



Pemberdayaan Ibu-Ibu PKK Melalui Social Media Marketing untuk Meningkatkan Daya Saing Usaha Rumahan

Andini Rizki Nurrahman¹, Bunga Marsinta Uly Pasaribu², Hera Silvawati³, Selvina Yunita⁴, Nugroho Heri Pramono⁵

¹²³⁴⁵Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Program Studi Akuntansi, Universitas Pamulang, Tangerang Selatan, Indonesia

Email: andinirahman69@gmail.com, dosen03074@unpam.ac.id

Abstrak—Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan ibu-ibu PKK di Kelurahan Cibogor dalam memanfaatkan media sosial sebagai sarana pemasaran usaha rumahan guna meningkatkan daya saing produk di era digital. Permasalahan yang dihadapi mitra yaitu masih rendahnya pemahaman mengenai strategi pemasaran digital, pengelolaan akun media sosial, serta pembuatan konten promosi yang menarik dan efektif untuk menjangkau konsumen yang lebih luas. Pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui tahapan observasi, sosialisasi, pelatihan, dan pendampingan secara langsung terkait penggunaan platform digital seperti Instagram, WhatsApp Business, dan Facebook Marketplace sebagai media promosi usaha. Selain diberikan materi mengenai dasar-dasar social media marketing, peserta juga mendapatkan praktik langsung dalam membuat akun bisnis, menyusun konten promosi, serta memahami strategi branding produk agar lebih menarik dan memiliki nilai jual yang lebih tinggi. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman dan kemampuan peserta dalam memanfaatkan media sosial untuk mendukung pemasaran usaha rumahan, sehingga diharapkan dapat membantu memperluas jangkauan pasar, meningkatkan penjualan produk, serta mendukung peningkatan perekonomian keluarga dan kemandirian usaha masyarakat setempat secara berkelanjutan.

Kata Kunci: PKK, *Social Media Marketing*, Usaha Rumahan, Pemasaran Digital, UMKM, Kelurahan Cibogor, Pemberdayaan Perempuan

Abstract—This Community Service Activity (PKM) aims to enhance the knowledge and skills of PKK mothers in the Cibogor neighborhood in utilizing social media as a marketing tool for home-based businesses to improve product competitiveness in the digital age. The challenges faced by the partners include a lack of understanding regarding digital marketing strategies, social media account management, and the creation of engaging and effective promotional content to reach a wider audience. The activity was implemented through stages of observation, outreach, training, and direct mentoring regarding the use of digital platforms such as Instagram, WhatsApp Business, and Facebook Marketplace as business promotion channels. In addition to receiving instruction on the basics of social media marketing, participants also gained hands-on experience in creating business accounts, developing promotional content, and understanding product branding strategies to make their offerings more appealing and increase their market value. The results of the program demonstrated an increase in participants' understanding and ability to utilize social media to support the marketing of home-based businesses. It is hoped that this will help expand market reach, increase product sales, and support the sustainable growth of family economies and the business independence of the local community.

Keywords: PKK, *Social Media Marketing*, home-based businesses, digital marketing, MSMEs, Cibogor Subdistrict, women's empowerment

1. PENDAHULUAN

Usaha rumahan merupakan salah satu pilar penting dalam perekonomian masyarakat tingkat kelurahan, khususnya bagi perempuan yang menjalankan peran ganda sebagai ibu rumah tangga sekaligus pelaku usaha mikro. Di Kelurahan Cibogor, banyak ibu-ibu anggota PKK yang telah lama menekuni berbagai usaha rumahan seperti produksi makanan olahan, kerajinan tangan, dan produk kebutuhan sehari-hari. Namun demikian, sebagian besar dari mereka masih mengandalkan metode pemasaran konvensional yang bersifat mulut ke mulut dan terbatas pada lingkungan sekitar, sehingga jangkauan pasar yang diraih belum optimal dan pendapatan yang diperoleh cenderung stagnan.

Perkembangan teknologi digital yang pesat, khususnya penetrasi media sosial di kalangan masyarakat Indonesia, membuka peluang besar yang belum banyak dimanfaatkan oleh pelaku usaha rumahan. Data We Are Social dan Meltwater (2024) mencatat bahwa pengguna aktif media sosial di Indonesia telah mencapai lebih dari 167 juta jiwa, dengan platform seperti WhatsApp, Instagram, dan TikTok menjadi yang paling banyak digunakan. Kondisi ini menunjukkan bahwa media sosial

bukan sekadar sarana komunikasi, melainkan juga kanal pemasaran yang efektif, murah, dan berpotensi menjangkau pasar jauh lebih luas dibandingkan cara konvensional.

