

Pengembangan Jiwa Kewirausahaan Anak Panti Asuhan Yatim Putri Aisyiyah Surakarta Melalui Produksi dan Pemasaran *Online* Makanan Olahan

¹Joko Suwandi, ²Surya Jatmika, ³Ahmad Chamsudin, ⁴Happy Martama

^{1,2,3,4} Universitas Muhammadiyah Surakarta

Email korespondensi: sj795@ums.ac.id

Abstract

The Yatim Putri Aisyiyah Orphanage Branch in West City strives to provide the children in the orphanage with the knowledge and life skills necessary for independent and morally upright living in the future. This preparation serves as a means for the orphanage children to have a bright future and be beneficial to others. Entrepreneurship is one of the life skills developed by the orphanage to foster interest, creativity, and innovation for future independent living. There are several types of simple processed food products that can be made by the girls in the orphanage, such as bangsren, galantin, dim sum, risoles, sausages, croquettes, cilok, and so on. The vacuum frozen model is chosen as the packaging for the products, ensuring that they can be stored for a long time, easily carried, and marketed through digital-based social media. The method of implementing community service is done by combining counseling, training, practice, and mentoring. The results of community service activities are as follows: (1) The Yatim Putri Aisyiyah children have gained knowledge about entrepreneurship and insight into independent living without relying on others. (2) The Yatim Putri Aisyiyah children have mastered productive life skills in the production and marketing of light processed products using social media as preparation for their future after leaving the orphanage.

Keywords :

Entrepreneurial spirit, orphanage children, light processed food, vacuum frozen, digital marketing

Abstrak

Panti Asuhan Yatim Putri Aisyiyah Cabang Kota Barat berusaha memberi anak-anak panti dengan bekal pengetahuan dan keterampilan hidup yang diperlukan untuk hidup mandiri dan berakhlak mulia di masa depan. Bekal tersebut menjadi sarana anak panti untuk masa depan yang cerah dan bermanfaat bagi orang lain. Wirausaha menjadi salah satu keterampilan hidup (*life skills*) yang dikembangkan panti untuk mengembangkan minat, kreativitas, dan inovasi untuk hidup mandiri kelak. Ada beberapa jenis produk makanan olahan sederhana yang memungkinkan dapat dibuat oleh anak-anak perempuan panti, seperti; bangsren, galantin, dim sum, risoles, sosis, kroket, cilok dan sebagainya. Model vakum frozen menjadi pilihan kemasan produk yang menjamin produk bisa tahan disimpan lama dan mudah dibawa serta memungkinkan dipasarkan melalui media sosial berbasis digital. Metode penerapan pengabdian dilakukan dengan menggabungkan antara bentuk penyuluhan, pelatihan, praktik dan pendampingan. Hasil kegiatan pengabdian masyarakat adalah sebagai berikut. (1) Anak-anak Yatim Putri Aisyiyah telah memperoleh pengetahuan tentang kewirausahaan dan wawasan hidup mandiri tanpa bergantung pada orang lain. (2) Anak-anak Yatim Putri Aisyiyah telah menguasai keterampilan hidup produktif dalam pembuatan dan pemasaran produk olahan ringan dengan menggunakan media sosial sebagai bekal untuk masa depan mereka setelah meninggalkan panti asuhan.

Kata Kunci :

Jiwa kewirausahaan, anak panti asuhan, makanan olahan ringan, vakum frozen, pemasaran digital

