

MENDORONG PERAN KADER PKK DALAM MENINGKATKAN PROGRAM EKONOMI KREATIF DI LINGKUNGAN RW 008 KELURAHAN SERPONG



Adji Widodo, Yhonanda Harsono, Chotamul Fajri, Buchari E. Satriaputra, Agustina Mogi
Universitas Pamulang, Tangerang Selatan, Indonesia
dosen01554@unpam.ac.id, yhonanda2906@gmail.com, dosen01717@unpam.ac.id

Article History:

Submission : 2021-10-17
Review : 2021-11-07
Publication : 2021-12-30

ABSTRAK

Pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk mendorong peran kader PKK dalam meningkatkan program ekonomi kreatif di lingkungan RW 008 Kelurahan Serpong. Acara pengabdian kepada masyarakat ini diadakan pada tanggal 7 Nopember 2021, bertempat di Musholah Nurul Qomar RT 04 RW 008 Kelurahan Serpong, Tangerang Selatan. Metode yang digunakan yaitu dengan presentasi, diskusi, dan tanya jawab. Adapun peserta yang hadir dari Ketua RW 008, Ketua RW 04, Kader PKK, dosen dan mahasiswa. Pada sesi presentasi narasumber menyampaikan perihal bidang-bidang ekonomi kreatif yang perlu dikenal dan dapat dijalankan sebagai peluang usaha. Hal lain juga disampaikan tips berdagang efektif melalui online melalui E-commerce atau marketplace. Kegiatan PKK di RW 008 Kelurahan Serpong sudah berjalan dengan dipandu oleh kader PKK dari tiap-tiap RT. Hanya dimasa pandemi Covid-19 sedikit berkurang intensitasnya, karena mengikuti protokol kesehatan dan mentaati PPKM yang dijalankan oleh pemerintah. Bidang usaha ekonomi kreatif yang sudah berjalan meliputi bidang kuliner seperti warung bubur ayam, warung lontong sayur dan gorengan, juga outlet penjahit pakaian. Dari diskusi yang ada baru beberapa ibu-ibu PKK yang memiliki usaha di bidang ekonomi kreatif. Hal ini memerlukan tindak lanjut yang lebih intensif kader PKK untuk mensosialisasikan program ekonomi kreatif. Di samping itu didapatkan keluhan ibu-ibu dalam meningkatkan pemasaran melalui online, karena minimnya penguasaan gadget. Untuk itu diperlukan program lanjutan berupa pendampingan di dalam penguasaan dan pemasangan aplikasi pemasaran online di masing-masing usaha, agar tidak kalah bersaing dengan pasar online yang sudah marak saat ini. Aplikasi pemasaran online dapat berupa marketplace yang sudah banyak bermunculan di masyarakat seperti Gofood, Grab Express, Shopee food atau tips pembuatan Website usaha untuk UMKM tersebut.

Kata Kunci : Kader PKK; Program ekonomi kreatif; Peran Kader

PENDAHULUAN

1.1 Analisis Situasi Permasalahan

RW 008 Kelurahan Serpong Kecamatan Serpong memiliki empat wilayah RT dengan jumlah penduduk sekitar 800 Kepala Keluarga. Kegiatan ibu-ibu PKK sudah rutin dilakukan dengan beberapa agenda mulai dari arisan, pelatihan kader PKK, juga mendatangi acara kader PKK Kelurahan. Di dalam meningkatkan taraf kesejahteraan keluarga kader PKK RW dan RT beberapa kali sudah mengadakan acara pelatihan singkat, demo keterampilan, memasak, menjahit, membuat kue atau menu masakan, dan lain-lain.

Pada tahun 2021 ini pasca PPKM pandemi Covid-19 perlu kiranya digalakkan kembali kader PKK untuk mendorong terciptanya pemberdayaan kesejahteraan keluarga di wilayah RW 008. Terlebih di sektor ekonomi kreatif sudah harus berkembang di kalangan ibu-ibu maupun masyarakat pada umumnya untuk menopang alternative pemasukan keluarga.

Kebangkitan Ekonomi Nasional

Momentum Kebangkitan Nasional sudah di depan mata. Tahun 2021 diprediksi akan menjadi momen keberhasilan upaya Pemulihan Ekonomi Nasional (PEN) pada semua lini, termasuk sektor ekonomi kreatif di Indonesia.

