

Program Peningkatan Kewirausahaan Melalui Media Digital Untuk Pondok Yatim Putri Human Initiative

Meutia Handayani *¹, Devi Mulia Sari ², Cut Yunina Eriva ³

^{1,2,3}Politeknik Aceh, Aceh, Indonesia

*e-mail: meutihandayani@politeknikaceh.ac.id

Abstract

This community service is carried out as a form of responsibility of Aceh Polytechnic Higher Education academics for the surrounding social environment. The object of this community service is the Pondok Santri Putri Human Initiative which has carried out entrepreneurial activities. There are several obstacles faced by the students so far. These obstacles include their lack of understanding of technology, the absence of a brand (brand) for their products so that later it will be difficult to market and promote online, and their understanding who have not been able to promote products digitally. From the problems faced, this community service activity is carried out to be able to help the students. This community service is carried out by conducting workshops to train in making attractive and competitive brands in online sales, as well as training students to market their products digitally through social media. The results of this study are expected to increase the income of the students through the products they produce.

Keywords: *digital, technology, student*

Abstrak

Pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan sebagai bentuk tanggung jawab para akademisi Perguruan Tinggi Politeknik Aceh untuk lingkungan sosial disekitarnya. Objek dalam pengabdian kepada masyarakat ini adalah pondok santri putri Human Initiative yang telah melakukan kegiatan kewirausahaan. Terdapat beberapa kendala yang dihadapi para santri selama ini. Kendala tersebut diantaranya kurangnya pemahaman mereka terhadap teknologi, belum adanya merek (brand) untuk produk mereka sehingga nantinya akan sulit untuk dipasarkan dan dipromosikan secara online, dan pemahaman mereka yang belum mampu mempromosikan produk secara digital. Dari permasalahan yang dihadapi tersebut maka kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan untuk dapat membantu para santri. Pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan dengan cara melakukan workshop untuk melatih pembuatan merek dagang (brand) yang menarik dan kompetitif dalam penjualan secara online, serta melatih para santri untuk memasarkan produk mereka secara digital melalui media sosial. Hasil dari penelitian ini nantinya diharapkan dapat meningkatkan pendapatan para santri melalui produk yang mereka hasilkan.

Kata kunci: *digital, teknologi, santri.*

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi saat ini terus tumbuh dengan sangat signifikan dan semakin canggih. Hal ini telah membuat lahirnya era digital saat ini sehingga menyebabkan manusia memiliki ketergantungan terhadap teknologi. Indonesia menjadi negara yang setengah dari penduduknya merupakan pengguna internet. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa ada sekitar 143,26 juta penduduk Indonesia yang telah menggunakan internet, dari total populasi sebanyak 262 juta orang. Dengan kata lain ada sebesar 54,86 % penduduk Indonesia telah mengakses internet (Tim APJII, 2018). Pengguna social media di Indonesia mencapai 27.000.000 pengguna dan mengalami peningkatan sebanyak 34 %. Terbukti bahwa pengguna internet di Indonesia menggunakan *social media* sebagai sarana untuk mendapatkan informasi yang diperlukan, Mileva(2018). Penggunaan teknologi yang semakin pesat saat ini telah melahirkan generasi z yang melek akan semua kehidupan berbasis dengan digital natives, Adri (2019). Hal ini tentu telah mengubah segala aspek kehidupan masyarakat termasuk dalam bidang perekonomian. Salah satu bagian dari bidang perekonomian tersebut yang membutuhkan dukungan teknologi adalah kewirausahaan. Teknologi ini diperlukan untuk melayani perkembangan permintaan yang begitu kompleks dari konsumen dan mendorong pelaku usaha untuk lebih kreatif dalam mengembangkan dan meningkatkan merek produknya agar lebih

familiar dan terkenal di kalangan masyarakat serta mampu melakukan pemasaran produk secara digital dengan baik untuk memenuhi permintaan konsumen secara luas. Penjualan produk secara digital atau sering disebut dengan jual beli online. Jual beli online ini menjadi familiar saat ini karena akses atau kemudahan yang difasilitasi oleh internet via media social yang berkembang beberapa tahun belakangan ini Yeti et al (2021)

Sementara itu, dalam penelitian yang dilakukan oleh Evelina (2012), merek memiliki manfaat bagi pembeli dalam menciptakan mutu terhadap produk-produk baru. Konsumen beranggapan bahwa merek yang terkenal di pasaran lebih aman digunakan dibandingkan dengan merek yang kurang populer, karena merek yang populer di pasaran memberikan informasi yang lengkap dibanding dengan merek yang cenderung tertinggal di pasaran. Merek itu sendiri memiliki fungsi untuk memberikan tanda pengenal tersendiri sehingga berbeda dengan produk lainnya, Sulastri (2018). Bagi penjual sendiri, merek merupakan keistimewaan atau ciri khas produk dan akan memberikan perlindungan hukum tersendiri terhadap produk itu. Dengan adanya merek, maka konsumen akan dapat dengan mudah membedakan karakteristik dari masing-masing produk.