PENDAHULUAN

Anak-anak yang diasuh di panti pada umumnya merupakan anak yang kurang beruntung. Beberapa tidak memiliki orang tua yang lengkap dan yang lain berasal dari keluarga duafa yang tidak ada jaminan bisa merajut masa depan dengan baik. Kemungkinan hidup mereka penuh dengan ketidakpastian. Kesempatan merintis masa depan yang memungkinkan bisa sama dengan anak-anak dengan keluarga lengkap dan mampu sangat tergantung dari bantuan pihak lain yang peduli dengan nasibnya. Pada situasi seperti ini keberadaan panti asuhan sangat dibutuhkan, seperti tertuang pada pasal 24 Peraturan Menteri Sosial Republik Indonesia Nomor 106/HUK/2009, panti asuhan berperan memberikan bimbingan, pelayanan dan rehabilitasi sosial yang bersifat kuratif, rehabilitatif, promotif dalam bentuk bimbingan pengetahuan dasar pendidikan, fisik, mental, sosial, pelatihan keterampilan, resosialisasi bimbingan lanjut, agar potensi dan kapasitas belajarnya berlangsung normal dan dapat berkembang secara wajar (Permensos, 2009). Menurut Armis (2016), panti asuhan dapat berfungsi sebagai pengganti orang tua atau keluarga, dan bertanggung jawab untuk memenuhi kebutuhan fisik, mental, dan sosial anak asuh. Pada masa pertumbuhan anak-anak, keberadaan pengganti orang tua sangat penting untuk menghadapi perkembangan fisik, kognitif, dan psikososial anak-anak sehingga orang tua dapat memahami dan memberikan perawatan yang sesuai dengan kebutuhannya (Tricahyani & Widiasavitri, 2014). Anak-anak yang tinggal di panti asuhan akan menerima hak-haknya dengan baik di masa depan agar mereka dapat hidup, tumbuh, berkembang, dan berpartisipasi secara optimal sesuai dengan harkat dan martabat kemanusiaan serta dilindungi dari kekerasan dan diskriminasi untuk mewujudkan generasi muda Indonesia yang baik, berakhlak mulia, dan sejahtera (Retnaningsih, 2021).

Panti asuhan harus berusaha untuk menciptakan lingkungan dan kondisi hidup yang mendorong anak-anak untuk memiliki prospek masa depan yang positif. Untuk melindungi anak-anak yang berada dalam kelompok minoritas dan menghadapi kesulitan ekonomi, sangat penting untuk memberikan orientasi masa depan dengan bekal keterampilan hidup yang cukup (McCabe & Barnett, 2000). Keterampilan hidup, khususnya yang bersifat kecakapan vokasional (*vocational skill*) dapat dijadikan modal untuk berusaha mandiri saat tidak lagi bergantung kepada orang lain. Menurut Anwar (2015) kecakapan vokasional dapat mengimplementasikan kecakapan untuk menghadapi kehidupan di masyarakat yang kompetitif dengan usaha mandiri. Kecakapan vokasional yang bisa dikembangkan bagi anak-anak perempuan panti seyogyanya yang ada hubungannya dengan kodrat kewanitaannya umumnya, seperti kecakapan yang berhubungan dengan urusan masak memasak, menjahit, rias dan beberapa yang lain yang diarahkan untuk menjadi usaha komersial di kemudian hari. Panti asuhan perlu memberdayakan anak-anak asuhnya untuk mengembangkan keterampilan berwirausaha untuk membantu pemasukan dana panti dan sekaligus melatih anak-anak untuk memiliki mental kuat, memiliki ribadi yang kreatif dan mandiri. Keterampilan berwirausaha akan dapat dijadikan modal hidup anak-anak setelah keluar dari panti asuh.

Alfarisi & Saputra (2020) menegaskan bahwa keterampilan berwirausaha adalah fondasi penting bagi anak-anak untuk beradaptasi dengan dunia nyata yang semakin kompetitif. Permana et al. (2021) menggarisbawahi pentingnya pelatihan kewirausahaan untuk anak-anak di panti asuhan, sebagai upaya untuk membekali mereka dengan kemampuan mandiri dan keterampilan hidup yang berkelanjutan. Ayumida et al. (2019) menambahkan dimensi penting lainnya, yaitu literasi teknologi. Kemampuan menguasai teknologi khususnya terkait optimalisasi pemasaran produk wirausaha melalui pemasaran digital, menjadi semakin krusial dalam konteks kewirausahaan modern. Dengan demikian,

dapat disimpulkan bahwa pendidikan kewirausahaan yang komprehensif, yang mencakup aspek-aspek seperti kemandirian, keterampilan hidup, dan literasi teknologi, merupakan investasi berharga bagi masa depan anak-anak, terutama mereka yang berada di panti asuhan.

