

# PENERAPAN KEWIRAUSAHAAN DENGAN DUKUNGAN KEMASAN DAN MEDIA PEMASARAN ONLINE PADA KADER PKK

Mia Ajeng Alifiana<sup>1\*</sup>, Vikha Indira Asri<sup>2</sup>, Akh. Sokhibi<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muria Kudus, Indonesia

<sup>2,3</sup>Prodi Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Muria Kudus, Indonesia

\* Penulis Korespondensi : [mia.ajeng@umk.ac.id](mailto:mia.ajeng@umk.ac.id)

## Abstrak

*Pengabdian Kepada Masyarakat ini dilakukan sebagai bentuk pemberdayaan kader Pemberdayaan dan Kesejahteraan Keluarga (PKK). Mitra dalam kegiatan ini adalah kader PKK di RT 4 RW 4 Perumahan Kudus Permai, Desa Garung Lor, Kecamatan Kaliwungu, Kabupaten Kudus. Permasalahan utama pada komunitas tersebut adalah mati surinya pendidikan praktis sejak pandemi Covid 19, yang berarti bahwa (1) kurangnya praktek kewirausahaan atas suatu ide bisnis baru; (2) kurangnya pemahaman dalam pengemasan suatu produk; (3) kurangnya pemahaman akan pentingnya pemasaran online. Berdasar permasalahan mitra, maka tujuan dari Pengabdian ini adalah (1) pendampingan praktek kewirausahaan atas suatu ide bisnis baru; (2) peningkatan pemahaman dalam pengemasan suatu produk; (3) peningkatan pemahaman akan pentingnya pemasaran online. Metode yang digunakan adalah sosialisasi dan pendampingan kepada mitra. Alternatif penyelesaian masalah yang diberikan adalah (1) praktek kewirausahaan “tahu walik”; (2) pengenalan kemasan yang ramah produk; (3) pengenalan pemasaran online berupa media sosial. Harapannya dengan ketiga solusi yang diberikan, risiko mitra atas permasalahan yang dihadapi dapat diminimalisir, dan akhirnya mitra dapat lebih berani mengembangkan ide bisnis baru dengan baik.*

**Kata kunci:** PKK, Kewirausahaan, Kemasan, Pemasaran Online

## Abstract

*Community Service is carried out as a form of empowering Family Empowerment and Welfare (PKK) cadres. The partners in this activity were PKK cadres in RT 4 RW 4 Kudus Permai Housing, Garung Lor Village, Kaliwungu District, Kudus Regency. The main problem in this community is the virtual death of practical education since the Covid-19 pandemic, which means that (1) there is a lack of entrepreneurial practice for a new business idea; (2) lack of understanding in the packaging of a product; (3) a lack of understanding of the importance of online marketing. Based on the partner's problems, the purpose of this Community Service is (1) to mentor entrepreneurial practices for a new business idea; (2) increase understanding of the packaging of a product; (3) increase understanding of the importance of online marketing. The method used is outreach and assistance to partners. The solutions provided are (1) the “know the guardian” entrepreneurial practice; (2) the introduction of product-friendly packaging; (3) the introduction of online marketing in the form of social media. It is hoped that with the three solutions provided, partner risks for the problems faced can be minimized, and finally, partners can be more courageous in developing new business ideas properly.*

**Keywords:** PKK, Entrepreneurship, Packaging, Online Marketing

## A. PENDAHULUAN

Pemberdayaan dan Kesejahteraan Keluarga atau yang disingkat PKK merupakan organisasi kemasyarakatan yang bertujuan memberdayakan wanita agar berpartisipasi dalam pembangunan di Indonesia, dengan 10 program pokok yang pada hakekatnya merupakan kebutuhan dasar manusia yaitu: 1) Penghayatan dan pengamalan Pancasila, 2) Gotong royong, 3) Pangan, 4) Sandang, 5) Perumahan dan tatalaksana rumah tangga, 6) Pendidikan dan keterampilan, 7) Kesehatan, 8) Pengembangan kehidupan berkoperasi, 9) Kelestarian lingkungan hidup, 10) Perencanaan sehat (Adytya B, 2022)

