



OPTIMALISASI MEDIA SOSIAL DAN AFFILIATE MARKETING SEBAGAI STRATEGI PEMBERDAYAAN EKONOMI IBU PKK DI ERA DIGITAL

Reni Suci Wahyuni^{1*}, Dani Rizana²

¹Prodi Bisnis Digital Politeknik Sawunggalih Aji, Kutoarjo, Indonesia

^{2,3}Jurusan Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Putra Bangsa, Indonesia

renisuciwahyuni97@gmail.com¹, danirizana@gmail.com²

Dikumpulkan: 22 Januari 2026; Diterima: 29 Januari 2026; Terbit/Dicetak: 30 Januari 2026

<https://doi.org/10.23960/begawi.v4i1.116>

Abstract : This community service activity aims to improve the knowledge, skills, and economic independence of Family Welfare Movement (PKK) women through the use of social media as a means of increasing income. The activity was held in Selang Village, Kebumen Regency, with approximately 30 PKK women participating. The method used was participatory and educational through outreach, training, hands-on practice, discussion, mentoring, and evaluation. The activity included an introduction to social media platforms (WhatsApp, Facebook, TikTok, and Instagram), an introduction to the concept of affiliate marketing as an alternative source of additional commissions, and an introduction to the CapCut application for creating simple promotional content. The results of the activity showed an increase in participants' understanding of the use of social media for economic activities, improved skills in creating digital content, and increased motivation and confidence in utilizing digital technology. This activity is expected to support women's economic empowerment and improve family welfare.

Copyright © 2026, Reni Suci Wahyuni, Dani Rizana

Keywords: Social Media, Affiliate Marketing, Digital Content, Women's Economic Empowerment

*Corresponding Author:

Reni Suci Wahyuni
Jl. Wismo Aji No.8, Kutoarjo, Kec. Kutoarjo, Kabupaten Purworejo, Jawa Tengah
Email: renisuciwahyuni97@gmail.com

Abstrak: Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan kemandirian ekonomi Ibu PKK melalui pemanfaatan media sosial sebagai sarana peningkatan penghasilan. Kegiatan dilaksanakan di Kelurahan Selang, Kabupaten Kebumen, dengan peserta sekitar 30 anggota Ibu PKK. Metode yang digunakan adalah partisipatif-edukatif melalui penyuluhan, pelatihan, praktik langsung, diskusi, pendampingan, dan evaluasi. Materi kegiatan mencakup pengenalan platform media sosial (WhatsApp, Facebook, TikTok, dan Instagram), pengenalan konsep affiliate marketing sebagai alternatif sumber menambah komisi, serta pengenalan aplikasi CapCut untuk pembuatan konten promosi sederhana. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman peserta mengenai pemanfaatan media sosial untuk kegiatan ekonomi, meningkatnya keterampilan dalam membuat konten digital, serta meningkatnya motivasi dan kepercayaan diri peserta dalam memanfaatkan teknologi digital. Kegiatan ini diharapkan dapat mendukung pemberdayaan ekonomi perempuan dan meningkatkan kesejahteraan keluarga.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi pada era digital saat ini telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan masyarakat, termasuk dalam bidang ekonomi dan pemasaran. Pemanfaatan internet dan media sosial tidak lagi terbatas pada sarana komunikasi dan hiburan, tetapi telah berkembang menjadi alat strategis dalam mendukung aktivitas bisnis dan kewirausahaan (Khairi et al., 2025). Media sosial memungkinkan pelaku usaha untuk menjangkau konsumen secara lebih luas, membangun hubungan dengan pelanggan, serta meningkatkan daya saing usaha secara berkelanjutan (Hamid et al., 2024).

