

## MEMANFAATKAN SOCIAL MEDIA MARKETING PADA IBU PERSIT KARTIKA CHANDRA KIRANA RANTING 05-MASBAGIK GUNA MENAMBAH PENDAPATAN KELUARGA

Asri Oktiani<sup>1)\*</sup>, Suharti<sup>1)</sup>, Sri Maryanti<sup>2)</sup>

<sup>1</sup> Prodi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi 45 Mataram

<sup>2</sup> Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mataram

\*Corresponding Author: [asrioktiani84@gmail.com](mailto:asrioktiani84@gmail.com)

### Article Info

#### Article History:

Received May 3, 2025

Revised June 25, 2025

Accepted June 13, 2025

#### Keywords:

Social Media Marketing;

Strategi Pemasaran;

Pendapatan Keluarga

### ABSTRAK

Tujuan dari kegiatan pengabdian ini untuk menganalisis dan mengevaluasi penggunaan sosial media dalam promosi produk pada era digitalisasi yang terus berkembang. Mitra dalam penelitian ini adalah ibu Persit Kartika chandra Kirana ranting 05 Masbagik. Berdasarkan observasi awal didapat beberapa permasalahan yang dihadapi oleh mitra antara lain: Kurangnya pemahaman tentang pemanfaatan sosial media sebagai media pemasaran produk, Masih minimnya keterampilan teknis dalam membuat konten promosi yang menarik serta Belum optimalnya pemanfaatan media sosial dalam meningkatkan pendapatan keluarga. Kegiatan pengabdian dilakukan dalam bentuk penyuluhan dan pelatihan menggunakan media sosial sebagai media promosi. Kegiatan ini menunjukkan peningkatan yang signifikan terkait pengetahuan Persit tentang bagaimana memanfaatkan sosial media untuk memulai dan memaksimalkan promosi produk sehingga tercapai tujuan akhir yakni menambah pendapatan keluarga.

### ABSTRACT

*The purpose of this community service activity is to analyze and evaluate the use of social media in product promotion amid the continuously evolving digitalization era. The partner in this project is the women's organization Persit Kartika Chandra Kirana, Ranting 05 Masbagik. Based on initial observations, several problems were identified, including: a lack of understanding regarding the use of social media as a marketing tool, limited technical skills in creating engaging promotional content, and the suboptimal use of social media in increasing household income. The community service activities were carried out in the form of outreach and training sessions on using social media as a promotional tool. The program showed a significant improvement in the participants' knowledge about how to utilize social media to initiate and optimize product promotion, ultimately achieving the goal of increasing family income.*

Copyright © 2025, The Author(s).

This is an open access article under the CC-BY-SA license



**How to cite:** Oktiani, A., Suharti, S., & Maryanti, S. (2025). MEMANFAATKAN SOCIAL MEDIA MARKETING PADA IBU PERSIT KARTIKA CHANDRA KIRANA RANTING 05-MASBAGIK GUNA MENAMBAH PENDAPATAN KELUARGA. *Devote : Jurnal Pengabdian Masyarakat Global*, 4(2), 85–92. <https://doi.org/10.55681/devote.v4i2.3744>

### PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mendorong perubahan besar dalam dunia bisnis, terutama pada sektor pemasaran. Salah satu bentuk transformasi tersebut adalah digital marketing melalui media sosial, yang memberikan peluang bagi siapa saja, termasuk pelaku

usaha kecil dan rumah tangga, untuk memasarkan produk secara luas dan efektif (Anastasya et al. 2023). Menurut Adam, Wenas, and Worang (2022), media sosial telah menjadi alat penting dalam digital marketing karena mampu menjangkau pasar secara cepat, fleksibel, dan tidak terbatas oleh lokasi geografis.

