



Pemanfaatan Media Sosial sebagai Alat Pemasaran yang Efektif bagi Usaha Ibu Rumah Tangga

Utilizing Social Media as an Effective Marketing Tool for Housewives' Businesses

Dina Rahmadania¹, Muhamad Firdaus Kharesha², Sirojudin Alidrus Ali Mubaraq³, Melda Wiguna⁴

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang

Email: dinarhmdna22@gmail.com¹, dstirex@gmail.com², sirojudinalaydrusalimubaraq3@gmail.com³, dosen02513@unpam.ac.id⁴

Article Info

Article history :

Received : 26-06-2026

Revised : 28-06-2026

Accepted : 30-06-2026

Published : 02-07-2026

Abstract

The development of information and communication technology has brought significant changes to the business world, particularly in marketing. Social media is now used not only as a means of communication but also as an effective marketing tool to introduce and promote products to the wider community. However, many housewives still have not optimally utilized social media as a marketing tool for their businesses due to limited knowledge and skills in using digital platforms. A Community Service activity with the theme "Utilizing Social Media as an Effective Marketing Tool for Housewives' Businesses" was held in RT 01 RW 010 Meruyung. This activity aims to improve the understanding and skills of housewives in utilizing social media as a promotional and product marketing medium. The materials provided included an introduction to marketing through social media, creating affiliate accounts on TikTok and Shopee platforms, and basic product photography techniques using mobile phones to make products more attractive and have a higher selling value. The methods used in this activity were counseling, training, hands-on practice, and discussion and Q&A. The results of the activity showed that participants gained a better understanding of the importance of social media in product marketing and were able to practice using digital platforms as a promotional tool. This activity is expected to enable housewives to utilize social media more effectively to support their businesses and increase family income and well-being. Furthermore, it is hoped that this activity will encourage the growth of an entrepreneurial spirit and the use of digital technology within the community.

Keywords: *social media, digital marketing, home business*

Abstrak

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan yang signifikan dalam dunia usaha, khususnya dalam bidang pemasaran. Media sosial saat ini tidak hanya digunakan sebagai sarana komunikasi, tetapi juga menjadi alat pemasaran yang efektif untuk memperkenalkan dan mempromosikan produk kepada masyarakat luas. Namun, masih banyak ibu rumah tangga yang belum memanfaatkan media sosial secara optimal sebagai sarana pemasaran usaha karena keterbatasan pengetahuan dan keterampilan dalam penggunaan platform digital. Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat dengan tema "Pemanfaatan Media Sosial sebagai Alat Pemasaran Efektif bagi Usaha Ibu Rumah Tangga" dilaksanakan di RT 01 RW 010 Meruyung. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan ibu rumah tangga dalam memanfaatkan media sosial sebagai media promosi dan pemasaran produk. Materi yang diberikan meliputi pengenalan pemasaran melalui media sosial, pembuatan akun affiliate pada platform TikTok dan Shopee, serta teknik dasar fotografi produk menggunakan telepon genggam agar tampilan produk lebih menarik dan memiliki nilai jual yang lebih tinggi. Metode yang digunakan dalam kegiatan ini adalah



penyuluhan, pelatihan, praktik langsung, serta diskusi dan tanya jawab. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa peserta memperoleh pemahaman yang lebih baik mengenai pentingnya media sosial dalam pemasaran produk serta mampu mempraktikkan penggunaan platform digital sebagai sarana promosi. Melalui kegiatan ini diharapkan ibu rumah tangga dapat memanfaatkan media sosial secara lebih efektif untuk mendukung kegiatan usaha yang dijalankan serta meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan keluarga. Selain itu, kegiatan ini juga diharapkan dapat mendorong tumbuhnya semangat kewirausahaan dan pemanfaatan teknologi digital di lingkungan masyarakat.

