

PENGENALAN DASAR PEMASARAN UNTUK PENGHUNI PANTI ASUHAN HATI BANGSA DI JAKARTA

Richard Andrew¹, Jeane Audrey Santoso² & Delvia Debora³

¹Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tarumanagara Jakarta
Email: richarda@fe.untar.ac.id

²Program Studi Sarjana Manajemen, Universitas Tarumanagara Jakarta
Email: jeane.115220432@stu.untar.ac.id

³Program Studi Sarjana Manajemen, Universitas Tarumanagara Jakarta
Email: delvia.115220102@stu.untar.ac.id

ABSTRACT

Hati Bangsa Orphanage in one of plenty social foundations in Jakarta. As the credible social institution in the capital city of Indonesia, Hati Bangsa Orphanage expected to create the next generation human resources that can help nations to be more prosperous and hopeful. As much as other social organizations tribulations, Novel Coronavirus pandemic not only affect the health condition of societies but also the financial stabilities for many social organizations. To handle this situation, Hati Bangsa Orphanage try to collaborate with various religious affiliations as well as preparing some entrepreneurial handicrafts that made by their own students. To increase their marketing skills, Universitas Tarumanagara's team that consists of academic and student, explain the method of marketing to help the human resources increase the probability of enhancing the budgetaries flexibility. There are multiple points told to Hati Bangsa Orphanage which include sustainable development, understanding different market segmentation, marketing environment, megamarketing implementation, omni-comunitization era, customer's decision making processes, differentiation model and marketing mix. As a result, Hati Bangsa Orphanage's stakeholders thanked the program and hope the program could run again in the future with plenty of other useful topics. As a conclusion, the orphanages not only need the know how to produce something with commercialization values but they also need the know how to get the market by using those products.

Keywords: Basic Marketing and Orphanage

ABSTRAK

Panti Asuhan Hati Bangsa merupakan salah satu yayasan sosial yang ada di Jakarta. Sebagai salah satu lembaga sosial yang kredibel di ibukota, Panti Asuhan Hati Bangsa diharapkan untuk mampu menciptakan Sumber Daya Manusia yang unggul untuk generasi mendatang yang tidak hanya dapat membantu diri mereka sendiri tetapi juga bangsa dan negara agar lebih sejahtera dan penuh harapan. Sebagaimana yang diketahui, Novel Coronavirus tidak hanya berdampak bagi kondisi kesehatan masyarakat tetapi juga stabilitas keuangan banyak organisasi nirlaba. Untuk mengatasi hal ini, Panti Asuhan Hati Bangsa berusaha untuk berkolaborasi dengan beragam afiliasi yang berbeda selain juga mempersiapkan produk kewirausahaan yang dihasilkan oleh penghuni mereka sendiri. Salah satu afiliasi tersebut adalah Universitas Tarumanagara, yang mengirimkan tim berisikan dosen dan mahasiswa untuk menjelaskan suatu metode tentang konsep dasar pemasaran. Penjelasan mengenai konsep dasar pemasaran ini tidak hanya mendorong peluang mereka untuk bekerja di masa mendatang tetapi juga diharapkan mampu meningkatkan fleksibilitas anggaran dari Panti Asuhan Hati Bangsa dalam jangka panjang. Ada banyak poin yang dijelaskan terkait konsep ini yakni tujuan pengembangan berkelanjutan, cara untuk mengerti segmentasi pasar, jenis dalam lingkungan pemasaran, tahapan untuk mengimplementasi pemasaran besar, pengenalan akan era omni-komunitisasi, pengambilan keputusan pelanggan, model diferensiasi dalam pemasaran dan bauran pemasaran. Dari pembahasan ini, para penghuni Panti Asuhan Hati Bangsa berterima kasih atas ilmu yang diberikan dan berharap kegiatan sejenis dapat dijalankan kembali di masa depan. Sebagai kesimpulan, pengetahuan akan pemasaran dasar ini tidak hanya berguna bagi Panti Asuhan Hati Bangsa tetapi juga banyak Panti lain untuk mengerti cara untuk bisa berhasil di pasar.

Kata kunci: Pemasaran Dasar dan Panti Asuhan

1. PENDAHULUAN

Pemasaran dapat dilakukan dengan berbagai cara yang dilakukan oleh Panti Asuhan setelah pemerintah memutuskan untuk menghentikan Pembatasan Sosial Berskala Besar yang cukup berdampak terhadap banyak sektor sosial yang membutuhkan santunan dan donasi agar sekedar

dapat bertahan melayani anak – anak terlantar dan yatim piatu. Salah satunya seperti yang dilakukan oleh Panti Asuhan Muhammadiyah kota Madiun yang mengadakan pelatihan menjahit dan membuat kue kering (Wijaya et al: 2022). Contoh lain seperti Panti Asuhan Udyana Wiguna yang membuat berbagai macam miniatur, lampion, bambu, tempat tisu, tamas dan tempat duduk dari bambu (Indrayani et al: 2021). Panti Asuhan yang dituju oleh tim Pengabdian kepada Masyarakat Universitas Tarumanagara sendiri yang bernama Panti Asuhan Hati Bangsa juga telah memiliki produk kewirausahaan berupa hasil kerajinan tangan.

