par) Untuk Mengoptimalkan Pengelolaan Sampah Berbasis Sekolah: Sebuah Pendekatan Inovatif Dan Berkelanjutan. *AN NAJAH (Jurnal Pendidikan Islam dan Sosial Keagamaan)*, 4(3), 21-27.
- Ramdani, H. (2024). Persepsi masyarakat terhadap kinerja Pj (penjabat) Kades dalam meningkatkan kualitas pembangunan Desa Lamunga Kec. Taliwang Kab. Sumbawa Barat Tahun 2023 (Doctoral dissertation, UIN Mataram).
- Ningsih, S. C., & Putri, P. H. (2020). Inovasi Kemasan dan Perluasan Pemasaran Usaha Rempeyek di Yogyakarta. *Dinamisia: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 6-17.
- Ratnasari, K., Utami, A. R., Fahririn, F., MY, A. S., & Nasution, E. S. (2024). Edukasi kewirausahaan pentingnya pengemasan dan label produk di desa Wisata Cikolelet. *SELAPARANG: Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 8(1), 427-434.
- Afrizal, A., Herlambang, A., Rezeki, S., Sinaga, H. D. E., Loo, P., & Tiofanny, C. (2025). PELATIHAN LITERASI KEUANGAN: PERENCANAAN KEUANGAN UNTUK SISWA SMA DHARMA BAKTI LUBUK PAKAM. *Jurnal Pemberdayaan Sosial dan Teknologi Masyarakat*, 5(1), 96-100
- Ernawati, A., Patriantoro, T. H., Yulianto, L., Astuti, E. Z., Prasongko, A. B., & Oktavianto, D. (2024). Peningkatan Keterampilan Menulis Naskah Jurnalistik Radio melalui Pelatihan Berbasis Partisipatif pada Siswa-Siswi SMA Negeri 5 Kota Semarang. *Jurnal Abdidas*, 5(1), 16-25.
- Indiani, N. L. P., Yogiarta, I. M., Pulawan, I. M., & Setena, I. M. (2021). Penguatan Promosi Desa Wisata dan Pengembangan Ekonomi Kreatif di Desa Pangsan, Kecamatan Petang, Kabupaten Badung. *Community Service Journal (CSJ)*, 3(2), 50-56
- Intan, R., Ferdiana, L. R., & Erwahyudin, D. D. (2024). Peningkatan Daya Saing melalui Inovasi Kemasan Olahan Singkong. *PEDAMAS (PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT)*, 2(05), 1322-1329.
- Sedarmayanti. 2024. *Buku Membangun dan Mengembangkan Pemberdayaan Perempuan yang Berkelanjutan di Era Digital*. Yogyakarta: Penerbit Buku Pendidikan Deepublish.
- Supandi, S., Ernawati, T., Yuaningrum, J., Yunita, Y., & Agustina, E. R. (2023). Pemberdayaan Komunitas Ibu Rumah Tangga Dalam Meningkatkan Umkm Melalui Pelatihan Pembuatan Berbagai Macam Keripik. *Jurnal Bakti Tahsinia*, 1(3), 222-237.