

Pengembangan keterampilan pembuatan sabun laundry dan pemasaran online bagi komunitas ibu-ibu di Perumahan Lingkar Manunggal Desa Bajur

Windi Baskoro Prihandoyo¹, Nining Suryani², Hulaifi³

¹Program Studi Kearsipan, Fakultas Hukum, Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Terbuka, Indonesia

²Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Terbuka, Indonesia

³Program Studi Agribisnis, Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Terbuka, Indonesia

Penulis korespondensi : windi-baskoro@ecampus.ut.ac.id

E-mail : windi-baskoro@ecampus.ut.ac.id

Diterima: 01 Agustus 2025 | Disetujui: 22 September 2025 | Online: 28 September 2025

© Penulis 2025

Abstrak

Pelatihan pembuatan sabun *laundry* dan pemanfaatan media online untuk pemasaran pada ibu-ibu di Perumahan Lingkar Manunggal, Desa Bajur, Lombok Barat, dilaksanakan dengan tujuan untuk meningkatkan keterampilan dan kemandirian ekonomi mereka. Desa ini memiliki potensi ekonomi produktif yang besar, namun ibu-ibu rumah tangga belum memiliki akses atau keterampilan yang memadai. Metode yang digunakan dalam kegiatan pengabdian ini adalah penyuluhan dan pelatihan, yang mencakup diskusi interaktif, praktik pembuatan sabun laundry, dan pelatihan pemasaran online. Pelatihan ini dilaksanakan dalam dua sesi, dengan 30 peserta menunjukkan antusiasme tinggi. Hasilnya meliputi terbentuknya unit usaha sabun laundry komunitas, dimulainya produksi sabun secara mandiri, dan layanan penjualan paket bahan pembuatan sabun. Keberhasilan ini menegaskan bahwa pelatihan berbasis komunitas dan potensi lokal merupakan strategi efektif dalam pengabdian kepada masyarakat, mendorong pemberdayaan ekonomi dan kewirausahaan.

Kata kunci: pengabdian; pelatihan; literasi digital.

Abstract

Training on laundry soap making and the use of online media for marketing was conducted for women in the Lingkar Manunggal Housing Complex, Bajur Village, West Lombok, to enhance their skills and promote economic independence. This village has significant productive economic potential, but the women lack adequate access or skills. The methods employed in this community service activity included outreach and training, which consisted of interactive discussions, hands-on laundry soap-making practices, and online marketing training. The training was conducted in two sessions, with 30 participants demonstrating high enthusiasm. Results included the establishment of a community laundry soap business unit, the commencement of independent soap production, and the sale of soap-making ingredient packages. This success confirms that community-based training and local potential are effective strategies for community service, encouraging economic empowerment and entrepreneurship.

Keywords: community service; training; digital literacy.

PENDAHULUAN

Pulau Lombok Provinsi Nusa Tenggara Barat merupakan salah satu destinasi wisata favorit di Indonesia. Pertumbuhan dari CN Traveller pulau Lombok menduduki peringkat ke-10 dalam daftar

Pulau Terbaik di Benua-benua di asia tahun 2024. Hal ini terbukti dengan tingginya jumlah wisatawan yang berkunjung ke pulau Lombok.

Tabel 1. Jumlah Kunjungan Wisatawan Mancanegara dan Nusantara Tahun 2024

No	Wisatawan	Jumlah
1	Mancanegara	55.859
2	Nusantara	9.774.165
	Jumlah	9.830.024

Sumber: BPS Provinsi Nusa Tenggara Barat, Data berbasis Mobile Positioning Data (MPD)

Tingginya jumlah wisatawan memiliki dampak pada peningkatan kebutuhan jasa *laundry*. Hal ini terjadi karena umumnya wisatawan yang tinggal cukup lama cenderung membutuhkan layanan *laundry* untuk mencuci pakaian mereka selama berlibur. Kondisi ini menciptakan peluang tumbuhnya usaha jasa *laundry*, baik skala kecil maupun besar. Faktor lain yang mempengaruhi meningkatnya jasa usaha *laundry* adalah kesibukan kerja dan para pekerja atau mahasiswa yang tinggal jauh dari rumah. Hasil penelitian Suriani dan Fatriani (2022) menemukan bahwa kehadiran Kampung Inggris Tetebatu Selatan memberikan dampak positif terhadap peningkatan perekonomian dan tingkat kesejahteraan Masyarakat Tetebatu Selatan yang ditandai dengan:

1. Hotel dan penginapan warga yang dekat lokasinya dengan Kampung Inggris mulai terisi oleh peserta kursus untuk tempat menginap.
2. Geliat UMKM juga mulai menampakkan hasil, dengan hadirnya beberapa pedagang kecil di area Kampung Inggris, dan merebaknya usaha *laundry*.
3. Membuka lowongan pekerjaan baru, yaitu memberikan kesempatan kepada masyarakat lokal untuk menjadi tutor, dan usaha lainnya seperti *laundry* dan catering pastinya membutuhkan karyawan untuk operasionalnya.
4. meningkatkan pendapatan masyarakat setempat, yang berimplikasi terhadap tingkat kesejahteraan Masyarakat.

Seiring banyaknya jasa usaha *laundry* yang dibuka, maka permintaan terhadap sabun *laundry* akan meningkat, baik dari perseorangan, pengelola penginapan dan para pelaku usaha *laundry*. Usaha *laundry* membutuhkan pasokan sabun dengan kualitas yang baik dan harga yang terjangkau untuk menekan biaya operasional dan dapat memberikan harga yang murah kepada pelanggan sehingga tetap dapat bersaing dengan usaha *laundry* yang lain. Peningkatan permintaan sabun *laundry* secara langsung dapat menciptakan peluang yang dapat dimanfaatkan dengan mengembangkan keterampilan pembuatan sabun *laundry*.

Dengan bertambahnya jumlah usaha *laundry*, permintaan akan sabun cuci pakaian juga meningkat secara signifikan. Usaha *laundry* membutuhkan pasokan sabun yang berkualitas baik dan dengan harga yang terjangkau agar dapat menekan biaya operasional dan tetap memberikan harga yang kompetitif kepada pelanggan. Peningkatan permintaan ini dapat dimanfaatkan dengan mengembangkan keterampilan pembuatan sabun *laundry*. Di sisi lain, kegiatan usaha produksi barang atau jasa tidak akan dapat meraih kesuksesan dan bersaing tanpa didukung program pemasaran. Untuk itu di era digital ini penting memanfaatkan media online sebagai sarana pemasaran untuk produk sabun *laundry*.

Perumahan Lingkar Manunggal, Desa Bajur yang terletak di Kabupaten Lombok Barat merupakan desa yang berbatasan langsung dengan Kota Mataram. Ibu-ibu rumah tangga di lingkungan Perumahan Lingkar Manunggal memiliki potensi besar untuk terlibat dalam kegiatan pengembangan ekonomi produktif. Namun, sebagian besar ibu rumah tangga di daerah ini belum memiliki akses atau keterampilan yang cukup untuk memulai usaha mandiri.

Pengembangan keterampilan pembuatan sabun *laundry* dan pemasaran online bagi komunitas ibu-ibu di Perumahan Lingkar Manunggal Desa Bajur

METODE

Metode yang digunakan untuk mencapai tujuan dan sasaran dari kegiatan PkM ini adalah penyuluhan dan pelatihan. Pelaksanaan kegiatan ini berupa penyampaian informasi melalui penyuluhan dengan melibatkan peserta dalam diskusi interaktif yang diakhiri dengan penerapan materi PkM secara langsung melalui kegiatan pembuatan sabun *laundry* dan pemanfaatan media online dalam pemasaran. Metode pelatihan ini dipilih karena efektif dalam kegiatan pemberdayaan masyarakat. Anjani, dkk. (2024) mengemukakan bahwa pendidikan nonformal, khususnya melalui program pelatihan keterampilan, memiliki dampak yang signifikan dalam memberdayakan masyarakat. Pelibatan partisipasi aktif masyarakat yang fokus pada kebutuhan mereka mampu menjadi sarana bagi masyarakat untuk meningkatkan kualitas hidup dan kesejahteraan.