Kata Kunci : media sosial, pemasaran digital, usaha rumah tangga

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi telah memberikan banyak kemudahan dalam berbagai bidang, termasuk TikTok, Instagram, Facebook, dan WhatsApp saat ini banyak di manfaatkan sebagai sarana promosi karena mampi menjangkau konsumen secara luas dengan biaya yang relatif rendah. Pemanfaatan media sosial yang tepat dapat membantu pelaku usaha meningkatkan penjualan serta mempeluas jangkauan pasar. Namun demikian, masih banyak ibu rumah tangga di RT 01 RW 010 Meruyung, Depok yang belum memanfaatkan media sosial secara optimal sebagai sarana pemasaran usaha. Sebagian besar masih menggunakan cara pemasaran secara sederhana dan terbatas pada lingkungan sekitar. Selain itu, kurangnya pengetahuan mengenai pemasaran digital, pembuatan akun affiliate, dan teknik pengambilan foto produk yang menarik menjadi salah satu kendala dalam mengembangkan usaha. Berdasarkan kondisi tersebut, diperlukan kegiatan pelatihan dan pendampingan mengenai pemanfaatan media sosial sebagai alat pemasaran yang efektif bagi usaha ibu rumah tangga. Melalui kegiatan ini di harapkan peserta mampu memanfaatkan media sosial untuk memproduksi produk, meningkatkan daya saing usasha, serta menambah pendapatan keluarga.

TINJAUAN PUSTAKA

Pemberdayaan Ibu Rumah Tangga

Pemberdayaan ibu rumah tangga merupakan suatu proses yang bertujuan untuk meningkatkan kemampuan, pengetahuan, keterampilan, serta kemandirian perempuan dalam menjalankan peran ekonomi keluarga. Melalui pemberdayaan, ibu rumah tangga tidak hanya berperan dalam mengurus kebutuhan keluarga, tetapi juga mampu berkontribusi dalam meningkatkan pendapatan rumah tangga melalui kegiatan produktif.

Di era digital saat ini, pemberdayaan dapat dilakukan melalui berbagai program pelatihan yang berfokus pada pengembangan keterampilan kewirausahaan dan pemanfaatan teknologi informasi. Dengan adanya pelatihan yang tepat, ibu rumah tangga dapat mengenali peluang usaha yang sesuai dengan potensi dan kemampuan yang dimiliki. Selain itu, mereka juga dapat memanfaatkan teknologi digital sebagai sarana untuk mengembangkan usaha secara lebih efektif dan efisien.

Pemberdayaan ekonomi perempuan memiliki peran penting dalam meningkatkan kesejahteraan keluarga dan masyarakat. Oleh karena itu, kegiatan pelatihan usaha digital menjadi salah satu langkah strategis untuk mendorong kemandirian ekonomi ibu rumah tangga.



Usaha Digital Berbasis Pemasaran Online

Usaha digital merupakan kegiatan usaha yang memanfaatkan teknologi internet dalam menjalankan proses bisnis, mulai dari promosi, pemasaran, hingga transaksi penjualan. Perkembangan teknologi informasi telah mengubah pola bisnis konvensional menjadi lebih modern dan berbasis digital.

Pemasaran online menjadi salah satu strategi yang banyak digunakan karena mampu menjangkau konsumen yang lebih luas tanpa dibatasi oleh lokasi geografis. Pelaku usaha dapat memanfaatkan berbagai platform digital seperti Instagram, Facebook, TikTok, WhatsApp Business, Shopee, dan Tokopedia untuk memperkenalkan produk kepada calon konsumen.

Selain memiliki jangkauan yang luas, pemasaran online juga relatif lebih hemat biaya dibandingkan pemasaran konvensional. Oleh karena itu, usaha digital berbasis pemasaran online menjadi alternatif yang tepat bagi ibu rumah tangga yang ingin memulai usaha dengan modal yang terbatas

Peluang Usaha Digital Bagi Ibu Rumah Tangga

Perkembangan teknologi digital telah membuka berbagai peluang usaha yang dapat dijalankan oleh ibu rumah tangga dari rumah. Beberapa contoh usaha yang dapat dikembangkan antara lain usaha makanan dan minuman, produk fashion, kerajinan tangan, reseller, dropshipper, serta berbagai jenis jasa berbasis online.

Keunggulan usaha digital adalah fleksibilitas waktu yang memungkinkan ibu rumah tangga tetap dapat menjalankan tanggung jawab keluarga sambil mengelola usaha. Selain itu, usaha digital tidak selalu membutuhkan modal yang besar karena sebagian besar aktivitas pemasaran dapat dilakukan melalui media sosial yang mudah diakses.

Melalui pemanfaatan teknologi digital, ibu rumah tangga memiliki kesempatan untuk memperluas jaringan pemasaran, meningkatkan jumlah pelanggan, serta memperoleh tambahan pendapatan yang dapat membantu meningkatkan kesejahteraan keluarga.

Strategi Pemasaran Online

Strategi pemasaran online merupakan serangkaian kegiatan yang dilakukan untuk mempromosikan produk atau jasa melalui media digital. Strategi yang tepat dapat membantu pelaku usaha meningkatkan penjualan dan memperluas pangsa pasar.