Kecamatan Kaliwungu adalah salah satu kecamatan di kabupaten Kudus yang terkenal akan adanya sentra tahu, tetapi pengoptimalisasian varian dari tahu masih kurang. Padahal jumlah penduduk per tahun 2021 adalah 103.293 jiwa, terdiri dari perempuan sejumlah 51.421 jiwa dan laki-laki sejumlah 51.872 jiwa (BPS, 2021). Kecamatan Kaliwungu juga mendukung adanya ruang gerak yang fleksibel bagi masyarakatnya, sebagai upaya peningkatan perekonomian keluarga. Desa Garung Lor merupakan salah satu desa yang terdapat di Kecamatan Kaliwungu, dengan Siti Rofi'ah, A.Md. selaku Kepala Desa. Perumahan Kudus Permai merupakan bagian dari Desa Garung Lor, yang memiliki PKK dengan anggota yang didominasi oleh ibu rumah tangga dengan penduduk utama berusia lanjut usia atau pensiunan, yang notabennya haus akan pendidikan praktis guna menambah bekal sebagai Ibu Rumah Tangga, dan akhirnya dapat membantu meningkatkan pendapatan keluarganya.

Dewi selaku ketua PKK RT 4 RW 4 Perumahan Kudus Permai (2022) menyatakan bahwa sebenarnya pendidikan praktis telah rutin dilakukan selama PKK sebelum pandemi Covid-19. Namun, sejak pandemi sampai sekarang memang belum dimulai kembali. Padahal warga sudah haus akan adanya ilmu baru yang dapat dipraktikkan untuk meningkatkan pendapatan rumah tangganya, dalam hal ini terkait dengan peningkatan kemampuan berwirausaha.

Kesuksesan kemampuan berwirausaha dewasa ini terwujud dengan adanya dukungan kemampuan dalam memasarkan produk, baik melalui kemasan yang baik, maupun melalui media pemasaran online. Dilansir dari pusat edukasi seller untuk tokopedia (2022) diperoleh informasi bahwa kemasan merupakan salah satu alat pemasaran yang efektif. Kemasan merupakan salah satu faktor penting dalam *branding* suatu produk, karena kemasan menunjukkan kepribadian dan identitas *brand* melalui logo, warna, dan desain. Masayau (2018) menyatakan bahwa untuk memenangkan situasi persaingan yang semakin ketat, salah satu caranya adalah dengan menciptakan tampilan kemasan semenarik mungkin untuk membungkus produk yang dihasilkan dan siap ditawarkan ke pasar, sehingga jumlah konsumen yang berminat membeli produk yang ditawarkan perusahaan akan meningkat.

Internet telah menjadi kebutuhan hidup setiap manusia. Gatra.com melalui Mely (2022) menyatakan bahwa survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), menginformasikan sebanyak 210,03 juta pengguna internet di dalam negeri pada periode 2021-2022. Dan berdasar laporan *We Are Social* diperoleh informasi bahwa jumlah pengguna aktif media sosial pada awal 2022 adalah sebanyak 191 juta orang sedangkan pada 2021 sebesar 170 juta orang. Dengan total populasi 273.5 juta lebih hal tersebut berarti hampir dari setengah penduduk Indonesia telah menjadi pengguna aktif media sosial. Media sosial yang paling sering digunakan oleh rakyat Indonesia adalah (1) WhatsApp (88,7%); (2) Instagram (84,8%); (3) Facebook (81,3%); (4) TikTok (63,1%); (5) Telegram (62,8%). Kiki Sri Rejeki (2016) menyatakan dari 38 UMKM di Jawa Tengah didapatkan bahwa semua UMKM yang dijadikan sampel memanfaatkan sosial media dan memberikan beberapa manfaat antara lain untuk menjaga hubungan dengan pelanggan, memberikan informasi kepada pelanggan mengenai produk baru, dan memberikan efisiensi biaya pemasaran. Sedangkan Irwan S dan Fitri D (2019) menyatakan bahwa pelatihan pemanfaatan internet *marketing* pada PKK Kelurahan Sarijadi dan Ciwaruga selama 4 bulan, dapat menjadi salah satu kegiatan yang menunjang program kerja PKK pada mitra dalam menciptakan wanita yang berjiwa kewirausahaan, kreatif dan mampu menjadi wanita mandiri secara finansial.

Hawangga DF dan Utama (2020) menyatakan bahwa para pelaku bisnis perlu mengoptimalkan pemasaran online dan digital branding sebagai sarana komunikasi dengan target konsumennya. Maulidasari dkk (2020) menyatakan bahwa jangkauan calon konsumen pada pemasaran online lebih luas, sehingga lebih

menguntungkan karena hanya membutuhkan biaya pemasaran yang relative murah disbanding pemasaran offline.