Persoalannya, kemampuan literasi digital di kalangan ibu-ibu PKK Kelurahan Cibogor masih tergolong rendah. Banyak anggota yang telah memiliki ponsel pintar dan akun media sosial, namun belum memahami bagaimana memanfaatkannya secara strategis untuk kepentingan promosi dan penjualan produk. Hal ini sejalan dengan temuan berbagai penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa rendahnya penguasaan social media marketing menjadi salah satu hambatan utama pertumbuhan usaha mikro yang dikelola perempuan di tingkat kelurahan dan perkotaan (Rahayu & Santoso, 2022; Wulandari, 2023).

Berdasarkan kondisi tersebut, kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) dirancang untuk memberikan pelatihan dan pendampingan social media marketing kepada ibu-ibu PKK Kelurahan Cibogor, mencakup pembuatan konten produk yang menarik, pengelolaan akun Instagram dan WhatsApp Business, serta strategi sederhana untuk meningkatkan penjualan secara daring. Kegiatan ini selaras dengan program nasional pemberdayaan perempuan dan penguatan ekonomi keluarga, serta mendukung agenda digitalisasi UMKM yang menjadi prioritas pemerintah. Dengan membekali ibu-ibu PKK keterampilan pemasaran digital, diharapkan daya saing usaha rumahan di Kelurahan Cibogor dapat meningkat secara signifikan, baik dalam hal jangkauan pasar maupun kemandirian ekonomi keluarga.

2. METODE PENELITIAN

Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) dilaksanakan di Aula kelurahan Cibogor yang berlokasi di Jl. Re. Martadinata No.5, RT.01/RW.03, Cibogor, Kecamatan Bogor Tengah, Kota Bogor, Jawa Barat 16124, Indonesia. Kelurahan tersebut menaungi PKK (Pemberdayaan Keluarga - Keluarga) Kelurahan Cibogor. Yang dimana PKM ini sendiri dilaksanakan dengan jangka waktu 1 hari yang dimulai sekitar pukul 13.00 s/d selesai. Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini bertujuan untuk memberdayakan ibu-ibu PKK melalui optimalisasi *Social Media Marketing* sebagai upaya strategis dalam meningkatkan daya saing produk usaha rumahan. Program ini diselenggarakan oleh mahasiswa semester 4 kelas 04SAKE006 dan bertempat di PKK Kelurahan Cibogor. Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini menerapkan metode andragogi (pembelajaran orang dewasa) dengan penyampaian materi interaktif. Melalui metode ini, menyampaikan strategi pemasaran digital yang diharapkan dapat langsung dipahami, dikuasai, dan diimplementasikan oleh para peserta untuk mengembangkan bisnisnya. Secara sistematis, tahapan PKM ini dibagi menjadi tiga alur utama, yaitu :

1. Tahap Pra Kegiatan (Persiapan)
 - a) Survei lokasi, melakukan observasi dan koordinasi awal ke lokasi mitra yang bertempat di Aula Kelurahan cibogor untuk melihat kesiapan fasilitas pendukung. Fasilitas pendukung tersebut adalah kursi, projector, dan sound system.
 - b) Penetapan sasaran, menentukan target peserta, yaitu ibu-ibu PKK yang memiliki atau tertarik membuka usaha rumahan, serta menyelaraskan jadwal pelaksanaan.
 - c) Penyusunan materi pelatihan, menyusun materi *Social Media Marketing*, yaitu dengan membuat power point presentasi (*slide*), serta dokumen cetak (*hard copy*) yang berisi panduan praktis pembuatan konten dan teknik jualan *online*.
2. Tahap Pelaksanaan Kegiatan (Pemberdayaan dan Pelatihan)
 - a) Pemaparan materi pelatihan, penyampaian materi inti mengenai optimalisasi media sosial (seperti Instagram, TikTok, atau WhatsApp Business) guna meningkatkan daya saing dan jangkauan pasar usaha rumahan.
 - b) Sesi diskusi dan tanya jawab, membuka ruang interaksi bagi ibu-ibu PKK untuk berkonsultasi mengenai kendala bisnis mereka, berbagi pengalaman, serta merangsang ide kreatif dalam mengelola konten pemasaran digital.

3. Tahap Pasca-Kegiatan (Evaluasi dan Output)
 - a) Penyusunan laporan akhir, menyusun laporan pertanggungjawaban kegiatan berdasarkan hasil evaluasi, feedback, dan perkembangan pemahaman para peserta selama pelatihan berlangsung.
 - b) Publikasi ilmiah dan media, menyusun dan menerbitkan artikel ilmiah ke dalam jurnal pengabdian masyarakat serta mendokumentasikan kegiatan ke media massa sebagai bentuk luaran (*output*) wajib PKM.