Perubahan pola pemasaran dari konvensional ke digital menjadi peluang sekaligus tantangan bagi masyarakat, khususnya pelaku usaha mikro dan usaha rumah tangga. Digital marketing terbukti mampu meningkatkan visibilitas produk, memperluas pasar, dan meningkatkan penjualan pada skala usaha kecil apabila diterapkan secara tepat (Kotler & Amstrong, 2016). Namun demikian, tingkat adopsi teknologi digital pada usaha mikro di tingkat kelurahan dan pedesaan masih relatif rendah akibat keterbatasan literasi digital dan keterampilan teknis (Rudihartati et al., 2025).

Pemberdayaan ekonomi perempuan merupakan salah satu aspek penting dalam pembangunan masyarakat yang inklusif dan berkelanjutan. Perempuan memiliki kontribusi signifikan dalam perekonomian keluarga, terutama melalui kegiatan usaha mikro dan usaha rumahan (Rahmadi et al., 2023). Penelitian menunjukkan bahwa peningkatan kapasitas ekonomi perempuan berpengaruh positif terhadap kesejahteraan keluarga dan ketahanan

ekonomi rumah tangga (Alie & Elanda, 2019). Oleh karena itu, program pemberdayaan yang menyasar kelompok perempuan, termasuk Ibu PKK, memiliki nilai strategis dalam pembangunan ekonomi lokal. Program Pemberdayaan dan Kesejahteraan Keluarga (PKK) berperan sebagai wadah partisipasi perempuan dalam berbagai kegiatan sosial dan ekonomi. Dalam praktiknya, banyak anggota PKK yang terlibat dalam usaha produktif seperti kuliner rumahan, kerajinan, dan produk olahan lokal. Namun, keterbatasan akses pasar dan strategi pemasaran sering menjadi hambatan utama dalam pengembangan usaha tersebut (Syaharany, et al., 2025).

Kelurahan Selang, Kabupaten Kebumen, memiliki potensi sumber daya manusia yang cukup besar dari kelompok Ibu PKK. Sebagian anggota PKK telah memiliki usaha rumah tangga, sementara sebagian lainnya memiliki minat untuk memulai usaha. Akan tetapi, sebagian besar pemasaran produk masih dilakukan secara tradisional, seperti penjualan langsung dan promosi dari mulut ke mulut. Pola pemasaran ini menyebabkan jangkauan pasar terbatas dan pertumbuhan usaha berjalan lambat. Rendahnya pemanfaatan media sosial sebagai sarana pemasaran disebabkan oleh kurangnya pemahaman mengenai fungsi media sosial untuk kegiatan usaha, keterbatasan kemampuan dalam membuat konten promosi, serta rendahnya kepercayaan diri dalam menggunakan teknologi digital (Yulistiawan et al., 2024). Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa pelaku usaha mikro sering mengalami kesulitan dalam mengelola konten digital dan strategi promosi daring secara mandiri (Suryani et al., 2026).

Pada hal, media sosial memiliki karakteristik yang sangat sesuai dengan kebutuhan usaha mikro dan usaha rumah tangga. Media sosial bersifat fleksibel, mudah diakses melalui telepon pintar, serta tidak memerlukan biaya promosi yang besar. Selain itu, media sosial memungkinkan interaksi dua arah antara penjual dan konsumen, yang dapat meningkatkan kepercayaan dan loyalitas pelanggan (Sefthian & Asbari, 2025). Dalam konteks pengabdian kepada masyarakat, pemanfaatan media sosial tidak hanya dipandang sebagai strategi pemasaran, tetapi juga sebagai sarana pemberdayaan masyarakat berbasis pengetahuan dan keterampilan praktis (Habeahan et al., 2025). Pengabdian masyarakat yang berorientasi pada peningkatan kapasitas dan kemandirian ekonomi dinilai lebih berkelanjutan dibandingkan pendekatan bantuan langsung, karena mampu mendorong partisipasi aktif dan perubahan perilaku masyarakat sasaran (Elza, 2025).