Pasca terpukul akibat pandemi COVID-19, ekonomi kreatif di Indonesia terus berjuang mengambil bagian dalam momentum Kebangkitan Nasional. Upaya ini dilakukan dengan mengadakan sejumlah program unggulan guna mempercepat pemulihan sektor ekonomi kreatif.

Pandemi COVID-19 bagai dua sisi mata uang bagi ekonomi kreatif tanah air. Selain dampaknya yang dahsyat, tetapi pandemi juga membuka peluang baru bagi pelaku ekonomi kreatif di Indonesia.

Program Pemulihan Ekonomi Nasional

Sejauh ini telah banyak program yang dilakukan oleh Kemenparekraf untuk meningkatkan kualitas infrastruktur, dan sumber daya manusia dalam sektor ekonomi kreatif. Program yang dijalankan sejak April 2020 telah berhasil menyerap 6.738 tenaga kerja, serta berhasil membangun kolaborasi dengan 6 E-commerce, dan 2 jasa transportasi daring.

Selain upaya pendampingan langsung, Kemenparekraf/Baparekraf juga memberikan bantuan berupa hibah sesuai dengan program Pemulihan Ekonomi Nasional. Program-program tersebut antara lain; stimulus kredit ekonomi kreatif, KUR dan UMI, relaksasi pajak, serta penjaminan korporasi padat karya.

Perlunya Kader Penggerak PKK

Kegiatan PKK di lingkungan RW 008 sebelum pandemi Covid-19 berjalan dengan pertemuan rutin di tiap RT dan PKK RW 008 berjalan sekali satu kali setiap bulan. Namun sejak terjadinya pandemi Covid-19 aktifitas sempat terhenti karena himbuan pemerintah agar masyarakat menjaga jarak/ social distancing dan berangsur-angsur membaik diadakan dengan volume dikurangi.

Saat ini dimana program PPKM sudah dilevel-2 di Tangerang Selatan, ditambah masyarakat sudah menerima vaksin-1 dan vaksin-2 maka kegiatan kader PKK diharapkan mulai digiatkan kembali.

Beberapa istilah dan ruang lingkup kegiatan PKK disini diberikan acuan agar kader PKK RW 008 dapat menjalankan tugas dan fungsinya sesuai acuan dari

pemerintah. Adapun dalam acara pengabdian kepada masyarakat ini lebih focus diharapkan kader PKK RW 008 dapat mensupervisi masyarakat khususnya ibu-ibu PKK agar meningkatkan program ekonomi kreatif dengan menggali potensi yang dimiliki setiap keluarga.

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. PKK

Gerakan Pemberdayaan dan Kesejahteraan Keluarga, selanjutnya di singkat PKK, adalah gerakan nasional dalam pembangunan masyarakat yang tumbuh dari bawah yang pengelolaannya dari, oleh, dan untuk, masyarakat menuju terwujudnya keluarga yang beriman dan bertaqwa kepada Tuhan Yang Maha Esa, berakhlak mulia dan berbudi luhur, sehat sejahtera, maju dan mandiri, kesetaraan dan keadilan gender serta kesadaran hukum dan lingkungan.

Pemberdayaan Keluarga adalah segala upaya bimbingan dan pembinaan agar keluarga dapat hidup sehat sejahtera, maju dan mandiri.

Kesejahteraan Keluarga adalah kondisi tentang terpenuhinya kebutuhan dasar manusia dari setiap anggota keluarga secara material, sosial, mental dan spiritual sehingga dapat hidup layak sebagai manusia yang bermanfaat.

Keluarga adalah unit terkecil dalam masyarakat yang terdiri atas suami istri atau suami istri dan anaknya atau ayah dan anaknya atau ibu dan anaknya.

Selanjutnya pengertian Keluarga Sejahtera adalah keluarga yang dibentuk berdasarkan perkawinan yang sah, mampu memenuhi kebutuhan hidup spiritual dan material yang layak, bertaqwa kepada Tuhan Yang Maha Esa, memiliki hubungan yang serasi, selaras dan seimbang antar anggota, antar keluarga dan masyarakat serta lingkungannya.