3. ANALISA DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan pemaparan materi social media marketing menunjukkan respons positif dari ibu-ibu PKK. Peserta mengikuti kegiatan dengan semangat antusias dan selalu memerhatikan pemateri dengan serius. Hasil kegiatan PKM ini menunjukkan bahwa peserta mampu mengelola usaha rumahan untuk di promosikan di media sosial, serta memanfaatkan platform digital untuk memperkenalkan produk rumahan mereka. Hal ini menunjukkan adanya peningkatan keterampilan serta pengetahuan peserta dalam bidang pemasaran berbasis digital.

Selain peningkatan keterampilan, kegiatan ini juga memberikan dampak terhadap peningkatan kepercayaan diri dan kesadaran usaha peserta. Ibu-ibu PKK mulai sadar akan pentingnya pemanfaatan media sosial karena dapat menjadi saran efektif untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing usaha rumahan. Temuan ini sejalan dengan hasil pengabdian Risma, yang menyatakan bahwa ibu-ibu PKK berperan sebagai pennggerak utama dalam memanfaatkan teknologi digital untuk menciptakan peluang usaha baru yang dapat dilakukan dari rumah. Dengan keterampilan digital, mereka bisa menjalankan usaha kecil seperti berjualan online, yang dapat meningkatkan pendapatan keluarga dan mengurangi ketergantungan pada pendapatan utama. Terbukti dengan beberapa anggota PKK yang sudah mempunyai usaha rumahan, lewat PKM ini, usaha rumahan tersebut bisa dikembangkan promosi nya lewat platform media sosial.

Dari sisi manfaat sosial, kegiatan ini memberikan nilai positif bagi masyarakat sasaran karena tidak hanya meningkatkan kemampuan teknis dalam penggunaan media sosial, tetapi juga menumbuhkan pola pikir kewirausahaan dan adaptasi terhadap perkembangan teknologi digital. Namun, keterbatasan waktu pelatihan menjadi salah satu hambatan dalam memaksimalkan hasil kegiatan. Meskipun demikian, peluang pengembangan usaha ke depan masih terbuka melalui pendampingan lanjutan serta dukungan promosi dan pemasaran produk secara konsisten melalui media sosial.



Gambar 1. sosialisasi dan penyuluhan kepada ibu-ibu PKK

Pada gambar 1 terlihat mahasiswa yang sedang melaksanakan Program Kreativitas Mahasiswa (PKM) di sebuah aula atau ruang pertemuan. Pada kegiatan tersebut, mahasiswa

memberikan sosialisasi dan penyuluhan kepada ibu-ibu PKK mengenai pentingnya pemanfaatan social media marketing dalam mengembangkan usaha rumahan. Kegiatan ini bertujuan untuk memberikan pemahaman kepada peserta mengenai cara memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi, memperluas jangkauan pemasaran, serta meningkatkan penjualan produk usaha rumahan agar lebih mampu bersaing di era digital. Penyampaian materi dilakukan secara presentasi, sosialisasi, dan edukasi interaktif kepada ibu-ibu PKK dengan menggunakan media proyektor agar materi lebih mudah dipahami peserta.



Gambar 2. Penyerahan Doorprize kepada Peserta yang Berhasil Menjawab Pertanyaan pada Sesi Evaluasi Materi

Pada gambar 2 terlihat mahasiswa menyerahkan hadiah doorprize kepada salah satu ibu PKK yang berhasil menjawab pertanyaan terkait materi yang telah disampaikan. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan motivasi peserta dalam memanfaatkan platform media sosial secara efektif guna memperluas jangkauan pasar, meningkatkan penjualan, serta memperkuat daya saing usaha rumahan di era digital. Suasana kegiatan berlangsung hangat, interaktif, dan penuh antusiasme, mencerminkan keberhasilan program PKM dalam memberikan edukasi sekaligus membangun keterlibatan aktif masyarakat.



Gambar 3. Kegiatan Tanya Jawab dan Pembagian Doorprize sebagai Evaluasi Pemahaman Peserta

Pada gambar 3 terlihat sebagai bentuk evaluasi sekaligus apresiasi terhadap peserta, tim PKM mengadakan sesi tanya jawab yang dilanjutkan dengan pembagian doorprize. Kegiatan ini bertujuan untuk mengukur tingkat pemahaman ibu-ibu PKK mengenai strategi pemasaran melalui media sosial yang telah dipaparkan sebelumnya. Antusiasme peserta terlihat dari keaktifan mereka dalam menjawab pertanyaan dan berdiskusi mengenai cara memanfaatkan media sosial untuk mempromosikan produk usaha rumahan. Melalui kegiatan ini, diharapkan peserta semakin termotivasi untuk menerapkan pengetahuan yang diperoleh sehingga mampu meningkatkan visibilitas produk, menjangkau lebih banyak konsumen, dan mengembangkan usahanya secara berkelanjutan.