Beberapa studi pengabdian masyarakat menunjukkan bahwa pelatihan pemasaran digital dan pemanfaatan media sosial bagi kelompok perempuan dan pelaku usaha mikro memberikan dampak positif terhadap peningkatan pengetahuan, keterampilan, serta motivasi berwirausaha (Diana et al., 2023). Pendekatan pelatihan yang disertai dengan praktik langsung dan pendampingan dinilai efektif dalam meningkatkan kepercayaan diri peserta dalam menggunakan teknologi digital (Wardani, 2025).

Berdasarkan kondisi tersebut, diperlukan upaya pendampingan yang sistematis untuk meningkatkan literasi digital dan keterampilan pemasaran Ibu PKK. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat menjadi salah satu bentuk peran perguruan tinggi dalam mentransfer ilmu pengetahuan dan teknologi kepada masyarakat. Pengabdian masyarakat yang berfokus pada peningkatan kapasitas digital terbukti efektif dalam mendorong kemandirian ekonomi masyarakat lokal (Pusvisasari et al., 2025).

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini difokuskan pada pemanfaatan media sosial sebagai sarana untuk meningkatkan penghasilan Ibu PKK di Kelurahan Selang, Kabupaten Kebumen. Pelatihan dirancang dengan pendekatan praktis dan aplikatif agar mudah dipahami dan diterapkan oleh peserta. Materi yang diberikan mencakup pengenalan media sosial, pembuatan konten promosi, strategi pemasaran sederhana, serta etika berjualan secara daring. Melalui kegiatan ini, diharapkan Ibu PKK memiliki pemahaman dan keterampilan yang memadai dalam memanfaatkan media sosial secara optimal. Dengan meningkatnya kemampuan pemasaran digital, usaha rumah tangga yang dikelola oleh Ibu PKK diharapkan dapat berkembang, memiliki daya saing, serta berkontribusi terhadap peningkatan kesejahteraan keluarga dan perekonomian masyarakat di Kelurahan Selang.

METODE

Metode yang digunakan dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah metode partisipatif-edukatif. Metode partisipatif-edukatif merupakan pendekatan pelaksanaan kegiatan yang mengintegrasikan proses pembelajaran dengan keterlibatan aktif peserta dalam seluruh tahapan kegiatan. Pendekatan ini menempatkan peserta sebagai subjek utama yang berperan aktif dalam mengidentifikasi kebutuhan, mengikuti proses pembelajaran, serta terlibat dalam diskusi, praktik, dan evaluasi kegiatan. Unsur edukatif diwujudkan melalui pemberian materi, pelatihan, dan pendampingan yang bertujuan meningkatkan pengetahuan dan keterampilan, sedangkan unsur partisipatif tercermin dalam interaksi dua arah, praktik langsung, serta umpan balik yang diberikan peserta berdasarkan pengalaman mereka (Nuryana et al., 2025). Melalui metode ini, proses pembelajaran

menjadi lebih kontekstual dan aplikatif, sehingga mampu mendorong kemandirian, pemberdayaan, dan keberlanjutan dampak kegiatan yang menekankan keterlibatan aktif peserta dalam seluruh rangkaian kegiatan. Pendekatan ini dipilih karena dinilai sesuai dengan karakteristik sasaran kegiatan, yaitu Ibu PKK, yang membutuhkan pembelajaran praktis, aplikatif, dan mudah dipahami.

Pendekatan Pengabdian

Secara rinci, metode pengabdian dilaksanakan melalui beberapa pendekatan sebagai berikut:

1. Penyuluhan dan Edukasi

Penyuluhan dilakukan untuk memberikan pemahaman awal mengenai pentingnya pemanfaatan media sosial dalam meningkatkan penghasilan keluarga. Materi disampaikan secara komunikatif menggunakan bahasa yang sederhana agar mudah dipahami oleh seluruh peserta.

