

## PELATIHAN *DIGITAL MARKETING* DALAM PENGEMBANGAN KEWIRAUSAHAAN IBU RUMAH TANGGA

Rizka Azkiya Megawati\*, Abdul Ajiz, Firman Hardiansyah

Universitas Mayasari Bakti

[azkiya.megawati@gmail.com](mailto:azkiya.megawati@gmail.com)\*

### Abstrak:

Perkembangan teknologi berkembang sangat pesat, sehingga mau tidak mau masyarakat harus mengikuti perkembangan teknologi tersebut, bila tidak akan tertinggal. Dalam melakukan suatu usaha, media sosial dapat dikatakan sebagai salah satu sarana untuk komunikasi pemasaran, sehingga dapat menimbulkan peluang bagi masyarakat dalam melakukan pengembangan kewirausahaan, khususnya Ibu Rumah Tangga yang minat dalam berwirausaha. Namun penggunaan media sosial masih menjadi kendala bagi para ibu rumah tangga dalam melakukan pengembangan suatu usahanya di Perum Grand Metro Indihiang.

Masalah utama yang dihadapi Ibu Rumah Tangga ialah kurangnya pengetahuan dalam memasarkan baik secara konvensional (offline) maupun secara *online*, khususnya *e-commerce*. Minimnya pengetahuan Ibu Rumah Tangga mengenai *digital marketing* menginspirasi dilakukan pengabdian kepada masyarakat untuk menyampaikan sosialisasi dan memberikan pelatihan mengenai penggunaan teknologi informasi dan komunikasi ini. Jika pelaku ibu rumah tangga paham akan pentingnya *digital marketing* bagi peluang bisnis usaha, diharapkan mereka akan termotivasi untuk menggunakan *digital marketing* sebagai sarana komunikasi dan peluang bisnis untuk usahanya, serta dapat mempraktikkannya secara langsung dengan memanfaatkan media sosial.

**Kata kunci:** *Digital Marketing*, Pengembangan Kewirausahaan, Ibu Rumah Tangga.

### Abstract:

*The development of technology is growing very rapidly, so that people have no choice but to follow the development of technology, otherwise they will be left behind. In doing a business, social media can be said to be one of the means for marketing communication, so that it can create opportunities for people in developing entrepreneurship, especially housewives who are interested in entrepreneurship. However, the use of social media is still an obstacle for housewives in developing their business in Perum Grand Metro Indihiang.*

*The main problem faced by housewives is the lack of knowledge in marketing both conventionally (offline) and online, especially e-commerce. The lack of knowledge of housewives about digital marketing inspires community service to provide socialization and training on the use of this information and communication technology. If housewives understand the importance of digital marketing for business opportunities, it is hoped that they will be motivated to use digital marketing as a means of communication and business opportunities for their business, and can practice it directly by utilizing social media.*

**Keywords:** *Digital Marketing, Entrepreneurship Development, Housewife.*

## **PENDAHULUAN**

Tidak dapat dipungkiri bahwa perkembangan ilmu pengetahuan dan kecanggihan teknologi terus meningkat seiring dengan kemajuan zaman. Saat ini media sosial dapat dikatakan sebagai salah satu pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi, karena hampir semua orang menjadi ketergantungan akan adanya teknologi, bahkan setelah adanya internet, beragam informasi dapat diperoleh dengan mudah oleh setiap orang. Disamping itu, dalam melakukan suatu usaha, media sosial dapat dikatakan sebagai salah satu sarana untuk komunikasi pemasaran, karena Media sosial merupakan program aplikasi *online*, platform, atau alat media massa yang memfasilitasi interaksi, kolaborasi, atau berbagai konten antara pengguna secara umum (Aji et al., 2020).

Pengaruh *digital marketing* sangat berperan penting dalam menjalankan proses pemasaran guna meningkatkan keunggulan produk di kalangan masyarakat serta dapat meningkatkan penjualan produk perusahaan. Hal tersebut demikian, karena *digital marketing* merupakan penerapan jejaring internet serta teknologi interaktif dalam melakukan kegiatan transaksi secara digital.

Menurut Batu et al., (2019) *digital marketing* merupakan penerapan jejaring internet serta teknologi interaktif ataupun yang lain guna membentuk dan menghubungkan segala informasi yang digunakan dalam melakukan kegiatan transaksi secara digital. Namun, apabila penerapan *digital marketing* tidak efektif, maka usaha yang dilakukan tidak akan berkembang. Begitu juga yang dialami oleh Ibu Rumah Tangga di Perum Grand Metro. Masalah utama yang dihadapi IRT ialah kurangnya pengetahuan dalam memasarkan baik secara konvensional (offline) maupun secara *online*, khususnya *ecommerce*. Minimnya pengetahuan IRT (Ibu Rumah Tangga) mengenai *digital marketing* menginspirasi dilakukan pengabdian kepada masyarakat untuk menyampaikan sosialisasi dan memberikan pelatihan mengenai penggunaan *digital marketing*.

## **METODE PELAKSANAAN KEGIATAN**

Kegiatan pengabdian dilaksanakan dalam beberapa tahap sebagai berikut :

### 1. Tahapan Awal

Mengumpulkan informasi yang lebih detail dan mendalam mengenai kondisi di lapangan terutama terkait dengan Digital Marketing dalam Pengembangan Kewirausahaan Ibu Rumah Tangga.