Panti Asuhan Yatim Putri Aisyiyah Cabang Kota Barat Surakarta merupakan lembaga sosial nirlaba sebagai bentuk amal usaha Aisyiyah yang menampung, mendidik dan mengasuh anak-anak yatim perempuan, yatim piatu dan anak yang kurang beruntung. Anak-anak yang diasuh diberi pengetahuan dan keterampilan hidup yang diperlukan untuk hidup mandiri, berakhlak mulia, dan memiliki masa depan yang cerah. Tekad dan semangat panti tertuang dalam visi panti, yaitu 'terwujudnya Lembaga Kesejahteraan Sosial Anak (LKSA) Aisyiyah yang berkemajuan dan mampu menghasilkan generasi yang beriman, taqwa, cerdas, mandiri, menguasai Ilmu Pengetahuan dan Teknologi (IPTEK) dan berakhlak mulia". Misi panti adalah; (1) membekali anak asuh dengan iman dan taqwa, IPTEK, keterampilan agar menjadi anak sholehah dan mandiri; (2) mengoptimalkan potensi anak asuh sesuai dengan minat dan bakat masing-masing; (3) meningkatkan kemampuan kelembagaan dan pelayanan panti. Adapun tujuan pendirian panti ini adalah; (1) menumbuhkembangkan potensi anak asuh agar berkembang secara optimal sesuai bakat dan minat masing-masing; (2) memberikan layanan asuhan kepada anak asuh sesuai dengan hak dan kewajiban anak; (3) membentuk kader Aisyiyah yang berkualitas.

Berdasarkan hasil wawancara awal dengan pengelola panti, saat ini Panti Asuhan Yatim Putri Aisyiyah Cabang Kota Barat Surakarta memiliki anak asuh berjumlah 18 orang, dua diantaranya masih duduk di SD dan sisanya di SMP, MTs, MAN, SMA, SMK dan dua orang kuliah di perguruan tinggi. Anak-anak panti berasal dari anak keluarga duafa, anak yatim, piatu dan yatim piatu. Selain menerima hak pendidikan, anak-anak yang tinggal di panti dibekali keterampilan dan kemandirian yang akan memungkinkan mereka untuk hidup mandiri dan tidak menjadi beban masyarakat setelah meninggalkan panti. Keterampilan seperti memasak, menjahit, menguasai komputer, dan membuat kerajinan dengan bahan bekas adalah contoh keterampilan yang diajarkan. Namun, kegiatan pembekalan tersebut belum diarahkan pada kegiatan komersial yang dapat menghasilkan dana untuk membantu mengurangi beban biaya panti. Sudah menjadi rahasia umum bahwa kehidupan panti lebih banyak tergantung kepada kedermawanan donatur dan kepedulian masyarakat yang tingkat kepastian jumlah donasi sulit diprediksi.

Selain itu, beberapa permasalahan di panti asuhan yang perlu diatasi, antara lain. (1) Jiwa kewirausahaan anak-anak panti yang belum terpupuk, sehingga perlu dibangkitkan dan dikembangkan sedemikian rupa. Mustika et al. (2022) menyarankan anak-anak perlu diberikan pengetahuan dan kesadaran akan arti pentingnya jiwa dan semangat berwirausaha sebagai bekal hidup dimasa depan setelah lepas dari panti. Mengingat kelak mereka harus berjuang sendiri tanpa dukungan finansial dan dukungan moral dari keluarga dekatnya. (2) Belum memiliki keterampilan membuat produk-produk olahan sederhana yang mudah dan dapat dipasarkan di lingkungan sekitar. Sebenarnya sebagai remaja putri secara naluriah telah memiliki minat dan bakat dalam bidang masak-memasak. Mereka perlu diarahkan sedini mungkin untuk memiliki keterampilan dalam buat produk makanan-makanan yang sederhana yang saat itu disukai masyarakat dan laku dijual di pasar, seperti; Bangsren, Dimsum, Risoles, Sosis, Kroket, Bakso, Tahu Bakso, Cilok dan sebagainya. Agar produk olahan bisa bertahan lama dan dapat dijual dalam jangkauan luas perlu divakum dan di-frozen (dibekukan) agar tetap terjaga kualitas dan rasanya. (3) Cara berjualan menggunakan fasilitas media sosial belum dikuasai, sehingga perlu diajarkan, mengingat cara berjualan melalui media sosial menjadi tren baru di era teknologi digital ini. Jualan menggunakan fasilitas media sosial memungkinkan jangkauan pasar menjadi lebih luas tanpa terbatas wilayah, serta proses transaksi semakin praktis. Anak-anak panti perlu dimampukan untuk berjualan secara *online*. Mereka membutuhkan keterampilan melakukan promosi dan berjualan produk olahannya melalui *WhatsApp*, *Instagram* dan platform *e-commerce ShopeeFood*.