Gambar 4. Foto Bersama Tim PKM dan Peserta PKK pada Penutupan Kegiatan Pemberdayaan Melalui Social Media Marketing

Pada gambar 4 merupakan penutup kegiatan PKM dengan tema Pemberdayaan Ibu-Ibu PKK Melalui Social Media Marketing untuk Meningkatkan Daya Saing Usaha Rumahan. Melalui kegiatan ini, peserta memperoleh pemahaman mengenai pemanfaatan media sosial sebagai sarana pemasaran digital yang dapat membantu memperluas jangkauan konsumen dan meningkatkan daya saing produk usaha rumahan. Antusiasme yang ditunjukkan oleh para peserta selama sesi penyampaian materi, diskusi, dan praktik mencerminkan tingginya minat untuk mengembangkan usaha melalui platform digital. Dokumentasi ini menjadi simbol komitmen bersama dalam mendukung transformasi digital UMKM agar lebih adaptif, inovatif, dan mampu bersaing di tengah perkembangan teknologi yang semakin pesat.



Gambar 5. Tim Mahasiswa Pelaksana PKM pada Kegiatan Pemberdayaan Ibu-Ibu PKK Melalui Social Media Marketing

Pada gambar 5 terlihat mahasiswa telah melaksanakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang berfokus pada peningkatan kemampuan pemasaran digital bagi pelaku usaha rumahan. Dalam kegiatan tersebut, peserta diberikan pemahaman mengenai pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi yang efektif untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing produk. Selain penyampaian materi, peserta juga diajak berdiskusi mengenai strategi pembuatan konten yang menarik dan cara membangun interaksi dengan konsumen melalui platform digital. Dokumentasi ini menjadi wujud komitmen mahasiswa dalam mendukung pemberdayaan masyarakat melalui pengembangan keterampilan digital yang relevan dengan kebutuhan usaha di era modern.

4. KESIMPULAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) yang bertujuan untuk meningkatkan kemampuan ibu-ibu PKK di Kelurahan Cibogor lewat pemanfaatan media sosial telah berjalan dengan lancar dan memberikan efek yang baik. Dari pelaksanaan kegiatan ini dapat ditarik kesimpulan bahwa ada peningkatan dalam pemahaman, pengetahuan, serta ketrampilan pada peserta dalam menggunakan platform digital, seperti Instagram, WhatsApp Business, dan Facebook Marketplace sebagai sarana untuk mempromosikan usaha rumahan mereka.

Pelatihan yang menggunakan metode andragogi dan praktik langsung terbukti dapat membantu perkembangan pola pikir kewirausahaan, meningkatkan pemahaman mengenai pentingnya branding, dan meningkatkan rasa percaya diri peserta dalam menjual produk mereka secara online untuk memperluas pasar dan meningkatkan penghasilan keluarga. Namun, waktu pelatihan yang terbatas menjadi salah satu masalah dalam memaksimalkan materi secara keseluruhan. Oleh karena itu, diperlukan program pendampingan agar perubahan digital UMKM independen yang berbasis rumah tangga di Kelurahan Cibogor dapat berlangsung secara terus-menerus.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang yang telah memberikan dukungan penuh, bimbingan, serta fasilitas sehingga kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini dapat berjalan dengan lancar. Penulis juga menyampaikan apresiasi dan terima kasih kepada Lurah beserta jajaran staf Kelurahan Cibogor, Kecamatan Bogor Tengah, yang telah memberikan izin tempat dan dukungan fasilitas penunjang.



APPA: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat
Volume 3, No. 6, Tahun 2026
ISSN 3025-0889 (media online)
Hal 815-821

Secara khusus, rasa terima kasih yang mendalam penulis tujukan kepada Ketua PKK Kelurahan Cibogor beserta seluruh ibu-ibu anggota PKK yang telah meluangkan waktu, berpartisipasi aktif, dan menunjukkan antusiasme yang luar biasa selama seluruh rangkaian pelatihan berlangsung. Semoga keterampilan yang telah dibagikan dapat memberikan manfaat jangka panjang bagi kemandirian ekonomi masyarakat setempat.

REFERENCE

- Rahayu, S., & Santoso, B. (2022). Strategi Social Media Marketing dalam Peningkatan Daya Saing Usaha Mikro Perempuan di Era Digital. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*, 1(3), 145-158.
- Risma. (2024). Peran Ibu Rumah Tangga sebagai Penggerak Ekonomi Kreatif melalui Pemanfaatan Teknologi Digital. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat*, 5(2), 89-102.
- We Are Social & Meltwater. (2024). *Digital 2024: Indonesia*. Diakses dari <https://wearesocial.com/id/digital-trends/>.