Berdasar uraian diatas, dapat disimpulkan bahwa permasalahan yang dimiliki mitra atas mati surinya pendidikan praktis selama pandemic Covid-19 adalah (1) kurangnya praktek kewirausahaan atas suatu ide bisnis baru; (2) kurangnya pemahaman dalam pengemasan suatu produk; (3) kurangnya pemahaman akan pentingnya pemasaran online. Sehingga dapat dikatakan bahwa PKK RT 4 RW 4 Perumahan Kudus Permai, Desa Garung Lor, Kecamatan Kaliwungu, Kabupaten Kudus memiliki potensi risiko di aspek produksi karena kurangnya ide bisnis baru, dan di aspek pemasaran karena kurangnya pemahaman akan kemasan yang baik dan pentingnya pemasaran online.

Tujuan pengabdian ini adalah memberikan solusi atas permasalahan yang dihadapi mitra berdasar risiko yang dimilikinya, di aspek produksi dan pemasaran. Alifiana, MA. dan Susanti, N. (2018) menyatakan bahwa penggolongan potensi risiko UMKM dapat dijadikan dasar dalam pembinaan UMKM berdasar penyelesaian masalah yang dimilikinya, sehingga pembinaan tepat sasaran dan kemudian dapat dilakukan pemetaan berdasar potensi risiko UMKM tersebut. Berdasar studi tersebut dapat dianalogikan bahwa penggolongan potensi risiko dikelompok pemberdayaan juga dapat digunakan sebagai dasar penyelesaian masalah yang dimiliki.

Berdasar permasalahan tersebut, maka mitra memerlukan pendampingan dalam pengelolaan risiko dari aspek produksi dan pemasaran. Sehingga tim PKM dari Universitas Muria Kudus melakukan pengabdian pada mitra dengan tema “Penerapan Kewirausahaan Dengan Dukungan Kemasan Dan Media Pemasaran Online Pada Kader PKK” tepatnya di RT 4 RW 4 Desa Garung Lor, Kecamatan Kaliwungu, Kabupaten Kudus.



Gambar 1. Sasaran PKM yaitu kader PKK RT 4 RW 4 Ds. Garung Lor, Kec. Kaliwungu, Kab. Kudus

## **B. BAHAN DAN METODE**

Bahan yang digunakan dalam pengabdian ini berupa bahan habis pakai untuk praktek kewirausahaan pembuatan tahu walik yang terdiri dari: (1) 25 potong tahu kosong; (2) 250 gram daging ayam; (3) air secukupnya; (4) 3 siung bawang putih; (5) 100 gram tepung tapioka; (6) 50 gram tepung terigu; (7) 1 sdt garam; (8) 1 sdt kaldu jamur; (9)  $\frac{3}{4}$  sdt lada bubuk; (10) daun bawang secukupnya; (11) minyak untuk menggoreng.

Metode yang digunakan dalam pemecahan masalah mitra adalah (1) pendampingan dan praktek langsung pembuatan tahu walik; (2) sosialisasi atas kemasan yang baik; dan (3) sosialisasi akan pentingnya pemasaran online.

Sosialisasi dilakukan dengan presentasi dan diskusi dengan mitra atas permasalahan yang ada, dengan handout presentasi yang sebelumnya telah dibagikan kepada peserta. Pendampingan dan praktek langsung kewirausahaan dilakukan dengan berdasarkan resep sederhana yang telah disiapkan sebelumnya.

Mitra pengabdian ini yakni PKK RT 4 RW 4 Perumahan Kudus Permai, Desa Garung Lor, Kecamatan Kaliwungu, Kabupaten Kudus, turut berperan aktif dalam pelaksanaan program. Disini mitra selain menjadi objek juga menjadi subjek dalam rangkaian program kegiatan yang diadakan. Peran aktif mitra adalah: (1)

penyedia tempat kegiatan sosialisasi dan pendampingan; (2) terlibat dalam praktek pembuatan tahu walik; (3) menjadi peserta sosialisasi kemasan yang baik; (3) menjadi peserta sosialisasi pemasaran online.

