**Krepa: Kreativitas Pada Abdimas**
**ISSN 2988-3059**
**Cahaya Ilmu Bangsa**

**Vol 5 No 2 Tahun 2025**
**Prefix DOI : 10.9765/Krepa.V218.3784**

# SOSIALISASI PENGEMBANGAN IDE USAHA YANG DIMINATI PASAR

**Rahmah Rihhadatul 'Aisy[1], Wiwit Sulistiani[2], Wulida Itsnaini[3], Yuni Awaliyah[4], Sobirin[5]**
Institut Agama Islam Al-Zaytun Indonesia
Email : rahmahrihhadatul@gmail.com[1], wiwitsulistiani025@gmail.com[2], wulidaitsnaini@gmail.com[3], yuniawalyn@gmail.com[4], sobirin@iai-alzaytun.ac.id[5]

**ABSTRAK**

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini dilaksanakan pada tanggal 05 Juni 2025 di Desa Kertanegara dengan melibatkan ibu-ibu rumah tangga sebagai peserta utama. Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk memberikan edukasi mengenai pentingnya menggali dan mengembangkan ide-ide usaha yang diminati pasar, serta meningkatkan kesadaran dan keterampilan kewirausahaan masyarakat, khususnya perempuan di lingkungan pedesaan. Metode kegiatan dilakukan melalui sosialisasi interaktif, diskusi, dan tanya jawab secara langsung di lokasi kegiatan. Hasil dari pelaksanaan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman peserta terhadap jenis-jenis usaha yang sesuai dengan potensi lokal dan tren pasar, meningkatnya motivasi untuk memulai atau mengembangkan usaha mandiri, serta antusiasme peserta dalam menggali ide-ide baru. Kegiatan ini juga mengungkap perlunya pendampingan lanjutan dalam aspek pemasaran dan pengelolaan usaha. Secara keseluruhan, program PKM ini berhasil mendorong pemberdayaan ekonomi masyarakat berbasis potensi lokal dan minat pasar.
**Kata Kunci**: Pengabdian masyarakat, ide usaha, ibu rumah tangga, potensi lokal, kewirausahaan

***ABSTRACT***

*This Community Service Program (PKM) was held on June 05, 2025, in Kertanegara Village, targeting housewives as the main participants. The aim of the activity was to provide education on how to explore and develop business ideas that are marketable, as well as to raise awareness and entrepreneurial skills among rural women. The method of implementation included interactive socialization, group discussions, and direct Q&A sessions at the activity site. The results showed an increase in participants' understanding of suitable home-based businesses that align with local potential and current market trends, growing motivation to start or expand independent businesses, and high enthusiasm in exploring new ideas. The program also revealed the need for follow-up assistance, particularly in marketing and business management. Overall, this PKM initiative successfully encouraged community economic empowerment based on local potential and market demand.*
***Keywords**: Community service, business ideas, housewives, local potential, entrepreneurship*

**Article History**
Received: Juni 2025
Reviewed: Juni 2025
Published: Juni 2025

Plagirism Checker No 234.KK.443
Prefix DOI : **10.9765/Krepa.V218.3784**
Plagirism Checker No 234
Prefix DOI : Prefix DOI : 10.8734/Krepa.v1i2.365
**Copyright : Author**
**Publish by : Krepa**

This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License

**Krepa: Kreativitas Pada Abdimas**
**ISSN 2988-3059**
**Cahaya Ilmu Bangsa**
**Vol 5 No 2 Tahun 2025**
**Prefix DOI : 10.9765/Krepa.V218.3784**

## PENDAHULUAN

Di tengah perkembangan zaman yang semakin cepat, kebutuhan untuk mandiri secara ekonomi menjadi semakin penting, tidak hanya bagi individu pekerja formal, tetapi juga bagi kelompok ibu rumah tangga yang memiliki potensi besar dalam menggerakkan perekonomian skala kecil dan menengah. Namun, berdasarkan hasil observasi di lingkungan mitra, masih banyak ibu rumah tangga yang belum memiliki pemahaman yang cukup mengenai bagaimana menciptakan dan mengembangkan ide usaha yang sesuai dengan kebutuhan pasar.

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2023, lebih dari 60% pelaku usaha mikro di Indonesia adalah perempuan, namun banyak di antaranya yang mengalami stagnasi karena minimnya pengetahuan tentang tren pasar dan strategi ide usaha. Di sisi lain, masyarakat konsumen saat ini semakin selektif dalam memilih produk dan jasa, sehingga pelaku usaha dituntut untuk dapat menciptakan ide usaha yang tidak hanya kreatif, tetapi juga relevan dan diminati pasar.

Permasalahan ini diperkuat dengan hasil wawancara awal yang dilakukan kepada beberapa ibu rumah tangga di lingkungan mitra, yang menyatakan bahwa mereka sering merasa bingung untuk memulai usaha karena tidak tahu apa yang sedang dibutuhkan pasar, serta takut usahanya tidak laku atau tidak bertahan lama. Mereka juga belum terbiasa menggunakan pendekatan analitis untuk membaca peluang pasar, sehingga ide-ide usaha yang muncul cenderung berdasarkan perkiraan atau meniru usaha orang lain tanpa mempertimbangkan faktor kebutuhan konsumen.