Kegiatan pengabdian ini berfokus pada pelatihan pembuatan sabun *laundry* dan pemanfaatan media online untuk pemasaran pada Ibu-ibu di lingkungan perumahan Lingkar Manunggal Desa Bajur, Kabupaten Lombok Barat. Tahapan kegiatan pengabdian diuraikan pada tabel berikut ini.

Tabel 2. Tahapan Kegiatan

No	Tahapan Kegiatan	Deskripsi
1	Identifikasi dan Analisis Kebutuhan	Survey pendahuluan dilaksanakan dengan tujuan untuk melakukan identifikasi tingkat pengetahuan dan kebutuhan dari Ibu-ibu di lingkungan perumahan Lingkar Manunggal Desa Bajur, Kabupaten Lombok Barat, sehingga dapat menentukan materi dan metode pelatihan yang relevan.
2	Persiapan Program Pelatihan	Penyusunan materi pelatihan, persiapan sarana dan prasarana pelatihan serta penentuan narasumber pelatihan.
3	Pelaksanaan Pelatihan	Kegiatan pelatihan diawali dengan penjelasan tentang tujuan dan jadwal pelatihan. Kegiatan pelatihan dilaksanakan sebanyak 2 (dua) sesi, yaitu sesi pertama pelatihan pembuatan sabun <i>laundry</i> dan sesi kedua pelatihan pemanfaatan media online untuk pemasaran. Acara pelatihan diawali dengan pemaparan materi dan diskusi tentang pembuatan sabun <i>laundry</i> dan pemanfaatan media online untuk pemasaran yang dilanjutkan dengan praktik.
4	Evaluasi dan Penilaian	Kegiatan ini untuk mengukur peningkatan pengetahuan dan pemahaman Ibu-ibu di lingkungan perumahan Lingkar Manunggal Desa Bajur, Kabupaten Lombok Barat terhadap materi pelatihan.
5	Tindak Lanjut dan Pendampingan	Memberikan pendampingan dalam pengembangan usaha pembuatan sabun <i>laundry</i> dan pemasaran online

Kegiatan pengabdian masyarakat berupa pelatihan pembuatan sabun *laundry* dan pemanfaatan media online untuk pemasaran pada Ibu-ibu di lingkungan perumahan Lingkar Manunggal Desa Bajur, Kabupaten Lombok Barat ini dilaksanakan dalam 2 (dua) sesi dengan rincian kegiatan sebagai berikut:

Tabel 3. Rincian Kegiatan

No	Tanggal	Waktu (WITA)	Agenda Kegiatan	Deskripsi
1	10 Mei 2025	09.00-09.15	- Penjelasan tujuan kegiatan	Menjelaskan tujuan kegiatan pengabdian kepada masyarakat,
			- Pemaparan materi pelatihan	pemaparan dan diskusi materi pelatihan pembuatan sabun
		09.15-09.45	- Praktik pembuatan	<i>laundry</i> , serta praktik pembuatan sabun <i>laundry</i> .

Pengembangan keterampilan pembuatan sabun *laundry* dan pemasaran online bagi komunitas ibu-ibu di Perumahan Lingkar Manunggal Desa Bajur

