

## Perempuan Berdaya di Era Digital: Optimalisasi Media Sosial bagi Ibu PKK

Wulan Riyadi<sup>1\*</sup>, Mochamad Febri Sayidil Umam<sup>2</sup>, Devi Nurhalimah<sup>3</sup>

Prodi Akuntansi Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Majalengka, Majalengka, Indonesia

\*e-mail korespondensi: [wulanriyadi@unma.ac.id](mailto:wulanriyadi@unma.ac.id)

### Abstract

The development of digital technology has driven significant changes in global economic patterns, requiring communities and businesses to adapt. This phenomenon has led to the emergence of many new entrepreneurs, particularly women, especially housewives, who are striving to support their families financially by running businesses (entrepreneurship) while also playing dual roles. In this context, the use of social media has become a strategic solution and an effective marketing tool to increase sales and expand product reach. This community service activity (PKM) aims to provide input to the PKK women's group in Kadipaten Subdistrict on optimizing the use of social media for business activities. The PKM implementation method involves several structured stages: visits for scheduling, team preparation (two resource persons and one facilitator), systematic training material preparation, activity implementation, and monitoring and evaluation (monev). The material presented focuses on basic training, introduction to marketing features, and guidance on content creation. The results of this community service show that social media optimization is very important in the digital age because it provides various key benefits for business start-ups, especially PKK mothers. These benefits include: increasing visibility and brand awareness, expanding market reach through targeted advertising, increasing interaction and relationships with consumers, facilitating consumer behavior analysis with analytics features, becoming an efficient and affordable promotional tool, supporting sales through e-commerce features -Commerce features (such as Instagram Shopping), Developing Creative Content and Storytelling, and Enhancing Competitive Advantage. Through these efforts, it is hoped that participants will be able to develop their businesses independently and competitively in the digital market.

**Keywords:** Women; Empowered; Digital Era; Social Media

### Abstrak

Perkembangan teknologi digital telah mendorong perubahan signifikan pada pola perekonomian global, menuntut masyarakat dan pelaku usaha untuk beradaptasi. Fenomena ini memicu munculnya banyak pelaku usaha baru dari kalangan perempuan, khususnya ibu rumah tangga, yang berupaya membantu perekonomian keluarga dengan menjalankan bisnis (wirausaha) sekaligus berperan ganda. Dalam konteks ini, pemanfaatan media sosial menjadi solusi strategis dan alat pemasaran yang efektif untuk meningkatkan penjualan dan memperluas jangkauan produk. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat (PKM) ini bertujuan memberikan masukan kepada Ibu-Ibu PKK Kecamatan Kadipaten mengenai optimalisasi penggunaan media sosial untuk kegiatan bisnis. Metode pelaksanaan PKM melibatkan beberapa tahapan terstruktur: kunjungan untuk penjadwalan, persiapan tim (dua narasumber dan satu fasilitator), penyusunan materi pelatihan yang sistematis, pelaksanaan kegiatan, serta monitoring dan evaluasi (monev). Materi yang disampaikan berfokus pada pelatihan dasar, pengenalan fitur pemasaran, dan pembimbingan pembuatan konten. Hasil pengabdian ini optimalisasi media sosial sangat penting di era digital karena memberikan berbagai manfaat utama bagi pelaku bisnis pemula, khususnya ibu-ibu PKK. Manfaat tersebut meliputi: Meningkatkan Visibilitas dan *Brand Awareness*, Memperluas Jangkauan Pasar melalui *targeted advertising*, Meningkatkan Interaksi dan Hubungan dengan Konsumen, Mempermudah Analisis Perilaku Konsumen dengan fitur analitik, menjadi Sarana Promosi yang Efisien dan Biaya Terjangkau, Mendukung Penjualan Melalui Fitur E-Commerce (seperti Instagram Shopping), Pengembangan Konten Kreatif dan *Storytelling*, serta Meningkatkan Keunggulan Bersaing. Melalui upaya ini, diharapkan peserta mampu mengembangkan usaha secara mandiri dan berdaya saing di pasar digital.