Tim Penggerak Pemberdayaan dan Kesejahteraan Keluarga (TP.PKK) adalah mitra kerja pemerintah dan organisasi kemasyarakatan, yang berfungsi sebagai fasilitator, perencana, pelaksana, pengendali dan penggerak pada masing-masing jenjang untuk terlaksananya program PKK.

Anggota Tim Penggerak PKK adalah warga masyarakat baik laki-laki maupun perempuan, perorangan, bersifat sukarela, tidak mewakili organisasi, golongan, partai politik, lembaga atau instansi, dan berfungsi sebagai perencana, pelaksana, pengendali Gerakan PKK.

Kelompok PKK adalah kelompok-kelompok yang berada di bawah Tim Penggerak PKK Desa/kelurahan yang dapat dibentuk berdasarkan kewilayahan atau kegiatan.

Kader UMUM adalah mereka yang telah dilatih atau belum dilatih tetapi memahami, serta melaksanakan 10 Program Pokok PKK, yang mau dan mampu memberikan penyuluhan dan menggerakkan masyarakat untuk melaksanakan kegiatan yang diperlukan.

Kader Khusus adalah Kader Umum yang mendapat tambahan pengetahuan dan ketrampilan tertentu, antara lain melalui pelatihan-pelatihan yang diselenggarakan oleh PKK, lembaga, instansi pemerintah atau non pemerintah. Data tentang Kader khusus dicantumkan dalam kolom data Pokja masing-masing.

Pelatih PKK adalah anggota Tim Penggerak PKK atau Kader yang telah mengikuti pelatihan PKK dan Metodologi pelatihan, serta mendapatkan surat keputusan sebagai Pelatih dan ketua Umum/Ketua Tim Penggerak PKK Daerah yang bersangkutan.

Penasehat PKK adalah tokoh/pemuka masyarakat yang karena keahlian, pengetahuan dan pengalamannya mau membantu untuk keberhasilan pelaksanaan

Gerakan PKK, yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Menteri Dalam Negeri selaku Ketua Dewan Penyantun Tim Penggerak PKK Pusat.

Sedangkan Penasehat di Propinsi, Kabupaten/Kota dapat diadakan sesuai keadaan dan kebutuhan, diusulkan oleh ketua Tim Penggerak PKK dan ditetapkan dengan Surat Keputusan Gubernur, Bupati/Walikota selaku Ketua Dewan Penyantun Tim Penggerak PKK yang bersangkutan.

Dalam melaksanakan tugas kader PKK harus memahami apa tugas dan fungsinya PKK. Berikut adalah tugas dan fungsi PKK bagi masyarakat.

Tugas dan Fungsi PKK

1. Melaksanakan kegiatan sesuai jadwal yang disepakati;
2. Menyuluh dan menggerakkan kelompok-kelompok PKK di Lingkungan RW, RT dan dasa wisma agar dapat mewujudkan kegiatan-kegiatan yang telah disusun dan disepakati;
3. Menggali, menggerakkan dan mengembangkan potensi masyarakat, khususnya keluarga untuk meningkatkan kesejahteraan keluarga sesuai dengan kebijaksanaan yang telah ditetapkan;
4. Melaksanakan kegiatan penyuluhan kepada keluarga-keluarga yang mencakup kegiatan bimbingan dan motivasi dalam upaya mencapai keluarga sejahtera;
5. Mengadakan pembinaan dan bimbingan mengenai pelaksanaan program kerja;
6. Berpartisipasi dalam pelaksanaan program instansi yang berkaitan dengan kesejahteraan keluarga di desa/kelurahan;
7. Membuat laporan Hasil kegiatan kepada Tim Penggerak PKK Kecamatan dengan tembusan kepada Ketua Dewan Penyantun Tim Penggerak PKK setempat;
8. Melaksanakan tertib administrasi; dan
9. Mengadakan konsultasi dengan Ketua Dewan Penyantun Tim Penggerak PKK setempat.

Tim Penggerak PKK Kelurahan dalam melaksanakan tugas mempunyai fungsi:

1. Penyuluh, motivator dan penggerak masyarakat agar mau dan mampu melaksanakan program PKK; dan
2. Fasilitator, perencana, pelaksana, pengendali, pembina dan pembimbing Gerakan PKK.

