

Pemberdayaan Rumah Tangga Melalui Pelatihan Usaha Rumahan Inovatif dan Digital Marketing sebagai Upaya Peningkatan Pendapatan Berkelanjutan di Kelurahan Sekip Kota Pekanbaru

Mariaty Ibrahim¹, Mashur Fadli¹, Jeneva Augustin¹, Etika¹

¹ Universitas Riau, Pekanbaru, Indonesia.

ARTICLE INFO

Keywords:

Innovative;
Digital Marketing;
Sustainable Income;
Home Business

Article history:

Received 2026-04-19

Revised 2026-05-22

Accepted 2026-06-26

ABSTRACT

Household empowerment is a crucial strategy for enhancing community well-being and reducing families' economic dependency. While the Sekip Urban Village in Pekanbaru City possesses significant human resource potential, many households still face limitations in developing productive enterprises and leveraging digital technology for marketing purposes. The methods employed included awareness-raising sessions, training workshops, hands-on practice, and ongoing guidance to assist participants in developing home-based business products and utilizing digital media for promotion and sales. The results indicate that participants improved their knowledge and skills in managing home-based businesses, creating products with higher added value, and utilizing digital platforms to expand market reach. Furthermore, participants demonstrated increased entrepreneurial motivation and a readiness to develop their businesses independently. Consequently, training in innovative home-based business practices and digital marketing serves as an effective approach to empowering households and supporting sustainable family income growth in the Sekip Urban Village, Pekanbaru City.

This is an open access article under the [CC BY](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) license.



Corresponding Author:

Mariaty Ibrahim

Universitas Riau, Pekanbaru, Indonesia; mariaty.ibrahim@lecturer.unri.ac.id

1. PENDAHULUAN

Peningkatan kesejahteraan masyarakat merupakan salah satu tujuan utama pembangunan yang berkelanjutan. Kesejahteraan masyarakat tidak hanya ditentukan oleh tingkat pendapatan, tetapi juga oleh kemampuan rumah tangga dalam mengelola sumber daya yang dimiliki untuk menciptakan peluang ekonomi secara mandiri (Arianto, 2020). Dalam menghadapi dinamika ekonomi yang semakin kompleks, rumah tangga dituntut untuk memiliki kemampuan beradaptasi dan berinovasi agar mampu mempertahankan serta meningkatkan taraf hidup keluarga (Dewi, 2021).

Usaha rumahan (home industry) menjadi salah satu alternatif yang dapat dikembangkan untuk meningkatkan pendapatan keluarga. Usaha ini memiliki keunggulan berupa fleksibilitas dalam pengelolaan waktu, modal yang relatif kecil, serta kemampuan memanfaatkan potensi dan keterampilan

yang dimiliki anggota keluarga (Fitriani, 2020). Selain berkontribusi terhadap peningkatan ekonomi keluarga, usaha rumahan juga dapat menciptakan lapangan kerja baru dan mendorong pertumbuhan ekonomi masyarakat di tingkat local (Handayani, 2021).

Namun demikian, berbagai permasalahan masih dihadapi oleh masyarakat dalam mengembangkan usaha rumahan. Berdasarkan hasil observasi dan identifikasi awal di Kelurahan Sekip Kota Pekanbaru, terdapat beberapa kendala utama yang menghambat perkembangan usaha rumah tangga. Pertama, masih rendahnya pengetahuan dan keterampilan masyarakat dalam mengelola usaha secara profesional, mulai dari perencanaan usaha, pengelolaan keuangan, hingga strategi pengembangan produk. Kedua, sebagian besar usaha yang dijalankan masih bersifat tradisional dengan tingkat inovasi yang rendah sehingga produk yang dihasilkan kurang memiliki nilai tambah dan daya saing di pasar (Irawati, 2020).