Di era digital saat ini, media sosial menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat di Indonesia terutama Ibu-ibu (Hendrawan, Perwitasari, and Putri 2023) . Media sosial seperti instagram, facebook dan whatsapp tidak hanya digunakan untuk komunikasi pribadi melainkan bisa dimanfaatkan sebagai media promosi sebuah produk ataupun jasa yang dihasilkan. Pemanfaatan media sosial menjadi salah satu pilihan strategi pemasaran yang efektif untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan pendapatan (Sari and Raniyah 2024).

Media sosial seperti Instagram, Facebook, dan TikTok telah terbukti menjadi saluran yang efisien dalam memperkenalkan produk dan membangun interaksi langsung dengan konsumen. Strategi social media marketing yang diterapkan secara tepat dapat membantu pelaku usaha kecil meningkatkan visibilitas dan daya saing produk mereka. Lumentut (2023) menekankan bahwa pemanfaatan media sosial secara optimal mampu mendorong peningkatan pendapatan rumah tangga, terutama di kalangan ibu rumah tangga yang menjalankan usaha skala kecil.

Untuk mendukung efektivitas promosi di media sosial, kemampuan dalam membuat konten visual yang menarik menjadi hal yang sangat penting. Dalam hal ini, Canva hadir sebagai alat bantu desain grafis yang sederhana, namun efektif, yang memungkinkan siapapun, termasuk pemula yang membuat materi promosi berkualitas tanpa keterampilan teknis khusus. Seperti yang dijelaskan oleh Aulia et al. (2024), penggunaan Canva secara kreatif dapat mengoptimalkan kampanye pemasaran digital karena desain yang menarik akan lebih mudah menjangkau audiens di platform digital.

Dalam konteks ini, ibu-ibu Persit Kartika Chandra Kirana Ranting 5 Masbagik sebagai bagian dari komunitas perempuan yang produktif memiliki potensi besar untuk memanfaatkan social media marketing sebagai sarana menambah penghasilan keluarga. Melalui kegiatan penyuluhan ini, peserta tidak hanya diberikan pemahaman teoritis mengenai pemasaran digital, tetapi juga keterampilan praktis dalam membuat konten promosi serta mengelola akun media sosial secara strategis. Kegiatan ini diharapkan mampu meningkatkan literasi digital dan memberdayakan ibu-ibu agar lebih mandiri secara ekonomi melalui usaha berbasis digital yang kreatif dan berkelanjutan.

Sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Tuten dan Solomon ( 2017), penggunaan media sosial secara strategis dapat memberikan keuntungan besar bagi pelaku usaha kecil, terutama dalam membangun hubungan dengan pelanggan, memperkenalkan produk dan menciptakan loyalitas merek. Selain itu Rogers (2003) juga menekankan pentingnya adopsi teknologi baru untuk meningkatkan produktivitas dan kesejahteraan kelompok. Namun tidak semua kelompok masyarakat khususnya ibu persit Kartika Chandra Kirana terutama Anggota Persit Kartika Chandra Kirana Ranting 5 Masbagik memiliki keterampilan yang cukup dalam memanfaatkan media sosial untuk tujuan bisnis.

Sebelum kegiatan penyuluhan dilakukan beberapa tahapan yang dilakukan sebelumnya yang bertujuan untuk menggali permasalahan yang dihadapi oleh mitra, kegiatan yang dilakukan antara lain: (1). Melakukan observasi dan wawancara dengan Ketua dan pengurus Persit Kartika Chandra Kirana ranting 05 Masbagik untuk mengidentifikasi kebutuhan dan tingkat pengetahuan mitra terkait media sosial; (2). Analisis Kebutuhan berdasarkan hasil observasi untuk menentukan bentuk kegiatan yang sesuai; (3). Penyusunan materi pelatihan yang mencakup dasar-dasar pemasaran digital, teknik pembuatan konten kreatif, serta penggunaan platform seperti instagram, facebook dan Whatsapp; (4). Koordinasi dengan mitra untuk menentukan jadwal kegiatan dilaksanakan.

Berdasarkan hasil observasi awal dengan Mitra dalam kegiatan pengabdian ini maka didapat beberapa permasalahan yang dihadapi antara lain: (1). Kurangnya pemahaman tentang

pemanfaatan sosial media sebagai media pemasaran produk; (2). Masih minimnya keterampilan teknis dalam memanfaatkan media sosial dan membuat konten promosi yang menarik; (3). Belum optimalnya pemanfaatan media sosial dalam meningkatkan pendapatan keluarga.

Dengan adanya kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini diharapkan para ibu Persit ranting 05 Masbagik memahami pentingnya media sosial untuk bisnis dan bagaimana ibu-ibu mampu memanfaatkan media sosial guna menambah pendapatan keluarga.

## **METODE PELAKSANAAN**

Sebelum pelaksanaan kegiatan penyuluhan tim pengabdian melakukan observasi untuk memperoleh gambaran nyata tentang kondisi mitra yang dilakukan dengan menggunakan metode wawancara informal dengan ketua ranting dan pengurus Persit Ranting 5 Masbagik. Hasil observasi menunjukkan beberapa permasalahan yang dihadapi oleh mitra, antara lain:

1. Rendahnya pemanfaatan media sosial untuk bisnis dan Sebagian besar ibu persit sudah memiliki akun media sosial namun penggunaannya lebih banyak untuk kegiatan sosial yang bersifat pribadi.
2. Minimnya pengetahuan tentang strategi tentang pemasaran sosial media, mayoritas responden belum memahami konsep sosial media marketing seperti pentingnya target pasar, branding, Teknik beriklan di media sosial
3. Keterbatasan keterampilan membuat konten menarik
4. Kurangnya kepercayaan diri untuk berjualan online

Berdasarkan hasil observasi tersebut, dapat disimpulkan bahwa ibu persit memiliki potensi usaha yang baik namun memerlukan peningkatan pengetahuan dalam aspek sosial media marketing, oleh karena itu, materi penyuluhan akan fokus pada: pengenalan strategi dasar sosial media marketing, teknik pembuatan konten yang menarik, praktik langsung menggunakan platform seperti Instagram, Facebook dan Whatsapp untuk promosi produk.

Berdasarkan observasi yang telah dilakukan maka metode pelaksanaan dalam kegiatan penyuluhan yang dilaksanakan pada hari Jumat, 11 April 2025 yang bertempat di Koramil Masbagik Lombok Timur. Adapun kegiatan yang dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Pemaparan Materi  
Pemaparan materi untuk menyampaikan konsep sosial media marketing, pentingnya pemasaran digital serta potensi media sosial guna meningkatkan pendapatan keluarga. materi yang diberikan bersifat komunikatif dan sederhana dengan melibatkan peserta untuk bertanya atau memberikan agar suasana lebih dinamis.
2. Diskusi  
Dalam tahap ini akan dilaksanakan diskusi terkait potensi produk yang akan dipromosikan dan hambatan yang dihadapi sebelum memulai usaha berbasis digital, tujuan diskusi untuk menggali pengalaman berbagi ide, serta membangun kepercayaan diri peserta
3. Praktik membuat konten  
Pada tahap ini tim pengabdian memberikan tata cara penggunaan aplikasi sosial media seperti Instagram dan facebook juga Whatsapp untuk keperluan promosi. Peserta kemudian diberikan dilatih secara langsung terkait dengan bagaimana membuat akun bisnis, menyusun profil usaha yang menarik, membuat konten yang menarik dengan memanfaatkan aplikasi seperti canva dan capcut serta Teknik pengambilan foto yang menarik.
4. Pendampingan personal  
Pendampingan personal akan dilakukan selama kegiatan berlangsung, misalkan peserta mengalami kesulitan dalam praktek maka akan dibimbing dan diajari oleh tim pengabdian untuk memastikan setiap peserta dapat mengikuti kegiatan dengan baik.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang berjudul memanfaatkan sosial media marketing pada ibu Persit Kartika Chandra Kirana Ranting 5 Masbagik guna menambah pendapatan keluarga dilaksanakan sebagai bentuk respon terhadap permasalahan yang dihadapi oleh mitra yakni ibu persit khususnya dalam pengembangan usaha melalui pemanfaatan sosial media Instagram dan Facebook.

Kegiatan ini diawali dengan tahap observasi dan wawancara bersama pengurus Persit Ranting 05 Masbagik untuk mengidentifikasi hambatan utama yang mereka hadapi. Hasil dari wawancara menunjukkan bahwa sebagian besar dari ibu-ibu telah memiliki akun sosial media seperti Facebook dan Instagram juga Whatsapp namun pemanfaatannya belum diarahkan pada kegiatan yang bersifat produktif seperti promosi produk.

Permasalahan utama yang diidentifikasi adalah rendahnya pemahaman mengenai konsep dasar pemasaran media sosial kurangnya keterampilan dalam membuat konten promosi yang menarik, serta keterbatasan kepercayaan diri untuk memulai usaha secara online. Temuan ini sejalan dengan pandangan Rogers (2003) dalam teori inovasi, yang menyatakan bahwa adopsi terhadap teknologi baru membutuhkan pemahaman dan kemauan yang didukung oleh pelatihan dan pendampingan yang tepat.

Untuk mengatasi tantangan tersebut, kegiatan pengabdian dirancang dalam beberapa tahapan utama, yakni: (1) penyampaian materi konsep dasar pemasaran digital dan pentingnya media sosial dalam pengembangan usaha; (2) diskusi kelompok untuk menggali potensi produk dan kendala; (3) praktek langsung membuat akun bisnis dan konten promosi menggunakan aplikasi Canva dan Cap Cut; (4) pendampingan personal selama proses praktik guna memastikan setiap peserta mampu menerapkan ilmu yang didapatkan secara mandiri.

Hasil dari kegiatan ini menunjukkan peningkatan yang signifikan dalam beberapa aspek. Pertama, dari sisi pengetahuan, para peserta mulai memahami pentingnya media sosial sebagai alat strategis dalam memperluas pasar dan menjangkau konsumen baru. Ini sesuai dengan pernyataan Tuten dan Solomon (2017), yang menekankan bahwa media sosial memungkinkan pelaku usaha kecil membangun hubungan yang lebih personal dan langsung dengan pelanggan, serta memperkenalkan produk secara lebih luas dan efisien.

Kedua, dari sisi keterampilan teknis, peserta berhasil membuat akun bisnis di Instagram dan Facebook, menyusun profil usaha yang menarik, serta memproduksi konten visual promosi sederhana menggunakan ponsel pintar mereka. Mereka juga diajarkan cara mengambil foto produk dengan pencahayaan alami serta mengeditnya agar tampil lebih profesional. Penguasaan keterampilan ini penting karena dalam pemasaran digital, visual yang menarik menjadi faktor kunci dalam menarik perhatian audiens. Membuat konten yang menarik.

Ketiga, dari sisi kepercayaan diri, terdapat peningkatan antusiasme dan partisipasi aktif selama pelatihan. Beberapa peserta mulai mengunggah produk mereka di media sosial saat pelatihan berlangsung dan menerima tanggapan positif dari rekan atau kenalan. Hal ini membuktikan bahwa dengan dukungan dan pendampingan yang tepat.