Jenis-jenis Produk Ekonomi Kreatif

Kondisi perekonomian dunia yang masih terguncang akibat pandemi corona atau covid-19 tampaknya telah mendorong perkembangan berbagai contoh produk ekonomi kreatif di berbagai negara. Indonesia yang selalu mengedepankan hasil produk ekonomi kreatif nya tampaknya mulai dicontoh produk ekonomi kreatif nya oleh beberapa pelaku industri di negara lain.

Dengan kemajuan teknologi informasi yang demikian pesatnya mendorong aliran informasi seputar produk ekonomi kreatif lebih mudah untuk diakses. Dengan kemudahan itu maka pelaku usaha dapat melakukan pembaharuan dan inovasi baru yang dapat di terapkan pada produknya.

Sebenarnya terdapat banyak sekali dan akan terus tumbuh keragaman produk ekonomi kreatif, tapi ada beberapa kategori dari contoh produk ekonomi kreatif teratas yang bisa dijadikan acuan atau pedoman kedepan.

Industri kreatif adalah Industri yang fokus pada penciptaan barang dan jasa dengan mengandalkan keahlian, bakat dan kreativitas sebagai kekayaan intelektual dan menjadi bagian tidak terpisahkan dari ekonomi kreatif.

Sebagai pengetahuan bagi kader PKK RW 008 Kelurahan Sepong disini disampaikan beberapa contoh yang termasuk produk ekonomi kreatif. Beberapa contoh produk ekonomi kreatif yang sudah memiliki pondasi market yang baik dan cukup di kenal yaitu :

1. Food & Beverage (Kuliner)

Bila dahulu kita mengenal kuliner hanya sekedar tempat makan yang rapi, bersih dan terjangkau disamping rasanya yang khas. Kini tampaknya bidang kuliner ini telah menjadi contoh produk ekonomi kreatif yang sudah mengalami evolusi.

Kenyamanan saat kita datang ke tempat bersantap sudah bukan hanya menjadi syarat utama, kini diperlukan kreatifitas lainnya seperti daya tarik pemandangan disekitar atau bahkan ada beberapa pelaku usaha yang memberikan view di lokasinya sebagai lokasi ber swafoto atau instagramable.

2. Fashion

Dari sekedar melindungi tubuh dari sengatan matahari, dunia fashion kini seperti terlahir kembali sebagai contoh produk ekonomi kreatif yang cukup diminati.

Dari hanya sekedar busana sehari – hari berubah menjadi trend bahkan bukan lagi hal yang aneh bahwa terutama kaum wanita menaruh minat tinggi pada produk ini. Memiliki koleksi busana yang bermacam-macam jumlahnya bahkan menghabiskan ruang pada lemari pakaian merupakan hal yang wajar bagi kaum hawa.

3. Film / Konten Kreator

Di era tahun 1990 an film mengalami masa populer nya, dan hingga kini inovasi dan berbagai ide – ide kreatif terus mengalir. Tidak hanya untuk film kelas layar emas atau layar perak saja, para sineas muda pun mulai bermunculan dengan menampilkan hasil kreatifnya meskipun berdurasi pendek. Berbagai ide – ide menarik dan dengan tehnik pengambilan gambar yang menjadi skill utama yang dimiliki oleh seorang sineas muda akan menjadi contoh produk ekonomi kreatif yang mampu menarik penontonnya. Tetapi diperlukan ketekunan dan kesabaran yang cukup tinggi untuk bisa mencapai keberhasilan di bidang ini.

Dukungan-duknngan dari berbagai platform bagi para konten kreator pun semakin bermunculan, sebut saja salah satunya adalah Youtube yang memberikan kesempatan kepada pencipta konten atau content creator untuk membagikan secara online dan tentunya memberikan keuntungan bagi content creator.

4. Periklanan

Dengan kondisi pandemi Covid-19 ini banyak pelaku usaha yang merubah usahanya dari konvensional menjadi usaha online. Tentunya perubahan ini membutuhkan market baru dan diperlukan penyebaran informasi. Proses perubahan dan penyebaran informasi ini tentunya menggunakan iklan atau bidang advertisement. Suatu skill untuk mempresentasikan sebuah produk menjadi sebuah tanyangan yang menarik baik itu berupa gambar mati maupun gambar hidup/ iklan video.

Sebagai contoh sebuah produk mie instant tidak akan menarik kalau tidak dilakukan pengambilan gambar atau susunan gambar yang menarik dan pada iklan berbentuk video nya diperlukan penyajian yang bisa menggugah selera meskipun ketika kita menyantapnya di rumah tidak semenarik seperti yang ditayangkan.