Ada banyak pelatihan pemasaran yang dilakukan oleh instansi pendidikan tinggi seperti yang diadakan oleh Universitas Muhammadiyah Purwokerto oleh Hamka et al (2023) untuk penerapan pemasaran digital. Untuk produk kerajinan tangan sendiri pelatihan secara lebih mendalam juga sudah dilakukan oleh tim Pengabdian kepada Masyarakat di daerah lain seperti yang dilakukan oleh Martha et al (2022) yang memberikan pelatihan pembuatan kerajinan tangan dengan bahan sederhana disertai dengan penyuluhan strategi pemasaran yang efektif untuk memasarkan produk kerajinan tangan. Tidak hanya pelatihan untuk produk kerajinan, produk bahan baku seperti sayuran hidroponikpun dapat dipasarkan secara digital seperti pelatihan yang diadakan oleh Ekawati et al (2022).

Ada banyak cara pemasaran yang didapat dilakukan terkait dengan hasil usaha Panti Asuhan Hati Bangsa tersebut dan salah satunya yang paling standar dan sudah dilakukan adalah dengan memajang produk di meja panti asuhan. Untuk selain di meja panti asuhan, jika terdapat etalase atau penjualan secara digital maka calon konsumen dapat melakukan transaksi baik secara luring maupun secara daring seperti yang diajarkan oleh Insusanty et al (2021). Tidak hanya dari kualitas produk maupun pemasaran digital saja, Fitriana et al (2019) juga mengungkapkan pentingnya kemasan yang baik untuk meningkatkan kualitas produk sebelum dipasarkan. Hal ini dikarenakan kemasan dapat digunakan sebagai tempat untuk meletakkan nama produk disertai dengan logo Panti Asuhan Hati Bangsa tersebut.

Ada beberapa permasalahan Panti Asuhan yang berhasil dikumpulkan oleh Andrew dan Claudia (2021) yakni prestasi akademik yang rendah, sikap penghuni yang menganggap dirinya sebagai sumber masalah dari lingkungan yang menyebabkan tidak memiliki pendirian, mudah menyerah, mengalami hambatan untuk mengekspresikan emosi, terasing, kurang percaya diri, kurang aktif, mudah putus asa dan mengalami kesulitan dalam proses sosialisasi. Untuk di Panti Asuhan Hati Bangsa sendiri selain masalah sosial diatas, disinyalir terdapat masalah sopan santun dalam memasarkan produk mereka, kebersihan dan sanitasi diri yang perlu sedikit ditingkatkan sehingga kondisi dalam Panti Asuhan tersebut menjadi lebih nyaman dan layak untuk dihuni.

Selain itu, terkait dengan komunikasi dengan pihak Panti Asuhan juga memiliki keterbatasan mengingat kesibukan yang tinggi dari para penghuni Panti Asuhan untuk mengisi kehidupan sehari – hari. Pengurus dari Panti Asuhan Hati Bangsa sendiri saking sibuk operasional hariannya tidak sempat untuk berpartisipasi secara langsung menghadiri seluruh kegiatan yang dilaksanakan di dalam Panti Asuhan sehingga perlu bantuan tenaga kerja harian agar bisa memastikan kegiatan sosial dari mitra Panti Asuhan tetap berjalan lancar. Adapun masalah sanitasi untuk kepentingan pemasaran dari Panti Asuhan perlu ditingkatkan oleh pengurus utama dari Panti Asuhan yang acapkali sibuk mencari donatur yang berasal dari berbagai kalangan pemerhati keadaan lingkungan sosial. Berdasarkan ke semua hal tersebut maka tim PKM yang terdiri dari gabungan dosen dan mahasiswa Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Tarumanagara ini mencoba untuk melakukan program yang berguna bagi khalayak dengan judul “Pengenalan Dasar – Dasar Pemasaran untuk Peserta Didik di Panti Asuhan Hati Bangsa Jakarta”.