2. Pelatihan dan Praktik Langsung

Pelatihan dilaksanakan dengan metode *learning by doing*, di mana peserta tidak hanya menerima materi secara teori, tetapi juga langsung mempraktikkan penggunaan media sosial dan aplikasi pendukung. Peserta dibimbing dalam membuat akun media sosial usaha, mengenal konsep *affiliate marketing*, serta menggunakan aplikasi CapCut untuk mengedit konten promosi sederhana.

3. Diskusi dan Tanya Jawab

Metode diskusi digunakan untuk menggali pengalaman peserta, mengidentifikasi kendala yang dihadapi dalam berwirausaha, serta memberikan solusi sesuai dengan kondisi dan kebutuhan peserta. Diskusi ini juga mendorong partisipasi aktif dan pertukaran pengalaman antaranggota PKK.

4. Pendampingan

Pendampingan dilakukan selama kegiatan berlangsung untuk membantu peserta yang mengalami kesulitan teknis. Pendekatan ini bertujuan untuk meningkatkan kepercayaan diri peserta dalam menggunakan media sosial dan aplikasi digital secara mandiri.

5. Evaluasi

Evaluasi kegiatan dilakukan secara kualitatif melalui pengamatan, diskusi, dan umpan balik dari peserta. Evaluasi ini digunakan untuk menilai tingkat pemahaman, keterampilan yang diperoleh, serta respon peserta terhadap kegiatan pengabdian yang dilaksanakan.

Metode Pelaksanaan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan di Kelurahan Selang, Kabupaten Kebumen. Sasaran kegiatan adalah anggota Ibu PKK Kelurahan Selang dengan jumlah peserta sekitar 30 orang. Metode pelaksanaan terdiri atas beberapa tahapan, yaitu persiapan, pelaksanaan, dan evaluasi.

Tahap persiapan meliputi koordinasi dengan pihak kelurahan dan pengurus PKK, identifikasi kebutuhan peserta, serta penyusunan materi pelatihan. Tahap pelaksanaan dilakukan melalui penyampaian materi secara singkat, diskusi interaktif, dan praktik langsung penggunaan media sosial. Materi yang diberikan mencakup pengenalan berbagai platform media sosial yang umum digunakan untuk kegiatan usaha, yaitu WhatsApp, Facebook, TikTok, dan Instagram. Selain itu, peserta juga diberikan pengenalan mengenai konsep *affiliate marketing* sebagai alternatif untuk menambah penghasilan, khususnya bagi Ibu PKK yang belum memiliki produk sendiri. Materi *affiliate* difokuskan pada pemahaman dasar mekanisme kerja, pemilihan produk yang sesuai, serta cara membagikan tautan afiliasi melalui media sosial.

**Gambar 1.** Bagan Alur Pengabdian Masyarakat

Peserta juga diperkenalkan dengan aplikasi pengeditan konten sederhana, seperti CapCut, sebagai pendukung kegiatan promosi digital. Pelatihan dilakukan secara langsung pada fitur-fitur dasar aplikasi tersebut agar peserta mampu menghasilkan konten visual berupa foto dan video promosi yang menarik, komunikatif, serta sesuai dengan karakter media sosial. Evaluasi kegiatan dilaksanakan melalui diskusi dan sesi tanya jawab untuk mengukur tingkat pemahaman peserta serta mengetahui respon terhadap materi yang telah disampaikan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Kelurahan Selang, Kabupaten Kebumen, berlangsung dengan lancar dan mendapat respons yang sangat positif dari para peserta. Sebanyak kurang lebih 30 anggota Ibu PKK mengikuti kegiatan ini dengan tingkat kehadiran yang tinggi dan partisipasi aktif pada setiap sesi. Hal ini menunjukkan adanya kebutuhan dan minat yang besar terhadap materi yang disampaikan, khususnya yang berkaitan dengan peningkatan penghasilan keluarga melalui pemanfaatan media sosial.

