

PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL DAN MARKETPLACE DALAM PEMBERDAYAAN KELOMPOK IBU RUMAH TANGGA UNTUK MENINGKATKAN EKONOMI KELUARGA MELALUI KOMITE SD PINILIH ESTU, KECAMATAN KARANGDOWO, KABUPATEN KLATEN

Paramita Lea Christanti ¹, Rismanto Gatot Trisilo ², Dandang Setyawanti ³

¹²³Universitas Widya Dharma, Klaten, Indonesia

Corresponding author: leaparamita@gmail.com

Abstrak: Pengabdian kepada masyarakat dengan tema Pemanfaatan Media Sosial dan Marketplace Dalam Pemberdayaan Ibu Rumah Tangga Untuk Meningkatkan Ekonomi Keluarga dilakukan melalui kerjasama dengan SD Pinilih Estu Karangdowo melalui komite sekolah. Metode yang digunakan Keluarga dilakukan dengan tatap muka langsung dengan baking demo dan pelatihan pemanfaatan media sosial dan marketplace sebagai sarana promosi dan penjualan. Materi yang diberikan berupa resep red velvet cake dan materi tentang pemanfaatan medsos dan marketplace untuk sarana promosi dan penjualan. Hasil dari kegiatan pengabdian ini menunjukkan keberhasilan dalam penguasaan materi tersebut oleh peserta pelatihan. Hal tersebut dapat dilihat dari tingginya antusias peserta pelatihan dalam setiap proses pelaksanaan pelatihan.

Kata Kunci: media sosial, pemberdayaan, ibu rumah tangga

Abstract: *The dedication to the community with the theme of Social media and Marketplace Utilisation in Empowering House Mothers to Improve the Family Economy was carried out through cooperation with SD Pinilih Estu Karangdowo through the school committee. The method used by the family is done face-to-face with baking demos and training using social media and marketplaces as means of promotion and sales. The materials provided are red velvet cake recipes and materials on the use of medsos and marketplace promotional means and sales. The results of this dedication show success in the mastery of the material by the training participants. This can be seen from the high enthusiasm of the training participants in every training process.*

Keywords: social media, empowerment, housewife

Pendahuluan

Perkembangan zaman yang dinamis dan terus menunjukkan kemajuan begitu pesat dalam segala aspek bidang kehidupan, seperti pada era sekarang yang disebut sebagai era kekinian atau modern telah banyak menyebabkan perubahan-perubahan sosial yang terjadi dikalangan masyarakat. Pengaruh teknologi menjadikan orang-orang begitu bergantung akan kehadirannya, terlebih setelah kemunculan internet, orang-orang dengan mudah memperoleh beragam informasi.

Teknologi informasi dalam kurun waktu beberapa tahun terakhir mengalami perkembangan yang cukup pesat. Dalam kurun waktu tersebut ditemukan sebuah platform yang memungkinkan orang diseluruh dunia untuk terhubung satu sama lain yang disebut media sosial. Facebook dan Twitter merupakan 2 buah media sosial yang mengalami perkembangan paling pesat dan mempunyai anggota terbanyak hingga saat ini. Kedua media sosial tersebut sudah mulai banyak dimanfaatkan untuk mempromosikan sebuah produk dan dijadikan salah satu strategi bisnis oleh beberapa pelaku bisnis.

Sejalan dengan perkembangan tersebut, pelaku bisnis pun banyak bermunculan, salah satunya dari para perempuan, yakni para ibu rumah tangga. 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.