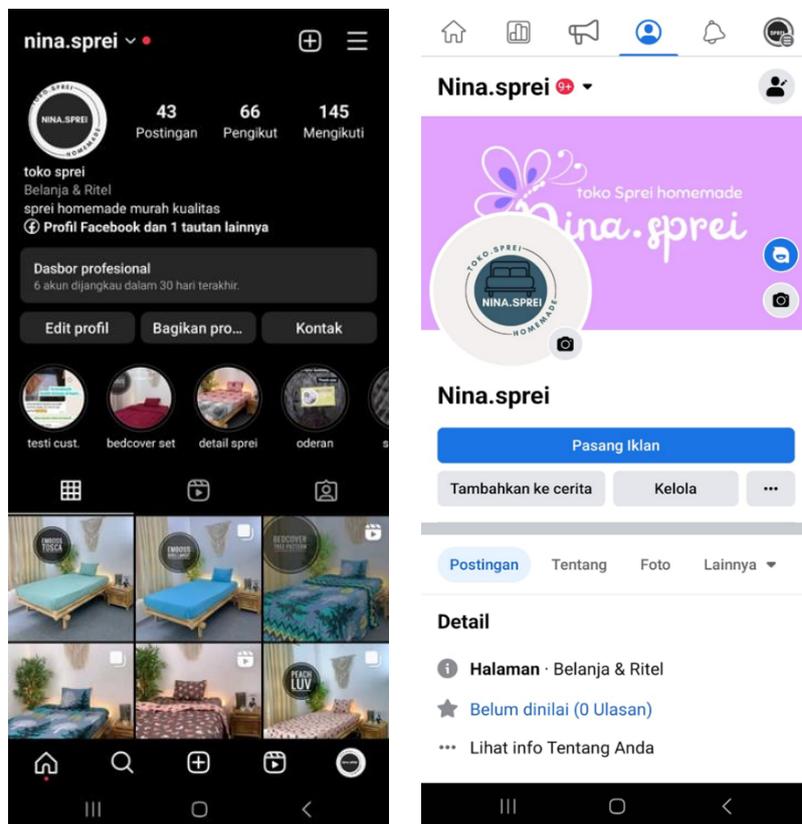
Keempat, sebagai bentuk luaran nyata, kegiatan ini telah menghasilkan dokumentasi digital berupa foto dan video pelaksanaan kegiatan, serta hasil praktik peserta berupa akun media sosial bisnis yang aktif digunakan.

Dengan demikian, kegiatan ini memberikan dampak positif secara langsung terhadap peningkatan keterampilan Anggota Persit Ranting 05 Masbagik dalam memanfaatkan sosial media untuk pemasaran, serta membuka peluang bagi mereka untuk menambah pendapatan keluarga melalui usaha kecil berbasis media sosial. Harapannya, pengetahuan dan keterampilan yang diperoleh dapat terus dikembangkan dan ditularkan kepada anggota lainnya, sehingga manfaat kegiatan ini dapat meluas secara berkelanjutan.

Gambar diskusi dan pemaparan materi :



Hasil kegiatan berupa akun bisnis Instagram dan Facebook bisnis :



Contoh konten untuk postingan instagram dengan menggunakan canva:



## KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan bersama Ibu Persit Kartika Chandra Kirana Ranting 05 Masbagik, dapat disimpulkan bahwa pemanfaatan media sosial sebagai sarana pemasaran memiliki potensi yang besar dalam meningkatkan pendapatan keluarga. Kegiatan ini berhasil meningkatkan pengetahuan dan keterampilan peserta dalam memahami strategi sosial media marketing, membuat konten promosi yang menarik, serta memanfaatkan platform digital seperti Instagram dan Facebook untuk memasarkan produk. Selain

itu, terdapat peningkatan signifikan dalam kepercayaan diri peserta untuk memulai usaha secara online. Hasil ini menunjukkan bahwa dengan pendekatan pelatihan yang tepat dan pendampingan langsung, ibu-ibu rumah tangga dapat diberdayakan menjadi pelaku usaha yang kreatif dan adaptif terhadap perkembangan teknologi digital. Kegiatan ini diharapkan dapat menjadi langkah awal dalam menciptakan kemandirian ekonomi keluarga melalui penguatan kemampuan digital.