**Gambar 2.** Materi Pengabdian Kepada Masyarakat

Pada tahap awal kegiatan, peserta diberikan pemahaman mengenai peran media sosial dalam mendukung kegiatan ekonomi dan usaha mikro. Hasil observasi selama kegiatan menunjukkan bahwa sebagian besar peserta sebelumnya hanya menggunakan media sosial untuk keperluan komunikasi pribadi dan hiburan. Setelah mengikuti sesi pengenalan, peserta mulai memahami bahwa platform seperti WhatsApp, Facebook, TikTok, dan Instagram dapat dimanfaatkan sebagai sarana promosi dan pemasaran produk secara efektif. Pemahaman ini menjadi dasar

penting dalam membangun kesadaran digital bagi Ibu PKK. Sesuai dengan hasil pengabdian yang dilakukan oleh Sefthian & Asbari, (2025) yang menyatakan bahwa Media sosial merupakan elemen utama dalam komunikasi bisnis di era komunikasi digital. Perannya sangat penting, Mulai dari membangun branding hingga meningkatkan penjualan. Media sosial dalam komunikasi bisnis sangat berguna untuk Membangun dan Meningkatkan Merek (*Brand Awareness*) memungkinkan menjangkau calon pembeli yang lebih luas dan membangun kesadaran merk secara efektif,dengan konten yang menarik dan relevan, bisnis dapat menarik perhatian calon pelanggan dan memperkuat citra merek bisnis (Mendrofa et al., 2025).

Pada sesi pelatihan dan praktik langsung, peserta dibimbing untuk mengenal fitur-fitur dasar media sosial yang relevan untuk kegiatan usaha. Peserta tampak antusias saat mempraktikkan pembuatan konten sederhana, seperti mengambil foto produk menggunakan telepon pintar dan menuliskan deskripsi produk yang menarik. Diskusi yang berlangsung menunjukkan bahwa peserta mulai mampu mengidentifikasi keunggulan produk masing-masing dan menyampaikannya dalam bentuk konten promosi. Hal ini menunjukkan adanya peningkatan keterampilan dasar pemasaran digital pada peserta.

Selain pemanfaatan media sosial untuk promosi produk sendiri, pengenalan konsep *affiliate marketing* memberikan perspektif baru bagi peserta mengenai alternatif sumber penghasilan (Hamzah et al., 2023). Beberapa peserta yang belum memiliki usaha menyampaikan ketertarikan terhadap model afiliasi karena dinilai lebih fleksibel dan tidak memerlukan modal besar. Peserta memahami bahwa melalui sistem afiliasi, mereka dapat memperoleh penghasilan dengan mempromosikan produk pihak lain menggunakan media sosial yang dimiliki. Temuan ini sejalan dengan konsep pemberdayaan ekonomi berbasis digital yang menekankan pada kemudahan akses dan fleksibilitas.

Pengenalan aplikasi pengeditan konten CapCut juga menjadi salah satu bagian yang paling diminati oleh peserta. CapCut menyediakan opsi untuk menghasilkan video dalam format yang sesuai dengan platform media sosial seperti Instagram, Facebook, atau TikTok (Natsir et al., 2024). Melalui praktik langsung, peserta belajar menggunakan fitur dasar aplikasi untuk membuat konten visual berupa video promosi singkat. Hasil praktik menunjukkan bahwa peserta mampu menghasilkan konten sederhana yang lebih menarik dibandingkan konten sebelumnya. Kemampuan ini dinilai penting karena konten visual memiliki daya tarik yang lebih tinggi di media sosial, khususnya pada platform seperti TikTok dan Instagram.

Dari hasil diskusi dan evaluasi kualitatif, diketahui bahwa kegiatan ini tidak hanya meningkatkan pengetahuan dan keterampilan peserta, tetapi juga meningkatkan motivasi dan kepercayaan diri dalam memanfaatkan teknologi digital. Peserta menyatakan lebih berani untuk mencoba memasarkan produk melalui media sosial dan tertarik untuk terus belajar mengembangkan konten promosi. Peningkatan motivasi ini menjadi modal sosial yang penting dalam pengembangan usaha rumah tangga.