Evaluasi pelaksanaan program dilakukan dengan cara membandingkan keadaan mitra sebelum dan sesudah program dilakukan, dengan tujuan membandingkan pengetahuan dan kemampuan mitra sebelum dan setelah pelaksanaan program, dan menemukan solusi atas hambatan yang dihadapi saat kegiatan berlangsung.

### C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengabdian Kepada Masyarakat ini dilakukan dengan mitra kader PKK di RT 4 RW 4 Perumahan Kudus Permai, Desa Garung Lor, Kecamatan Kaliwungu, Kabupaten Kudus, dengan kegiatan inti “Penerapan Kewirausahaan dalam Komunitas PKK di Kabupaten Kudus” pada Sabtu, 5 November 2022 pukul 15.30-17.30 WIB di rumah Ibu Toni yang berada di Perumahan Kudus Permai, Desa Garung Lor, Kecamatan Kaliwungu, Kabupaten Kudus, yang telah mendapat persetujuan dari Ibu Dewi selaku Ketua PKK, dengan dihadiri oleh 37 (tiga puluh tujuh) orang peserta dan 6 (enam) orang dari Tim PKM Universitas Muria Kudus, dengan urutan pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat tersebut adalah (1) pembukaan; (2) acara inti praktek langsung pembuatan tahu walik, diikuti sosialisasi tentang kemasan, dan pemasaran online; (3) diskusi bersama; (4) penyerahan doorprize; (5) penutup.

Materi Pengabdian Kepada Masyarakat disusun secara sederhana sehingga mudah dipahami oleh sasaran kegiatan, yakni komunitas Ibu-Ibu PKK RT IV RW IV Perumahan Kudus Permai, Desa Garung Lor, Kecamatan Kaliwungu, Kabupaten Kudus, yang terdiri dari:

1. Praktek kewirausahaan pembuatan tahu walik dilakukan berdasar resep sederhana yang telah dibagikan bersama dengan contoh hasil praktek.



Gambar 2. Situasi Praktek Kewirausahaan

2. Sosialisasi tentang kemasan yang baik atas suatu produk dilakukan berdasar handout presentasi yang telah dibagikan diawal, dengan diberikan contoh desain kemasan dan logo dari produk tahu walik.



Gambar 3. Desain Kemasan Tahu Walik



Gambar 4. Desain Logo Tahu Walik

3. Sosialisasi tentang pemasaran online dilakukan berdasar handout presentasi yang telah dibagikan diawal,

dengan diberikan contoh media sosial yang dapat digunakan sebagai sarana pemasaran online, yakni Instagram.



Gambar 5. Diskusi dan Praktek Instagram

Dari praktek dan diskusi diperoleh informasi bahwa kendala dalam praktek pembuatan tahu walik rata-rata adalah pada saat membalik tahu, karena jika irisan tahu terlalu tipis, maka saat tahu dibalik akan putus. Sedangkan jika tahu terlalu tebal irisannya, maka saat dibalik, akan susah. Sehingga dapat disimpulkan bahwa ukuran irisan tahu dalam pembuatan tahu walik, merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan pembuatan tahu walik. Dan untuk kemasan, selama ini Ibu-Ibu PKK RT 4 RW 4 Perumahan Kudus Permai, Desa Garung Lor menggunakan kemasan sederhana atas produk yang dimilikinya, seperti plastik mika atau kardus yang dapat dibeli di toko perlengkapan hajatan. Sedangkan untuk pemasaran online, selama ini terbatas dilakukan melalui status di Whatsapp. Hanya beberapa Ibu-Ibu yang mempunyai usaha eksisting, telah menggunakan media sosial Instagram sebagai sarana pemasaran.

Berdasar informasi tersebut diatas atas kendala dan kondisi nyata yang dimiliki masing-masing peserta PKK di RT 4 RW 4 Perumahan Kudus Permai, Desa Garung Lor, maka solusi yang ditawarkan dari tim PKM dirasa dapat menjawab permasalahan yang ada, yakni dengan (1) praktek langsung pembuatan tahu walik sebagai salah satu ide bisnis baru; (2) kemasan yang ramah produk dengan desain yang menarik dapat digunakan sebagai solusi atas kemasan suatu produk, termasuk dalam hal ini tahu walik; (3) pengenalan media sosial berupa Instagram sebagai media pemasaran produk atas suatu usaha dapat memperluas jangkauan pasar produk dibanding dengan menggunakan status di Whatsapp.