5. Fotografi dan Editing

Keahlian memainkan sudut pengambilan dan besarnya cahaya yang menerangi sebuah object adalah modal utama seorang fotografer untuk menyajikan karya nya agar menarik.

Ketepatan pengambilan momen yang berlangsung atau merujuk kepada spontanitas harus bisa diolah dalam hasil karya foto nya. Sebuah momen berharga tidak akan terulang dua kali, setidaknya inilah tag line yang kerap digunakan dari seorang fotografer dalam memasarkan karyanya.

6. Barang Bernilai Seni

Tidak hanya pada barang yang membutuhkan barang mahal saja yang akan menghasilkan suatu karya bernilai seni tinggi. Banyak industri kreatif rumahan yang berhasil menghasilkan produk kreatifnya yang tembus pasar global. produknya pun bukanlah dari bahan dasar yang mahal, melainkan produk daur ulang pun bisa dijadikan sumber bahan baku

Pentingnya Digital Marketing

Dampak pandemi Covid-19 sangat terasa di dunia bisnis dan ekonomi. Dalam waktu cukup singkat, pelaku usaha harus memutar pikiran untuk memenuhi kebutuhan perusahaan.

Ada beberapa peluang bisnis yang masih terbuka lebar salah satunya di bidang digital marketing. Para pelaku industri digital marketing justru bersyukur dengan adanya pandemi tersebut.

Digital marketing merupakan strategi yang wajib diterapkan setiap pebisnis yang ingin bertahan di tengah perkembangan teknologi di saat ini. Pakar digital marketing sekaligus CEO Panen maya, Pikikih Tutuko membenarkan bahwa Covid-19 telah membawa berkah sendiri pada kegiatan pemasaran di ranah online.

Di masa pandemi ini pelaku usaha diwajibkan untuk mengoptimalkan pemasaran online dan digital marketing sebagai sarana komunikasi dengan konsumen. Di era digital saat ini, berinteraksi dengan konsumen banyak dilakukan melalui media sosial. Setidaknya ada 5 strategi yang bisa diterapkan oleh pebisnis agar tetap survive di masa pandemi.

1. Tetap Komunikasi dengan Customer

Dengan banyaknya orang yang harus *self quarantine* di rumah, dan melihat social media mereka agar tetap update berita terbaru atau sekedar mencari hiburan semata.

Yang pertama harus kita lakukan adalah ikut menampilkan konten yang bersifat kepedulian sosial saat masa pandemi lewat social media. Atau mengirimkan pesan broadcast melalui email secara massal kepada pelanggan. Perlu diingat satu hal, konten yang ditampilkan tidak melulu soal "jualan". Sehingga mampu membentuk ikatan yang cukup kuat dan membangun koneksi dengan konsumen.

2. Mengoptimalkan Media Sosial yang Dimiliki

Terus semangat, itulah kata yang pas untuk situasi sekarang ini. Kita bisa memulai dari membuat konten yang menarik dari segi visual maupun caption, Memanfaatkan websites untuk memperkenalkan informasi usaha lebih detail, Memperluas penjualan melalui marketplace dan e-commerce. Di era digital saat ini, Strategi ini dapat

meningkatkan *brand awareness*.

3. Berikan Diskon yang Menarik

Salah satu dampak dari pandemi Covid-19 ini banyak orang yang di PHK, Mereka tidak mendapatkan penghasilan sama sekali dan pasti mereka berfikir dua kali untuk menghabiskan uang. Orang-orang akan lebih berhemat dalam berbelanja. Memberikan

diskon pada produk adalah salah satu solusinya. Cara ini dapat mendapatkan simpati dari pelanggan dan dapat juga mendatangkan pelanggan diluar target pasar, dan tentunya agar pemasukan tetap terus berjalan.

4. Menggandeng Influencer

Promosikan produk kita dengan cara menggandeng influencer. Influencer adalah individual yang memiliki reputasi dan popularitas yang tinggi untuk mempengaruhi banyak orang dalam dunia media sosial. Ini juga merupakan salah satu cara yang paling efektif agar bisnis berjalan dengan lancar. Karena efek yang ditimbulkan dari influencer ini juga menguntungkan kita, bisa membantu meningkatkan brand awareness publik pada toko online dan produk kita. Menciptakan brand advocate (pengguna yang loyal), meningkatkan reputasi dan page ranks.