Permasalahan lainnya adalah keterbatasan kemampuan masyarakat dalam memanfaatkan teknologi digital untuk kegiatan pemasaran. Meskipun penggunaan internet dan media sosial semakin meningkat, banyak pelaku usaha rumahan yang belum memahami cara memanfaatkan platform digital sebagai sarana promosi dan penjualan produk (Lestari, 2021). Akibatnya, pemasaran produk masih bergantung pada jaringan pelanggan yang terbatas dan metode promosi dari mulut ke mulut, sehingga peluang untuk menjangkau pasar yang lebih luas belum dapat dimanfaatkan secara optimal (Rahmawati, 2023).

Selain itu, aspek pengemasan (packaging) dan branding produk juga masih menjadi tantangan bagi sebagian pelaku usaha rumahan (Sari, 2021). Produk yang dihasilkan sering kali belum memiliki identitas merek yang kuat serta kemasan yang menarik, sehingga sulit bersaing dengan produk sejenis yang telah lebih dahulu dikenal masyarakat. Kondisi ini berdampak pada rendahnya minat konsumen dan terbatasnya peluang peningkatan penjualan (Susanti, 2022).

Perkembangan teknologi digital pada era saat ini sebenarnya membuka peluang yang sangat besar bagi usaha mikro dan usaha rumahan untuk berkembang. Melalui digital marketing, pelaku usaha dapat mempromosikan produk secara lebih efektif, menjangkau konsumen yang lebih luas, membangun citra merek, serta meningkatkan penjualan dengan biaya yang relatif terjangkau (Yulianti, 2020). Namun, tanpa adanya pendampingan dan pelatihan yang memadai, masyarakat akan kesulitan memanfaatkan peluang tersebut secara optimal.

Berdasarkan berbagai permasalahan tersebut, diperlukan suatu program pemberdayaan rumah tangga melalui pelatihan usaha rumahan inovatif dan digital marketing di Kelurahan Sekip Kota Pekanbaru. Program ini dirancang untuk meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan kapasitas masyarakat dalam mengembangkan usaha yang inovatif, memiliki nilai tambah, serta mampu memanfaatkan teknologi digital sebagai media pemasaran. Dengan adanya pelatihan dan pendampingan yang berkelanjutan, diharapkan masyarakat dapat meningkatkan daya saing usaha, memperluas akses pasar, dan pada akhirnya meningkatkan pendapatan keluarga secara berkelanjutan.

Berdasarkan latar belakang tersebut, permasalahan yang dihadapi masyarakat Kelurahan Sekip Kota Pekanbaru dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Rendahnya pengetahuan dan keterampilan masyarakat dalam mengelola usaha rumahan secara efektif dan berkelanjutan.
2. Kurangnya inovasi produk yang menyebabkan rendahnya nilai tambah dan daya saing usaha rumahan.
3. Belum optimalnya pemanfaatan teknologi digital dan media sosial sebagai sarana pemasaran produk.
4. Keterbatasan kemampuan masyarakat dalam melakukan branding dan pengemasan produk yang menarik.
5. Rendahnya akses pasar yang berdampak pada terbatasnya peluang peningkatan pendapatan rumah tangga.

Kelurahan Sekip Kota Pekanbaru merupakan salah satu wilayah yang memiliki potensi ekonomi masyarakat yang cukup besar. Sebagai bagian dari kawasan perkotaan yang terus berkembang, Kelurahan Sekip memiliki masyarakat yang aktif dalam berbagai kegiatan ekonomi produktif, termasuk usaha kuliner, kerajinan tangan, jasa, serta berbagai bentuk usaha rumahan lainnya. Potensi tersebut

menunjukkan adanya peluang yang besar untuk mengembangkan ekonomi berbasis rumah tangga sebagai salah satu strategi peningkatan kesejahteraan masyarakat.

Di sisi lain, terdapat potensi besar yang belum dimanfaatkan secara optimal oleh masyarakat, seperti tingginya penggunaan smartphone, meningkatnya akses internet, serta berkembangnya berbagai platform digital yang dapat digunakan untuk mendukung pemasaran produk. Apabila potensi tersebut dapat dimanfaatkan secara efektif melalui peningkatan kapasitas masyarakat, maka usaha rumahan yang dijalankan berpeluang untuk berkembang lebih cepat dan memberikan dampak ekonomi yang lebih signifikan bagi keluarga.