Melihat kondisi tersebut, maka kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dirancang sebagai upaya edukatif untuk membekali ibu rumah tangga dengan pemahaman dasar tentang bagaimana menggali dan mengembangkan ide usaha yang diminati pasar. Program ini diharapkan dapat membantu peserta memahami pentingnya membaca kebutuhan pasar, mengenali potensi diri dan lingkungan, serta mengembangkan ide usaha yang tepat sasaran dan memiliki peluang berkembang lebih jauh.

## METODE

Metode yang digunakan dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah metode edukatif partisipatif. Metode ini dipilih karena dinilai mampu memberikan pemahaman kepada peserta sekaligus mendorong keterlibatan aktif dalam setiap proses kegiatan. Dalam pendekatan edukatif, peserta diberikan materi mengenai pengembangan ide usaha berbasis kebutuhan pasar secara komunikatif dan mudah dipahami. Sedangkan pendekatan partisipatif menekankan pada interaksi dua arah antara pelaksana kegiatan dan peserta agar peserta tidak hanya menerima informasi secara pasif, tetapi juga terlibat aktif dalam diskusi, bertukar pengalaman, serta menyusun ide usaha berdasarkan potensi yang dimiliki.

Selain itu, kegiatan ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif yang bertujuan untuk menggambarkan proses pelaksanaan kegiatan dan merespons dinamika yang muncul selama kegiatan berlangsung. Melalui metode ini, pelaksana dapat mengamati keterlibatan peserta serta mengevaluasi pemahaman dan minat peserta terhadap pengembangan ide usaha berbasis pasar lokal.

**Krepa: Kreativitas Pada Abdimas**
**ISSN 2988-3059**
**Cahaya Ilmu Bangsa**
**Vol 5 No 2 Tahun 2025**
**Prefix DOI : 10.9765/Krepa.V218.3784**

## TEMPAT DAN WAKTU

Pelaksanaan kegiatan adalah sebagai berikut :

Tempat : Desa Kertanegara
Waktu Pelaksanaan Kegiatan : Kamis, 05 Juni 2025

## METODE KEGIATAN

Metode pelaksanaan kegiatan akan disajikan melalui penjelasan dibawah ini :

1. **Survei Tempat Pelaksanaan Kegiatan**
   Kegiatan ini dimaksudkan untuk menggali dan mengembangkan ide usaha yang diminati.
2. **Persiapan Sarana dan Prasarana**
   Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas mereka dalam mengenali kebutuhan pasar, potensi diri, serta tren usaha yang sedang berkembang. Usaha yang relevan dan berkelanjutan, sehingga dapat berkontribusi terhadap peningkatan kesejahteraan keluarga dan perekonomian masyarakat sekitar
3. **Pelaksanaan Kegiatan**
   Setelah melakukan survey dan persiapan sarana dan prasarana maka pelaksanaan kegiatan dilaksanakan oleh pengusul beserta anggota. Kegiatan yang dilakukan adalah berupa penyuluhan dalam bentuk pertemuan secara langsung dan pembagian bingkisan yang bertempat Desa Kertanegara
4. **Materi Pembinaan dan Penyuluhan Kegiatan**
   Berikut adalah materi mengenai Sosialisasi Pengembangan Ide Usaha Yang Diminati Pasar. Materi pembinaan dan penyuluhan kegiatan yaitu Tentang " Sosialisasi Pengembangan Ide Usaha Yang Diminati Pasar.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Program PKM ( pengabdian kepada masyarakat ) ini dilaksanakan pada tanggal 05 Juni 2025 dengan melibatkan target peserta ibu-ibu rumah tangga di Desa Kertanegara. Kegiatan ini berupa sosialisasi yang berfokus pada memberikan edukasi kepada masyarakat mengenai ide-ide usaha yang memiliki peluang diterima pasar. Berdasarkan hasil sosialisasi langsung serta melakukan Tanya jawab kepada para peserta selama kegiatan berlangsung, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini memberikan hasil sebagai berikut :

1) Peningkatan Pengetahuan dan Wawasan Peserta tentang Usaha ; Sebelum kegiatan dimulai, sebagian besar peserta mengaku belum memiliki pemahaman yang cukup tentang jenis-jenis usaha rumahan yang sesuai dengan kebutuhan dan potensi pasar. Namun, setelah mengikuti sosialisasi, peserta menyatakan bahwa wawasan mereka menjadi lebih terbuka, khususnya mengenai berbagai alternatif usaha yang bisa dijalankan dari rumah, seperti produksi makanan ringan tradisional, kerajinan tangan dari bahan bekas, pembuatan minuman herbal, serta jasa seperti laundry kiloan atau katering kecil-kecilan. Materi yang disampaikan juga mencakup cara sederhana dalam menganalisis peluang pasar, strategi penetapan harga, serta pentingnya menjaga kualitas dan pelayanan kepada konsumen. Hal ini dinilai sangat membantu peserta untuk memahami bahwa usaha tidak selalu membutuhkan modal besar, melainkan kreativitas, ketekunan, dan kemampuan membaca kebutuhan lingkungan sekitar.