Human Initiative lahir dari perubahan nama Pos Keadilan Peduli Umat (PKPU) pada usianya yang ke 20 tahun. Dimana sebelumnya PKPU ini merupakan salah satu lembaga nasional yang turut membantu Aceh dalam membina anak yatim / piatu / dhuafa. PKPU sebelumnya telah membina 1.150 anak yatim / piatu / dhuafa, PKPU (2019). Pergantian nama ini merupakan terobosan baru pada lembaga tersebut yang kini telah berusia dua decade tersebut. Perubahan nama ini juga membuat perubahan terhadap logo PKPU yang menjadi Human Initiative, Human Initiative (2018).

Visi dari Human Initiative yang menjadikan lembaga ini sebagai suatu organisasi kemanusiaan dunia yang terpercaya dalam rangka membangun kemandirian. Hal ini membuat Human Initiative merupakan suatu NGO pada tingkat dunia. Human Initiative bergerak pada kegiatan yang lebih kepada fokus dan arahnya terhadap isu-isu yang berkaitan dengan permasalahan-permasalahan yang ada keterkaitannya dalam bidang kegiatan kemanusiaan.

Adapun filosofi logo, HI sebagai huruf yang mewakili kata "human" yang berarti manusia. Manusia sebagai pelaku utama kemanusiaan. Sementara I adalah Initiative yang merupakan budaya dalam organisasi. "Inisiatif sebagai nilai dan perilaku dan jabat tangan simbol dari sebuah ikatan, sebuah jalinan atau simbol kerja sama dan hubungan baik serta sinergi untuk saling menguatkan. Program kerja Human Initiative Aceh akan fokus pada isu-isu utama yaitu tentang anak, baik itu yatim, duaafa maupun anak-anak penyintas bencana. Selanjutnya fokus pada kebencanaan, baik skala lokal, skala nasional hingga internasional. Semua anak yang berada dibawah asuhan Human Initiative tersebar diseluruh Indonesia termasuk yang berada di Aceh.

Salah satu pemondokan yatim bagi santri putri yang ada di Aceh adalah Pondok Yatim Putri Human Initiative yang berada di Cot Suruy Kecamatan Blang Bintang Aceh Besar. Pondok tersebut menampung 250 anak yang berasal dari seluruh Aceh. (Muliana, 2018). Human Initiative memiliki beberapa program yang akan dilakukan oleh mereka diantaranya program pemberdayaan, mulai dari program pemberdayaan pondok yatim hingga ke pemberdayaan masyarakat,". Program tersebut dirancang untuk dapat dilaksanakan dengan baik

Berdasarkan observasi yang dilakukan oleh tim pengabdian kepada masyarakat pada Pondok Yatim Putri Human Initiative, program pemberdayaan yang dilakukan selama ini berupa program kewirausahaan. Kegiatan kewirausahaan ini diselenggarakan dengan beberapa program pelatihan skill untuk para santri yaitu, menjahit, merajut, komputer dasar dan *cooking class*. Output dari pelatihan skill untuk para santri yang masih terus berlanjut adalah menjahit dan merajut. Sedangkan pelatihan *skill* lainnya seperti pelatihan komputer dasar dan *cooking class* kurang diminati sehingga tidak di lanjutkan kegiatan tersebut.



Gambar 1. Hasil Rajutan Karya Santri



Gambar 2. Jilbab Hasil Produksi Santri

Adapun produk yang dihasilkan dari *skill* menjahit dan merajut para santri adalah berupa jilbab dan tas rajut yang kemudian ditampung dalam sebuah usaha menjahit milik lembaga Human Initiative. Jilbab dan tas rajut sudah diproduksi selama kurang lebih dua tahun oleh semua santri, namun produk mereka tersebut belum memiliki merek dagang sehingga sulit untuk mengkomersilkannya secara digital.

Saat ini, hasil produksi santri pondok hanya dipasarkan di kalangan mereka saja dan dijadikan sebagai hadiah bagi para tamu yang berkunjung. Usaha yang dikelola anak yatim / piatu / dhuafa ini masih belum berkembang dan memperlihatkan hasil yang maksimal.

