

**Pengenalan Digital Marketing dalam Upaya Meningkatkan
Penghasilan Ibu Rumah Tangga (IRT) Perkumpulan Istri
Karyawan dan Karyawati (PIKK) PT. PLN Persero Kantor PLN
UP2B NTB**

**Baiq Rabiatul Adawiyah Kartika Wulan¹, Septia Ningsih², Farha³, Afrida Nur
Chasanah⁴, Fermatika Oktavia Hanna⁵**

^{1,2,4,5}Program Studi Manajemen, Fakultas Budaya, Manajemen, dan Bisnis, Universitas
Pendidikan Mandalika

³Program Studi Perhotelan, Jurusan Pariwisata, Politeknik Negeri Bali

Email :

baiqrabiatuladawiyahkartikawulan@undikma.ac.id

septianingsih@undikma.ac.id

farha@pnb.ac.id

afridanurchasanah@undikma.ac.id

fermatikaoktaviannahanna@undikma.ac.id

ABSTRAK

Kegiatan pengabdian ini bertujuan meningkatkan pemahaman ibu rumah tangga anggota PIKK PT PLN UP2B NTB dalam memanfaatkan media digital untuk memperluas pasar produk olahan rumah tangga. Kegiatan dilakukan melalui diskusi, penyamaan persepsi tentang digital marketing, *interview* permasalahan peserta, dan pelatihan secara *offline* pada 22 November 2024 di UPT Mataram. Hasilnya menunjukkan masih terdapat kendala dalam mendesain postingan, penggunaan *hashtag* (#) dan *caption*, serta pemanfaatan Meta ads. Pelatihan ini diharapkan membantu ibu rumah tangga meningkatkan keterampilan pemasaran *digital* dan penghasilan keluarga.

Kata kunci : *Media, Digital, Digital marketing*

PENDAHULUAN

1.1 Analisis Situasi

Perkembangan teknologi informasi dewasa ini telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam bidang ekonomi keluarga. Salah satu pemanfaatan teknologi yang semakin penting adalah digital marketing yang memungkinkan masyarakat untuk memasarkan produk atau jasa tanpa terbatas oleh ruang dan waktu [1]. Metode penjualan dan pemasaran konvensional secara bertahap mulai ditinggalkan karena kehadiran digital marketing yang memberikan berbagai kemudahan serta efektivitas yang lebih optimal [2], namun demikian, masih banyak ibu rumah tangga yang belum memahami dan memanfaatkan teknologi ini sebagai sarana untuk menambah penghasilan keluarga.

Kondisi tersebut juga terjadi pada Perkumpulan Istri Karyawan dan Karyawati (PIKK) PT PLN Persero Kantor PLN UP2B NTB, yang berlokasi di Jalan Kesra Raya, Tanjung Karang. Mayoritas anggota PIKK merupakan ibu rumah tangga yang memiliki potensi dalam menghasilkan produk rumahan, seperti makanan ringan, kerajinan tangan, maupun jasa tertentu. Akan tetapi, kurangnya pemahaman mengenai digital marketing menjadi kendala utama dalam mengembangkan dan memasarkan produk mereka kepada pasar yang lebih luas [3].

Melalui kegiatan pengabdian ini, tim berupaya untuk memberikan pengenalan serta pelatihan dasar digital marketing kepada anggota PIKK, agar mereka mampu memanfaatkan media sosial dan *platform digital* lainnya untuk mempromosikan produk, meningkatkan penjualan, dan pada akhirnya dapat membantu menambah penghasilan keluarga. Pemberdayaan ibu rumah tangga dalam bidang digital marketing diharapkan dapat mendukung perekonomian rumah tangga sekaligus meningkatkan kesejahteraan anggota PIKK PT PLN Persero Kantor PLN UP2B NTB secara berkelanjutan.

1.2 Identifikasi Masalah

Memberikan pelatihan mengenai digital marketing dalam rangka mendukung bisnis rumahan untuk meningkatkan penghasilan.

1.3 Tujuan Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat

Untuk meningkatkan pemahaman mengenai digital marketing bagi anggota Perkumpulan Istri Karyawan dan Karyawati (PIKK) PT PLN Persero Kantor PLN UP2B NTB.

1.4 Manfaat Kegiatan Pengabdian

Pelatihan ini diharapkan mampu meningkatkan pemahaman mengenai tata pemanfaatan *digital marketing* bagi Perkumpulan Istri Karyawan dan Karyawati (PIKK) PT PLN Persero Kantor PLN UP2B NTB.

METODE PELAKSANAAN

2.1 Khalayak Sasaran

Sasaran dari kegiatan pengabdian yang dilakukan pada Perkumpulan Istri Karyawan dan Karyawati (PIKK) PT PLN Persero Kantor PLN UP2B NTB yang berlokasi di Jalan Kesra Raya, Tanjung Karang, Kota Mataram.

2.2 Metode Penerapan Ipteks

Kegiatan pengabdian ini dilakukan pada Perkumpulan Istri Karyawan dan Karyawati (PIKK) PT PLN Persero Kantor PLN UP2B NTB. Kegiatan pengabdian dilaksanakan dengan tahapan sebagai berikut :

1. Melaksanakan diskusi awal dengan anggota Perkumpulan Istri Karyawan dan Karyawati (PIKK) PT PLN Persero Kantor PLN UP2B NTB mengenai proses kegiatan pengabdian dengan tujuan menyamakan pemahaman atas kegiatan yang akan dilaksanakan.
2. Melakukan wawancara kepada penanggungjawab kegiatan mengenai kendala serta permasalahan yang dialami oleh sebagian peserta pada ruang lingkup *digital marketing* yang mungkin untuk diterapkan pada usaha yang dijalankan oleh anggota perkumpulan.

3. Melaksanakan *sharing session* kepada peserta mengenai tips dan trik berbisnis untuk ibu rumah tangga khususnya memanfaatkan teknologi dan dunia digital untuk memperluas jangkauan pasar dari produk rumahan mulai dari cara untuk membuat *design* postingan, tata cara penggunaan hastag dan *caption* serta penggunaan Meta ads untuk memperluas jangkauan atas produk yang dipasarkan pada anggota perkumpulan Istri Karyawan dan Karyawati (PIKK) PT PLN Persero Kantor PLN UP2B NTB.

2.3 Jadwal Pelaksanaan

Pelaksanaan kegiatan *sharing session* (pelatihan) dilakukan selama 1 hari pada tanggal 22 November 2024 secara offline di ruang Narmada, UPT Mataram pada pukul 15.45 WITA – Selesai dan juga secara online melalui *zoom meeting*.



Gambar 1. Kegiatan *sharing session* (pelatihan) di ruang Narmada, UPT Mataram

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat bertujuan untuk memberikan pelatihan dengan harapan mampu memberikan pemahaman mengenai optimalisasi penggunaan media digital untuk memperluas jangkauan pasar dari produk rumahan yang dibuat oleh Ibu rumah tangga. Khalayak sasaran dari kegiatan pengabdian adalah Perkumpulan Istri Karyawan dan Karyawati (PIKK) PT PLN Persero Kantor PLN UP2B NTB.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat diawali dengan diskusi yang merupakan tahap pertama yang membahas mengenai kegiatan pengabdian kepada masyarakat

bersama ibu-ibu rumah tangga dari Perkumpulan Istri Karyawan dan Karyawati (PIKK) PT. PLN, selanjutnya tahap kedua menyamakan persepsi mengenai konsep digital marketing yang akan dimenjadi topik kegiatan pengabdian. Tahap ketiga yakni melaksanakan interview awal berkaitan dengan permasalahan yang dialami oleh peserta berkaitan dengan pemanfaatan media digital, dan yang tahap yang terakhir yakni melaksanakan kegiatan *sharing session* (pelatihan) mengenai pengenalan digital marketing dalam upaya meningkatkan penghasilan ibu rumah tangga [4]

Pelaksanaan kegiatan pengabdian bersama Perkumpulan Istri Karyawan dan Karyawati (PIKK) PT. PLN dilakukan pada hari juma'at tanggal 22 November 2024 secara offline di ruang Narmada, UPT Mataram dengan membahas tips dan trik berbisnis untuk ibu rumah tanggap dengan fokus pada pemanfaat media digital untuk mendukung jangkauan pasar untuk produk olahan rumah tangga.

Kegiatan diskusi dilakukan dengan beberapa rangkaian kegiatan yaitu melakukan penyampaian materi mengenai mekanisme pemanfaatan media digital untuk mendukung jangkauan pasar untuk produk olahan rumah tangga, setelah penyampaian materi kemudian dilanjutkan dengan melakukan kegiatan tanya jawab dengan peserta yang berkaitan dengan permasalahan yang dialami ibu-ibu peserta Perkumpulan Istri Karyawan dan Karyawati (PIKK) PT. PLN. Berdasarkan hasil diskusi, hal yang perlu diperbaiki atas pemasalahan yang dialami yakni penting untuk membuat design postingan produk dan penggunaan hastag dan *caption*, selain itu untuk memperluas jangkauan serta target pasar pemanfaatan Meta ads juga diperlukan.

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk memberikan pelatihan mengenai optimalisasi penggunaan media digital kepada ibu rumah tangga yang tergabung dalam Perkumpulan Istri Karyawan dan Karyawati (PIKK) PT PLN Persero Kantor PLN UP2B NTB. Pelatihan dilakukan melalui beberapa tahap, yaitu diskusi awal, penyamaan persepsi tentang konsep digital marketing, *interview* terkait permasalahan yang dihadapi peserta, dan *sharing session* berupa pelatihan. Kegiatan dilaksanakan secara offline pada 22 November 2024 di Ruang Narmada UPT Mataram dengan fokus materi tentang tips dan trik berbisnis melalui media digital untuk memperluas jangkauan pasar produk olahan rumah tangga. Berdasarkan hasil diskusi, permasalahan utama yang dihadapi peserta adalah kurangnya kemampuan dalam mendesain postingan produk, penggunaan *hashtag* (#) dan *caption* yang tepat, serta pemanfaatan Meta ads untuk memperluas jangkauan dan target pasar. Oleh karena itu, pelatihan ini penting untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan ibu rumah tangga dalam memasarkan produk secara digital sehingga dapat menambah penghasilan keluarga.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] P. Kotler and K. L. Keller, *Marketing Management (15th ed.)*. Pearson Education Limited, 2016.
- [2] F. S. Hutagalung, Martiano, Y. Sari, and 3)Fakultas 1, 2, "Pemberdayaan ekonomi perempuan melalui digital marketing pada Anggota Ranting Aisyiyah Cabang Helvetia," *J. Pengabdi. Kpd. Masy. Nusantara.*, vol. 6, no. 1, pp. 1176–1180, 2025.
- [3] P. Prihatini, "Pelatihan Digital Marketing Dalam Upaya Meningkatkan Penghasilan Ibu Rumah Tangga Majelis Taklim Perempuan Kecamatan Jatiyoso,"

- vol. 1, no. 2, pp. 264–270, 2022, doi: 10.55123/abdikan.v1i2.309.
- [4] C. S. Bangun and S. Purnama, “Optimalisasi Pemanfaatan Digital Marketing untuk UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah),” *ADI Pengabd. Kpd. Masy.*, vol. 3, no. 2, pp. 89–98, 2022, doi: 10.34306/adimas.v3i2.826.