



JGORO

Jurnal Gotong Royong

Volume 1 Issue 2, 2024 (109-114)

ISSN (online) : 3048-0744

Homepage : <https://jurnal.unived.ac.id/index.php/goro>

Doi : <https://doi.org/10.37676/goro>

Sosialisasi Meningkatkan Penghasilan Menggunakan Media Sosial Ibu Rumah Tangga di Majelis Taklim (Lingkar Barat) Masjid Al - Muttahid

Okta Feranica Annisa¹, Nenden Restu Hidayah², Sulisti Afriani³, Ida Anggriani⁴
^{1,2,3,4} Universitas Dehasen Bengkulu
e-mail : ¹ oktaferanicaa@gmail.com

Received [31-07-2024]

Revised [01-09-2024]

Accepted [04-10-2024]

Abstract. Socialization activities at the Al-Muttahid Mosque (West Circle) Islamic boarding school aim to empower housewives with digital marketing skills that can increase family income. This socialization includes a basic understanding of digital marketing, use of major digital platforms such as social media and online marketplaces, as well as effective marketing strategies. Through a practical approach and case studies, it is hoped that participants can apply the knowledge gained to promote their products or services more widely and efficiently. The results of this activity are expected to improve housewives' digital marketing skills, expand market reach, and ultimately increase family income. This research uses participatory methods with direct observation and interviews to evaluate the effectiveness of this socialization.

Keywords: *Socialization, Skills, Digital Marketing, Income, Housewives*

Abstrak. Kegiatan sosialisasi di majelis taklim Masjid Al-Muttahid (Lingkar Barat) bertujuan untuk memberdayakan ibu rumah tangga dengan keterampilan pemasaran digital yang dapat meningkatkan penghasilan keluarga. Sosialisasi ini meliputi pemahaman dasar tentang digital marketing, penggunaan platform digital utama seperti media sosial dan marketplace online, serta strategi pemasaran yang efektif. Melalui pendekatan praktis dan studi kasus, diharapkan para peserta dapat mengaplikasikan ilmu yang diperoleh untuk mempromosikan produk atau jasa mereka secara lebih luas dan efisien. Hasil dari kegiatan ini diharapkan mampu meningkatkan keterampilan pemasaran digital ibu rumah tangga, memperluas jangkauan pasar, dan akhirnya meningkatkan pendapatan keluarga. Penelitian ini menggunakan metode partisipatif dengan observasi langsung dan wawancara untuk mengevaluasi efektivitas sosialisasi tersebut.

Kata Kunci: *Sosialisasi, Keterampilan, Pemasaran Digital, Penghasilan, Ibu Rumah Tangga*

PENDAHULUAN

Di era digital saat ini, teknologi informasi telah mengubah cara kita berkomunikasi, berinteraksi, dan berbisnis. Perkembangan internet dan media sosial tidak hanya menghadirkan kemudahan akses informasi, tetapi juga membuka peluang baru dalam dunia ekonomi, terutama bagi individu dan kelompok yang mampu memanfaatkannya secara efektif. Namun, sayangnya, masih banyak kalangan, termasuk di antaranya ibu rumah tangga, yang belum sepenuhnya memanfaatkan potensi besar dari teknologi ini untuk meningkatkan pendapatan mereka. Masjid Al-Muttahid, terletak di lingkar barat, bukan hanya merupakan pusat ibadah tetapi juga menjadi titik pusat kegiatan sosial dan edukasi bagi komunitas sekitar. Majelis taklim yang rutin diselenggarakan di masjid ini menjadi forum yang ideal untuk memberikan

