



Motivasi dan Peningkatan Jiwa Wirausaha untuk Meningkatkan Pendapatan Masyarakat di Kelurahan Bantarsoka, Kecamatan Purwokerto Barat, Kabupaten Banyumas

Fatna Zuhaena¹, Harsuti², Ady Achadi³, Akbar Pahlevi⁴

^{1,2,3,4}Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Wijayakusuma Purwokerto, Indonesia

Korespondensi: fatna.zuhaena@unwiku.ac.id

Abstract *Women participating in the Family Welfare Empowerment (PKK) program in Bantarsoka Village, West Purwokerto District, Banyumas Regency, have considerable free time between routine community activities that remains underutilized for productive purposes. This condition represents a missed opportunity to improve household income. The main challenges identified include the ineffective use of free time, underdeveloped local economic potential, limited business management skills, and low digital marketing literacy. This community service program aimed to strengthen entrepreneurial motivation among PKK women through integrated counseling on self-management, creativity and local product diversification, basic business management, and digital marketing literacy. The program was implemented through preparation and needs assessment, interactive counseling sessions, discussions, and evaluation, involving PKK members on 15 June 2026. The results indicate improved understanding of entrepreneurial discipline and planning, the emergence of product innovation ideas utilizing local resources such as carrots and banana stems, and greater awareness of online marketing benefits for expanding market access and reducing costs. The program is expected to become the foundation for sustainable mentoring that supports the development of home-based businesses and contributes to improving family welfare.*

Keywords: *PKK Members, Entrepreneurial Spirit, Business Management, Community Empowerment, Digital Marketing*

Abstrak Perempuan yang berpartisipasi dalam program Pemberdayaan Kesejahteraan Keluarga (PKK) di Desa Bantarsoka, Kecamatan Purwokerto Barat, Kabupaten Banyumas, memiliki banyak waktu luang di antara kegiatan kemasyarakatan rutin yang masih kurang dimanfaatkan untuk tujuan produktif. Kondisi ini menunjukkan adanya peluang yang terlewatkan untuk meningkatkan pendapatan rumah tangga. Tantangan utama yang diidentifikasi meliputi penggunaan waktu luang yang tidak efektif, potensi ekonomi lokal yang belum berkembang, keterampilan manajemen bisnis yang terbatas, dan literasi pemasaran digital yang rendah. Program pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk memperkuat motivasi kewirausahaan di kalangan perempuan PKK melalui konseling terpadu tentang manajemen diri, kreativitas dan diversifikasi produk lokal, manajemen bisnis dasar, dan literasi pemasaran digital. Program ini dilaksanakan melalui persiapan dan penilaian kebutuhan, sesi konseling interaktif, diskusi, dan evaluasi, yang melibatkan anggota PKK pada tanggal 15 Juni 2026. Hasil menunjukkan peningkatan pemahaman tentang disiplin dan perencanaan kewirausahaan, munculnya ide-ide inovasi produk yang memanfaatkan sumber daya lokal seperti wortel dan batang pisang, dan peningkatan kesadaran akan manfaat pemasaran online untuk memperluas akses pasar dan mengurangi biaya. Program ini diharapkan menjadi landasan bagi pendampingan berkelanjutan yang mendukung pengembangan usaha rumahan dan berkontribusi pada peningkatan kesejahteraan keluarga.

Kata Kunci: Ibu PKK, Jiwa Kewirausahaan, Manajemen Usaha, Pemberdayaan Masyarakat, Pemasaran Digital

1. LATAR BELAKANG

Kelurahan Bantarsoka merupakan salah satu kelurahan yang terletak di Kecamatan Purwokerto Barat, Kabupaten Banyumas, Provinsi Jawa Tengah. Sebagaimana wilayah perkotaan pada umumnya, kemajuan suatu daerah tidak lepas dari peran serta organisasi kemasyarakatan, salah satunya adalah Pemberdayaan Kesejahteraan Keluarga (PKK). Berdasarkan Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 36 Tahun 2020 tentang Gerakan Pemberdayaan dan Kesejahteraan Keluarga, PKK memiliki sepuluh program pokok yang salah satunya adalah pengembangan kehidupan berkoperasi serta pendidikan dan keterampilan, yang menjadi dasar legal dan programatik bagi penguatan kapasitas ekonomi keluarga melalui peran perempuan. PKK merupakan gerakan yang bersifat *bottom-up*, di mana perempuan berperan sebagai motor penggerak dalam mendirikan, memelihara, dan membina rumah tangga sebagai kelompok sosial terkecil dalam masyarakat.

Pada hakikatnya, pembangunan nasional bercita-cita meningkatkan taraf hidup, ilmu pengetahuan, dan kesejahteraan masyarakat guna mewujudkan masyarakat Indonesia yang adil dan makmur secara material maupun spiritual. Namun demikian, hasil observasi awal tim pengabdian di Kelurahan Bantarsoka menunjukkan bahwa kegiatan rutin ibu-ibu PKK relatif terbatas pada agenda bulanan, yaitu posyandu balita dan lansia serta arisan. Di luar kedua kegiatan tersebut, sebagian besar ibu-ibu PKK memiliki banyak waktu luang di rumah yang belum dimanfaatkan secara produktif. Kondisi ini sejalan dengan temuan Usman et al. (2022) yang menegaskan bahwa peningkatan kualitas sumber daya manusia dengan memanfaatkan potensi perempuan merupakan strategi penting untuk mengatasi kesenjangan ekonomi rumah tangga, namun kendala utamanya justru terletak pada rendahnya motivasi diri, keterbatasan pengetahuan, dan keterampilan, bukan pada ketiadaan waktu maupun sumber daya (Faisol et al., 2025).

Berbagai kajian internasional juga menegaskan kontribusi nyata kewirausahaan perempuan terhadap pendapatan keluarga. Studi Ge et al. (2022) yang dilakukan pada masa pandemi COVID-19 menunjukkan bahwa kewirausahaan perempuan, terutama yang didukung oleh pemanfaatan teknologi dan inovasi, memberikan dampak signifikan terhadap peningkatan pendapatan rumah tangga di wilayah pedesaan maupun perkotaan. Hal serupa dikemukakan oleh Muhammad et al. (2021a) yang menemukan bahwa pendapatan dari kewirausahaan informal berbasis rumah tangga (*home-based entrepreneurship*) berkontribusi nyata terhadap kesejahteraan (*wellbeing*) ekonomi keluarga di negara berkembang, sekaligus memperbaiki posisi finansial keluarga secara keseluruhan (Muhammad et al., 2021b). Temuan-temuan

tersebut memperkuat argumen bahwa potensi waktu luang ibu rumah tangga, jika diarahkan melalui kegiatan kewirausahaan yang tepat, dapat menjadi sumber pendapatan tambahan yang berarti bagi keluarga.

Dari sisi potensi lokal, Kelurahan Bantarsoka memiliki beberapa peluang yang dapat dikembangkan, antara lain: (1) pemanfaatan lahan pekarangan rumah yang selama ini kosong untuk budi daya sayuran dan tanaman obat keluarga (toga), yang hasilnya dapat dimanfaatkan untuk kebutuhan konsumsi maupun dijual; (2) pengembangan usaha rumahan (*home industry*) berbasis bahan pangan lokal yang murah dan mudah diperoleh, seperti singkong, wortel, dan batang pisang (gedebog), menjadi produk olahan bernilai jual lebih tinggi; serta (3) penguatan kapasitas manajemen usaha, mencakup teknik pemasaran, penentuan harga jual, pengemasan, dan penyusunan laporan keuangan sederhana (Khotijah et al., 2025). Penguasaan aspek manajemen usaha ini penting karena, sebagaimana dikemukakan Hadion Wijoyo (2021), keberhasilan pemasaran sangat ditentukan oleh kemampuan pelaku usaha dalam memahami kebutuhan pasar dan membangun nilai produk (*branding*) yang khas (Rangkuti, 2004), sementara keberlanjutan usaha sangat bergantung pada tertibnya pengelolaan keuangan dan administrasi usaha (Dewi & Harjoyo, 2019; Karimah et al., 2026).

Persoalan lain yang tidak kalah penting adalah tantangan transformasi digital. Di era disrupsi digital, pelaku usaha mikro dan rumahan dituntut untuk mampu memasarkan produknya secara daring agar dapat menjangkau pasar yang lebih luas dengan biaya promosi yang lebih efisien (Slamet et al., 2017). Penelitian terbaru yang dilakukan pada UMKM lokal di wilayah Banyumas menunjukkan bahwa optimalisasi pemasaran digital, seperti pemanfaatan media sosial dan platform *marketplace*, mampu meningkatkan jangkauan pasar dan omzet pelaku usaha mikro secara signifikan (Priono et al., 2025; Rofik et al., 2026). Selain itu, penguatan literasi ekonomi masyarakat juga menjadi penting untuk membangun ketahanan ekonomi keluarga di tengah ancaman ketidakpastian ekonomi global (Alwi, 2022), sementara penguasaan kompetensi baru di era Revolusi Industri 4.0 menjadi prasyarat agar sumber daya manusia, termasuk ibu rumah tangga, tidak tertinggal dalam memanfaatkan peluang ekonomi digital (Rohida, 2018; Anas et al., 2026).

Berdasarkan uraian situasi tersebut, tim pengabdian dari Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Wijayakusuma Purwokerto memandang perlu dilaksanakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat berupa penyuluhan terpadu untuk menumbuhkan motivasi dan jiwa kewirausahaan, sekaligus membekali ibu-ibu PKK Kelurahan Bantarsoka dengan pengetahuan dasar manajemen usaha dan pemasaran digital, sehingga potensi waktu luang yang dimiliki dapat dikonversi menjadi kegiatan produktif yang bernilai ekonomi bagi keluarga.

Berdasarkan hasil observasi, wawancara awal, dan diskusi pendahuluan dengan pengurus PKK Kelurahan Bantarsoka, dapat diidentifikasi beberapa permasalahan seperti belum optimalnya pemanfaatan waktu luang untuk kegiatan produktif. Kegiatan rutin ibu-ibu PKK terbatas pada posyandu dan arisan bulanan, sehingga sebagian besar waktu di luar kegiatan tersebut digunakan untuk aktivitas domestik yang tidak memberikan nilai ekonomi tambahan. Tanpa adanya stimulus berupa motivasi dan informasi, waktu luang tersebut cenderung tidak dimanfaatkan secara produktif, sebagaimana diungkapkan Usman et al. (2022) bahwa rendahnya motivasi diri menjadi kendala utama dalam pengembangan potensi perempuan.

Potensi sumber daya lokal yang bernilai ekonomi belum dikembangkan secara maksimal. Lahan pekarangan rumah warga sebagian besar masih dibiarkan kosong atau hanya ditanami tanaman hias, padahal berpotensi dimanfaatkan untuk budi daya sayuran dan tanaman obat keluarga. Demikian pula, bahan pangan lokal yang melimpah dan bernilai jual rendah, seperti wortel dan batang pisang, belum diolah menjadi produk bernilai tambah. (c) Belum pernah ada pelatihan manajemen usaha. Sebagian besar ibu-ibu PKK belum memiliki pengetahuan dasar mengenai teknik pemasaran, penentuan harga jual yang wajar, pengemasan produk, maupun penyusunan laporan keuangan sederhana. Kondisi ini sejalan dengan temuan Pida dan Imsar (2022) serta Wardani dan Darmawan (2020) yang menunjukkan bahwa rendahnya literasi keuangan menjadi salah satu penghambat utama keberlanjutan dan pengembangan skala usaha mikro.

Rendahnya literasi pemasaran digital. Mayoritas ibu-ibu PKK belum memanfaatkan media sosial maupun platform *marketplace* sebagai sarana promosi dan penjualan produk. Padahal, di era ekonomi digital, kemampuan memasarkan produk secara daring menjadi kunci untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing usaha mikro (Slamet et al., 2017; Priono et al., 2025; Zulviar & Faisol, 2024), terlebih kompetensi digital kini menjadi salah satu kompetensi dasar yang dituntut di era Revolusi Industri 4.0 (Rohida, 2018).

Keempat permasalahan tersebut bersifat saling terkait: rendahnya motivasi (masalah 1) menyebabkan potensi lokal tidak tergarap (masalah 2), ketiadaan pengetahuan manajemen usaha (masalah 3) menghambat kelayakan usaha yang dirintis, dan rendahnya literasi digital (masalah 4) membatasi jangkauan pemasaran produk yang dihasilkan. Oleh karena itu, intervensi yang dirancang perlu bersifat komprehensif dan berurutan, mulai dari penumbuhan motivasi, pengembangan ide produk, penguatan manajemen usaha, hingga pemasaran digital.

Mengacu pada analisis permasalahan di atas, tim pengabdian menawarkan empat solusi terintegrasi yang disampaikan dalam satu rangkaian seperti penumbuhan motivasi dan jiwa

kewirausahaan melalui penguatan self-management. Materi ini menekankan pentingnya kedisiplinan diri, ketangguhan mental, dan perencanaan yang matang sebagai modal dasar keberhasilan berwirausaha. Pendekatan ini merujuk pada hasil kegiatan pengabdian serupa oleh Usman et al. (2022) yang menunjukkan bahwa penguatan motivasi kewirausahaan secara signifikan meningkatkan pemahaman peserta tentang pentingnya kewirausahaan dalam mendukung perekonomian rumah tangga.

Pelatihan kreativitas dan diversifikasi produk berbasis potensi lokal. Ibu-ibu PKK didorong untuk mengembangkan ide produk olahan dari bahan-bahan lokal yang murah dan mudah diperoleh, misalnya wortel diolah menjadi *snack* atau keripik, dan batang pisang (gedebog) diolah menjadi abon nabati. Pendekatan diversifikasi produk ini diharapkan dapat meningkatkan nilai tambah ekonomi sebagaimana dibuktikan oleh berbagai kegiatan pengabdian berbasis potensi lokal pada kelompok PKK (Junaidi & Mulyani, 2024), serta selaras dengan temuan internasional bahwa inovasi produk berbasis sumber daya lokal berkontribusi terhadap peningkatan pendapatan rumah tangga perempuan (Ge et al., 2022).

Pelatihan manajemen usaha sederhana. Materi ini mencakup teknik pemasaran dasar, strategi penentuan harga jual yang kompetitif namun tetap memberikan margin keuntungan, pengemasan produk yang menarik, serta penyusunan pencatatan keuangan/pembukuan sederhana agar pelaku usaha dapat memantau arus kas dan keuntungan usahanya (Hadion Wijoyo, 2021; Rangkuti, 2004; Dewi & Harjoyo, 2019).

Pelatihan literasi pemasaran digital. Ibu-ibu PKK diperkenalkan pada konsep dasar *digital marketing*, termasuk pemanfaatan media sosial (WhatsApp Business, Instagram, Facebook) dan platform *marketplace* sebagai sarana promosi dan penjualan produk. Strategi ini merujuk pada keberhasilan optimalisasi pemasaran digital pada UMKM lokal di wilayah Banyumas (Priono et al., 2025) dan strategi pengembangan UKM digital secara umum (Slamet et al., 2017). Keempat solusi tersebut dirancang sebagai satu kesatuan materi penyuluhan yang berkesinambungan, dengan harapan peserta tidak hanya memperoleh wawasan, tetapi juga termotivasi untuk segera memulai atau mengembangkan usaha rumahan secara mandiri.

2. METODE PENELITIAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan di Kelurahan Bantarsoka, Kecamatan Purwokerto Barat, Kabupaten Banyumas, pada tanggal 15 Juni 2026, dengan khalayak sasaran ibu-ibu anggota Kelompok PKK Kelurahan Bantarsoka. Metode pelaksanaan kegiatan dirancang melalui empat tahapan sebagai berikut.

Tahap Persiapan dan Identifikasi Masalah

Tim pengabdian melakukan koordinasi dengan pengurus Kelurahan dan Tim Penggerak PKK Bantarsoka untuk melakukan identifikasi awal terhadap kebutuhan dan permasalahan yang dihadapi mitra. Identifikasi ini dilakukan melalui wawancara dan observasi langsung agar materi penyuluhan yang disusun benar-benar sesuai dengan kebutuhan dan tepat sasaran.

Tahap Penyuluhan (Ceramah dan Presentasi Materi)

Pada tahap ini, tim pengabdian menyampaikan tiga materi utama secara berurutan, yaitu: (a) pentingnya *self management* bagi keberhasilan berwirausaha; (b) kreativitas dan diversifikasi produk berbasis potensi lokal; dan (c) manajemen usaha serta pemasaran digital. Penyampaian materi dilakukan secara interaktif dengan menggunakan media presentasi dan contoh-contoh produk nyata.

Tahap Diskusi dan Pengajuan Permasalahan (Tanya Jawab/FGD).

Setelah penyampaian materi, dilakukan sesi diskusi kelompok untuk memberi kesempatan kepada peserta menyampaikan kendala, pengalaman, maupun ide usaha yang ingin dikembangkan. Sesi ini juga digunakan untuk menggali permasalahan spesifik yang dihadapi masing-masing peserta dalam memulai usaha.

Tahap Evaluasi

Evaluasi kegiatan dilakukan melalui pengamatan tingkat partisipasi dan antusiasme peserta selama kegiatan berlangsung, serta melalui tanya jawab lisan untuk mengukur pemahaman peserta terhadap materi yang telah disampaikan. Hasil evaluasi ini menjadi dasar untuk merumuskan rekomendasi tindak lanjut kegiatan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan oleh tim dosen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Wijayakusuma Purwokerto dalam bentuk penyuluhan langsung (tatap muka) di Kelurahan Bantarsoka pada tanggal 15 Juni 2026. Kegiatan diawali dengan tahap identifikasi masalah, yaitu kunjungan tim pengabdian ke lokasi untuk menggali informasi mengenai kondisi dan kebutuhan ibu-ibu PKK setempat. Tahap ini penting dilakukan agar materi penyuluhan benar-benar sesuai dengan kebutuhan riil mitra, sejalan dengan prinsip pengabdian masyarakat berbasis kebutuhan (*need-based approach*).

Materi 1: *Self-Management* dan Motivasi Berwirausaha

Penyampaian materi diawali dengan penekanan pentingnya manajemen diri (*self-management*) sebagai fondasi keberhasilan berwirausaha. Pribadi yang disiplin, tangguh, dan memiliki perencanaan yang matang terbukti sangat menunjang keberhasilan usaha. Selama sesi ini, peserta menunjukkan antusiasme yang tinggi, ditandai dengan keaktifan bertanya dan berbagi pengalaman pribadi terkait kendala memulai usaha, seperti rasa kurang percaya diri dan keterbatasan modal. Hasil ini sejalan dengan temuan Usman et al. (2022) pada kegiatan pengabdian serupa terhadap kelompok PKK di Banda Aceh, di mana sebagian besar peserta memperoleh wawasan baru mengenai pentingnya motivasi kewirausahaan dalam mendukung perekonomian rumah tangga setelah mengikuti penyuluhan. Temuan ini juga memperkuat argumen Ge et al. (2022) bahwa faktor nonfinansial seperti motivasi dan kepercayaan diri merupakan determinan penting keberhasilan kewirausahaan perempuan, sebelum aspek modal dan keterampilan teknis.



Gambar 1. Sesi Penyampaian Materi

Sumber: PKM, 2026

Materi 2: Kreativitas dan Diversifikasi Produk Berbasis Potensi Lokal

Sesi kedua difokuskan pada penumbuhan kreativitas peserta dalam mengolah bahan-bahan yang tersedia di sekitar lingkungan tempat tinggal menjadi produk yang memiliki nilai jual lebih tinggi. Tim pengabdian memberikan beberapa contoh konkret, antara lain pengolahan wortel menjadi aneka *snack* atau keripik wortel, serta pemanfaatan batang pisang (gedebog) yang selama ini dianggap limbah menjadi abon nabati yang bernilai ekonomi. Diskusi pada sesi ini berkembang cukup hidup, dengan beberapa peserta mengusulkan ide produk olahan lain berdasarkan komoditas yang banyak tersedia di pekarangan rumah masing-masing. Hal ini menunjukkan bahwa stimulasi kreativitas berbasis sumber daya lokal mampu membuka cakrawala berpikir peserta mengenai peluang usaha yang sebelumnya tidak disadari. Temuan

ini relevan dengan hasil kegiatan pengabdian pada kelompok PKK lain yang menunjukkan peningkatan jiwa kewirausahaan setelah diberikan stimulasi ide produk berbasis potensi lokal (Junaidi & Mulyani, 2024), serta sejalan dengan bukti empiris bahwa inovasi produk oleh perempuan wirausaha berkontribusi nyata terhadap peningkatan pendapatan rumah tangga, khususnya pada kelompok masyarakat berpenghasilan menengah ke bawah (Muhammad et al., 2021a).

Materi 3: Manajemen Usaha dan Pemasaran Digital

Materi terakhir membahas aspek manajemen usaha secara lebih teknis, mencakup cara menentukan harga jual yang wajar dengan memperhitungkan biaya bahan baku, tenaga kerja, dan margin keuntungan; teknik pengemasan produk agar lebih menarik dan tahan lama; serta pentingnya mencatat transaksi keuangan secara sederhana agar pelaku usaha dapat mengetahui untung-rugi usahanya (Hadion Wijoyo, 2021; Dewi & Harjono, 2019). Selanjutnya, tim pengabdian memperkenalkan konsep dasar pemasaran digital, termasuk cara membuat akun media sosial untuk usaha, mengunggah foto produk yang menarik, serta memanfaatkan fitur *marketplace* untuk menjangkau pembeli dari luar wilayah Bantarsoka. Pemasaran secara daring (*online*) terbukti memberikan dampak positif karena selain jangkauannya lebih luas, biaya promosinya juga jauh lebih hemat dibandingkan dengan pemasaran konvensional. Hasil ini memperkuat temuan Priono et al. (2025) pada UMKM lokal di Banyumas yang menunjukkan bahwa optimalisasi pemasaran digital mampu meningkatkan jangkauan pasar secara signifikan, serta sejalan dengan strategi pengembangan UKM digital yang dikemukakan Slamet et al. (2017). Penguatan kompetensi digital ini juga sejalan dengan tuntutan kompetensi sumber daya manusia di era Revolusi Industri 4.0 (Rohida, 2018) dan upaya penguatan literasi ekonomi keluarga di tengah ketidakpastian kondisi ekonomi (Alwi, 2022).

Pembahasan Umum

Secara keseluruhan, kegiatan penyuluhan yang dilaksanakan dalam satu rangkaian sesi yang saling berkesinambungan terbukti efektif dalam menumbuhkan motivasi dan wawasan kewirausahaan peserta. Indikator keberhasilan tampak dari tingkat partisipasi aktif peserta selama sesi diskusi, kemunculan ide-ide usaha baru berbasis potensi lokal, serta pernyataan sejumlah peserta yang menyatakan keinginan untuk mencoba memulai usaha rumahan setelah mengikuti penyuluhan. Namun demikian, kegiatan yang dilaksanakan dalam satu tahapan ini juga memiliki keterbatasan, yaitu belum mencakup praktik langsung pembuatan produk maupun pendampingan pemasaran digital secara teknis. Sebagaimana dicatat dalam berbagai

kegiatan pengabdian sejenis (Junaidi & Mulyani, 2024), penyuluhan satu kali pertemuan perlu ditindaklanjuti dengan pendampingan berkelanjutan agar pengetahuan yang diperoleh dapat benar-benar diterapkan menjadi usaha yang berjalan dan berkelanjutan. Oleh karena itu, hasil identifikasi kebutuhan lanjutan dari kegiatan ini menjadi dasar penting bagi perencanaan program pengabdian tahap berikutnya, khususnya pendampingan praktik produksi, pengurusan izin usaha (NIB), dan pendampingan pemasaran digital secara intensif.



Gambar 2. Sesi Pembagian Souvenir
Sumber: PKM, 2026



Gambar 3. Sesi Foto Bersama Ibu PKK
Sumber: PKM, 2026

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat berupa penyuluhan motivasi dan peningkatan jiwa kewirausahaan bagi ibu-ibu PKK Kelurahan Bantarsoka, Kecamatan Purwokerto Barat, Kabupaten Banyumas, dapat disimpulkan bahwa kegiatan ini berhasil meningkatkan pemahaman dan motivasi peserta mengenai pentingnya manajemen diri, kreativitas dalam mengolah potensi sumber daya lokal menjadi produk

bernilai ekonomi, manajemen usaha sederhana, serta pemasaran digital sebagai sarana memperluas jangkauan pasar. Kegiatan yang dilaksanakan pada tanggal 15 Juni 2026 ini telah berhasil mengidentifikasi kebutuhan riil mitra sehingga penyuluhan yang diberikan tepat sasaran dan sesuai dengan apa yang diperlukan oleh ibu-ibu PKK setempat.

Beberapa saran untuk keberlanjutan program antara lain: (1) perlu dilaksanakan pendampingan lanjutan secara berkala agar ide-ide usaha yang muncul dapat direalisasikan menjadi usaha yang berjalan; (2) perlu diadakan pelatihan praktik langsung pembuatan produk olahan berbasis potensi lokal, seperti keripik wortel dan abon gedebog pisang, disertai pelatihan pengemasan; (3) perlu dilakukan pendampingan teknis pemasaran digital secara intensif, termasuk pembuatan akun media sosial usaha dan pendaftaran ke platform *marketplace*; serta (4) perlu adanya sinergi dengan pemerintah Kelurahan dan dinas terkait untuk memfasilitasi akses permodalan dan legalitas usaha (Nomor Induk Berusaha/NIB) bagi ibu-ibu PKK yang merintis usaha rumahan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim pengabdian menyampaikan terima kasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Wijayakusuma Purwokerto, Pemerintah Kelurahan Bantarsoka, serta seluruh pengurus dan anggota Tim Penggerak PKK Kelurahan Bantarsoka atas kerja sama dan partisipasinya yang sangat baik selama pelaksanaan kegiatan pengabdian ini.

DAFTAR REFERENSI

- Alwi, A. C. (2022). Peran literasi ekonomi dan impresi masyarakat dalam menghadapi ancaman resesi ekonomi. *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Pembelajarannya*, 11(1), 12–19. <https://doi.org/10.25273/equilibrium.v11i1.14346>
- Anas, Z., Liana, W., & Faisol, F. (2026). Model Pendampingan Digital Marketing dan Standarisasi Produk bagi UMKM Sektor Kuliner di Kabupaten Sampang. *Inisiatif: Jurnal Ekonomi, Akuntansi dan Manajemen*, 5(2), 713-723.
- Caruana, A., & Fenech, N. (2005). The effect of perceived value and overall satisfaction on loyalty: A study among Maltese dental patients. *Journal of Medical Marketing*, 5(3), 245–255.
- Dewi, P. D., & Harjoyo. (2019). *Manajemen sumber daya manusia*. UNPAM Press.
- Faisol, F., Wahyudin, A., & Djasuli, M. (2025). Potret Pengetahuan Pelaku UMKM Toko Kelontong Madura dalam Penyusunan Laporan Keuangan. *Jurnal Neraca: Jurnal Pendidikan dan Ilmu Ekonomi Akuntansi*, 9(2), 192-207.

- Faisol, F., Qomariyah, N., Maisaroh, S., Aminullah, M., & Romadhon, M. A. S. (2024). Menelisk Strategi Badan Usaha Milik Desa dalam Meningkatkan Pendapatan Asli Desa. *Hatta: Jurnal Pendidikan Ekonomi dan Ilmu Ekonomi*, 2(2), 91-100.
- Ge, T., Abbas, J., Ullah, R., Abbas, A., Sadiq, I., & Zhang, R. (2022). Women's entrepreneurial contribution to family income: Innovative technologies promote females' entrepreneurship amid COVID-19 crisis. *Frontiers in Psychology*, 13, 828040. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.828040>
- Hadion Wijoyo. (2021). Manajemen pemasaran. Insan Cendekia Mandiri.
- Junaidi, L. D., & Mulyani, S. (2024). PKM peningkatan jiwa kewirausahaan pada ibu-ibu PKK di Desa Payageli. *ABDI DALEM: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 1(1), 6–9.
- Karimah, R., Anas, Z., Faisol, F., & Masruroh, M. (2026). Analisis Strategi Penerapan Digital Marketing dalam Meningkatkan Pendapatan UMKM Keripik Pisang. *Jurnal Riset Manajemen*, 4(1), 65-81.
- Khotijah, K., Faisol, F., & Haryansyah, S. E. (2025). Pengaruh literasi keuangan, lingkungan keluarga, dan motivasi terhadap minat berwirausaha. *Journal of Economic and Business*, 2(1), 72-81.
- Muhammad, S., Kong, X., Saqib, S. E., & Beutell, N. J. (2021a). Entrepreneurial income and wellbeing: Women's informal entrepreneurship in a developing context. *Sustainability*, 13(18), 10262. <https://doi.org/10.3390/su131810262>
- Muhammad, S., Kong, X., Saqib, S. E., & Beutell, N. J. (2021b). Women's home-based entrepreneurship and family financial position in Pakistan. *Sustainability*, 13(22), 12542. <https://doi.org/10.3390/su132212542>
- Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 36 Tahun 2020 tentang Gerakan Pemberdayaan dan Kesejahteraan Keluarga.
- Pida, Y., & Imsar, I. (2022). Pengaruh literasi keuangan dan inklusi keuangan terhadap scale up bisnis UMKM Kota Medan dalam kerangka Maqashid Syariah. *Jurnal Sains Sosio Humaniora*, 6(2), 1–12.
- Priono, I. E., Farisi, H., & Yuliana, A. (2025). Optimalisasi digital marketing pada UMKM lokal Banyumas. *Jurnal Rumpun Manajemen dan Ekonomi*, 2(3), 487–498. <https://doi.org/10.61722/jrme.v2i3.4715>
- Rangkuti, F. (2004). *The power of brand*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Rofik, M., Faisol, F., Wahyudin, A., & Hanafi, H. (2025). Analisis Model Pemasaran UD Peternak Ayam Petelur dalam Meningkatkan Omzet Penjualan. *Indo-Fintech Intellectuals: Journal of Economics and Business*, 5(2), 4564-4575.
- Rohida, L. (2018). Pengaruh era revolusi industri 4.0 terhadap kompetensi sumber daya manusia. *Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia*, 6(1), 114–136.
- Slamet, R., Nainggolan, B., Roessobiyatno, Ramdani, H., & Hendriyanto, A. (2017). Strategi pengembangan UKM digital dalam menghadapi era pasar bebas. *Jurnal Manajemen Indonesia*, 16(2), 136–147. <https://doi.org/10.25124/jmi.v16i2.319>
- Usman, M., Dahlia, D., & Fadhilah, F. (2022). Women empowerment and entrepreneurial motivation: Solution for increasing family economics. *Plakat: Jurnal Pelayanan kepada Masyarakat*, 4(2), 1–11. <https://doi.org/10.30872/plakat.v4i2.8694>
- Wardani, A. P. Y. K., & Darmawan, N. A. S. (2020). Peran financial technology pada UMKM:

Peningkatan literasi keuangan berbasis payment gateway. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Bisnis*, 5(2), 1–10.

ZULVIAR, A., & FAISOL, F. (2024). Sosialisasi Membentuk Karakter Mandiri dan Jiwa Kewirausahaan Siswa SMAN 3 Sampang. *NUSANTARA MENGABDI KEPADA NEGERI Учредители: Asosiasi Seni Desain dan Komunikasi Visual Indonesia*, 1(3), 140-146.