Berdasarkan hasil observasi awal menunjukkan bahwa potensi yang dimiliki Panti Asuhan Yatim Putri Aisyiyah Cabang Kota Barat Surakarta meliputi. (1) Bangunan gedung panti yang cukup representatif dengan fasilitas ruang dapur cukup luas, peralatan masak memasak cukup lengkap, dan kapasitas listrik 2200 VA. (2) Pengurus panti yang berkomitmen tinggi untuk mengentaskan anak-anak agar menjadi generasi yang beriman, taqwa, cerdas, mandiri, menguasai IPTEK dan berakhlak mulia dengan masa depan yang cerah. (3) 18 remaja putri penghuni panti yang memiliki semangat untuk maju dan mandiri, berpendidikan, memiliki kegemaran masak memasak, dan cukup memiliki penguasaan teknologi digital cukup baik, semangat dan keseriusan anak-anak panti untuk maju dan mandiri. (4) Tersedianya peralatan masak memasak yang memadai di panti. (5) Jaringan internet yang memadai, dan (6) jaringan komunikasi yang cukup potensial dengan pihak penderma, warga Muhammadiyah dan warga Aisyiyah yang berada di Kota Surakarta dan sekitarnya, yang memungkinkan dapat dijadikan calon konsumen.

Berangkat dari keinginan mewujudkan salah satu misi panti dan mempertimbangkan potensi yang ada, maka beberapa permasalahan yang terindikasi terjadi di Panti Asuhan Yatim Putri Aisyiyah Cabang Kota Barat Surakarta perlu diterapkan solusi dalam mengatasi beberapa permasalahan yang ada. Anak-anak panti didorong untuk menjadi anak-anak yang memiliki jiwa wirausaha yang kuat, produktif, kreatif, inovatif dan memiliki orientasi pada kegiatan komersial yang mendatangkan penghasilan, serta memiliki keterampilan hidup yang baik untuk masa depan. Maka tim Pengabdian dan bekerjasama dengan Panti Asuhan Yatim Putri Aisyiyah Cabang Kota Barat Surakarta melakukan tiga cara meliputi. (1) mengembangkan jiwa kewirausahaan melalui penyuluhan interaktif dengan materi (pengertian kewirausahaan, jiwa dan sikap kewirausahaan, mengembangkan jiwa kewirausahaan, peran dan manfaat berwirausaha bagi generasi muda, dan mengenal strategi pemasaran online menggunakan media sosial). (2) mengadakan pelatihan dan praktik pembuatan produk makanan olahan ringan dan praktik pengemasan secara vakum dan *di-frozen*. (3) mengadakan pelatihan dan pendampingan dalam berpromosi dan berjalan lewat media sosial di *WhatsApp*, *Instagram* dan platform *e-commerce ShopeeFood*.

METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat (PKM) bertempat di Panti Asuhan Yatim Putri Aisyiyah Cabang Kota Barat Surakarta. Peserta pengabdian berjumlah 18 anak Panti Asuhan Yatim Putri Aisyiyah Cabang Kota Barat Surakarta. Sebelum melakukan PKM beberapa tahapan awal yang dilakukan mulai dari mengurus perizinan dan kerjasama dengan Pengurus Panti Asuhan Yatim Putri Aisyiyah Cabang Kota Barat Surakarta. