



UPAYA PENINGKATAN PEREKONOMIAN DENGAN MEMANFAATKAN POTENSI IBU RUMAH TANGGA DI ERA DIGITAL PADA KELURAHAN DURIAN, KECAMATAN MEDAN TIMUR

Oleh

Hotbona Novandi Tambunan¹, Saut Maruli Tua Pandiangan², Candra³, Mei Veronika Sri Endang Siagian⁴, Ricca Hendarti⁵

^{1,2,3,4,5}Politeknik Unggulan Cipta Mandiri

Email: ¹bonatbn911@gmail.com, ²sautpandiangan@rocketmail.com,

³Candra@ucmcampus.ac.id, ⁴meiveronika085@gmail.com,

⁵riccahendarti@gmail.com

Article History:

Received: 17-12-2023

Revised: 03-01-2024

Accepted: 28-01-2024

Keywords:

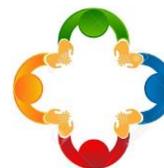
Perekonomian, Media Sosial, Pelaku Usaha Ibu Rumah Tangga, Digital Marketing

Abstract: *Perempuan dalam perekonomian keluarga mengelola keuangan pada dasarnya bukanlah suatu pekerjaan yang mudah, di sini para ibu dituntut untuk mengelola sejumlah uang yang diberikan suami guna memenuhi kebutuhan sehari-hari. Pemahaman akan penggunaan media sosial, website, dan platform lainnya masih sangat minim. Sehingga diperlukan adanya bimbingan dan panduan untuk peningkatan perekonomian dengan memanfaatkan potensi pelaku usaha ibu rumah tangga untuk meningkatkan pengetahuan di era digital pada Kelurahan Durian, Kecamatan Medan Timur. Tujuan dari kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini adalah memberikan pengetahuan kepada ibu rumah tangga di Kelurahan Durian, Kecamatan Medan Timur tentang pentingnya upaya peningkatan perekonomian dengan memanfaatkan potensi diri di era digital. Metode kegiatan yang dipakai dalam pelaksanaan PKM yakni observasi fakta lapangan, penyuluhan, dan pelatihan. Sosialisasi digital marketing yang dilaksanakan di Kelurahan Durian, Kecamatan Medan Timur telah berhasil mencapai tujuannya, yaitu meningkatkan pengetahuan dan keterampilan pelaku usaha ibu rumah tangga dalam memasarkan produk atau jasanya secara digital*

PENDAHULUAN

Ekonomi adalah studi tentang perilaku manusia dalam mengelola sumber daya yang ada yang kemudian menggunakan sumber daya tersebut untuk kebutuhan hidup (Robbins, 2018). Ekonomi sebagai studi dijelaskan lebih jauh sebagai perekonomian, yang adalah segala aturan atau tata cara dalam berekonomi rumah tangga yang berarti organisasi atau negara. Ekonomi berperan sebagai upaya dalam membebaskan manusia dari cengkraman kemiskinan dengan tingkat perekonomian yang stabil sehingga seseorang akan dapat hidup sejahtera, tenang, dan meraih kehidupan yang lebih baik.

Keluarga dalam masyarakat sosial ekonomi memiliki pengaruh yang besar terhadap



kehidupan dan kesejahteraan anggota keluarga dan lingkungan, hal yang tidak kalah pentingnya terkait dengan perekonomian adalah ekonomi keluarga (Irawan, 2002). Mengelola ekonomi keluarga adalah sebuah tindakan merencanakan, melaksanakan, mengawasi, mengevaluasi, mengendalikan perolehan, dan penggunaan sumber daya ekonomi keluarga terutama dalam keuangannya untuk mencapai tingkat realisasi terbaik dan memastikan stabilitas keluarga dan pertumbuhan ekonomi.

Indikator-indikator ekonomi keluarga terdiri dari (Dewi, 2020):

1. Tingkat pendapatan yang dihasilkan dari cuma-cuma seperti subsidi atau uang yang meliputi gaji atau upah yang dihasilkan dari bekerja.
2. Kepemilikan kekayaan atau fasilitas aset yang berupa barang berharga dan jenis kendaraan yang dimiliki pada keluarga tersebut.