2) Partisipasi dan Antusiasme yang Tinggi dari Peserta ; Salah satu indikator keberhasilan kegiatan ini adalah antusiasme peserta yang cukup tinggi selama kegiatan berlangsung. Banyak dari mereka aktif bertanya, berdiskusi, dan menyampaikan pengalaman pribadi terkait usaha rumahan yang pernah mereka jalani atau yang sedang direncanakan. Bahkan, beberapa peserta membawa contoh produk yang sudah mereka buat di rumah untuk mendapatkan masukan. Situasi ini mencerminkan bahwa kegiatan pengabdian ini benar-benar menyentuh kebutuhan

**Krepa: Kreativitas Pada Abdimas**
**ISSN 2988-3059**
**Cahaya Ilmu Bangsa**
**Vol 5 No 2 Tahun 2025**
**Prefix DOI : 10.9765/Krepa.V218.3784**

riil masyarakat, khususnya ibu-ibu rumah tangga yang ingin produktif namun terkendala informasi, akses modal, dan keterampilan dalam mengembangkan usaha kecil.

3) Meningkatnya Motivasi untuk Memulai atau Mengembangkan Usaha; Dari hasil tanya jawab dan pengisian kuisioner sederhana, terlihat bahwa sebagian besar peserta merasa lebih percaya diri dan termotivasi untuk mulai mencoba membuka usaha setelah mengikuti kegiatan ini. Beberapa dari mereka bahkan menyampaikan rencana jangka pendek untuk memulai usaha kecil seperti jualan kue basah, minuman sehat, serta membuka jasa cuci pakaian.Hal ini menunjukkan bahwa kegiatan pengabdian ini tidak hanya bersifat teoritis, tetapi juga mampu membangkitkan semangat dan kepercayaan diri masyarakat untuk mandiri secara ekonomi.
855588

Secara keseluruhan, kegiatan PKM ini memberikan dampak yang cukup positif bagi masyarakat, khususnya ibu-ibu rumah tangga di Desa Kertanegara. Selain memberikan pemahaman baru mengenai dunia usaha, kegiatan ini juga berhasil memotivasi peserta untuk lebih produktif dan kreatif dalam memanfaatkan potensi yang ada. Dengan adanya tindak lanjut dan dukungan dari berbagai pihak, diharapkan kegiatan ini dapat menjadi awal dari tumbuhnya semangat kewirausahaan yang berkelanjutan di masyarakat.

## KESIMPULAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) yang dilaksanakan pada tanggal 05 Juni 2025 di Desa Kertanegara dengan sasaran ibu-ibu rumah tangga telah memberikan dampak yang positif dan konstruktif. Sosialisasi mengenai ide-ide usaha yang memiliki peluang diterima pasar berhasil meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan semangat kewirausahaan di kalangan peserta.

Melalui partisipasi aktif dalam diskusi dan sesi tanya jawab, peserta menunjukkan antusiasme yang tinggi serta ketertarikan untuk memulai atau mengembangkan usaha kecil. Kegiatan ini juga berhasil menggali potensi lokal desa yang dapat diolah menjadi produk bernilai jual. Selain itu, peserta menyampaikan harapan akan adanya tindak lanjut berupa pelatihan dan pendampingan usaha yang lebih aplikatif, khususnya dalam aspek pemasaran, pengelolaan keuangan, dan legalitas usaha.

Secara keseluruhan, kegiatan ini tidak hanya berperan sebagai bentuk pengabdian, tetapi juga sebagai wadah pemberdayaan masyarakat yang relevan dengan kebutuhan mereka.

**Krepa: Kreativitas Pada Abdimas**
**ISSN 2988-3059**
**Cahaya Ilmu Bangsa**
**Vol 5 No 2 Tahun 2025**
**Prefix DOI : 10.9765/Krepa.V218.3784**

Diharapkan kegiatan ini menjadi langkah awal untuk membangun ekosistem wirausaha yang mandiri dan berkelanjutan di Desa Kertanegara.

## DAFTAR PUSTAKA

*Hidayat, R. (2021). Strategi Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Berbasis Potensi Lokal. Yogyakarta: Deepublish.*

*Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah Republik Indonesia. (2023). Pedoman Pemberdayaan UMKM. Jakarta: Kemenkop UKM.*

*Kurniasih, D., & Rahman, M. (2022). "Model Sosialisasi Wirausaha untuk Meningkatkan Kemandirian Ekonomi Masyarakat." Jurnal Ilmiah Pengabdian kepada Masyarakat, 7(3), 88–95.*

*Sari, L. M., & Wulandari, A. (2020). "Pelatihan Kewirausahaan sebagai Upaya Pemberdayaan IbuRumah Tangga." Jurnal Pengabdian Masyarakat, 5(2), 120–128.*

*Supriyanto, A. (2019). "Analisis Potensi Lokal dalam Meningkatkan Kesejahteraan Ekonomi Masyarakat Desa." Jurnal Ekonomi dan Pembangunan, 17(1), 45–54.*