Berdasarkan kondisi tersebut, diperlukan suatu program pemberdayaan rumah tangga yang tidak hanya berfokus pada peningkatan keterampilan produksi, tetapi juga pada pengembangan inovasi usaha dan kemampuan pemasaran digital. Pelatihan usaha rumahan inovatif dan digital marketing menjadi salah satu solusi strategis untuk meningkatkan kompetensi masyarakat dalam menciptakan produk yang memiliki nilai tambah, memahami kebutuhan pasar, membangun identitas merek yang kuat, serta memanfaatkan teknologi digital sebagai media promosi dan penjualan. Melalui pelatihan dan pendampingan yang berkelanjutan, diharapkan masyarakat mampu mengembangkan usaha secara lebih profesional, meningkatkan daya saing produk, memperluas jaringan pemasaran, dan pada akhirnya meningkatkan pendapatan keluarga secara berkelanjutan.

2. METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan metode *Participatory Action Research (PAR)* yang menekankan keterlibatan aktif masyarakat dalam setiap tahapan kegiatan pemberdayaan. Pendekatan ini dipilih karena bertujuan untuk mengidentifikasi permasalahan yang dihadapi masyarakat, merancang solusi yang sesuai dengan kebutuhan, serta mengevaluasi dampak pelatihan terhadap peningkatan kapasitas dan pendapatan rumah tangga.

Penelitian dilaksanakan di Kelurahan Sekip, Kota Pekanbaru, Provinsi Riau. Lokasi ini dipilih karena memiliki potensi pengembangan usaha rumahan yang cukup besar, namun masih menghadapi berbagai kendala dalam aspek inovasi usaha dan pemasaran digital. Kegiatan penelitian dan pelatihan dilaksanakan selama periode yang telah ditentukan sesuai dengan jadwal program pengabdian kepada masyarakat.

Penelitian dilaksanakan melalui beberapa tahapan sebagai berikut:

1. Tahap Identifikasi dan Analisis Kebutuhan

Pada tahap awal dilakukan observasi lapangan, wawancara, dan diskusi dengan masyarakat untuk mengidentifikasi kondisi sosial ekonomi, potensi usaha yang dimiliki, serta berbagai kendala yang dihadapi dalam pengembangan usaha rumahan. Data yang diperoleh digunakan sebagai dasar dalam menyusun materi dan metode pelatihan yang sesuai dengan kebutuhan peserta.

2. Tahap Perencanaan Program

Berdasarkan hasil identifikasi kebutuhan, disusun program pelatihan yang mencakup pengembangan usaha rumahan inovatif dan digital marketing. Materi pelatihan meliputi:

- a. Identifikasi peluang usaha rumahan.
- b. Inovasi dan pengembangan produk.
- c. Pengemasan (packaging) dan branding produk.
- d. Pengelolaan usaha sederhana.
- e. Pemanfaatan media sosial untuk promosi.
- f. Pembuatan konten pemasaran digital.
- g. Strategi pemasaran melalui marketplace dan platform digital.

3. Tahap Pelaksanaan Pelatihan

Pelatihan dilaksanakan melalui metode ceramah, diskusi, demonstrasi, praktik langsung, dan studi kasus. Peserta diberikan pemahaman teoritis sekaligus kesempatan untuk mempraktikkan

pembuatan konten promosi, pengelolaan akun media sosial bisnis, serta strategi pemasaran digital yang dapat diterapkan pada usaha masing-masing.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pemberdayaan rumah tangga melalui pelatihan usaha rumahan inovatif dan digital marketing di Kelurahan Sekip Kota Pekanbaru dilaksanakan dengan melibatkan masyarakat yang memiliki usaha rumahan maupun yang berminat untuk memulai usaha. Pelaksanaan kegiatan diawali dengan identifikasi kebutuhan peserta, dilanjutkan dengan penyampaian materi, praktik langsung, serta pendampingan dalam pengembangan usaha dan pemasaran digital.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara sebelum pelatihan, ditemukan bahwa sebagian besar peserta masih menjalankan usaha secara konvensional. Produk yang dihasilkan umumnya belum memiliki inovasi yang signifikan, kemasan produk masih sederhana, serta pemasaran masih dilakukan secara terbatas melalui jaringan keluarga, tetangga, dan pelanggan tetap. Selain itu, sebagian besar peserta belum memahami pemanfaatan media sosial dan marketplace sebagai sarana pemasaran yang efektif.

Selain inovasi produk, aspek branding dan packaging juga menjadi faktor yang berpengaruh terhadap keberhasilan usaha. Sebelum pelatihan, sebagian besar peserta belum memahami pentingnya identitas merek dan kemasan dalam menarik minat konsumen. Setelah mengikuti pelatihan, peserta mulai menyadari bahwa kemasan tidak hanya berfungsi sebagai pelindung produk, tetapi juga sebagai media promosi yang dapat meningkatkan nilai jual produk. Perubahan ini menunjukkan adanya peningkatan kesadaran pelaku usaha terhadap pentingnya strategi pemasaran modern.

Pemanfaatan digital marketing menjadi salah satu hasil yang paling menonjol dalam kegiatan ini. Perkembangan teknologi digital telah mengubah pola pemasaran dari metode konvensional menuju pemasaran berbasis internet. Melalui media sosial dan platform digital, pelaku usaha dapat menjangkau konsumen yang lebih luas tanpa harus mengeluarkan biaya promosi yang besar. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa peserta mulai memahami cara memanfaatkan media sosial sebagai sarana komunikasi dan promosi produk secara efektif.

Peningkatan kemampuan digital peserta juga menunjukkan bahwa literasi digital merupakan faktor penting dalam mendukung keberlanjutan usaha mikro. Kemampuan membuat konten promosi, mengunggah produk secara rutin, serta berinteraksi dengan pelanggan melalui platform digital dapat membantu meningkatkan visibilitas produk dan memperluas peluang pasar. Kondisi ini berpotensi memberikan dampak positif terhadap peningkatan volume penjualan dan pendapatan usaha dalam jangka panjang.

Dari perspektif pemberdayaan masyarakat, kegiatan pelatihan tidak hanya meningkatkan keterampilan teknis peserta, tetapi juga membangun kepercayaan diri dan motivasi untuk berwirausaha. Peserta menjadi lebih optimis dalam mengembangkan usaha yang dimiliki karena memperoleh pengetahuan baru serta dukungan dalam mengatasi berbagai kendala yang selama ini dihadapi. Hal ini menunjukkan bahwa pemberdayaan yang dilakukan melalui pendekatan pelatihan dan pendampingan mampu mendorong perubahan perilaku ekonomi masyarakat ke arah yang lebih produktif.

Pelaksanaan program pemberdayaan rumah tangga melalui pelatihan usaha rumahan inovatif dan digital marketing di Kelurahan Sekip Kota Pekanbaru terbukti memberikan manfaat yang signifikan bagi peserta. Program ini tidak hanya meningkatkan pengetahuan dan keterampilan masyarakat, tetapi juga membuka peluang pengembangan usaha yang lebih luas melalui pemanfaatan teknologi digital. Dengan adanya pendampingan yang berkelanjutan, diharapkan kemampuan yang telah diperoleh peserta dapat terus berkembang sehingga mampu meningkatkan pendapatan keluarga dan mendukung terwujudnya kemandirian ekonomi masyarakat secara berkelanjutan.

Berdasarkan kegiatan pengabdian Pelatihan sebagai berikut:



Gambar 1. Pelatihan Packaging



Gambar 2. Pelatihan Manajemen Keuangan Sederhana

Selain pelatihan inovasi usaha dan digital marketing, kegiatan ini juga memberikan pelatihan mengenai packaging (pengemasan) produk sebagai salah satu strategi untuk meningkatkan nilai jual dan daya saing produk usaha rumahan. Materi yang diberikan meliputi pentingnya kemasan dalam menarik perhatian konsumen, pemilihan jenis kemasan yang sesuai dengan karakteristik produk, desain label produk, pencantuman informasi produk, serta teknik pengemasan yang menarik dan higienis.

Sebelum pelatihan, sebagian besar peserta masih menggunakan kemasan sederhana yang hanya berfungsi sebagai wadah produk tanpa memperhatikan aspek estetika dan pemasaran. Kondisi tersebut menyebabkan produk yang dihasilkan kurang memiliki daya tarik visual dibandingkan dengan produk sejenis yang beredar di pasaran. Melalui pelatihan ini, peserta diberikan pemahaman

bahwa kemasan merupakan salah satu elemen penting dalam membangun citra produk dan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pelaksanaan kegiatan Pemberdayaan Rumah Tangga Melalui Pelatihan Usaha Rumahan Inovatif dan Digital Marketing sebagai Upaya Peningkatan Pendapatan Berkelanjutan di Kelurahan Sekip Kota Pekanbaru, dapat disimpulkan bahwa program pelatihan dan pendampingan yang dilakukan mampu meningkatkan kapasitas masyarakat dalam mengembangkan usaha berbasis rumah tangga secara lebih produktif dan berkelanjutan.

Pelatihan usaha rumahan inovatif memberikan pemahaman kepada peserta mengenai pentingnya inovasi produk sebagai upaya meningkatkan nilai tambah dan daya saing usaha. Peserta mampu mengidentifikasi peluang usaha yang sesuai dengan kebutuhan pasar serta melakukan pengembangan produk melalui peningkatan kualitas, variasi produk, dan penciptaan identitas usaha yang lebih menarik.

Pelatihan packaging produk juga memberikan dampak positif terhadap kemampuan peserta dalam memperbaiki tampilan dan kualitas kemasan produk. Peserta mulai memahami bahwa kemasan tidak hanya berfungsi sebagai pelindung produk, tetapi juga sebagai sarana promosi yang dapat meningkatkan nilai jual dan kepercayaan konsumen. Perbaikan desain kemasan dan pemberian label produk menjadi salah satu bentuk inovasi yang berhasil diterapkan oleh peserta setelah mengikuti pelatihan.

Selain itu, pelatihan manajemen keuangan sederhana berhasil meningkatkan pemahaman peserta dalam mengelola keuangan usaha secara lebih tertib dan terstruktur. Peserta mulai mampu melakukan pencatatan pemasukan dan pengeluaran, memisahkan keuangan usaha dan rumah tangga, serta menghitung keuntungan usaha secara sederhana. Kemampuan tersebut menjadi dasar penting dalam mendukung keberlanjutan dan pengembangan usaha di masa mendatang.

Pada aspek pemasaran, pelatihan digital marketing memberikan peningkatan pengetahuan dan keterampilan peserta dalam memanfaatkan media sosial dan platform digital sebagai sarana promosi produk. Peserta mampu membuat akun bisnis, menyusun konten promosi sederhana, serta memahami strategi pemasaran digital yang dapat membantu memperluas jangkauan pasar. Pemanfaatan teknologi digital terbukti menjadi salah satu solusi efektif dalam meningkatkan visibilitas produk dan membuka peluang peningkatan penjualan.

Secara keseluruhan, kegiatan pemberdayaan ini menunjukkan bahwa kombinasi pelatihan usaha rumahan inovatif, packaging produk, manajemen keuangan sederhana, dan digital marketing dapat menjadi strategi yang efektif dalam meningkatkan kemampuan kewirausahaan masyarakat. Program ini tidak hanya meningkatkan pengetahuan dan keterampilan peserta, tetapi juga menumbuhkan motivasi, kemandirian, dan kepercayaan diri dalam mengembangkan usaha rumahan.