Berdasarkan fenomena dilapangan, maka permasalahan yang dialami oleh santri Pondok Yatim Putri Human Initiative sebagai berikut:

1. Kurangnya pengetahuan para santri tentang branding produk, sehingga produk yang diproduksi belum memiliki merk.
2. Para santri tidak menguasai pemasaran dengan sistem digital marketing, sehingga produk yang diproduksi belum dipasarkan.

Berdasarkan permasalahan yang ada, pengabdian kepada masyarakat ini dinilai cukup penting dilaksanakan. Tujuan pengabdian kepada masyarakat ini untuk membantu mitra dalam meningkatkan penjualan dengan cara membuat merek dagang yang menarik agar dapat

dipromosikan dan perlu adanya strategi pemasaran secara online untuk menjual produk mereka secara digital, Hapsoro (2019).

2. METODE

Program pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan ini meliputi beberapa langkah-langkah dalam pelaksanaan kegiatannya. Langkah pelaksanaan yang pertama adalah Pemilihan Sasaran. Pada awalnya tim pengabdian kepada masyarakat melakukan observasi di Pondok Yatim Putri Human Initiative. Kegiatan observasi ini adalah selain meninjau langsung lokasi objek juga memberikan sosialisasi terhadap kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang ingin ditawarkan kepada objek untuk dapat berkerjasama dalam hal penyediaan peserta, dan penyediaan tempat yang mendukung untuk pelaksanaan kegiatan nantinya. Dalam hal ini metode yang digunakan kepada objek adalah metode pendekatan dan pemberian motivasi kepada para santri. Setelah observasi dilakukan, melalui berbagai pertimbangan kelayakan maka diambil keputusan untuk memilih Pondok Yatim Putri Human Initiative untuk menjadi mitra kerja sama dengan tim pengabdian kepada masyarakat.

Setelah mitra sasaran ditemukan, maka langkah selanjutnya adalah mengidentifikasi masalah yang dialami oleh mitra yang dalam hal ini adalah Pondok yatim Putri Human Initiative. Identifikasi masalah yang telah diperoleh untuk selanjutnya dapat diberikan solusi yang ditawarkan kepada mitra atas persoalan yang mereka alami. Pada langkah ini maka dibuatlah suatu kegiatan *workshop branding product* dan *digital marketing*

Pelaksanaan *workshop* ini dilakukan di Pondok Yatim Putri Human Initiative di Cot Suruy Balang Bintang Aceh Besar. Dalam *workshop* ini dihadiri sekitar dua puluh lima santri putri. Metode *workshop* ini adalah memberikan pelatihan dan pendampingan kepada para peserta. Setelah dari kegiatan *workshop* ini selesai maka ada kegiatan monitoring dan evaluasi antara mitra dan tim pengabdian kepada masyarakat selanjutnya untuk melihat hasil dari *workshop* yang telah dilaksanakan sebelumnya. Hal ini kesemuanya dilakukan dengan harapan dapat menjadi jalan keluar bagi mitra dalam menghadapi persoalan mereka selama ini.

Pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan untuk mengatasi permasalahan yang terjadi pada mitra. Kegiatan ini dilaksanakan melalui langkah-langkah sebagai berikut:

1. Kegiatan awal pelaksanaan program kemitraan masyarakat stimulus adalah sosialisasi program dengan mitra dan melakukan survey lokasi.
2. Sebelum pelaksanaan pelatihan untuk para santri, diperlukan koordinasi untuk memastikan acara dengan mitra. Setelah mendapatkan masukan dari wawancara dengan mitra dan pencarian referensi untuk mendesain acara pelatihan. Tahap awal yang dilakukan adalah pembentukan panitia, pembuatan schedule acara, dan pembuatan term of references (TOR) untuk calon pemateri
3. Tahap selanjutnya adalah pelaksanaan *workshop* untuk para santri putri yang diberikan oleh beberapa pemateri yang kompeten dalam bidangnya. Pemateri pertama memberikan materi tentang promosi dan pemasaran dengan menggunakan media digital. Pemateri kedua memberikan materi tentang bagaimana membuat merek (*branding*) untuk produk yang telah dibuat oleh para santri agar dapat menjadi semenarik mungkin.
4. Para tim pengabdian kepada masyarakat memantau dan melihat langsung ke Pondok Yatim Putri Human Initiative saat para santri melakukan proses pembuatan produk mereka.
5. Adanya kegiatan monitoring dan evaluasi atas hasil yang telah diperoleh setelah *workshop* dilaksanakan. Hal ini dilakukan dengan meninjau kembali para santri yang telah membuat merek yang dibuat secara menarik untuk dapat dipromosikan dan dipasarkan dengan menggunakan media digital atas ilmu yang telah didapatkan dalam *workshop* sebelumnya.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengabdian kegiatan masyarakat ini dilaksanakan dalam rangka memenuhi unsur tridarma perguruan tinggi bagi setiap para akademisi. Atas dasar dan alasan tersebutlah maka dilakukan pengabdian kepada masyarakat ini dengan mitra ataupun objek yang dipilih adalah Pondok Yatim Putri Human Initiative yang terletak di Cot Suruy kecamatan Blang Bintang kecamatan Aceh Besar. Kegiatan awal pelaksanaan program kemitraan masyarakat stimulus adalah sosialisasi program dengan mitra dan melakukan survey lokasi. Gambar 5.1 merupakan pertemuan tim pengabdian dengan mitra sasaran pada program ini sekaligus memberitahukan bahwa akan dilakukan pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat.