### 2. Tahapan Kegiatan Inti

1. Memetakan permasalahan yang dihadapi dalam mengembangkan kewirausahaan dengan menggunakan *digital marketing*.
2. Memberikan pelatihan untuk meningkatkan kreativitas para Ibu Rumah Tangga, dengan materi :
  - a. Pentingnya Pemasaran khususnya mengenai *Digital Marketing*
  - b. Cara membangun social media marketing yang kuat dan efektif
  - c. Motivasi para Ibu Rumah Tangga untuk meningkatkan semangat dan kreativitas
  - d. Pembuatan microsite dalam rangka penguatan Pengembangan Kewirausahaan

### 3. Tahapan Kegiatan Penutup

1. Melakukan monitoring dan evaluasi khususnya peninjauan implementasi materi pelatihan pada para Ibu Rumah Tangga mengenai pembuatan microsite dalam penguatan Pengembangan Kewirausahaan
2. Diskusi mengenai kendala dalam implementasi hasil pelatihan *digital marketing* dalam membentuk Pengembangan Kewirausahaan.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Berdasarkan analisis situasi yang dihasilkan dari kegiatan survey awal di Perumahan Grand Metro Indihiang, menyebutkan bahwa Ibu-ibu rumah tangga di Perum Grand Metro masih merasa kesulitan dalam melaksanakan *digital marketing*, khususnya dalam proses membuat konten dan memasarkan produk. Berdasarkan hasil diskusi, ibu-ibu rumah tangga menginginkan adanya pelatihan *digital marketing* dalam pengembangan kewirausahaannya yang lebih mendasar dan mudah dilaksanakan. Hasil diskusi disepakati, kemudian diadakan pelatihan dan pendampingan mengenai *digital marketing*.

Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk membantu para ibu rumah tangga di Perumahan Grand Metro dalam mengatasi permasalahan yang mereka miliki, yaitu kesulitan dalam melakukan *digital marketing* untuk pengembangan kewirausahaannya. Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan selama 3 hari, yaitu pada tanggal 1 Maret, 7 maret, dan 9 Maret 2025, bertempat di Perumahan Grand Metro Indihiang dan diikuti oleh 9 orang ibu rumah tangga yang berdomisili di perumahan Grand Metro berdasarkan kartu tanda penduduk.

Terdapat dua pendekatan yang digunakan dalam pelaksanaan pengabdian tersebut, yaitu pendekatan pelatihan dan pendampingan. Secara garis besar, hasil pelaksanaan pengabdian ini adalah sebagai berikut :

1. Telah dilaksanakan pelatihan Digital Marketing secara teori dan praktek
2. Telah dilaksanakan Pendampingan dalam mengembangkan usaha para ibu rumah tangga
3. Telah disampaikan contoh dalam memasarkan produk usaha para ibu rumah tangga

## **KESIMPULAN**

Adapun kesimpulan yang bisa diambil dari kegiatan pengabdian masyarakat ini, adalah sebagai berikut:

1. Pelatihan ini dapat memberikan pemahaman dan kemampuan akan pentingnya strategi pemasaran secara digital (*Digital Marketing*) yang dapat dimanfaatkan untuk mendukung dalam mengembangkan kewirausahaan ibu rumah tangga, khususnya meningkatkan pengetahuan keterampilan dalam kegiatan mempromosikan produk.
2. Para Ibu rumah tangga ini, dapat memahami bagaimana proses membuat microsite yang menarik dalam melakukan pengembangan kewirausahaannya.
3. Peserta juga memperoleh pengalaman melakukan praktek secara langsung dalam mempromosikan produk setiap usaha atau bisnisnya masing-masing, sehingga dapat meningkatkan kreativitas dan membangun semangat para ibu rumah tangga dalam melakukan pengembangan kewirausahaannya.

## **REFERENSI**

- Aji, P. M., Nadhila, V., & Sanny, L. (2020). Effect of social media marketing on instagram towards purchase intention: Evidence from Indonesia's ready-to-drink tea industry. *International Journal of Data and Network Science*, 4(2), 91–104.
- Ana K., Hermina M., Siti M., Bektı I., Nurhafifah M., & Ridwan. (2023). Pemberdayaan Ibu Rumah Tangga Dalam Meningkatkan Usaha Ekonomi Kreatif Home Industri Rumah Tangga Melalui Digital Marketing. *Jurnal Ikraith-Abdimas*, 7 (3), 301 – 313.
- Astuti, A. W . W . (2012). Peran ibu rumah tangga dalam meningkatkan kesejahteraan keluarga (suatu kajian pemenuhan kebutuhan pendidikan anak pada 5 ibu pedagang jambu biji di desa bejen kecamatan bejen kabupaten temanggung). *Journal of Nonformal Education and Community Empow erment*, 1(2).
- Batu, R. L., Situngkir, T. L., Krisnawati, I., & Halim, S. (2019). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Online Purchase Decision Pada Platform Belanja Online Shopee Pengarang. *Jurnal Ekonomi & Bisnis*.
- Febriyantoro, M. T., & Arisandi, D. (2018). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean. *Jurnal Manajemen Dewantara*.
- Kuswanti A, Oktarina S. (2019). Pemanfaatan media informasi bagi kemandirian ibu rumah tangga. *Jurnal Suluh Pembangunan: Journal of Extension and Development*.1(1): 47-55.
- Restiana A., Camal H., Chandra A., Saputra A., Natanael H. (2024). Sosialisasi Marketplace Dalam Mengembangkan Minat Wirausaha Ibu Rumah Tangga Di Desa Lumbu. *Wikuacitya : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*. 03 (02) : 18 – 22.
- Suzana, A.J., Arinastui, Mahmudah, I., & Larasmanah W. (2024). Pemanfaatan Digital Marketing Dalam Menunjang Kemajuan UMKM di Desa Banjaranyar, Kecamatan Sokaraja, Kabupaten Banyumas. *Wikuacitya: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1).