Beberapa strategi yang dapat diterapkan antara lain membuat konten promosi yang menarik, menggunakan foto produk berkualitas, menentukan target pasar yang jelas, serta memanfaatkan fitur promosi yang tersedia pada media sosial dan marketplace. Selain itu, pelaku usaha juga perlu menjaga komunikasi yang baik dengan pelanggan melalui pelayanan yang cepat, ramah, dan responsif.

Konsistensi dalam melakukan promosi juga menjadi faktor penting dalam keberhasilan pemasaran online. Semakin sering produk diperkenalkan kepada masyarakat, semakin besar peluang produk tersebut dikenal dan diminati oleh calon konsumen.



Pengelolaan Usaha dan Keuangan Sederhana

Keberhasilan suatu usaha tidak hanya ditentukan oleh kemampuan pemasaran, tetapi juga oleh kemampuan dalam mengelola keuangan usaha. Pengelolaan keuangan yang baik dapat membantu pelaku usaha mengetahui kondisi keuangan serta merencanakan pengembangan usaha di masa depan.

Beberapa langkah sederhana yang dapat dilakukan adalah memisahkan keuangan pribadi dengan keuangan usaha, mencatat seluruh pemasukan dan pengeluaran, serta menyisihkan sebagian keuntungan sebagai modal usaha. Dengan pencatatan yang teratur, pelaku usaha dapat mengetahui tingkat keuntungan yang diperoleh dan menghindari penggunaan modal usaha untuk kebutuhan pribadi.

Melalui pengelolaan keuangan yang baik, usaha yang dijalankan akan lebih mudah berkembang dan memiliki peluang yang lebih besar untuk bertahan dalam jangka panjang.

METODE PENELITIAN

Pengenalan Usaha Digital dan Pemasaran Online

Materi pertama yang diberikan dalam kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini adalah pengenalan usaha digital dan pemasaran online. Peserta diberikan pemahaman mengenai perkembangan teknologi digital yang telah mengubah cara masyarakat menjalankan usaha dan melakukan transaksi.

Dalam sesi ini dijelaskan berbagai platform digital yang dapat dimanfaatkan untuk kegiatan usaha, seperti TikTok, Instagram, Facebook, WhatsApp Business, Shopee, dan Tokopedia. Peserta juga diberikan pemahaman mengenai manfaat pemasaran online, antara lain memperluas jangkauan pasar, meningkatkan efektivitas promosi, serta mempermudah komunikasi dengan pelanggan.

Melalui materi ini diharapkan peserta dapat memahami pentingnya pemanfaatan teknologi digital sebagai sarana pengembangan usaha yang mampu meningkatkan daya saing produk di era modern.

Pelatihan Pengembangan Usaha Digital

Pada sesi ini peserta diberikan pelatihan mengenai langkah-langkah dalam memulai dan mengembangkan usaha digital. Materi yang disampaikan meliputi cara menentukan jenis usaha yang sesuai dengan potensi yang dimiliki, mengenali target pasar, menentukan harga produk, serta menyusun strategi promosi yang efektif.

Peserta juga diberikan pendampingan dalam memanfaatkan media sosial sebagai sarana pemasaran produk. Selain itu, dijelaskan pula pentingnya membangun identitas usaha yang baik melalui tampilan produk yang menarik dan pelayanan yang memuaskan pelanggan.

Kegiatan pelatihan dilakukan secara interaktif melalui diskusi dan praktik langsung sehingga peserta dapat memahami materi dengan lebih mudah dan mampu menerapkannya dalam kegiatan usaha sehari-hari.



Pelatihan Strategi Pemasaran Onile

Materi ini berfokus pada penerapan strategi pemasaran online yang efektif untuk meningkatkan penjualan produk. Peserta diberikan pelatihan mengenai cara membuat konten promosi yang menarik, penggunaan foto produk yang berkualitas, serta teknik komunikasi yang baik dengan pelanggan.

Selain itu, peserta juga diajarkan pentingnya konsistensi dalam melakukan promosi melalui media sosial dan marketplace. Peserta diberikan contoh praktik pembuatan konten sederhana menggunakan telepon genggam agar lebih mudah diterapkan dalam kegiatan usaha mereka.