Posisi perempuan dalam masyarakat sebagai ibu rumah tangga dan melakukan pekerjaan rumah tangga, seperti mencuci pakaian, memasak, menyetrika, memandikan anak, dan lain-lain. Namun, selain pekerjaan rumah tangga sebagai ibu rumah tangga, perempuan memenuhi kewajibannya sebagai pekerja di sektor publik. Semua tugas ini dikerjakan sekaligus, dan perempuan di berbagai posisi harus bisa mengalokasikan waktu antara bekerja di rumah sesuai dengan pekerjaannya masing-masing.

Perempuan dalam perekonomian keluarga mengelola keuangan pada dasarnya bukanlah suatu pekerjaan yang mudah, di sini para ibu dituntut untuk mengelola sejumlah uang yang diberikan suami guna memenuhi kebutuhan sehari-hari rumah tangganya, mulai dari belanja kebutuhan sehari-hari, membayar uang sekolah anak, tagihan-tagihan kredit, arisan, hingga dana untuk keperluan rekreasi, dan sumbangan-sumbangan lain. Kalau uang yang diberikan suami melimpah, mungkin tidak terlalu sulit mengaturnya. Akan tetapi jika penghasilan suami terbatas, sedangkan angka kebutuhan rumah tangga terus meningkat maka para ibu harus berpikir bagaimana cara mengatasi masalah tersebut.

Potensi posisi perempuan dalam masyarakat sebagai ibu rumah tangga di era digital misalnya melakukan pengelolaan keuangan yang semakin nyaman berkat teknologi yang mampu memberikan akses cepat dan kemudahan dalam melakukan aktivitas bisnis dan berbagai jenis transaksi keuangan di mana dan kapan saja.

Aktivitas bisnis dapat terganggu apabila pelaku usaha ibu rumah tangga masih mengandalkan transaksi tatap muka dengan konsumen maka perlu strategi bisnis. Strategi bisnis yang dulu menggunakan cara tradisional harus beralih menjadi *online*. Dengan bantuan teknologi ini, sistem *online* dapat membantu pelaku usaha ibu rumah tangga untuk memperluas jaringan antar bisnis yang tidak lagi dibatasi oleh sekat ruang dan waktu serta tanpa harus meninggalkan pekerjaan rumah tangga, seperti mencuci pakaian, memasak, menyetrika, memandikan anak, dan lain-lain.

Selain strategi bisnis dilakukan secara *online* secara keseluruhan, strategi lain pelaku usaha ibu rumah tangga adalah melahirkan inovasi dalam melakukan pemasaran, tidak hanya agar dapat bertahan dalam situasi pandemi, tapi juga mampu pelaku usaha ibu rumah tangga dapat mempromosikan produk dan mempertahankan keuntungan walaupun tanpa melakukan transaksi langsung dengan konsumen. Pemasaran tersebut adalah melalui pemasaran digital (*digital marketing*). Menurut Chakti (2019), pemasaran digital adalah bentuk upaya yang dilakukan dalam hal pemasaran dengan menggunakan perangkat yang terhubung dengan *internet* dengan beberapa strategi dan media digital yang bertujuan untuk dapat berkomunikasi dengan calon konsumen melalui saluran komunikasi *online*.



Hal yang mendasari pelaku usaha ibu rumah tangga belum dapat memanfaatkan teknologi untuk mendukung usaha dan bisnisnya adalah penggunaan *internet* masih terbatas untuk hiburan atau pertukaran informasi namun belum fokus terhadap penggunaan untuk pemasaran digital. Selain itu, pemahaman akan penggunaan media sosial, *website*, dan *platform* lainnya masih sangat minim. Sehingga diperlukan adanya bimbingan dan panduan untuk peningkatan perekonomian dengan memanfaatkan potensi pelaku usaha ibu rumah tangga untuk meningkatkan pengetahuan di era digital pada Kelurahan Durian, Kecamatan Medan Timur.

Potensi posisi perempuan dalam masyarakat sebagai ibu rumah tangga di era digital sebagai upaya peningkatan perekonomian keluarga belum banyak dimanfaatkan dengan baik. Misalnya pemanfaatan teknologi untuk pengelolaan keuangan dan pemasaran digital masih belum banyak dipahami oleh pelaku usaha ibu rumah tangga sebab pemahaman penggunaan media sosial, *website*, dan lain-lain masih dibatasi untuk kebutuhan komunikasi dan hiburan, belum bertujuan meningkatkan dan aktivitas bisnis dan berbagai jenis transaksi keuangan.

Melalui sosialisasi ini, kami menyampaikan pentingnya upaya peningkatan perekonomian keluarga dari memanfaatkan potensi ibu rumah tangga di era digital serta strategi bisnis melalui pemasaran digital untuk meningkatkan dan aktivitas bisnis dan berbagai jenis transaksi keuangan. Diharapkan solusi ini dapat memberikan pemahaman kepada ibu rumah tangga di Kelurahan Durian, Kecamatan Medan Timur.

Tujuan dari kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini adalah memberikan pengetahuan kepada ibu rumah tangga di Kelurahan Durian, Kecamatan Medan Timur tentang pentingnya upaya peningkatan perekonomian dengan memanfaatkan potensi diri di era digital. Selain itu, kegiatan ini juga bertujuan untuk membantu pelaku usaha ibu rumah tangga dalam mempersiapkan sistem dan strategi yang tepat untuk pemasaran digital.

Manfaat dari kegiatan PKM ini adalah:

1. Ibu rumah tangga mendapatkan pengetahuan tentang upaya peningkatan perekonomian dengan memanfaatkan potensi diri di era digital.
2. Pelaku usaha ibu rumah tangga mengetahui tentang cara memanfaatkan media sosial, digital *advertising*, dan *website* untuk pemasaran secara online.

METODE

Metode kegiatan yang dipakai dalam pelaksanaan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) yakni:

1. Observasi Fakta Lapangan

Observasi adalah suatu aktivitas pengamatan mengenai suatu objek tertentu secara cermat secara langsung di lokasi penelitian tersebut berada. Selain itu, observasi ini juga termasuk kegiatan pencatatan yang dilakukan secara sistematis tentang semua gejala objek yang diteliti (Alimuddin et al., 2023; Kurdhi et al., 2023; Pandiangan et al., 2023). Metode pendekatan di kegiatan observasi fakta lapangan ini dilakukan pendekatan dalam melihat masalah dan kebutuhan yang sedang terjadi di lapangan. Kegiatan ini melibatkan seluruh tim PKM dan ibu ketua kelompok di Kelurahan Durian, Kecamatan Medan Timur dengan observasi secara diskusi langsung.

2. Penyuluhan

Penyuluhan adalah bentuk usaha pendidikan non-formal kepada individu atau



kelompok masyarakat yang dilakukan secara sistematis, terencana, dan terarah dalam usaha perubahan perilaku yang berkelanjutan demi tercapainya peningkatan produksi, pendapatan, dan perbaikan kesejahteraan (Pandiangan, 2023; Pandiangan et al., 2023). Kegiatan penyuluhan dilakukan secara *offline* dan berjumpa langsung melibatkan semua tim PKM, ketua beserta anggota ibu rumah tangga di Kelurahan Durian, Kecamatan Medan Timur yang berjumlah 20 orang. Kegiatan penyuluhan ini dilakukan untuk melihat kemampuan dan pemahaman seluruh ibu rumah tangga di Kelurahan Durian, Kecamatan Medan Timur tentang teknik dan *digital marketing*.

3. Pelatihan

Pelatihan adalah kegiatan melatih atau mengembangkan suatu keterampilan dan pengetahuan kepada diri sendiri atau orang lain, yang terkait dengan kompetensi tertentu yang dianggap berguna (Ratnawita et al., 2023; ; Pandiangan et al., 2023; Yoppy et al., 2023). Pelatihan ini menggunakan sistem penyampaian materi oleh seluruh tim PKM beserta solusinya dan praktek langsung dalam teknik dan pemasaran *digital marketing*.

Kegiatan PKM ini dilaksanakan di Politeknik Unggulan Cipta Mandiri, Jalan Bambu I Nomor 102, Kelurahan Durian, Kecamatan Medan Timur, Kota Medan, Provinsi Sumatera Utara. Adapun kegiatan ini peserta diberikan pelatihan *digital marketing* yang terdiri dari materi tentang dasar-dasar *digital marketing*, strategi pemasaran *online*, langkah-langkah membuat konten pemasaran produk di media sosial, dan praktek *content digital marketing*.