Metode

Metode pelaksanaan pengabdian masyarakat di SD Pinilih Estu Kecamatan Karangdowo kabupaten Klaten dengan tema Pemanfaatan Media Sosial dan Marketplace Dalam Pemberdayaan Ibu Rumah Tangga Untuk Meningkatkan Ekonomi Keluarga dilakukan dengan tatap muka langsung dengan baking demo dan pelatihan pemanfaatan media sosial dan marketplace sebagai sarana promosi dan penjualan. Tahapan yang dilakukan dalam pengabdian kepada masyarakat ini yaitu:

1. Persiapan sebelum Pelaksanaan

Persiapan dilakukan dengan menghubungi pihak Kepala Sekolah SD Pinilih Estu meminta izin untuk melaksanakan pengabdian masyarakat kepada Kepala Desa kemudian berkoordinasi dengan ketua Komite Sekolah. Setelah izin didapat kemudian menentukan waktu dan tempat pelaksanaan. Ketua Komite Sekolah yang berkoordinasi dan menyampaikan undangan untuk para ibu tersebut.

2. Pelaksanaan

Pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat dengan tema Pemanfaatan Media Sosial dan Marketplace Dalam Pemberdayaan Ibu Rumah Tangga Untuk Meningkatkan Ekonomi Keluarga dilaksanakan pada Hari Sabtu tanggal 15 Oktober 2022 di Ruang Serbaguna SD Pinilih Estu Kecamatan Karangdowo kabupaten Klaten. Pelaksanaan pengabdian ini menggunakan metode prakten langsung dengan baking demo dan pelatihan pemanfaatan media sosial dan marketplace sebagai sarana promosi dan penjualan. Dalam sesi baking demo maupun pelatihan medsos dan marketplace di sela-sela pemberian materi langsung dilakukan tanya jawab peserta dengan pemateri.

3. Evaluasi

Evaluasi pelaksanaan dilakukan komunikasi antara pemateri dan peserta dengan menggunakan aplikasi whatsapp tentang kesulitan dan kendala yang dihadapi saat melakukan praktek di rumah.

Hasil dan Pembahasan

Pengabdian kepada masyarakat dengan tema Pemanfaatan Media Sosial dan Marketplace Dalam Pemberdayaan Ibu Rumah Tangga Untuk Meningkatkan Ekonomi Keluarga dilaksanakan pada Hari Sabtu tanggal 15 Oktober 2022 di Ruang Serbaguna SD Pinilih Estu Kecamatan Karangdowo kabupaten Klaten. Pelaksanaan dimulai dengan penyampaian materi dengan dikelompokkan 2 sesi, yang pertama praktek ide jualan di bidang kuliner dan yang

kedua penyampaian materi tentang digital marketing dan praktek pendampingan pemanfaatan media sosial dan marketplace. Berikut materi dari pengabdian masyarakat:

PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL DAN MARKETPLACE DALAM PEMBERDAYAAN KELOMPOK IBU RUMAH TANGGA UNTUK MENINGKATKAN EKONOMI KELUARGA MELALUI KOMITE SD PINILIH ESTU, KECAMATAN KARANGDOWO, KABUPATEN KLATEN PARAMITA LEA CHRISTANTI, SE.MM.	Jenis Digital Marketing • SEO (Search Engine Optimization) • Social media Marketing • Email Marketing • Content Marketing • Marketplace
Perkembangan Media Sosial 	Perkembangan Marketplace 
Peranan Media Sosial dan Marketplace Sebagai Upaya Pemasaran Bisnis Online 1. Keuntungan membangun kesadaran brand atau merek melalui media sosial dapat membuat orang semakin mengetahui atau mengenal produk. Brand awareness atau kesadaran konsumen terhadap produk tersebut dari jumlah fans atau followers dan berapa kali brand di mention dalam suatu periode di media sosial. Salah satu cara membangun brand awareness dengan menggunakan search engine optimization (SEO) 2. Media sosial sebagai sarana mencari potential buyer, dimulai dari menggunakan jejaring sosial sebagai sarana pertemanan sekaligus berbisnis. Menentukan target berdasarkan area, umur, gender, pekerjaan dan lainnya membantu untuk membidik pasar yang tepat. Media sosial telah membuka pintu bagi pebisnis online untuk menemukan pasar yang tepat sebagai target penjualan produknya.	Peranan Media Sosial dan Marketplace Sebagai Upaya Pemasaran Bisnis Online 3. Dekat dengan konsumen, artinya media sosial mengubah cara perusahaan berkomunikasi yang semula satu dan dua arah menjadi segala arah. Selain itu, media sosial menjadi bauran penting bagi retailer untuk berhubungan dengan opini konsumen dan crowdsource (salah satu cara mengajak khalayak umum berpartisipasi memecahkan masalah) mengenai produk dan layanan baru. Ditambah dengan memberikan respon yang cepat terhadap potential buyer, tentu saja membuat calon pembeli lebih tertarik dengan produk yang ditawarkan. 4. Media sosial menjadi salah satu media promosi yang efektif dan langsung ke sasaran, sehingga konsumen akan mendapatkan informasi yang seluas-luasnya. Berkat media sosial, konsumen juga mendapatkan informasi bukan hanya dari dalam negeri tapi juga dari luar negeri. Dengan memberikan informasi yang luas, konsumen akan merasa terbantu dengan adanya pengetahuan baru akan suatu produk atau jasa, dan menjadi nilai lebih dari usaha online yang dijalankan.