Gambar 5.1 Sosialisasi Pelaksanaan Pengabdian



Gambar 5.2 Wawancara dengan Mitra

Pada Gambar 5.2 terlihat bahwa tim pengabdi sedang melakukan wawancara untuk mengetahui permasalahan yang dialami oleh salah satu anggota kelompok yang masih memproduksi. Selama ini mereka hanya melakukan kegiatan atas dasar dari *skill* mereka seperti menjahit jilbab dan merajut tas. Namun terdapat kendala bagi mereka dalam mengembangkan usaha mereka agar lebih dikenal dimasyarakat luas. Kendalanya adalah para santri belum mendapatkan pemahaman tentang pembuatan merek (*branding*) untuk produk mereka. Selain itu para santri belum mendapatkan pemahaman tentang bagaimana mempromosikan dan memasarkan produk mereka dengan menggunakan media digital. Mengingat saat ini dengan teknologi yang canggih telah merubah tatanan kehidupan dengan menggunakan alat atau media serba digital.



Gambar 5.3 pelaksanaan workshop pengabdian kepada masyarakat.

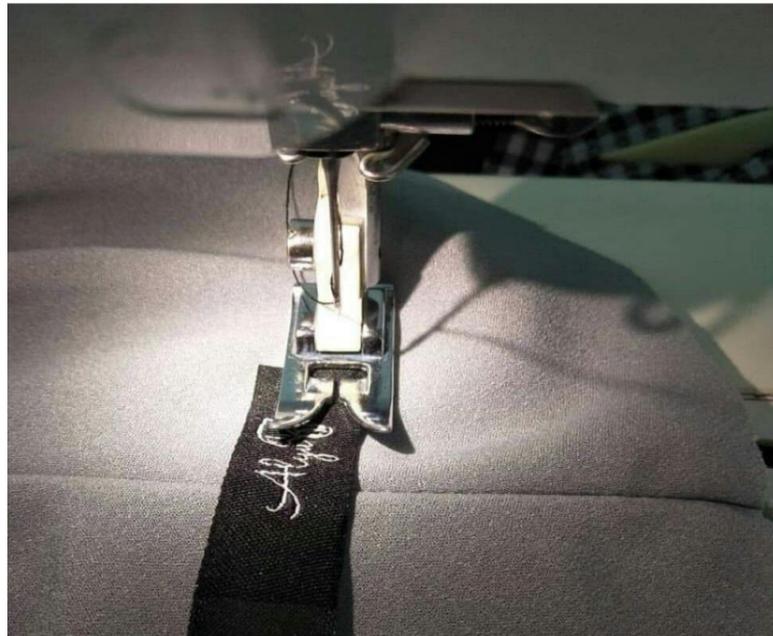
Pada Gambar 5.3 terlihat pelaksanaan kegiatan workshop yang merupakan agenda dari pengabdian kepada masyarakat untuk Pondok Yatim Putri Human Initiative. Adapun peserta dalam kegiatan ini adalah santri putri yang telah disediakan oleh mitra. Para santri putri ini dibekali materi tentang marketing digital melalui media sosial pada acara workshop tersebut. Para santri diajarkan memanfaatkan sosial media sebagai mesin pemasaran untuk produk mereka. Materi lain yang diberikan adalah tentang branding produk. Para santri diajarkan pentingnya merk pada sebuah produk untuk memudahkan pemasaran. Hal ini dilakukan agar mereka dapat berwirausaha atas segala keahlian yang mereka miliki. Diharapkan para santri dapat menerapkan ilmu yang didapat dari pelatihan ini pada usahanya, sehingga mereka mandiri secara ekonomi.

Pada Gambar 5.4 terlihat bahwa salah satu santri sedang memproduksi dengan menjahit produk jilbab. Menjahit menjadi salah satu program ketrampilan bagi para santri. Ketrampilan ini diharapkan dapat menjadi bekal kemandirian ekonomi para santri kelak.