Secara keseluruhan, hasil kegiatan menunjukkan bahwa pendekatan partisipatif-edukatif yang digunakan dalam pengabdian ini efektif dalam meningkatkan kapasitas Ibu PKK. Kegiatan pelatihan yang disertai dengan praktik langsung dan pendampingan mampu menjembatani kesenjangan pengetahuan dan keterampilan digital yang sebelumnya dimiliki peserta. Temuan ini memperkuat hasil-hasil pengabdian sebelumnya yang menyatakan bahwa pelatihan pemasaran digital berbasis komunitas dapat meningkatkan kemandirian ekonomi masyarakat.



Gambar 3. Photo Bersama Kegiatan PKM

Dengan demikian, kegiatan pengabdian ini memiliki implikasi positif tidak hanya pada peningkatan kemampuan individu peserta, tetapi juga pada penguatan peran Ibu PKK sebagai agen pemberdayaan ekonomi keluarga dan masyarakat di tingkat kelurahan. Pemanfaatan media sosial dan *affiliate marketing* dapat menjadi strategi alternatif yang relevan dan berkelanjutan dalam mendukung pengembangan ekonomi lokal di Kelurahan Selang.

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan di Kelurahan Selang, Kabupaten Kebumen, dengan tema pemanfaatan media sosial untuk meningkatkan penghasilan Ibu PKK telah berjalan dengan baik dan mencapai tujuan yang diharapkan. Kegiatan ini mampu memberikan kontribusi nyata dalam meningkatkan pengetahuan, keterampilan, serta motivasi peserta dalam memanfaatkan teknologi digital sebagai sarana pendukung kegiatan ekonomi keluarga.

Melalui metode *partisipatif-edukatif* yang melibatkan penyuluhan, pelatihan, praktik langsung, diskusi, dan pendampingan, Ibu PKK memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai penggunaan berbagai platform media sosial, seperti WhatsApp, Facebook, TikTok, dan Instagram, untuk kegiatan usaha. Peserta tidak hanya memahami fungsi media sosial sebagai sarana komunikasi, tetapi juga sebagai media promosi dan pemasaran yang efektif dan berbiaya rendah. Selain itu, pengenalan konsep *affiliate marketing* memberikan wawasan baru bagi peserta mengenai alternatif sumber penghasilan yang dapat dilakukan tanpa harus memiliki produk sendiri. Materi ini dinilai relevan dengan kondisi sebagian Ibu PKK yang belum memiliki usaha, namun memiliki minat untuk memperoleh tambahan penghasilan melalui aktivitas digital. Pengenalan aplikasi pengeditan konten seperti CapCut juga membantu peserta dalam meningkatkan kemampuan membuat konten promosi yang lebih menarik dan komunikatif.

Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan kepercayaan diri peserta dalam menggunakan media sosial dan aplikasi digital. Antusiasme peserta selama kegiatan berlangsung menjadi indikator bahwa materi yang diberikan sesuai dengan kebutuhan dan kondisi sasaran pengabdian. Dengan bekal pengetahuan dan keterampilan dasar yang diperoleh, Ibu PKK diharapkan mampu mengembangkan usaha rumah tangga secara lebih mandiri dan berkelanjutan.

Secara keseluruhan, kegiatan pengabdian ini tidak hanya berkontribusi pada peningkatan kapasitas individu, tetapi juga berpotensi mendukung pemberdayaan ekonomi perempuan dan peningkatan kesejahteraan keluarga di Kelurahan Selang. Pemanfaatan media sosial sebagai alat pemberdayaan ekonomi menjadi strategi yang relevan dan adaptif terhadap perkembangan teknologi di era digital.