Melalui pelatihan ini diharapkan peserta mampu memanfaatkan media digital secara optimal untuk memperluas pasar, meningkatkan jumlah pelanggan, serta mengembangkan usaha yang dijalankan secara berkelanjutan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) yang telah dilaksanakan dengan tema “Pemanfaatan Media Sosial sebagai Alat Pemasaran yang Efektif bagi Usaha Ibu Rumah Tangga”, dapat disimpulkan bahwa kegiatan ini memberikan manfaat dan dampak yang positif bagi para peserta. Kegiatan pelatihan dan penyuluhan yang diberikan mampu menambah wawasan peserta mengenai pentingnya penggunaan media sosial dalam mendukung kegiatan usaha di era digital saat ini. Sebelum kegiatan dilaksanakan, sebagian besar peserta masih menggunakan cara pemasaran sederhana dan hanya mengandalkan penjualan dari lingkungan sekitar. Setelah mengikuti kegiatan ini, peserta mulai memahami bahwa media sosial dapat dimanfaatkan sebagai sarana promosi yang lebih luas, mudah, dan efisien untuk menjangkau calon konsumen.

Selain memberikan pemahaman mengenai pemasaran digital, kegiatan ini juga membantu peserta dalam mengenal berbagai platform media sosial dan marketplace seperti TikTok, Shopee, Instagram, Facebook, serta WhatsApp Business yang dapat digunakan untuk kegiatan promosi produk. Peserta memperoleh pengetahuan mengenai cara membuat akun affiliate, mengunggah produk, membuat konten promosi sederhana, serta memahami strategi pemasaran online yang efektif. Dengan adanya pelatihan tersebut, peserta menjadi lebih percaya diri untuk mulai mencoba memasarkan produk secara online dan memanfaatkan teknologi digital sebagai peluang usaha tambahan yang dapat dilakukan dari rumah.

Secara keseluruhan, kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini berhasil mencapai tujuan yang telah direncanakan, yaitu meningkatkan pengetahuan dan keterampilan ibu rumah tangga dalam memanfaatkan media sosial sebagai alat pemasaran usaha. Melalui kegiatan ini diharapkan peserta dapat terus menerapkan ilmu yang telah diperoleh untuk mengembangkan usaha yang dimiliki, meningkatkan pendapatan keluarga, serta mendorong tumbuhnya semangat kewirausahaan berbasis digital di lingkungan masyarakat

KESIMPULAN

Berdasarkan seluruh rangkaian kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) dengan tema pelatihan dan pendampingan pendaftaran QRIS bagi UMKM di Cilejit yang telah dilaksanakan, dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:



1. Peningkatan Literasi dan Adopsi Teknologi: Kegiatan ini berhasil membuka wawasan pelaku UMKM di Cilejit mengenai pentingnya digitalisasi keuangan. Ketakutan serta anggapan bahwa pendaftaran sistem pembayaran digital itu rumit berhasil dipatahkan. Peserta kini memahami bahwa QRIS tidak hanya mempermudah proses pembayaran, tetapi juga menjadi instrumen penting untuk merapikan pencatatan arus kas (cash flow) dan meningkatkan efisiensi manajemen operasional usaha.
2. Keberhasilan Pendampingan Praktikal: Mayoritas peserta yang hadir telah berhasil melalui proses registrasi pada Penyelenggara Jasa Pembayaran (PJP) dan memiliki barcode QRIS yang siap beroperasi. Pencapaian ini didorong oleh metode pelatihan yang mengutamakan praktik langsung (hands-on) dibandingkan sekadar pemaparan teori.
3. Efektivitas Kinerja Tim di Lapangan: Eksekusi kegiatan yang berdurasi tiga jam ini berjalan sangat optimal berkat struktur kerja tim pelaksana. Keputusan mengorganisasikan 12 anggota ke dalam 4 kelompok kerja dan menitikberatkan peran seluruh anggota pada tugas teknis dan praktikal di lapangan merupakan langkah yang tepat. Ditiadakannya peran-peran yang kurang esensial, seperti tugas yang sekadar bersifat pengawasan atau monitoring, membuat tim mampu merespons dan menyelesaikan kendala teknis (seperti masalah smartphone peserta atau kendala jaringan) dengan sangat cepat, sehingga target luaran program tercapai secara maksimal.

DAFTAR PUSTAKA

- Buchari, A. (2018). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia. (2023). *Transformasi Digital UMKM untuk Peningkatan Daya Saing Usaha*. Jakarta: Kemenkop UKM.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management (15th Edition)*. New Jersey: Pearson Education.
- Rangkuti, F. (2019). *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suryana. (2017). *Kewirausahaan: Pedoman Praktis, Kiat dan Proses Menuju Sukses*. Jakarta: Salemba Empat.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)