Berdasarkan hasil kegiatan yang telah dilaksanakan, beberapa saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Perlu adanya pendampingan lanjutan secara berkala untuk memastikan peserta dapat mengimplementasikan materi pelatihan secara konsisten dalam kegiatan usahanya.
2. Pemerintah daerah, perguruan tinggi, dan stakeholder terkait diharapkan dapat memberikan dukungan dalam bentuk akses permodalan, pelatihan lanjutan, serta perluasan jaringan pemasaran bagi pelaku usaha rumahan.
3. Pelaku usaha perlu terus meningkatkan inovasi produk, kualitas kemasan, dan strategi pemasaran digital agar mampu bersaing di pasar yang semakin kompetitif.
4. Diperlukan pelatihan lanjutan mengenai pengelolaan marketplace, fotografi produk, pembuatan konten digital, dan legalitas usaha untuk mendukung pengembangan usaha secara lebih profesional.
5. Program pemberdayaan serupa dapat diperluas ke wilayah lain sebagai upaya mendukung penguatan ekonomi keluarga dan pengembangan UMKM berbasis masyarakat.

REFERENSI

- Arianto, B. (2020). Pengembangan UMKM digital di masa pandemi Covid-19. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 6(2), 233–247.
- Dewi, R., & Haryanto, A. T. (2021). Strategi pemasaran digital bagi pengembangan usaha mikro kecil dan menengah. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 9(1), 45–56.
- Fitriani, E., & Prasetyo, H. (2022). Pemberdayaan ekonomi keluarga melalui pengembangan usaha rumahan berbasis masyarakat. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(3), 210–219.
- Handayani, S., & Wulandari, D. (2021). Pelatihan digital marketing sebagai upaya peningkatan daya saing UMKM. *Jurnal Abdimas Indonesia*, 2(4), 155–163.
- Hendrawan, A., Sucahyowati, H., Cahyandi, K., Indriyani, & Rayendra, A. (2019). Pengaruh marketing digital terhadap kinerja penjualan produk UMKM. *Jurnal Administrasi dan Kesekretarisan*, 4(1)
- Irawati, R., & Yuliana, L. (2020). Peran media sosial dalam meningkatkan pemasaran produk usaha mikro. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 23(1), 78–89.
- Kusuma, A. H. P., & Sugandi, E. A. (2019). Pengaruh strategi digital marketing terhadap peningkatan penjualan UMKM. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 16(2), 112–123.
- Lestari, P., & Nugroho, R. (2021). Pelatihan manajemen keuangan sederhana bagi pelaku usaha mikro untuk meningkatkan keberlanjutan usaha. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(2), 87–95.
- Nugraha, D., & Kurniawati, E. (2022). Peningkatan kapasitas pelaku usaha melalui pelatihan branding dan packaging produk UMKM. *Jurnal Pengembangan Masyarakat*, 7(1), 33–42.
- Pradiani, T. (2018). Pengaruh sistem pemasaran digital marketing terhadap peningkatan volume penjualan hasil industri rumahan. *Jurnal Ilmiah Bisnis dan Ekonomi Asia*, 12(2), 46–53.
- Purwana, D., Rahmi, & Aditya, S. (2017). Pemanfaatan digital marketing bagi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Indonesia. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani*, 1(1), 1–17.
- Rahmawati, N., & Sari, M. (2023). Pemberdayaan perempuan melalui pengembangan usaha rumahan untuk meningkatkan kesejahteraan keluarga. *Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat*, 7(2), 120–130.
- Sari, D. P., & Putra, A. (2021). Optimalisasi media sosial sebagai sarana pemasaran produk UMKM di era digital. *Jurnal Ekonomi Kreatif dan Kewirausahaan*, 4(1), 15–26.
- Susanti, E., & Wijayanti, R. (2022). Pelatihan packaging produk sebagai upaya peningkatan nilai jual produk UMKM. *Jurnal Abdimas Nusantara*, 3(2), 98–107.
- Yulianti, D., & Kurniawan, F. (2020). Penguatan ekonomi keluarga melalui pemberdayaan usaha mikro berbasis rumah tangga. *Jurnal Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat*, 2(1), 25–36.