Saran

Berdasarkan hasil pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, terdapat beberapa saran yang dapat disampaikan untuk pengembangan kegiatan serupa di masa mendatang. *Pertama*, diperlukan kegiatan pendampingan lanjutan secara berkelanjutan agar keterampilan yang telah diperoleh peserta dapat terus dikembangkan dan diterapkan secara optimal. Pendampingan jangka panjang diharapkan mampu membantu Ibu PKK dalam mengatasi kendala teknis maupun nonteknis yang muncul dalam proses pemasaran digital. *Kedua*, kegiatan pengabdian selanjutnya dapat dikembangkan dengan materi yang lebih mendalam, seperti strategi pemasaran digital lanjutan, pemanfaatan fitur iklan berbayar pada media sosial, pengelolaan keuangan usaha sederhana, serta penguatan branding produk lokal. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan daya saing usaha rumah tangga yang dikelola oleh Ibu PKK.

Ketiga, diperlukan dukungan dan sinergi antara perguruan tinggi, pemerintah kelurahan, dan pengurus PKK dalam mendorong pemanfaatan media sosial sebagai bagian dari program pemberdayaan ekonomi masyarakat. Kolaborasi yang berkelanjutan akan memperkuat dampak kegiatan pengabdian dan memperluas manfaatnya bagi masyarakat. *Keempat*, bagi peserta yang belum memiliki usaha, pemanfaatan *affiliate marketing* dapat dijadikan langkah awal untuk mengenal dunia usaha digital. Ke depan, peserta diharapkan dapat mengembangkan aktivitas tersebut menjadi usaha mandiri yang lebih produktif.

Dengan adanya saran-saran tersebut, diharapkan kegiatan pengabdian kepada masyarakat terkait pemanfaatan media sosial dapat terus dikembangkan dan memberikan dampak yang lebih luas dalam meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat, khususnya Ibu PKK di tingkat kelurahan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah berkontribusi dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini. Ucapan terima kasih disampaikan kepada pihak Kelurahan Selang, Kabupaten Kebumen, yang telah memberikan dukungan dan fasilitasi selama kegiatan berlangsung. Apresiasi juga diberikan kepada pengurus PKK Kelurahan Selang atas kerja sama dan partisipasi aktif dalam mengoordinasikan peserta kegiatan. Terima kasih yang sebesar-besarnya disampaikan kepada seluruh anggota Ibu PKK Kelurahan Selang yang telah mengikuti kegiatan dengan antusias dan semangat belajar yang tinggi. Dukungan dan partisipasi dari seluruh pihak tersebut sangat berperan dalam kelancaran dan keberhasilan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini.