Gambar 5.4 Mensurvey ruang produksi

Pada Gambar 5.4 terlihat bahwa tim pengabdian sedang mensurvey ruang produksi. Para santri sedang menjahit produk jilbab bersama. Ruang jahit ini masih berada satu kompleks dari kantor Human Initiative.





Gambar 5.5 Menjahit Brand pada jilbab

Pada Gambar 5.5 terlihat bahwa brand jilbab yang dipilih para santri sedang dipasangkan pada produk mereka. Berdasarkan pengamatan dan dilakukan evaluasi setelah selesai pelaksanaan workshop, para santri mengaplikasikan ilmu yang dipelajari saat pelatihan. Produk mereka berupa jilbab langsung dipasangkan brand dan dipasarkan secara digital.

Tahapan pelaksanaan kegiatan ini lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel 1

Tabel 1. Tahapan pelaksanaan kegiatan

No.	Jenis Kegiatan	Partisipasi Mitra	Luaran	Solusi Masalah
1	Sosialisasi kegiatan Pengabdian kegiatan Masyarakat	Bersedia menjadi peserta dan menyediakan tempat pelaksanaan Kegiatan	Para santri memahami tujuan kegiatan Pengabdian Masyarakat	Menggunakan metode pendekatan dan motivasi
2	Pelatihan branding produk	Sebagai peserta pelatihan	Para santri dapat memahami dan menciptakan merk sendiri	Pelatihan dan Pendampingan rutin
3	Pelatihan pengemasan dan pemasaran produk berbasis teknologi digital	Sebagai peserta pelatihan	Para santri dapat memahami cara pengemasan yang menarik dan cara pemasarannya	Pelatihan dan pendampingan rutin
4	Monitoring dan evaluasi	Monitoring dan evaluasi bersama tim Pengabdian kegiatan Masyarakat	Melakukan monev usaha	Melakukan pendampingan tim monev dari mitra

4. KESIMPULAN

1. Selama ini santri pondok yatim Human Initiative telah memiliki usaha pembuatan jilbab dan merajut namun belum adanya pengembangan atas hasil dari usaha tersebut.
2. Melalui Pengabdian Kepada masyarakat ini dibuatkan suatu workshop untuk mengenalkan mereka cara mengembangkan usahanya melalui digital marketing dan memberikan nama brand pada produk mereka, agar dapat usaha para santri pondok yatim human Initiative dapat berkembang dipasaran.
3. Pengabdian ini dibuatkan agar dapat membantu mereka meningkatkan usaha mereka demi tercapainya peningkatan sisi perekonomian bagi santri pondok yatim Human Initiative.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada DIKTI yang telah memberi dukungan financial terhadap pengabdian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Adri, M., Hanesman., Sriwahyuni.T., & Almasari. (2019). Digital Marketing Sebagai Metode Alternatif Wirausaha Bagi Mahasiswa di Universitas Negeri Padang. *Jurnal Teknologi Informasi dan Pendidikan*, 12(2), 68-76.
- Evelina, N. (2012) Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana Telkomflexi. *Diponegoro Journal of Social and Politic*. Hal.2
- Hapsoro, B.B., Palupiningdiyah., & Achmad (2019). Peran Digital Marketing Sebagai Upaya Peningkatan Omset Penjualan Bagi Klaster UMKM di Kota Semarang. *Jurnal ABDIMAS*, 23 (2), 117-120.
- Human Initiative. (2018). Profil PKPU-Human Initiative. www.human-initiative.org.
- Mileva, L (2018). Pengaruh Social Media Marketing terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 58(1), 191.
- Muliana, L. (2018). *Peran lembaga pkpu dalam pemberdayaan anak yatim dan piatu di aceh besar*. Universitas Islam Negeri Ar-Raniry.
- PKPU, T. (2019) *profile of PKPU*
- Sulastri., S., & Yuliana. Y. W. (2018). Perlindungan Hukum Terhadap Merek (Tinjauan Terhadap Merek Dagang Tuperrware Vs Tulipware. *Jurnal Yuridis*, 5(1), 160-172.
- Tim APJII (2018) 'BULETIN APJII EDISI 22 Maret 2018.pdf', *Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII)*, pp. 1-7. Available at: www.apjii.or.id.
- Yetti., Felandri D., Haq. M (2021). Peningkatan Pemahaman Perjanjian Jual Beli Online Yang Dihadapi Bisnis Produk Aromaterapi di Pekanbaru. *Jurnal Comsep*, 2 (2), 132-136.