Peranan Media Sosial dan Marketplace Sebagai Upaya Pemasaran Bisnis Online 5. Media sosial bisa menggali informasi dari konsumen dan calon konsumen, dengan cara melakukan polling atau survey tentang seberapa sadar konsumen akan produk yang dimiliki, seberapa besar minat pasar, dan mencari informasi tentang kompetitor utama bagi bisnis.	Motivasi Bisnis Para Ibu Rumah Tangga ✓ Membantu suami dalam pemenuhan kebutuhan ekonomi keluarga ✓ Mengisi waktu luang ✓ Peluang bisnis yang dijalani pada umumnya dilakukan ketika waktu senggang ✓ Menyalurkan hobi ✓ Adanya keinginan untuk berprestasi
Pilihan Bisnis Online yang bisa dijalankan • Menjadi seorang penulis lepas. • Menjadi seorang reseller atau dropshipper • Membuka usaha kue kering atau makanan • Membuat kerajinan tangan • Penerjemah online • Jasa titip • dll	BAKING DEMO RESEP RED VELVET CAKE • Bahan Basah: • 375ml Minyak Sayur • 250ml susu cair UHT • 2 butir telur • 2 sdt cuka • 2 sdm pasta red velvet atau pewarna merah (dalam mau bth merah tambhin aja pewarnanya) • 1 sdt pasta vanilla • Bahan Kering: • 300 gr Tepung Terigu protein rendah (contoh kunci biru) • 1 sdt baking powder • 1 sdt baking soda • 250 gr gula pasir (kl suka manis boleh tambhin) • 30 gr coklat bubuk • Bahan Kacang Karamel: • 200 gr kacang panggang • 200 gr gula pasir • 1,5 Sdm air
• Bahan Cream Cheese: • 100 gr cream cheese (kl susah bisa ganti pake prochiz spready) • 200 ml whipping cream (bisa ditambah kl ga terlalu suka asin) (kl susah dapetnya bs ganti bubuk whipping ceram merk haan) Cara : • Campur bahan basah jd satu • Campur bahan kering jd satu coklat bubuk diayak dahulu • Kemudian campurkan bahan basah ke bahan kering aduk rata • Bagi adonan jd 2 loyang bisa ukuran 18 ato 20 • Panaskan oven kl pake oven listrik di 180 C selama sekitar 40 menit ato di cek tusuk. Kl pake oven tangkring api sedang waktu disesuaikan dengan tes tusuk pada kue	

Pada gambar 1 praktek membuat red velvet cake. Dengan ide ini diharapkan memberi ide dan gambaran tentang apa saja nanti yang dapat ibu-ibu ini jual. Dipilih red velvet cake yang dipraktekan ini sebelumnya sudah dilakukan diskusi informal dengan para ibu menggunakan aplikasi whatsapp. Dalam sesi ini dilakukan praktek langsung dengan melibatkan para peserta. Berikut beberapa dokumentasi:



Gambar 1

Pada Gambar 2 sesi tanya jawab terkait dengan baking demo



Kesimpulan

Pelaksanaan pengabdian kepada kelompok ibu rumah tangga memberi manfaat untuk para ibu membuat inovasi kuliner dan meningkatkan pengetahuan tentang sarana pemasaran digital. Praktek pembuatan beberapa ide jualan seperti red velvet cake menambah ketrampilan para ibu ini terhadap kue modern. Pengenalan terhadap platform digital juga dsangat bermafaat untuk ide pemasaran, karena di masa digital seperti ini kalau hanya memafaatkan penjualan secara langsung kepada konsumen akan kurang maksimal, dengan media sosial dan merketplace akan meningkatkan penjualan. Pada ibu ini melakukan praktek pembuatan media sosial, dan pengenalan pembuatan toko di marketplace

Ucapan Terima Kasih

Penulis mengucapkan terimakasih kepada kepala sekolah, komite, ibu-ibu peserta dan juga seluruh pihak yang telah membantu proses pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat pelatihan Pemanfaatan Media Sosial dan Marketplace Dalam Pemberdayaan Ibu Rumah Tangga Untuk Meningkatkan Ekonomi Keluarga di SD Pinilih Estu Kec Karangdowo, Kab Klaten.

Referensi

- Achmad, Nur., Saputro, Edy Purwo dan Handayani, Sih. (2016). Kewirausahaan di Era Digital. Jakarta: Direktorat Penelitian Pengabdian Masyarakat Dirjen Dikti.
- Dhewanto, W. (2015). Entrepreneurship Training for Community in Rural Area: Motivation and Knowledge of Entrepreneurship. *Advanced Science Letters*, 21 (6), 1858-1862.
- Hardilawati, W. L. (2020, Juni 1). Strategi Bertahan UMKM di Tengah Pandemi Covid-19. *Jurnal Akuntansi & Ekonomika*. 10(1), 90-98.
- Ivkov, M., Blesic, I., Simat, K., Demirovic, D., Bozic, S., & Stefanovic, V. (2016). Innovations in The Restaurant Industry: An Exploratory Study. *Ekonomika Poljoprivrede*, 63(4), 1169–1186. <https://doi.org/10.5937/ekopolj1604169i>
- Kerjasama LPPI dengan Bank Indonesia. (2015). Profil Bisnis Usaha Mikro, Kecil dan Mengengah (UMKM) (PBINo.17/12/PBI/2015). Retrieved from <https://www.bi.go.id/>
- Muhammad Imran H and Muhammad U. (2018). *Pakistan Journal of Commerce and Social Sciences (PJCSS)* [ISSN:] 2309-8619 Vol. 12, pp. 670-694.
- Rahadi, R. A. (2016). Opportunities and Challenges for Micro-Small and Medium Business in Indonesia Facing ASEAN Economic Community. *JMK*, 18(1), 45-53
- Ramadian, F., Mashudi, W. (2015). Pengaruh Perilaku Konsumsi dan Motivasi Berwirausaha Terhadap Tingkat Kesejahteraan Ekonomi Keluarga. Program Studi Magister Pendidikan Ekonomi FKIP Untan. 1-16.
- Sandy, K. F. (2020). Survei BI: 72,6 Persen UMKM Turun Omzet akibat Pandemi Covid-19. *Inews.Com.IdFinance*. <https://www.inews.id/finance/makro/survei-bi-726-persen-umkm-turun-omzetakibatpandemi-covid-19>.
- Zawawi, N. F., Abd Wahab, S., Al-Mamun, A., Sofian Yaacob, A., Kumar AL Samy, N., & Ali Fazal, S. (2016). Defining the Concept of Innovation and Firm Innovativeness: A Critical Analysis from Resource-Based View Perspective. *International Journal of Business and Management*, 11(6), 87. <https://doi.org/10.5539/ijbm.v11n6p87>