**Kata Kunci:** Perempuan; Berdaya; Era Digital; Media Sosial

Accepted: 2026-01-05

Published: 2025-01-15

## PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi saat ini berlangsung sangat cepat. Di era digital, hampir semua sektor mengalami kemajuan sebagai dampak dari pesatnya inovasi teknologi, baik di bidang industri, bisnis, informasi, maupun sektor lainnya. Khususnya dalam bidang informasi dan

komunikasi, kemajuan teknologi telah mendorong terjadinya perubahan besar pada pola perekonomian global, termasuk di Indonesia. Sistem ekonomi yang sebelumnya bersifat konvensional kini perlahan mulai bergeser menuju ekonomi berbasis digital. Walaupun belum sepenuhnya dapat disebut sebagai suatu sistem ekonomi yang mapan, proses digitalisasi ini tetap menuntut masyarakat sebagai konsumen dan para pelaku usaha sebagai produsen untuk beradaptasi dan mengikuti arus perkembangan digital tersebut (Mila, 2023). Seiring dengan kemajuan tersebut, semakin banyak pelaku usaha baru yang muncul, termasuk dari kalangan perempuan, khususnya ibu rumah tangga. Kondisi ini dipicu oleh meningkatnya kebutuhan hidup sehari-hari, sehingga para ibu rumah tangga berupaya mencari cara untuk turut membantu perekonomian keluarga. Salah satu solusi yang dimanfaatkan adalah menjalankan bisnis dengan memaksimalkan penggunaan media sosial. Dengan demikian, mereka menjalankan peran ganda, yakni sebagai ibu rumah tangga sekaligus sebagai wirausahawan atau entrepreneur (Vermia, 2017).

Menjadi seorang entrepreneur saat ini dapat memanfaatkan media sosial. Hal tersebut telah menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat sebagai sarana untuk bersosialisasi. Selain itu, perkembangannya juga dimanfaatkan dalam dunia bisnis, khususnya untuk memasarkan produk. Oleh sebab itu, media sosial tetap menjadi alat yang dibutuhkan dalam proses pemasaran, sebagai alternatif promosi untuk meningkatkan penjualan dan memperluas jangkauan produk agar lebih dikenal oleh banyak orang. Media sosial juga berperan sebagai cara efektif untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Para pelaku bisnis sangat membutuhkan media sosial untuk memperluas pangsa pasar mereka (Slahanti, 2022). Sejalan dengan perkembangan tersebut, pelaku bisnis pun banyak bermunculan, salah satunya dari para perempuan, yakni para ibu rumah tangga dan disini adalah Ibu-Ibu PKK Kecamatan Kadipaten. Hal ini terjadi dikarenakan dorongan akan kebutuhan hidup sehari-hari yang semakin tinggi sehingga para ibu rumah tangga mencari solusi untuk membantu perekonomian keluarga. Bisnis bisa dijalankan dengan mengoptimalkan media sosial yang dimiliki. Dan peran ganda pun dijalankan, sebagai ibu rumah tangga sekaligus wirausaha atau entrepreneur (Vermia, 2017) .

## **METODE**

Metode yang dilakukan dalam kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini terbagi dalam beberapa tahapan untuk memastikan keberhasilan pelaksanaan dan efektivitas dari kegiatan pengabdian ini. Langkah-langkah yang dilakukan dalam kegiatan PKM adalah Kunjungan ke Kecamatan Kadipaten untuk jadwal kegiatan pelaksanaan, Persiapan kegiatan, Kegiatan berlangsung, monev evaluasi. Tahap persiapan dan juga tahap pelaksanaan, tim yang akan terlibat dalam kegiatan ini dipersiapkan secara matang. Tim pengabdian terdiri dari dua orang narasumber yang memiliki keahlian dalam bidang pemasaran, serta satu orang mahasiswa yang berperan sebagai fasilitator. Fasilitator ini akan berfungsi untuk menjembatani komunikasi antara narasumber dan peserta, serta membantu dalam kelancaran jalannya kegiatan. Selanjutnya, dalam tahap persiapan ini, materi optimalisasi penggunaan media sosial disiapkan secara terstruktur.