pengetahuan dan keterampilan baru kepada para ibu rumah tangga, yang seringkali menjadi ujung tombak dalam mengelola keuangan keluarga. Kaum perempuan yang memiliki kemampuan mandiri di bidang ekonomi adalah salah satu indikator meningkatnya kesejahteraan. Saat kaum perempuan menjadi kaum terdidik, mempunyai hak-hak kepemilikan, dan bebas untuk bekerja di luar rumah maupun di dalam rumah serta mempunyai pendapatan mandiri, hal ini merupakan tanda kesejahteraan rumah tangga meningkat. Selain itu, kaum perempuan juga mempunyai andil besar dalam kegiatan penanggulangan kemiskinan melalui pemberdayaan masyarakat. Pengetahuan kewirausahaan adalah pemahaman seseorang terhadap wirausaha dengan berbagai karakter positif, kreatif dan inovatif dalam mengembangkan peluang-peluang usaha menjadi kesempatan usaha yang menguntungkan dirinya sendiri dan masyarakat atau konsumen. (Kontowicaksono; 2012). Menurut Nurbaya dan Moerdiyanto (2012), pengetahuan kewirausahaan adalah ilmu, seni maupun perilaku, sifat, ciri dan watak seseorang yang mewujudkan gagasan inovatif ke dunia nyata secara kreatif. Sesuai definisi diatas, maka setiap insan yang akan berwirausaha harus memiliki karakter positif, tidak mudah menyerah, kreatif dan inovatif dalam mengembangkan dan mencari peluang usaha. Menurut Chat and Brooks (2015) seorang penulis senior dalam dunia bisnis, kewirausahaan merupakan pengembangan sebuah usaha dari bawah keatas, dimulai dari kemunculan ide dan mengubahnya menjadi bisnis yang menguntungkan. Konsep Kewirausahaan tidak saja merupakan ilmu, namun melibatkan seni dan ketrampilan untuk mengelola semua keterbatasan sumber daya, informasi dan dana yang ada, guna mempertahankan hidup, mencari nafkah atau meraih posisi puncak dalam karir. Para Ibu Rumah Tangga (IRT) Majelis Taklim majelis taklim (lingkar barat) Masjid al- muttahid dapat memanfaatkan media sosial yang memberikan peluang yang besar untuk bisa mengekspansi penjualan produk mereka melalui media digital serta penambahan pendapatan keluarga. Aplikasi media sosial tersedia mulai dari pesan instan hingga situs jejaring sosial yang menawarkan pengguna untuk berinteraksi, berhubungan, dan berkomunikasi satu sama lain. Aplikasi-aplikasi ini bermaksud untuk menginisiasi dan mengedarkan informasi online tentang pengalaman pengguna dalam mengonsumsi produk atau merek, dengan tujuan utama meraih (engage) masyarakat. Dalam konteks bisnis, people engagement dapat mengarah kepada penciptaan profit. Berdasarkan uraian masalah tersebut, maka disepakati bahwa terdapat masalah utama, yaitu Minimnya pengetahuan IRT (Ibu Rumah Tangga) mengenai digital marketing menginspirasi Pengabdian kepada Masyarakat (PKM). Adapun sasaran pengabdian yang kami tuju yaitu Ibu Rumah Tangga majelis taklim Masjid Al-Muttahid (Lingkar Barat). Sedangkan target luaran program ini adalah Ibu Rumah Tangga majelis taklim Masjid Al-Muttahid (Lingkar Barat) akan termotivasi untuk menggunakan digital marketing sebagai sarana komunikasi dan peluang bisnis untuk usahanya, serta dapat mempraktikkannya secara langsung dengan memanfaatkan media sosial. Melalui upaya ini, kami berharap dapat melahirkan generasi ibu rumah tangga yang lebih mandiri secara ekonomi, yang tidak hanya mampu menyumbangkan kepada keuangan keluarga mereka sendiri tetapi juga menjadi contoh dan inspirasi bagi komunitas sekitar. Dengan memberdayakan mereka dalam bidang digital marketing, kita dapat memperkuat struktur ekonomi mikro di lingkungan ini, sehingga menciptakan dampak positif yang berkelanjutan bagi kesejahteraan bersama.

METODE PENELITIAN

Pelaksanaan program kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini melalui beberapa tahapan yang telah dilaksanakan, antara lain dapat digambarkan dalam alur berikut:

1. Tahap Persiapan.

Kegiatan Observasi dan Perizinan Observasi dilakukan dengan melakukan survey pada lokasi yang akan dijadikan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) yakni majelis

Taklim Masjid al – muttahid. Survey untuk menentukan titik yang tepat yang akan dijadikan sebagai point kegiatan. Peserta yang hadir sebanyak 15 orang terdiri dari Perempuan (Ibu Rumah Tangga).

2. Tahap Implementasi Kegiatan

Penulis akan memulai kegiatan sesuai dengan jadwal yang sudah ditentukan dan disepakati bersama dengan Ibu Rumah Tangga Di Majelis Taklim (Lingkar Barat) Masjid al - muttahid. Kegiatan sosialisasi menggunakan metode diskusi (tanya jawab).

3. Tahap Evaluasi dan Monitoring

Kegiatan dimonitoring oleh Penulis sendiri dan melihat apa saja kendala dan masalah yang muncul di lapangan. Kemudian dilakukan evaluasi apabila memang muncul kendala dan masalah untuk selanjutnya dicarikan solusi agar kegiatan tetap berlangsung dengan baik sesuai yang diharapkan.

4. Tahap Refleksi

Refleksi terhadap hasil pelaksanaan kegiatan dilakukan dengan tujuan untuk memperoleh umpan balik terhadap manfaat maupun dampak yang dirasakan dilakukannya pelatihan dan pembinaan. Hal ini diperlukan sebagai masukan bagi pelaksanaan kegiatan serupa di masa datang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Aktivitas

Dalam kegiatan sosialisasi ini, penulis bertujuan untuk memperkenalkan konsep dasar dan strategi praktis dalam digital marketing kepada ibu rumah tangga di lingkaran taklim Masjid al-Muttahid. Digital marketing adalah kunci penting dalam era digital saat ini, memungkinkan bisnis kecil untuk mencapai lebih banyak pelanggan potensial dan meningkatkan pendapatan mereka secara signifikan. Kami akan memfokuskan pada platform digital utama seperti Facebook, Instagram, WhatsApp, dan Google My Business, memberikan langkah-langkah konkret untuk membuat dan mengoptimalkan profil bisnis, serta strategi konten yang efektif untuk menarik perhatian dan mempertahankan audiens. Dari hasil yang didapat dari usaha promosi tersebut yaitu dengan bertambahnya pelanggan bertambahnya pelanggan bertambah juga omset atau pendapatan yang dirasakan oleh mitra yaitu ibu rumah tangga sekip Palembang. Tidak hanya dari kawasan rumah sakit saja tapi dari pihak luar yang jauh yang tidak ada disekitar sana saja. Artinya kemajuan teknologi juga dapat memberikan dampak yang baik untuk perkembangan perekonomian Negara kita khususnya diwilayah sekitar Lingkar barat. Berikut bentuk kegiatan pelatihan yang telah dilakukan di Majelis Taklim (Lingkar Barat) Masjid al – muttahid.

Persiapan

Berdasarkan dari hasil observasi pada tempat pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat di Majelis Taklim (Lingkar Barat) Masjid al - muttahid, pemateri atau peserta pelaksanaan kegiatan menyepakati bahwa mayoritas ibu-ibu merupakan orang yang aktif dalam sosial media. Peserta akan diajak untuk memahami pentingnya konten berkualitas dalam menarik minat pelanggan dan menjaga keterlibatan mereka. Kami juga akan membahas tentang perencanaan konten secara strategis, memastikan konsistensi dalam pesan-pesan yang disampaikan kepada audiens. Selain itu, akan ada penekanan pada pengelolaan kampanye iklan digital yang efektif, dengan pembahasan mengenai cara mengatur target audiens yang tepat, mengoptimalkan anggaran, dan mengukur hasil kampanye untuk memastikan investasi yang efisien.



Gambar 1. Dokumentasi Peserta Sosialisasi

Pelaksanaan

Pada tahap pelaksanaan, para pemateri memaparkan materi satu persatu sesuai dengan kesepakatan bidang ilmu yang telah dimiliki. Pada kegiatan tersebut memberikan pembukaan dan ucapan kata terimakasih atas kesempatan yang telah diberikan oleh ketua Majelis Taklim (Lingkar Barat) Masjid al - muttahid. Selanjutnya kegiatan pelaksanaan dilanjutkan dengan dimulainya satu persatu materi yang di paparkan oleh masing-masing pembicara. Adapun materi tersebut yaitu peran teknologi, manfaat teknologi, dampak teknologi dan bisnis online dengan menggunakan E-commerce. Semua materi dipresentasikan oleh pemateri secara runtun dari tahap persentasi materi sampai praktik penggunaan secara langsung.

Kegiatan ini tidak hanya berfokus pada teori, tetapi juga menghadirkan contoh-contoh kasus nyata dari ibu rumah tangga atau pengusaha kecil lainnya yang telah berhasil memanfaatkan digital marketing untuk mengembangkan bisnis mereka. Mereka akan membagikan pengalaman pribadi, termasuk tantangan yang dihadapi dan strategi yang mereka terapkan untuk mengatasi hambatan tersebut. Diskusi interaktif dan sesi tanya jawab akan memungkinkan peserta untuk berbagi pengalaman serta memperdalam pemahaman mereka tentang penerapan praktis dari strategi digital marketing dalam konteks bisnis mereka sendiri.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat (PKM) yang dilaksanakan oleh Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Dehasen Bengkulu yang bekerja sama dengan Majelis Taklim al-muttahid Lingkar Barat dengan mengangkat tema "Sosialisasi Pengenalan Digital marketing dalam upaya meningkatkan penghasilan ibu rumah tangga di majelis taklim (lingkar barat) Masjid al- muttahid". Peserta, terutama ibu rumah tangga, dapat meningkatkan pemahaman mereka tentang konsep-konsep dasar digital marketing. Mereka belajar cara menggunakan media sosial, SEO (Search Engine Optimization), pemasaran melalui email, dan pengelolaan kampanye iklan digital lainnya. Dengan pengetahuan ini, mereka dapat mengoptimalkan penggunaan teknologi digital untuk mempromosikan produk atau jasa mereka secara efektif. Melalui peningkatan pengetahuan dan keterampilan dalam digital marketing, ibu rumah tangga dapat merasa lebih mandiri dalam mengelola usaha kecil mereka sendiri. Mereka dapat mengembangkan kepercayaan diri untuk mengambil inisiatif dalam memasarkan produk atau jasa mereka sendiri tanpa harus tergantung pada bantuan eksternal secara berkelanjutan.

Sosialisasi ini juga dapat memperkuat jaringan sosial dan dukungan antar ibu rumah tangga di lingkungan majelis taklim. Mereka dapat saling mendukung, berbagi pengalaman, dan bertukar ide mengenai praktik terbaik dalam digital marketing. Hal ini tidak hanya memperluas pengetahuan mereka tetapi juga membangun solidaritas dalam mengatasi tantangan ekonomi bersama-sama. Salah satu hasil yang diharapkan dari sosialisasi ini adalah meningkatnya pendapatan keluarga ibu rumah tangga. Dengan menerapkan strategi pemasaran digital yang

efektif, mereka dapat menjangkau pasar yang lebih luas dan meningkatkan jumlah pelanggan atau penjualan. Ini dapat memberikan kontribusi signifikan terhadap kesejahteraan ekonomi keluarga dan meningkatkan akses mereka terhadap sumber daya yang lebih baik.



Gambar 3. Dokumentasi Sesi Tanya Jawab Kegiatan Sosialisasi di Majelis Taklim Masjid Al-Muttahid

SIMPULAN

Pada prinsipnya, para ibu rumah tangga ini sangat antusias dengan kemungkinan meningkatkan pendapatan mereka melalui pemasaran digital dengan menggunakan ponsel. Hasil diskusi dan sesi pelatihan menunjukkan bahwa para ibu ini sangat ingin meningkatkan pemasaran digital mereka dengan memanfaatkan peluang yang ditawarkan oleh media sosial secara lebih aktif. Kegiatan sosialisasi pengenalan digital marketing di lingkaran taklim Masjid al-Muttahid menawarkan kesempatan yang berharga bagi ibu rumah tangga untuk mengembangkan pengetahuan dan keterampilan dalam pemanfaatan teknologi digital untuk kepentingan ekonomi mereka. Melalui pemahaman yang didapatkan tentang platform-platform digital seperti Facebook, Instagram, WhatsApp, dan Google My Business, peserta diharapkan mampu meningkatkan visibilitas bisnis mereka, menjangkau lebih banyak pelanggan potensial, serta meningkatkan pendapatan secara signifikan. Penting untuk terus memperkuat pendekatan praktis dalam penyampaian materi mengenai digital marketing.

Ini dapat dilakukan dengan lebih banyak studi kasus lokal yang relevan dan mendalam, yang dapat memberikan inspirasi langsung serta strategi yang dapat diadopsi secara konkret oleh peserta. Selain itu, mengadakan sesi pelatihan lanjutan atau workshop mendalam untuk mendukung implementasi strategi yang telah dipelajari akan sangat bermanfaat. Ini dapat berupa grup media sosial khusus atau forum diskusi yang diawasi, di mana peserta dapat bertanya, berbagi tips, atau bahkan berkolaborasi dalam pengembangan strategi digital marketing mereka. Dengan membangun komunitas yang aktif dan berbagi pengetahuan, kita dapat memastikan bahwa dampak positif dari kegiatan ini akan berlanjut dan memberi manfaat jangka panjang bagi para peserta serta ekosistem bisnis lokal mereka.

DAFTAR PUSTAKA

Antoso, Budi. 2022. "Peran Digital Marketing dalam Meningkatkan Penghasilan Ibu Rumah Tangga." *MarketingIndonesia.com*. www.marketingindonesia.com/peran-digital-marketing-ibu-rumah-tangga. Diakses pada 7 Juli 2024.

- Liana Dwi Septiningrum,Dkk (2020). Pengenalan Digital Marketing Dalam Upaya Meningkatkan Penghasilan Ibu Rumah Tangga (Irt) Majelis Taklim Al Auladiyah. Dedikasi PKM Unpam, Vol. 1, No. 3
- Prima Prihatini. (2020), Pelatihan Digital Marketing Dalam Upaya Meningkatkan Penghasilan Ibu Rumah Tangga Majelis Taklim Perempuan Kecamatan Jatiyoso: Sains dan Teknologi, Vol. 1 No. 2 (Mei 2022) 264-270
- Solihin, D. (2020), Pengaruh Kepercayaan Pelanggan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Online Shop Mikaylaku Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. JURNAL MANDIRI: Ilmu Pengetahuan, Seni, dan Teknologi, Vol. 4, No. 1.
- Susanti, Rina. 2019. "Implementasi Strategi Digital Marketing dalam Meningkatkan Kesejahteraan Ibu Rumah Tangga." *Jurnal Komunikasi Pemasaran*, 7(2): 30-45