5. Gunakan Platform yang Pas

Hal ini juga bagian yang sangat penting bagi para pebisnis, Konten yang menarik dapat diunggah di berbagai platform. Tetapi gunakan platform yang mendukung bisnis kita secara online. Harus dipahami dimana konten kita akan di publish dan siapa target market kita. Ada beberapa platform yaitu : Instagram, You-Tube, Twitter, Facebook, dan yang baru-baru ini adalah Tiktok.

6. Tetap Tenang dan Positif

Pada awal pandemi pasti semua pelaku usaha akan berpikiran untuk menggulung tikar usahanya, tetapi ternyata tidak. Yang harus dilakukan adalah mencari strategi digital marketing yang terbaik untuk membangkitkan kembali bisnis. Jangan pernah panik karena saat mengambil keputusan di saat panik, itu sangat merugikan perusahaan. Dan kita harus tetap positif bahwa situasi ini akan segera berakhir dan bisnis tidak akan gulung tikar.

MATERI DAN METODE PELAKSANAAN

3.1 Kerangka Pemecahan Masalah

Tim pengabdian dari dosen Universitas Pamulang ingin memberikan sebagian ilmunya untuk dapat mendorong peran kader PKK dalam meningkatkan program ekonomi kreatif di lingkungan RW 008 Kelurahan Serpong. Kegiatan presentasi dan Tanya jawab disampaikan kepada seluruh pihak terkait yaitu Ketua RW 008, Ketua RT 04, para kader PKK dan ibu-ibu warga sekitar, yang dikemas dengan nama kegiatan **“Mendorong Peran Kader PKK Dalam Meningkatkan Ekonomi Kreatif di Lingkungan RW 008 Kelurahan Serpong”**.

3.2 Realisasi Pemecahan Masalah

Universitas Pamulang adalah Perguruan Tinggi yang berdiri di bawah Yayasan Sasmita Jaya yang beralamat di Jl. Surya Kencana No. 1, Pamulang, Tangerang Selatan. Universitas Pamulang mempunyai visi “Bermutu dalam pengembangan pendidikan, penelitian, dan pengabdian terjangkau bagi seluruh lapisan masyarakat, berlandaskan ridha Tuhan Yang Maha Esa”. Universitas Pamulang berada di dalam lingkup perguruan tinggi yang ada di dalam wilayah lingkungan Kopertis IV.

Dalam menjalankan Tri Darma Perguruan Tinggi, Universitas Pamulang melakukan berbagai kerjasama dengan berbagai pihak dalam rangka pengembangan ilmu, institusi, serta teknologi yaitu Pendidikan, Penelitian dan Pengabdian Kepada masyarakat. Dalam implementasi hal tersebut Universitas Pamulang telah bekerja sama dengan berbagai pihak yakni pemerintah pusat, propinsi, kabupaten, dunia usaha, swasta maupun dengan masyarakat.

Pada kegiatan pengabdian kepada masyarakat kali ini, dengan melihat lokasi RW

008 Kelurahan Serpong yang tak jauh dari kampus Universitas Pamulang, maka para dosen terpanggil untuk dapat membantu berbagai persoalan yang dihadapi masyarakat. Sudah selayaknya kehadiran perguruan tinggi agar dapat dirasakan manfaatnya oleh masyarakat baik yang dekat maupun yang jauh.

Dengan adanya kader PKK, sebagai penggerak diharapkan dapat membina, mengarahkan, para UMKM meningkatkan kinerjanya seperti dalam pemilihan jenis usahanya, pengelolaan sumber daya manusainya, peningkatan kemampuan menggunakan aplikasi E-commerce.

Oleh karena itu penyuluhan dan pelatihan telah dilakukan oleh Tim Pengabdian Kepada Masyarakat ini sesuai dengan tujuan mendorong para kader PKK untuk memberi wawasan kepada ibu-ibu di wilayah RW 008 dapat menggali kemampuannya, tidak hanya di bidang kuliner tetapi masih banyak jenis ekonomi kreatif lainnya. Disamping itu yang tidak kalah pentingnya ibu-ibu tidak kalah bersaing di dalam pemasarannya yaitu menggunakan E-commerce yang ada seperti Gofood, Grab Express, Shopee food, Tokopedia, Bukalapak dll.