Adapun Lokasi Kegiatan dilaksanakan di Politeknik Unggulan Cipta Mandiri, Jalan Bambu I Nomor 102, Kelurahan Durian, Kecamatan Medan Timur, Kota Medan, Provinsi Sumatera Utara yang dimulai hari Sabtu, 9 Desember 2023, pada pukul 08.30 sampai pukul 16.30 Waktu Indonesia Barat (WIB).

Unsur-insur yang terlibat dalam kegiatan PKM ini yakni Tim Dosen Administrasi Bisnis PKM berjumlah 5 orang dan ibu rumah tangga di Kelurahan Durian, Kecamatan Medan Timur berjumlah 20 orang dengan total keseluruhan 25 orang.

HASIL

Sosialisasi *digital marketing* yang dilaksanakan di Kelurahan Durian, Kecamatan Medan Timur telah berhasil mencapai tujuannya, yaitu meningkatkan pengetahuan dan keterampilan pelaku usaha ibu rumah tangga dalam memasarkan produk atau jasanya secara digital. Hal ini terlihat dari hasil evaluasi sosialisasi yang menunjukkan bahwa: 1.85% peserta sosialisasi dapat memahami materi sosialisasi dengan baik. 2.80% peserta sosialisasi dapat membuat konten pemasaran produk di media sosial dengan lebih kreatif dan menjual.

Peserta sosialisasi sangat antusias mengikuti kegiatan ini. Mereka aktif bertanya dan berdiskusi dengan narasumber. Hal ini menunjukkan bahwa peserta memiliki motivasi yang tinggi untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilannya dalam pemasaran digital.

Materi sosialisasi yang diberikan mencakup dasar-dasar pemasaran digital, strategi pemasaran *online*, langkah-langkah membuat konten pemasaran produk di media sosial, dan praktek *content digital marketing*. Materi-materi ini disampaikan dengan bahasa yang mudah dipahami dan disertai dengan contoh-contoh yang relevan.

Praktek *content digital marketing* merupakan salah satu bagian yang paling diminati oleh peserta sosialisasi. Dalam praktek ini, peserta dibimbing untuk membuat *digital marketing* produk di media sosial sesuai dengan strategi yang telah mereka pelajari.



KESIMPULAN

Berdasarkan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) yang telah dilaksanakan dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

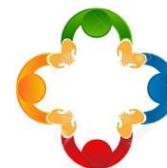
1. Pelaku usaha ibu rumah tangga di Kelurahan Durian, Kecamatan Medan Timur dapat mengerti materi dasar *digital marketing*, strategi pemasaran *online*, dan langkah-langkah membuat *content digital marketing* di media sosial.
2. Pelaku usaha ibu rumah tangga di Kelurahan Durian, Kecamatan Medan Timur mendapatkan pengetahuan tentang upaya peningkatan perekonomian dengan memanfaatkan potensi diri di era digital.

Berikut adalah saran yang dapat diberikan kepada pelaku usaha ibu rumah tangga di Kelurahan Durian, Kecamatan Medan Timur:

1. Pendampingan kepada pelaku usaha ibu rumah tangga di Kelurahan Durian, Kecamatan Medan Timur dalam pemahaman materi dasar *digital marketing*, strategi pemasaran online, langkah-langkah membuat *digital marketing* produk di media sosial dan praktek konten *digital marketing*.
2. Pelaku usaha ibu rumah tangga dapat terus meningkatkan pengetahuan dan keterampilannya dalam pemasaran digital dengan mengikuti sosialisasi *digital marketing* lanjutan atau membaca buku dan artikel tentang pemasaran digital.
3. Pelaku usaha ibu rumah tangga dapat memanfaatkan pengetahuan dan keterampilannya dalam pemasaran digital untuk memasarkan produk atau jasanya secara lebih luas, baik ke luar daerah maupun ke luar negeri.
4. Pelaku usaha ibu rumah tangga dapat bekerja sama dengan pelaku usaha ibu rumah tangga lainnya untuk saling mempromosikan produk atau jasanya.
5. Pelaku usaha ibu rumah tangga dapat memanfaatkan *platform* pemasaran digital yang lebih kompleks, seperti *e-commerce* dan *marketplace*.

DAFTAR REFERENSI

- [1] Alimuddin, Mariani, Sandra, Jana, Awom, Sarce Babra, Pandiangan, Saut Maruli Tua, Solehudin, Ahmad, Susanti, Evi, Fitriani, Itsna Rahma, Budiantoro, Risanda Alirastra, & Chasanah, Amalia Nur. (2023). *Pengantar Ekonomika*. ISBN: 978-623-8382-45-3. Batam: Penerbit Cendikia Mulia Mandiri.
- [2] Chakti, A., G. (2019). *The Book of Digital Marketing*. Jakarta: Celebes Media Perkasa.
- [3] Dewi, Anita Sunelfiya. (2020). *Pengaruh Kondisi Ekonomi Keluarga Terhadap Prestasi Belajar*. Banda Aceh.
- [4] Irawan, M. Suparmoko. (2002). *Ekonomika Pembangunan*. Yogyakarta: BPFE.
- [5] Kurdhi, Nugthoh Arfawi, Sunarta, Desy Arum, Oktavianty, Nur, Nikmatullah, Jenita, Hatta, Heliza Rahmania, Ali, Helmi, Pandiangan, Saut Maruli Tua, Asrahmaulyana, & Rahman, Abdul. (2023). *Statistika Ekonomi*. ISBN: 978-623-8157-48-8. Batam: Penerbit Cendikia Mulia Mandiri.
- [6] Pandiangan, Saut Maruli Tua. (2023). Effect of Packaging Design and E-Satisfaction on Repurchase Intention with Quality of Service as an Intervening Variable to the Politeknik Unggulan Cipta Mandiri Students Using E-Commerce Applications. *Journal of Production, Operations Management and Economics (JPOME)*, 3(4), 51-58. <http://journal.hmjournals.com/index.php/JPOME/article/view/2350>



- [7] Pandiangan, Saut Maruli Tua, Wahdiniawati, Siti Annisa, Pratiwi, Ratih, Budiarto, Balla Wahyu, Arief, Ilham. (2023). Business Strategy Assistance and Training for Micro, Small, and Medium Enterprises. *Jurnal Pengabdian Mandiri*, 2(10), 2129-2134. <https://bajangjournal.com/index.php/IPM/article/view/6671>
- [8] Pandiangan, Saut Maruli Tua, Gultom, Josua Alexander, Ariani, Dian, Dharmawan, Donny, & Butar-Butar, Ribka Sari. (2023). Effect of Problem-Based Learning Model on Learning Outcomes in Microeconomic Course. *Edumaspul: Jurnal Pendidikan*, 7(2), 5572-5575. <https://ummaspul.e-journal.id/maspuljr/article/view/7283>
- [9] Pandiangan, Saut Maruli Tua, Pattiasina, Victor, Mawadah, Badriatul, Dharmawan, Donny, & Suratminingsih. (2023). Effectiveness of Problem-Based Learning Model on Critical Thinking Ability in Financial Management Course. *Edumaspul: Jurnal Pendidikan*, 7(2), 5576-5580. <https://ummaspul.e-journal.id/maspuljr/article/view/7284>
- [10] Ratnawita, Pandiangan, Saut Maruli Tua, Pratomo, Arief Budi, Saputra, Eka Kurnia, & Nuryanto, Uli Wildan. (2023). Analysis of the Experience of Teachers on Student Achievement in Economics at Private High School. *Edumaspul: Jurnal Pendidikan*, 7(1), 522-526. <https://ummaspul.e-journal.id/maspuljr/article/view/5555>
- [11] Robbins, Coulter. (2018). *Management 14th Edition*. Canada: Pearson.
- [12] Yoppy, Irene, Hartono, Ivany Artamevia, Hutahaean, Thomas Firdaus, & Pandiangan, Saut Maruli Tua. (2023). Influence Profitability, Policy Debt, Policy Dividend, Investment Decision, and Firm Size to Company Value Manufacture Sub Sector Food and Drink Registered in the Indonesian Stock Exchange. *International Journal of Economics Social and Technology*, 2(3), 162-170. <https://jurnal.risetilmiah.ac.id/index.php/ijest/article/view/336>