Selain mempersiapkan tim, pada tahap ini juga dilakukan penyusunan materi pelatihan mengenai optimalisasi penggunaan media sosial. Materi tersebut disusun secara sistematis, komprehensif, dan disesuaikan dengan kebutuhan peserta agar proses penyampaian informasi dapat berjalan efektif dan mudah dipahami. Selain itu, jumlah peserta yang akan mengikuti kegiatan juga dipastikan agar materi dapat disampaikan dengan optimal. Kami juga akan memberikan kesempatan bagi peserta untuk bertanya dan berdiskusi, sehingga mereka dapat memperoleh pemahaman yang lebih dalam mengenai penggunaan media sosial untuk dapat dimanfaatkan kegiatan bisnis. Kegiatan pengabdian ini diharapkan dapat berjalan dengan lancar dan memberikan manfaat yang signifikan bagi peserta, baik dari sisi pengetahuan maupun keterampilan. Kami juga berkomitmen untuk terus memberikan dukungan setelah kegiatan ini

berakhir, melalui tahapan monitoring dan evaluasi terhadap perkembangan usaha yang mungkin dijalankan oleh peserta. Dengan pelaksanaan yang terstruktur dan kolaborasi yang baik antara narasumber, fasilitator, dan juga peserta, diharapkan tujuan dari pengabdian ini untuk memberikan masukan kepada Ibu-Ibu PKK untuk dapat memanfaatkan media sosial supaya bermanfaat untuk kegiatan bisnis.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Di era digital saat ini, media sosial telah menjadi salah satu alat pemasaran yang paling efektif dan efisien bagi pelaku bisnis, baik pemula bisnis skala kecil, menengah, maupun besar. Media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi, tetapi juga sebagai platform strategis untuk membangun brand, menjangkau konsumen, dan meningkatkan penjualan. Optimalisasi pemanfaatan media sosial menjadi kunci untuk menciptakan keunggulan kompetitif, terutama bagi pelaku usaha yang ingin memperluas jangkauan pasarnya.



**Gambar 1 Kegiatan Pengabdian Optimalisasi Penggunaan Media Sosial untuk Kegiatan Bisnis**

Berbagai upaya pemanfaatan media sosial untuk kegiatan bisnis bagi Ibu-ibu pemula mencakup serangkaian langkah strategis yang bertujuan untuk meningkatkan kemampuan mereka dalam memasarkan produk secara efektif di era digital. Upaya tersebut meliputi pelatihan dasar mengenai penggunaan platform media sosial, pengenalan fitur-fitur pemasaran yang tersedia, serta pendampingan dalam pembuatan konten yang menarik dan relevan. Selain itu, ibu-ibu pemula juga dibimbing untuk memahami cara membangun jaringan pelanggan, mengelola interaksi dengan konsumen, serta memanfaatkan analitik sederhana untuk mengukur efektivitas promosi. Melalui berbagai upaya ini, diharapkan mereka mampu mengembangkan usaha secara mandiri dan meningkatkan daya saing produk melalui pemanfaatan media sosial secara optimal. Berikut manfaat dari penggunaan media sosial secara optimal:

### 1. Meningkatkan Visibilitas dan Brand Awareness

Media sosial memungkinkan pelaku bisnis memperkenalkan produk atau jasa kepada audiens yang lebih luas tanpa batasan geografis. Melalui konten visual seperti foto, video, dan infografis, brand dapat lebih mudah dikenali oleh masyarakat. Konsistensi dalam unggahan konten dan penggunaan identitas visual yang khas membantu membangun citra merek yang kuat.

### 2. Memperluas Jangkauan Pasar

Platform seperti Instagram, Facebook, TikTok, maupun WhatsApp Business menyediakan fitur yang memungkinkan pelaku usaha menjangkau segmen pasar yang lebih spesifik. Dengan memanfaatkan *targeted advertising*, pelaku bisnis dapat mengarahkan promosi kepada audiens yang sesuai dengan karakteristik produk, seperti usia, lokasi, maupun minat. Hal ini membuat proses pemasaran menjadi lebih efektif dan tepat sasaran.