REFERENSI

- Alie, A., & Elanda, Y. (2019). Perempuan dan ketahanan ekonomi keluarga (studi di Kampung Kue Rungkut Surabaya). *Journal of Urban Sociology*, 31–42.
- Diana, Y., Rahayu, S., & Zannah, A. (2023). Pengaruh pelatihan kewirausahaan dan pemasaran digital terhadap peningkatan ekonomi masyarakat di desa Kelambir Lima. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 6(1), 1–14.
- Elza, P. (2025). Pemberdayaan Masyarakat melalui Pelatihan Keterampilan Digital dan Pemasaran Online. *Jurnal Energi Dan Ketahanan Vol*, 1(01), 8.
- Habeahan, A., Tarigan, C. I. V., Sinaga, D., Aulia, D., Silalahi, E. A., Purba, L. M., Sinaga, R. I., & Ambarita, P. D. E. (2025). Strategi Pemberdayaan Masyarakat Dalam Mengembangkan Ekonomi Kreatif Di Era Society 5.0. *Jurnal Akademik Pengabdian Masyarakat*, 3(4), 312–324.
- Hamid, R. S., Bachtiar, R. E. P., & Al Idrus, R. D. (2024). Peran Saluran Distribusi Dan Aktivitas Pemasaran Sosial Media Dalam Meningkatkan Kinerja Pemasaran Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkm). *Jurnal Bisnis Dan Kewirausahaan*, 13(2), 159–168.
- Hamzah, M. W., Mulyana, A., & Faisal, Y. A. (2023). Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat melalui Affiliate Marketing dan Peningkatan Pendapatan Afiliator. *Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan Dan Kemasyarakatan*, 17(5), 3241–3257.
- Khairi, M., Rianto, B., Jalil, M., Juita, H., & Sudeska, E. (2025). Pengaruh teknologi dalam transformasi ekonomi dan bisnis di era digital. *Jurnal Perangkat Lunak*, 7(1), 71–78.
- Kotler, & Armstrong. (2016). *Principles of Marketing Sixteenth Edition Global Edition*. England. Pearson Education Limited.
- Mendrofa, Y., Ndruru, A. F. J., Halawa, A., Lase, B. I. N., Zebua, I. S. M., Telaumbanua, J., Telaumbanua, P. S., Zendrato, S. N., & Telaumbanua, S. H. (2025). Peran Media Sosial dalam Mempromosikan Produk UMKM. *Jurnal Visi Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(2), 146–159.
- Natsir, K., Bangun, N., Alodia, N., & Rahmat, B. I. (2024). Perancangan konten video promosi produk UMKM menggunakan aplikasi berbasis AI. *Jurnal Serina Abdimas*, 2(3), 1335–1341.
- Nuryana, R. S., Jatnika, D. C., & Firsanty, F. P. (2025). *Pendekatan partisipatif dalam program sosial : tinjauan sistematis literatur*. 15(1), 35–47.
- Pusvisasari, L., Latipah, E., Irnawati, W., & Maspuroh, M. (2025). Transformasi Ekonomi Lokal dalam Peningkatan Kondisi sosial Masyarakat di Cianjur. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 10–17.
- Rahmadi, A. N., Sucahyo, I., Septiandi, V., Supriyanto, S., & Mubarok, H. (2023). Pemberdayaan Ibu Rumah Tangga dalam Membuka Peluang Usaha Baru Guna Meningkatkan Perekonomian. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, 4(3), 2630–2635.
- Rudihartati, L., Ferdiansyah, M., & Rahman, T. (2025). Inklusi Digital dan Pemberdayaan UMKM Lampung Tengah: Meningkatkan Daya Saing Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di Era Digital. *Jurnal Pengabdian Nasional (JPN) Indonesia*, 6(1), 64–72.
- Sefthian, S., & Asbari, M. (2025). Peran Media Sosial dalam Komunikasi Bisnis di Era Ekonomi Digital. *Jurnal Ilmu Sosial, Manajemen, Akuntansi Dan Bisnis*, 2(1), 29–36.
- Suryani, E. L., Efendi, Z. F., Ramadhani, A. S., Khoirunnisa, A. L., & Yulianto, M. A. (2026). Pelatihan Manajemen Keuangan dan Pemasaran Digital untuk Mengembangkan Usaha Mikro. *Harmoni Sosial: Jurnal Pengabdian Dan Solidaritas Masyarakat*, 3(1), 49–60.
- Syaharany, N. S., Aprilianti, S., & Septianawati, W. (2025). Pemberdayaan Ibu PKK dalam Meningkatkan Kemandirian Ekonomi Keluarga di Era Digital. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 10(1).
- Wardani, W. S. (2025). Peran Strategi Pengembangan Sumber Daya Manusia terhadap Peningkatan Kapasitas dan Kemandirian Anggota PKK di Era Digital: Studi PKK Dusun Sitirejo, Kecamatan Wagir, Kabupaten Malang. *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*.
- Yulistiawan, B. S., Hananto, B., Pd, C. N., & Handayani, L. (2024). Pemanfaatan teknologi digital dalam upaya meningkatkan daya jual produk UMKM. *Jurnal Abmas Negeri (JAGRI)*, 5(1), 141–149.