3.5 Metode Kegiatan

Metode yang digunakan dalam pengabdian kepada masyarakat ini adalah melalui kegiatan yaitu :

1. Mendata apa saja jenis usaha ibu-ibu PKK yang sudah berjalan
2. Penyampaian materi jenis-jenis usaha yang termasuk ekonomi kreatif
3. Penyampaian materi pentingnya digital marketing
4. Tanya jawab apa saja kendala-kendala yang dialami para wirausaha
5. Perlunya penciptaan usaha di bidang ekonomi kreatif bagi ibu-ibu PKK
6. Solusi dengan pendampingan ibu-ibu PKK dalam mengoperasikan gadget untuk pemasaran melalui online
7. Pengenalan E-commerce seperti Gofood, Grab Express, Shopee food
8. Pengenalan Marketplace seperti Tokopedia, Bukalapak, Shopee dll.

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Kondisi PKK RW 008 Saat Ini

Pada acara Pengabdian kepada masyarakat ini terdapat beberapa dialog antara dosen dan kader PKK. Ibu Kokom memiliki usaha bubur sumsum, tetapi merasa kesulitan dalam mengembangkan usahanya terutama dalam mengoperasikan handphone nya, mengharap ada tindak lanjut dengan pelatihan pengoperasian aplikasi seperti gofood, atau marketplace yang lain agar meningkatkan pemasarannya.

Begitu pula Ibu Rini yang memiliki warung makan lontong sayur dan aneka kue, mengharapkan ada peningkatan pemasaran melalui digital marketing. Ibu Eni memiliki usaha konveksi dengan menerima pesanan penjahitan pakaian wanita, mengaku promosinya masih dari mulut ke mulut, ingin meningkatkan omsetnya terutama menyebarkan pemasarannya agar keluar dari wilayah Serpong. Dari narasumber Ibu Yhonanda menyarankan untuk mengajak anak-anaknya yang saat ini remaja pandai mengoperasikan pola penjualan melalui jaringan internet seperti instagram, twitter, facebook atau tiktok.

Dari hasil diskusi dan tanya jawab dapat disampaikan bahwa kondisi dan kegiatan PKK di RW 008 Kelurahan Serpong sebagai berikut:

1. Kepengurusan kader PKK sudah terbentuk

2. Kegiatan pertemuan kader PKK rutin sudah berjalan setiap bulan dalam rangka memperdayakan kesejahteraan keluarga
3. Pada masa pandemi Covid-19 terkendala karena menjaga protokol kesehatan
4. Kegiatan kader PKK seputar pelatihan tentang keterampilan
5. Sharing pengalaman ekonomi kreatif antar satu kader dengan yang lainnya

Beberapa kendala yang dialami beberapa kader PKK yang memiliki usaha diantaranya sbb :

1. Masa pandemi Covid-19 mengakibatkan omset wirausaha menurun
2. Pemasaran barang baru seputar tetangga sekitar
3. Jaringan pemasaran masih terbatas
4. Kurangnya menguasai aplikasi E-commerce

17

4.2 Rekomendasi

Dengan belum banyaknya usaha yang dijalankan oleh warga RW 008 Serpong, untuk itu agar kader PKK segera mensosialisasikan perlunya memahami peluang usaha yang saat ini terbuka luas, dari sektor ekonomi kreatif, dapat melalui jenis-jenis usaha sebagai berikut :

1. Food & Beverage (Kuliner)
2. Fashion
3. Film / Konten Kreator
4. Periklanan
5. Fotografi dan Editing
6. Barang Bernilai Seni

Di era globalisasi saat ini, agar tidak ketinggalan dari para pesaing, perlu ditingkatkan pemasaran melalui digital marketing dengan tips sebagai berikut :

1. Menjaga komunikasi dengan Customer
2. Mengoptimalkan Media Sosial
3. Berikan Diskon yang Menarik
4. Menggandeng Influencer
5. Gunakan Platform yang Pas
6. Tetap Tenang dan Positif

Untuk peningkatan program ekonomi kreatif di lingkungan RW 008 kelurahan Serpong di masa mendatang diusulkan kegiatan sebagai berikut :

1. Pelatihan jenis-jenis usaha ekonomi kreatif
2. Pendampingan penggunaan aplikasi penjualan online seperti Gofood, Grab Express, Shopee food dll.
3. Pengenalan Platform yang sesuai seperti: Instagram, You-Tube, Twitter, Facebook, dan Tiktok.
4. Pendaftaran akun di Marketplace: Tokopedia, Bukalapak, Shopee dll.