No	Tanggal	Waktu (WITA)	Agenda Kegiatan	Deskripsi
		09.45-11.30	sabun <i>laundry</i>	
2	18 Mei 2025	14.00-16.00	- Pengantar Pemasaran Digital - Strategi Pemasaran Konten - Pemasaran Melalui Media Sosial - Pemasaran Melalui Mesin Pencari (SEM) - Etika dan Regulasi dalam Pemasaran Digital - Studi Kasus dan Best Practices	Pemanfaatan media online dalam kegiatan pemasaran di era digital ini bukan lagi sekadar pilihan, melainkan sebuah keharusan bagi pelaku usaha yang ingin tetap relevan dan kompetitif. Pelatihan "Pemanfaatan Media Online untuk Pemasaran" ini dirancang untuk membekali ibu-ibu rumah tangga di lingkungan perumahan Lingkar Manunggal dengan pengetahuan dan keterampilan praktis dalam mengoptimalkan platform digital dalam memasarkan produk sabun <i>laundry</i>. Peserta dipandu langkah demi langkah mulai dari membangun identitas produk secara online di media sosial secara masif untuk memperkuat posisi brand produk hingga mengonversi prospek menjadi pelanggan setia.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dosen Universitas Terbuka Mataram dikemas dalam bentuk pelatihan pembuatan sabun *laundry* dan pemasaran produk secara online telah dilaksanakan sesuai dengan lancar dan mendapatkan respons positif dari peserta. Pelatihan ini dilaksanakan dalam dua sesi. Sesi pertama pelatihan dilaksanakan pada hari Sabtu, 10 Mei 2025 bertempat di aula pertemuan warga Perumahan Lingkar Manunggal, Desa Bajur, Kabupaten Lombok Barat, dimulai pada pukul 09.00 WITA hingga 11.30 WITA. Antusiasme ibu-ibu rumah tangga untuk mengikuti kegiatan ini sangat tinggi. Ini bisa dilihat dari jumlah peserta yang hadir sebanyak 30 orang, melebihi jumlah peserta yang telah disepakati antara tim dengan divisi keuangan perumahan Lingkar Manunggal, yaitu sebanyak 25 orang peserta.

Kegiatan sesi pertama pelatihan dimulai dengan pembukaan dan pengenalan antara tim PkM dengan peserta serta penjelasan secara ringkas tentang tujuan pelatihan. Dalam sesi pertama pelatihan, peserta dibekali dengan materi dan praktik langsung pembuatan sabun *laundry* melalui pendekatan demonstratif dan partisipatif. Kegiatan diawali dengan penjelasan dari tim pengabdian mengenai fungsi dan karakteristik masing-masing bahan yang digunakan, seperti Texaphone yang berfungsi untuk mengangkat lemak dan kotoran, serta menghasilkan busa, NACL (garam) untuk menambah kekentalan, Sodium Sulfat berfungsi sebagai pengisi dan membantu dalam proses pencampuran dan kelarutan bahan-bahan lain dalam deterjen dan sabun, Asam Sitrat berfungsi sebagai pengawet, pengatur pH, dan pengikat logam, EDTA sebagai pengikat logam, serta bibit parfum untuk memberikan aroma segar pada produk akhir. Semua bahan dicampur dengan air isi ulang sebanyak 17 liter per paket bahan praktik pembuatan sabun *laundry*.

Pengembangan keterampilan pembuatan sabun *laundry* dan pemasaran online bagi komunitas ibu-ibu di Perumahan Lingkar Manunggal Desa Bajur



Gambar 1. Kegiatan Pembukaan Pelatihan

Untuk mendukung praktik langsung, panitia telah menyiapkan 25 paket bahan lengkap beserta peralatan pelatihan, seperti ember besar, baskom kecil, gayung, corong, sutil kayu, dan botol kemasan. Setiap peserta atau kelompok kecil diberi satu paket untuk digunakan secara mandiri selama proses pelatihan. Kegiatan dilakukan dalam beberapa tahapan, yaitu pencampuran bahan aktif, pengadukan dengan teknik manual, penambahan air dan parfum, serta pengemasan ke dalam botol atau jeriken. Hasil akhir dari satu paket bahan dapat menghasilkan sabun cair sebanyak 19 hingga 20 liter.



Gambar 2. Bahan Pembuatan Sabun *Laundry*



Gambar 3. Perlengkapan Pembuatan Sabun *Laundry*

Pengembangan keterampilan pembuatan sabun laundry dan pemasaran online bagi komunitas ibu-ibu di Perumahan Lingkar Manunggal Desa Bajur

Selama kegiatan berlangsung, peserta diberikan bimbingan dan arahan secara langsung selama praktik pembuatan sabun *laundry* oleh tim pengabdian. Kelebihan dari pendekatan ini adalah tingkat pemahaman yang lebih mendalam dan membangun kepercayaan diri peserta ketika mempraktikkan kembali di rumah. Suasana pelatihan berjalan interaktif dan antusias, ditandai dengan banyaknya pertanyaan dan diskusi spontan antara tim pengabdian dengan peserta.