### 3. Meningkatkan Interaksi dan Hubungan dengan Konsumen

Salah satu keunggulan media sosial adalah kemampuannya untuk menciptakan komunikasi dua arah. Konsumen dapat memberikan komentar, pertanyaan, atau saran secara langsung, dan pelaku usaha dapat merespons secara cepat. Interaksi ini meningkatkan rasa kedekatan antara brand dan pelanggan, yang pada akhirnya dapat membangun loyalitas.

### 4. Mempermudah Analisis Perilaku Konsumen

Media sosial menyediakan berbagai fitur analitik, seperti Instagram Insights atau Facebook Analytics, yang dapat memberikan data mengenai preferensi dan perilaku audiens. Informasi ini sangat bermanfaat untuk menentukan strategi pemasaran berikutnya, termasuk jenis konten yang paling diminati, waktu unggah yang efektif, hingga segmentasi pasar yang lebih akurat.

### 5. Sarana Promosi yang Efisien dan Biaya Terjangkau

Dibandingkan dengan metode pemasaran tradisional, biaya promosi melalui media sosial relatif lebih rendah. Pelaku usaha dapat memulai dengan konten organik tanpa biaya, kemudian secara bertahap meningkatkan jangkauan menggunakan fitur iklan berbayar sesuai kemampuan. Dengan strategi yang tepat, investasi kecil dapat menghasilkan dampak besar terhadap penjualan.

### 6. Mendukung Penjualan Melalui Fitur E-Commerce

Banyak platform media sosial yang kini telah terintegrasi dengan fitur e-commerce, seperti Instagram Shopping, Facebook Marketplace, dan TikTok Shop. Fitur-fitur tersebut memungkinkan konsumen melakukan pembelian langsung melalui media sosial, sehingga mempermudah proses transaksi dan meningkatkan potensi penjualan.

### 7. Pengembangan Konten Kreatif dan Storytelling

Optimalisasi media sosial tidak hanya bergantung pada frekuensi unggahan, tetapi juga pada kualitas konten. Penggunaan *storytelling* atau narasi yang menarik dapat membangun kedekatan emosional dengan audiens. Konten edukatif, testimoni pelanggan, serta *behind the scenes* produksi dapat memberikan nilai tambah bagi brand.

### 8. Meningkatkan Keunggulan Bersaing

Bisnis yang mampu memanfaatkan media sosial secara efektif akan lebih mudah beradaptasi dengan dinamika pasar dan tren konsumen. Penggunaan media sosial yang optimal membantu pelaku usaha untuk selalu relevan, sekaligus meningkatkan daya saing dibandingkan perusahaan yang belum merangkul teknologi digital.

## KESIMPULAN

Optimalisasi pemanfaatan media sosial merupakan strategi penting dalam pengembangan bisnis modern. Melalui pengelolaan konten yang tepat, interaksi yang baik dengan pelanggan, serta pemanfaatan fitur analitik dan e-commerce, media sosial dapat menjadi alat yang sangat efektif untuk meningkatkan brand awareness, memperluas pasar, dan mendorong pertumbuhan penjualan. Oleh karena itu, pelaku usaha perlu memahami cara kerja media sosial dan mengintegrasikannya ke dalam strategi bisnis secara berkelanjutan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Dellia Mila Vermia, D. M. (2017). *Optimalisasi Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Bisnis Online Bagi Ibu Rumah Tangga Untuk Meningkatkan Perekonomian Keluarga*. 1(2), 105–118.
- Diana Novita,dkk . (2023). *Media Sosial Sebagai Penunjang Komunikasi*. 1(2), 64–74.
- Ccorina Dwiantari & Masine Slahanti. (2022). *Media Sosial Whatsapp Bisnis Sebagai Media Promosi Guna Meningkatkan Penjualan Bakmi Jowo Denbagus*. 3(2).