2. METODE PELAKSANAAN

Pelaksanaan kegiatan bersama mitra ini dimulai dengan tahap penjajakan untuk mencari panti asuhan yang mampu mengakomodir terlaksananya kegiatan ini. Setelah pertemuan dengan pengurus harian Panti Asuhan Hati Bangsa, tim PKM berdiskusi untuk menentukan waktu pelaksanaan yang tepat untuk program pelatihan mengenai konsep dasar pemasaran kepada para penghuni Panti Asuhan tersebut. Setelah disetujui bersama dan diperiksa ketersediaan waktunya, maka pihak Panti Asuhan Hati Bangsa menandatangani surat pernyataan kesediaan bekerja sama dengan Universitas Tarumanagara dalam bentuk pengadaan program bersama untuk mengenalkan konsep dasar pemasaran bagi penghuni Panti Asuhan. Adapun Panti Asuhan Hati Bangsa beralamatkan di Jembatan Dua Raya Gang Pilin 1 Nomor 5R, RT 002, RW 002, Kecamatan Penjaringan, Kotamadya Jakarta Utara, Propinsi Daerah Khusus Ibukota Jakarta.

Setelah mendapatkan surat persetujuan pelaksanaan kegiatan, tim dari Universitas Tarumanagara kemudian mengajukan usulan pembiayaan ke Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Universitas sehingga kegiatan dapat berjalan dengan lancar. Dengan pembiayaan yang didukung oleh Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Universitas Tarumanagara, tim kemudian mempersiapkan pelaksanaan program dengan membeli dari berbagai tempat peralatan serta perlengkapan yang dibutuhkan untuk mendukung keberhasilan dari kegiatan. Akhirnya, pada periode yang telah disepakati oleh kedua pihak, program dapat terlaksana dengan baik dan lancar serta dievaluasi dengan menggunakan kuisioner untuk memahami tingkat kepuasan dari penghuni Panti Asuhan terhadap materi mengenai dasar pemasaran yang diberikan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari pelaksanaan Program pengenalan dasar pemasaran di Panti Asuhan Hati Bangsa ini didapatkan hasil secara umum bahwa mereka puas dengan performa dari tim yang berasal dari Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Tarumanagara. Berikut adalah salah satu foto kenang – kenangan kegiatan yang berhasil diambil oleh salah satu pengurus harian dari panti tersebut:

Gambar 1.

Foto Bersama Penghuni Panti Asuhan Hati Bangsa



Adapun dari hasil kuisioner hal yang paling memuaskan adalah durasi waktu pelaksanaan program mini seminar yang dilakukan. Durasi yang tidak terlalu singkat dan tidak terlalu lama memberikan optimalisasi transfer ilmu dari pembicara ke pihak mitra. Adapun dari hasil kuisioner poin yang harus disempurnakan adalah terkait dengan topik karena rentang usia penghuni Panti Asuhan yang jauh maka topik ini lebih dekat bagi mereka yang sudah remaja. Sedangkan yang masih berusia

anak – anak merasa topik terlalu berat sehingga mungkin bisa diganti dengan topik perekonomian umum yang lebih sederhana seperti gerakan menabung atau menjaga penampilan serta kebersihan diri saat ingin memiliki profesi di dunia bisnis yang baik di masa depan. Secara umum pelaksanaan kegiatan ini tergolong memuaskan namun masih bisa ditingkatkan agar menjadi sangat memuaskan.

Tentu saja untuk menyemarakkan kegiatan ini tim PKM juga memberikan kenang – kenangan kepada pengurus harian dari Panti Asuhan Hati Bangsa dan juga peserta didik yang aktif selama menjalankan kegiatan seperti yang tercantum pada gambar dibawah ini:

Gambar 2.

Kenang – Kenangan untuk Peserta yang Aktif



Gambar 3.

Kenang – Kenangan untuk Pengurus Harian Panti



Tim Program dari Universitas Tarumanagara menilai bahwa para penghuni Panti Asuhan cukup antusias saat mengikuti kegiatan dan bahkan ada yang ingin melanjutkan studi ke Perguruan Tinggi di masa mendatang. Ini menunjukkan bahwa ada harapan yang cukup besar dari para penerus masa depan bangsa walaupun mereka memiliki keterbatasan. Tidak lupa di program ini juga Dosen mampu mengajak para mahasiswa untuk berpartisipasi aktif turun ke tengah masyarakat sehingga suatu saat pada saat mereka menjadi alumni kemudian mampu untuk mentransfer pengalaman dan ilmu yang sudah mereka dapatkan di bangku perkuliahan.

Selain mengadakan kegiatan kepada sekitar 20 peserta didik dari Panti Asuhan Hati Bangsa ini tim PKM juga menyiapkan 40 set perlengkapan sanitasi pribadi beserta dengan alat tulis agar mereka mampu untuk menjalankan aktivitas harian mereka baik sebagai peserta didik di sekolah sesuai dengan tingkatan masing – masing maupun sebagai penghuni panti yang mampu menjaga kebersihan diri dengan baik dan benar. Adapun tim PKM serta pengurus harian dari Panti Asuhan berharap kegiatan sejenis dapat terulang di periode mendatang sehingga tidak hanya berguna bagi institusi pendidikan tetapi juga Panti Asuhan tersebut untuk menjaga keberlanjutan kegiatan yang positif dan penuh makna ini.