Gambar 4. Praktik Pembuatan Sabun *Laundry*



Gambar 5. Produk Hasil Pelatihan Sabun *Laundry*

Pelatihan sesi kedua dilanjutkan pada hari Minggu, 18 Mei 2025 dengan materi lanjutan mengenai pemanfaatan media online untuk pemasaran produk. Kegiatan ini berlangsung dari pukul 14.00 WITA hingga 16.00 WITA dan bertempat di rumah salah satu warga di Perumahan Lingkar Manunggal. Pelatihan ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan peserta dalam memasarkan produk sabun hasil pelatihan sebelumnya melalui platform digital, seperti media sosial dan *marketplace*.

Sesi ini dirancang sebagai pendamping dari pelatihan sebelumnya, dengan harapan peserta tidak hanya mampu memproduksi sabun *laundry*, tetapi juga memiliki kemampuan menjual dan mempromosikan produk secara mandiri melalui media digital.

Secara keseluruhan, pelaksanaan kegiatan berjalan tertib, interaktif, dan sesuai dengan rencana, serta diharapkan dapat menjadi bekal keterampilan tambahan bagi para peserta untuk menunjang kegiatan ekonomi rumah tangga mereka.



Gambar 6. Pelatihan Pemanfaatan Media Online Untuk Pemasaran Produk

Pelatihan yang dilaksanakan menghasilkan dampak langsung yang positif dan berkelanjutan bagi masyarakat peserta. Beberapa hasil nyata yang dicapai antara lain:

1. Terbentuknya Unit Usaha Sabun *Laundry* Komunitas

Para peserta yang tergabung dalam Divisi Keuangan Perumahan Lingkar Manunggal menyatakan komitmennya untuk membentuk unit usaha produksi dan pemasaran sabun *laundry*. Unit ini akan dikelola secara kolektif oleh ibu-ibu rumah tangga dengan sistem pembagian peran.

2. Dimulainya Produksi Sabun *Laundry*

Berdasarkan hasil monitoring pasca kegiatan, diketahui bahwa proses produksi sabun *laundry* telah berjalan secara mandiri. Peserta mulai mengembangkan sabun dari bahan-bahan yang sama dengan pelatihan, untuk dipasarkan di lingkungan sekitar.

3. Layanan Penjualan Paket Sabun *Laundry*

Selain produksi, unit usaha komunitas juga menyediakan paket bahan pembuatan sabun *laundry* sebagai bentuk layanan tambahan. Hal ini menunjukkan inisiatif kewirausahaan dan keberlanjutan dari hasil pelatihan.

4. Rencana Pengembangan Produk

Berdasarkan masukan dari peserta, terdapat rencana pelatihan lanjutan yang diusulkan, antara lain pelatihan pembuatan parfum *laundry* dan sabun colek, guna memperluas variasi produk yang bisa dipasarkan.

Secara umum, kegiatan pengabdian ini berhasil mendorong pemberdayaan ekonomi masyarakat melalui keterampilan praktis dan pemanfaatan teknologi digital, serta memperkuat semangat gotong royong dan kewirausahaan komunitas.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan dalam bentuk pelatihan pembuatan sabun *laundry* dan pemasaran produk secara online di Perumahan Lingkar Manunggal menunjukkan hasil yang signifikan, baik dari sisi peningkatan keterampilan teknis warga, kesadaran kolektif, maupun semangat kewirausahaan komunitas. Antusiasme peserta, keberhasilan praktik, serta tindak lanjut berupa pembentukan unit usaha menjadi bukti bahwa kegiatan ini memiliki dampak transformatif secara sosial dan ekonomi.

Pelatihan pembuatan sabun *laundry* secara teknis relatif mudah dipelajari dan tidak memerlukan modal besar, sehingga sangat sesuai untuk segmen ibu rumah tangga yang ingin memulai usaha dari rumah. Untuk menunjang usaha yang akan dijalani, maka perlu ditunjang keterampilan tambahan berupa pemasaran produk. Era digital mensyaratkan para pelaku usaha menguasai keterampilan pemasaran digital yang memiliki kelebihan biaya lebih murah, lebih efisien dan memiliki jangkauan yang luas.