#### D. KESIMPULAN

Mitra Pengabdian Kepada Masyarakat yang merupakan komunitas Ibu-Ibu PKK RT 4 RW 4 Perumahan Kudus Permai, Desa Garung Lor, Kecamatan Kaliwungu, Kabupaten Kudus terbuka pada semua ilmu baru terkait dengan penerapan kewirausahaan dalam keberlangsungan rumah tangganya, guna dapat menunjang pendapatan keluarga. Hal ini tampak dari semangatnya dalam hadir pada acara Pengabdian Kepada Masyarakat ini dengan ontime, dan selalu antusias mengikuti setiap sesi yang ada. Selain itu, Mitra bersedia melakukan praktek pembuatan tahu walik bersama tim PKM saat kegiatan berlangsung.

Sosialisasi atas kemasan yang baik dan ramah atas suatu produk juga dapat diterima Mitra, dan akan direalisasikan oleh peserta yang memiliki usaha untuk melakukan *re-packaging* pada produknya. Sosialisasi atas pemasaran online juga dapat diterima Mitra dengan baik, dan bahkan ada mitra yang langsung aksi membuat akun Instagram atas usahanya.

Kegiatan pendampingan dan praktek serta sosialisasi tersebut merupakan bentuk mitigasi risiko Mitra atas permasalahan yang dihadapi, yang perlu diupdate secara kontinyu dengan lebih memadai, seperti dengan adanya pengenalan pada *market place*. Mitra diharapkan dapat memfasilitasi pengembangan diri setiap peserta yang nantinya akan berimbas pada kemajuan suatu komunitas, bahkan suatu Desa untuk dapat lebih berkembang dan berdaya saing dengan Desa yang lain.

## E. UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih diucapkan kepada Universitas Muria Kudus, atas terwujudnya Pengabdian Kepada Masyarakat ini.

## F. DAFTAR PUSTAKA

- Adytya B. (2022). PKK Singkatan dari Pemberdayaan Kesejahteraan Keluarga, Ini 10 Tugas Pokok dan Sejarahnya. Merdeka.com. <https://www.merdeka.com/trending/pkk-singkatan-dari-pemberdayaan-kesejahteraan-keluarga-ini-10-tugas-pokokampsejarahnya-kln.html> diakses pada 7 Januari 2022.
- Alifiana. (2018). Peningkatan Pendapatan Rumah Tangga Melalui Pemberdayaan Ibu-Ibu PKK Di Kota Kudus. *Journal of Dedicators Community* Vol. 2 No. 2.
- Alifiana, Susanti. (2018). Analisis Potensi Risiko UMKM Di Kabupaten Kudus. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Media Ekonomi* Vol. XVIII. No. 2.
- \_\_\_\_\_. (2021). Kabupaten Kudus Dalam Angka 2021. Badan Pusat Statistik (BPS).
- Fadly HD dan Sutama. (2020). Membangun Pemasaran Online Dan Digital Branding Ditengah Pandemi Covid-19. *Jurnal Ecoment Global*. Vol. 5 No. 2.
- Irwan S dan Fitri D. (2019). Pemanfaatan Internet Marketing Untuk Mempersiapkan Masyarakat Kreatif Dan Berjiwa Wirausaha Mandiri Di Lingkungan Warga PKK. *Jurnal DIFUSI*. Vol. 2 No. 2.
- Masayu, EA. (2018). Pentingnya Kemasan Terhadap Penjualan Produk Perusahaan. *Jurnal Sosio E-Kons*. Vol. 10 No. 1.
- Mely. (2022). Hasil Survey Mengungkapkan Media Sosial Paling Digemari di Indonesia. Gatra.com. <https://www.gatra.com/news-548811-nasional-hasil-survei-mengungkapkan-media-sosial-paling-digemari-di-indonesia-.html> diakses pada 8 Januari 2023.
- Maulidasari CD dan Damrus. (2020). Dampak Pemasaran Online Di Era Covid-19. *Jurnal Bisnis dan Kajian Strategi Manajemen*. Vol. 4 No. 2.
- \_\_\_\_\_. (2022) Tokopedia pusat edukasi seller: Mudah diingat pembeli dengan kemasan berkarakter. Bangun citra bisnis yang baik dengan kemasan produk yang menarik. <https://seller.tokopedia.com/edu/cara-membuat-desain-kemasan-produk/> diakses pada 7 Januari 2022.