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Dari acara Pengabdian kepada masyarakat ini, telah dilakukan penyuluhan bagaimana meningkatkan peran kader PKK dalam meningkatkan program ekonomi kreatif di wilayah RW 008 Serpong, sebagai berikut:

1. Pemahaman jenis-jenis usaha ekonomi kreatif
Ibu-ibu kader PKK memahami yang termasuk di dalam jenis-jenis usaha ekonomi kreatif yaitu Food & Beverage (Kuliner), Fashion, Film/ Konten Kreator, Periklanan, Fotografi dan Editing, Barang Bernilai Seni. Dengan pengenalan ini diharapkan ibu-

ibu dapat mencoba menggali potensinya untuk mengembangkan di salah satu jenis usaha tersebut.

2. Pentingnya penguasaan digital marketing

Di dalam meningkatkan omset serta memperluas jaringan pemasaran, ibu-ibu kader PKK dapat meningkatkan keterampilan dalam penguasaan gadget sehingga produk dapat dipasarkan melalui platform seperti Instagram, Twiter, Facebook, atau melalui marketplace Tokopedia, Bukalapak, Shoppe dll.

5.2 Saran

Untuk mewujudkan tujuan penerapan usaha ekonomi kreatif diperlukan usaha yang konsisten dari para stakeholder seperti Ketua-ketua RT, Ketua RW, dan kolaborasi dengan pihak Kelurahan dalam meningkatkan peran kader PKK untuk mensosialisasikan ke masyarakat sekitar Serpong.

Prasarana yang memadai perlu diwujudkan seperti tempat pertemuan kader PKK seperti saat ini masih di Musholah Nurul Qomar. Ke depannya agar dipikirkan tempat yang representative seperti Balai RW atau sanggar-sanggar pelatihan yang lebih permanen.

DAFTAR PUSTAKA

Jurnal :

- Rahmatika, 2020. Penerapan E-Commerce Pada Kelompok PKK di Kelurahan Pabuaran – Cibunong. Jurnal PKM Vol.3 No.3 2020
- Widodo, Adji, et al. "Pemberdayaan Ibu Rumah Tangga Untuk Menjadi Seorang Wirausaha, Di Wilayah Rw 09, Kampung Bulak, Kelurahan Benda Baru, Kecamatan Pamulang, Tangerang Selatan–Banten." Abdi Laksana: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat 1.1 (2020).
- Widodo, Adji, et al. "Pelatihan Hidup Mandiri sebagai Kunci Sukses Berkarya Pada Yayasan Komunitas Maestro 2012." Jurnal Ilmiah Mahasiswa Mengabdikan (JIMAWAbdi) 1.1 (2021): 1-6.

Website :

- Kemenparekraf/Baparekraf RI, 2021. Ekonomi Kreatif Jadi Garda Terdepan Pemulihan Ekonomi Nasional Ekonomi Kreatif. <https://kemenparekraf.go.id/ragam-ekonomi-kreatif/Ekonomi-Kreatif-Jadi-Garda-terdepan-Pemulihan-Ekonomi-Nasional>
- Febyandi, 2018. Kader PKK adalah Ujung Tombak. Jatengprov.go.id Portal Berita
- Tiara Evarista, 2020. Contoh Produk Ekonomi Kreatif Yang Menguntungkan di Tahun 2021. Mr.IDN.Com
- Anastasia Anjani, 2021. 14 Jenis Industri Kreatif yang Dibidik Hasilkan Cuan Tinggi <https://www.detik.com/edu/detikpedia/d-5484385/14-jenis-industri-kreatif-yang-dibidik-hasilkan-cuan-tinggi>
- Fairuz Salsabila, 2021. Pentingnya Digital Marketing saat Pandemi Covid-19. Management International, UNSOED, Yahoo Berita
- PKK (Pemberdayaan Kesejahteraan Keluarga). SukoharjoKab.go.id <http://wonorejo-sukoharjo.desa.id/pkk/>