Dari perspektif literasi digital, pelatihan pemasaran produk melalui media sosial menjadi krusial dalam era digital. Hasil penelitian Dewi dan Setiawan (2023) mengungkapkan bahwa dalam

konteks pengembangan sumber daya manusia di era pemasaran digital, untuk memajukan sektor UMKM, pelatihan khusus dan akses terhadap informasi dan sumber daya terbaru merupakan strategi yang penting untuk diterapkan. Penelitian Chusumastuti et al., (2023) menunjukkan bahwa kompetensi pemasaran digital dan kompetensi kewirausahaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja pemasaran. Temuan ini menunjukkan bahwa UMKM perlu fokus pada pengembangan kompetensi pemasaran digital dan kewirausahaan untuk meningkatkan kinerja pemasaran.

Sari et al., (2025) menyimpulkan bahwa pelaku UMKM yang menerapkan strategi pemasaran digital mengalami peningkatan penjualan yang lebih tinggi. Temuan ini menunjukkan bahwa pemasaran digital merupakan solusi efektif bagi UMKM dalam meningkatkan penjualan mereka. Lebih lanjut, artikel tersebut menyatakan bahwa di era digital, strategi pemasaran tidak hanya berfokus pada pencapaian target penjualan, tetapi juga berperan penting dalam meningkatkan kesadaran merek dan membangun citra (branding) usaha.

Uraian di atas diperkuat melalui pendekatan beberapa teori yang relevan antara lain :

Teori Pemberdayaan (Empowerment Theory)

Menurut Tjilen (2019), tujuan pemberdayaan masyarakat adalah untuk menjadikan masyarakat lebih mandiri dan membangun kemampuan masyarakat agar dapat memajukan diri secara berkelanjutan, bukan menciptakan ketergantungan pada program bantuan. Konsep ini menekankan bahwa segala sesuatu yang diperoleh dan dinikmati harus dihasilkan dari usaha sendiri.

Suryawan dan Mahagangga (2024) menyatakan bahwa beberapa aspek kunci pemberdayaan dapat ditemukan dalam teori pemberdayaan, meliputi:

1. Peningkatan pengetahuan dan keterampilan:
2. Pemberdayaan Psikologis:
3. Partisipasi dan Pengambilan Keputusan:
4. Perubahan Struktural:
5. Mendorong Keadilan Sosial:
6. Pemberdayaan Melalui pendidikan dan Informasi:
7. Kolaborasi dan Kemitraan
8. Fokus pada Hasil yang Berkelanjutan.

Dengan menerapkan prinsip-prinsip ini, Teori Pemberdayaan bertujuan untuk menciptakan perubahan yang positif dan berkelanjutan dalam kehidupan individu dalam berbagai aspek kehidupan mereka.

Pelatihan ini membekali peserta dengan keterampilan produksi dan pemasaran digital dengan memanfaatkan media online yang sudah familiar dan mudah digunakan oleh peserta, serta mendorong terbentuknya unit usaha sabun *laundry* yang dikelola secara mandiri oleh ibu-ibu rumah tangga di perumahan Lingkar Manunggal.

Teori Komunikasi Partisipatif

Menurut Muchtar (2017), komunikasi partisipatif dipandang sebagai sebuah dalam pembangunan dengan menekankan pendekatan bottom up dan berfungsi sebagai wadah pembelajaran bersama untuk mengidentifikasi dan menemukan solusi secara kolektif. Freire dalam Abidin (2022) menegaskan pentingnya komunikasi dua arah dan membangun kesadaran kritis.

Hasil penelitian Astuti et al., (2025) menunjukkan bahwa komunikasi partisipatif efektif dalam meningkatkan pemberdayaan, keterampilan, dan solidaritas masyarakat, serta mendukung ketahanan pangan dan ekonomi keluarga melalui keterlibatan aktif dan dialog berkelanjutan.