Adapun saran untuk mendukung keberlanjutan hasil dari kegiatan pelatihan ini, disarankan kepada mitra agar terus mengembangkan keterampilan pemasaran digital yang telah diperoleh, terutama dalam hal konsistensi membuat dan mengunggah konten promosi di media sosial. Mitra juga disarankan untuk membentuk kelompok usaha kecil berbasis digital yang saling mendukung dalam hal promosi lintas produk dan berbagi informasi terkait peluang pasar. Selain itu, penting untuk mulai mempelajari aspek manajemen usaha sederhana seperti pencatatan keuangan dan perencanaan stok agar usaha yang dijalankan lebih tertata dan berkelanjutan. Mitra diharapkan dapat menjalin kerja sama dengan komunitas UMKM, instansi pemerintah, maupun pelaku usaha lain untuk memperluas jejaring dan akses pemasaran. Pelatihan lanjutan secara berkala juga sangat disarankan agar pengetahuan dan keterampilan yang diperoleh terus terbaru sesuai perkembangan teknologi dan tren pasar.

### UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan dalam pelaksanaan kegiatan ini. Terima kasih disampaikan kepada Ibu-ibu Persit Kartika Chandra Kirana Ranting 05 Masbagik atas partisipasi aktif dan antusiasme selama kegiatan penyuluhan berlangsung. Penghargaan juga diberikan kepada pimpinan dan rekan-rekan yang telah memberikan arahan, dukungan moral, serta fasilitas yang sangat membantu kelancaran pelaksanaan program ini. Semoga kegiatan ini dapat memberikan manfaat nyata bagi peningkatan keterampilan dan kesejahteraan keluarga peserta.

### DAFTAR PUSTAKA

- Adam, Anggela Aine, Rudy Steven Wenas, and frederik Gerdi Worang. 2022. "Digital Marketing Melalui Media Sosial Sebagai Strategi Pemasaran UMKM Di Kota Tomohon." *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi* 10(2). doi: 10.35794/emba.v10i2.41411.
- Anastasya, Elysa Anastasya, Jihan Salsabilla, Siti Komariah, and Moeljadi Moeljadi. 2023. "Peranan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (Ukm) Desa Balaraja." *Prosiding Simposium Nasional Multidisiplin (SinaMu)* 4:122. doi: 10.31000/sinamu.v4i1.7872.
- Aulia, Muhammad Immawan, Panggah Widiandana, Rizky Andhika Surya, Moeng Sakmar, Siti Hartinah, Muhammad Azam Hasan, and Ahmad Fatih Rizieq. 2024. "Optimasi Digital Marketing Dengan Canva Secara Kreatif Dan Efektif Untuk PTQ Baitus Sholihin Klaten." *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa* 2(5):1843–47. doi: 10.59837/jpmba.v2i5.1123.
- Hendrawan, Jodi, Ika Devi Perwitasari, and Nadya Andhika Putri. 2023. "Sosialisasi Pemanfaatan Media Sosial Untuk Menambah Income Bagi Ibu Rumah Tangga Dusun Iv Desa Klambir Lima Kebun." *Jurnal Hasil Pengabdian Masyarakat (JURIBMAS)* 2(1):15–20. doi: 10.62712/juribmas.v2i1.104.
- Lumentut, Devie Mathilda. 2023. "Pemanfaatan Media Sosial (Facebook) Untuk Meningkatkan Bisnis Bagi Kelompok Usaha Mikro Di Kelurahan Pinokalan." *Bersama : Jurnal Pengabdian Masyarakat* 1(2):85–91. doi: 10.61994/bersama.v1i2.249.
- Sari, Novita, and Qaulan Raniyah. 2024. "Meningkatkan Penjualan Produk Ukm Melalui Pengenalan Dan Pemanfaatan Media Sosial Di Desa Aek Loba Afdeling 1." *Jurnal Pengabdian Masyarakat Ekonomi Dan Bisnis Digital* 1(3):226–32. doi: 10.70248/jpmebd.v1i3.1318.

Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of Innovations* (5th ed.). New York: Free Press.

Tuten, T. L., & Solomon, M. R. (2017). *Social Media Marketing* (3rd ed.). Sage Publications.