4. KESIMPULAN

Program yang dilaksanakan Universitas Tarumanagara di Panti Asuhan Hati Bangsa ini berjalan dengan memuaskan. Hal ini sesuai dengan ekspektasi pihak mitra maupun pelaksana kegiatan yang berasal dari perguruan tinggi. Acara yang dibuka dengan sinopsis cara membagi waktu kuliah dengan bekerja oleh mahasiswa ini dilanjutkan dengan sekuel acara penjelasan tentang dasar – dasar pemasaran untuk penghuni Panti Asuhan. Secara sosial, acara ini mendukung penambahan kebutuhan akan perlengkapan para penghuni Panti Asuhan sehingga mereka memiliki motivasi yang tepat di masa depan. Dari sisi budaya organisasi, Panti Asuhan sudah mulai peka dengan melaksanakan praktek kewirausahaan dasar dengan menjual pernak – pernik hasil kerajinan tangan penghuni panti namun masih perlu untuk meningkatkan kapasitas sebelum terjun ke dunia riil setelah mereka keluar dari Panti Asuhan. Untuk sisi layanan, Panti Asuhan banyak menerima kolaborasi sejenis dari berbagai macam mitra baik Yayasan Pendidikan maupun Yayasan Sosial yang lain.

Tidak hanya itu mereka juga sudah mencoba untuk meningkatkan citra dengan membangun situs yang menjelaskan tentang eksistensi dari Panti Asuhan ini. Di masa mendatang tim dari Universitas Tarumanagara berharap dapat melakukan kegiatan sejenis dengan topik yang berbeda di masa mendatang. Untuk kegiatan sejenis di masa mendatang, tim dari Perguruan Tinggi mengusulkan topik yang lebih ringan bagi penghuni panti agar lebih mudah dipelajari dan disesuaikan dengan umur para penghuni panti yang tergolong relatif muda karena sebagian belum menginjak masa remaja. Kemudian untuk penjadwalan diusulkan untuk tidak diubah dalam waktu yang agak mepet sehingga tidak hanya bisa diikuti oleh penghuni dan pengurus Panti Asuhan tetapi juga dari pengelola utama Yayasan tempat Panti Asuhan ini bernaung.

Ucapan Terima Kasih (*Acknowledgement*)

Tim PKM berterima kasih terhadap semua pihak yang telah mendukung terlaksananya kegiatan ini khususnya tim dari Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Universitas Tarumanagara dan juga Panitia Seri Seminar Nasional VI tahun 2023.

REFERENSI

- Andrew, R., & Claudia, M. (2021). Pemberdayaan Civitas Akademika Perguruan Tinggi untuk Memberikan Santunan ke Panti Asuhan di Jakarta. *Prosiding SENAPENMAS*, 639-646.
- Ekawati, E., Rizieq, R., Ellyta, E., Masulili, A., & Sutikarini, S. Penyuluhan Pembuatan Pupuk Organik Cair, Pemasaran Online Pada Usaha Hidroponik Panti Asuhan Baitul Hikmah Kabupaten Kuburaya. *SEMAR: Jurnal Ilmu Pengetahuan, Teknologi, dan Seni bagi Masyarakat*, 11(2), 132-138.
- Hamka, M., & Muktiadi, R. (2023). Penerapan Pemasaran Digital pada Panti Asuhan Muhammadiyah Griya Al Falah Purbalingga, Jawa Tengah. *Jurnal Pengabdian Teknik dan Sains (JPTS)*, 3(01).

- Indrayani, L., Sulindawati, N. L. G. E., & Santi, N. W. A. (2021). Peningkatan Daya Saing Produk pada Panti Sosial Asuhan “Udyana Wiguna” Singaraja. *Proceeding Senadimas Undiksha*, 254.
- Insusanty, E., Sadjati, E., & Ratnaningsih, A. T. (2021). Ibm Manajemen Usaha, Keuangan Dan Pemasaran Kerajinan Tangan Dari Limbah Di Panti Asuhan Hikmah Pekanbaru. *COMSEP: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(3), 266-272.
- Martha, D., Intani, I., Afsyah, R., Mukarama, R., Aritonang, S., & Milenia, Y. (2022). Pelatihan Kewirausahaan “Menerapkan Strategi Pemasaran Yang Efektif Agar Produk Kerajinan Tangan Yang Dihasilkan Diterima Pasar”(Panti Asuhan Annisa, Pekanbaru, Riau). *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 2(4), 100-110.
- Wijaya, A. L., Sari, A. K. A. R., & Hasanah, K. (2022). Pendampingan Ekonomi Kreatif Pada Panti Asuhan Muhammadiyah Kota Madiun Melalui Pelatihan Pembuatan Kerajinan Tangan dan Pelatihan Pemasaran Digital. *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 7(2), 400-410.