Konsep Literasi Digital

Syafrial (2023) mendefinisikan literasi digital sebagai pengetahuan dan kecakapan untuk menggunakan media digital, alat-alat komunikasi, atau jaringan dalam menemukan, mengevaluasi, menggunakan, membuat informasi, dan memanfaatkannya secara sehat, bijak, cerdas, cermat, tepat,

Pengembangan keterampilan pembuatan sabun laundry dan pemasaran online bagi komunitas ibu-ibu di Perumahan Lingkar Manunggal Desa Bajur

dan patuh hukum dalam rangka membina komunikasi dan interaksi dalam kehidupan sehari-hari. Melalui pelatihan peserta mulai memahami potensi media sosial sebagai media promosi dan pemasaran dalam membangun identitas produk serta menjangkau pasar. Ini menjadi bekal penting bagi peserta dalam memulai usaha dan meningkatkan daya saing usaha sabun *laundry*.

Konsep Pemasaran Digital

Pemasaran digital, seperti yang diungkapkan oleh Suryani et al., (2023), menggabungkan aspek teknologi, kreativitas, dan interaksi konsumen untuk mencapai sasaran pemasaran. Ini memberi perusahaan kesempatan untuk memaksimalkan potensi digital dan mendapatkan hasil yang lebih optimal serta kompetitif di pasar online yang semakin terintegrasi.

Sinergi Keterampilan Teknis dan Sosial

Keberhasilan usaha sabun *laundry* Divisi Keuangan Perumahan Lingkar Manunggal tidak hanya ditentukan oleh produk yang berkualitas, namun juga memerlukan integrasi keterampilan produksi dengan aspek sosial-komunikatif. Estede et al., (2025) mengungkapkan bahwa tantangan era disrupsi dan digitalisasi menuntut pengembangan kapasitas secara menyeluruh. Keterampilan seperti berpikir kritis, kecerdasan emosional, serta ketahanan adaptif menjadi keharus, bukan sekadar keunggulan. Sinergi antara kemampuan teknis dan kepekaan sosial memungkinkan organisasi dan individu tidak hanya bertahan, tetapi juga berkembang secara berkelanjutan di tengah kompleksitas dunia kerja yang terus berubah.

Dengan demikian, kegiatan pelatihan ini bukan sekadar transfer pengetahuan, melainkan bentuk intervensi sosial yang memperkuat daya tahan ekonomi ibu-ibu rumah tangga di perumahan lingkar manunggal. Replikasi model ini memungkinkan untuk dimodifikasi sesuai dengan berbagai kondisi atau situasi yang berbeda.

SIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan pelatihan pembuatan sabun *laundry* dan pemasaran digital telah berhasil mencapai tujuan utama, yaitu meningkatkan keterampilan dan kemandirian ekonomi ibu-ibu rumah tangga di Lingkungan Perumahan Lingkar Manunggal, Desa Bajur. Para peserta kini memiliki kemampuan untuk memproduksi sabun *laundry* sendiri dan memasarkan produk melalui media online.

Program ini tidak hanya memberikan keterampilan teknis, tetapi juga membangun kepercayaan diri dan semangat kewirausahaan bagi peserta. Keberhasilan ini menegaskan bahwa pelatihan berbasis komunitas dan potensi lokal dapat menjadi strategi efektif dalam pengabdian kepada masyarakat.

Berdasarkan kegiatan yang telah dilaksanakan, adapun saran yang diberikan antara lain : 1). Kegiatan ini perlu dilanjutkan secara berkala dengan pelatihan lanjutan seperti manajemen keuangan sederhana, pengembangan produk, pengemasan produk, dan legalitas usaha mikro; 2). Diperlukan pendampingan usaha secara berkelanjutan agar peserta dapat mengembangkan bisnis secara profesional; 3). Pemerintah desa atau dinas terkait disarankan memberikan dukungan program pemberdayaan lanjutan seperti bantuan peralatan, pelatihan digital lanjutan, dan akses permodalan; 4). Institusi pendidikan tinggi diharapkan terus berperan aktif dalam mendampingi masyarakat melalui program pengabdian yang aplikatif dan berorientasi solusi lokal.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terimakasih terutama ditujukan kepada Universitas Terbuka selaku pemberi dana pengabdian atau donatur. Ucapan terimakasih dapat juga disampaikan kepada pihak-pihak yang membantu pelaksanaan kegiatan pengabdian.

DAFTAR RUJUKAN

Anjani, dkk. (2024). *Pemberdayaan Masyarakat (Strategi, Model, dan Inovasi untuk Transformasi Sosial)* (Ed. 1; Bayu Adi Laksono, Ed.). Madiun: CV. Bayfa Cendikia Indonesia.

Pengembangan keterampilan pembuatan sabun *laundry* dan pemasaran online bagi komunitas ibu-ibu di Perumahan Lingkar Manunggal Desa Bajur

- Chusumastuti, D., Zulfikri, A., & Rukmana, A. Y. (2023). Pengaruh Digital Marketing dan Kompetensi Wirausaha Terhadap Kinerja Pemasaran (Studi ada UMKM di Jawa Barat). *Jurnal Bisnis Dan Manajemen West Science*, 2(02), 22–32. <https://doi.org/10.58812/jbmws.v2i02.334>
- Dewi, L. S., & Setiawan, W. B. (2023). Pengembangan Dan Pelatihan Sumber Daya Manusia Di Era Digital Marketing Menuju 5.0 Dengan Memanfaatkan Platform Media Sosial Pada Umkm Di Desa Sukasukur Kecamatan Cisayong. *Jurnal Umum Pengabdian Masyarakat*, 2(4), 36–44. <https://doi.org/10.58290/jupemas.v2i4.190>
- Hery Syafrial. (2023). *Literasi Digital Seri 1 (Pertama)*. Yogyakarta: PT. Nas Media Indonesia.
- Ida Bagus Suryawan, I. G. O. M. (2024). *Pemberdayaan Masyarakat Dalam Perencanaan Desa Wisata* (Ed. 1; Nila Duniawati, Ed.). Indramayu: CV. Adanu Abimata.
- Muchtar, K. (2017). Penerapan Komunikasi Partisipatif Pada Pembangunan Di Indonesia. *Makna: Jurnal Kajian Komunikasi, Bahasa, Dan Budaya*, 1(1), 20–32. <https://doi.org/10.33558/makna.v1i1.795>
- Nurlinda Sari, Risky Laras Syari, Rio, Humairo, & Abdul Pandi. (2025). Strategi Pemasaran yang Efektif untuk UMKM di Era Digital. *Jurnal Ilmu Pendidikan Dan Sosial*, 4(1), 21–29. <https://doi.org/10.58540/jipsi.v4i1.787>
- Suprpto Estede, Revia Setiani, Yusraini, Rinelliana, Endah Dwi Lestari, Anwar, Susi Susilawati Harahap, Jenita, S. S. (2025). *Pengantar Ilmu Manajemen Modern* (Pertama; Paput Tri Cahyono, Ed.). Batam: Yayasan Cendikian Mulia Mandiri.
- Suriani, S., & Fatriani, E. (2022). The Impact of Edutourism “Kampung Inggris” on the Improvement of Community Welfare in South Tetebatu Village, Lombok, Indonesia. *Jurnal Pariwisata Nusantara (JUWITA)*, 1(3), 237–247. <https://doi.org/10.20414/juwita.v1i3.6206>
- Suryani et al. (2023). *Manajemen Pemasaran di Era Digital: Mengatasi Tantangan dan Memenangkan Persaingan* (I; Mukrodi, Ed.). Bekasi: PT Dewangga Energi Internasional.
- Tjilen, A. P. (2019). *Konsep, Teori, dan Teknik Analisis Implementasi, Kebijakan Publik: Studi Implementasi Program Rencana Strategis Pembangunan Kampung* (Frans Papilaya, Ed.). Bandung: Nusa Media.
- Zainal Abidin. (2022). PAULO FREIRE: PEDAGOGI KRITIS DAN PENGUATAN CIVIL SOCIETY DI INDONESIA. In Khairul Umam (Ed.), *Etika Jurnalisme Pada Koran Kuning : Sebuah Studi Mengenai Koran Lampu Hijau* (Pertama, Vol. 16). Yogyakarta: DIVA Press.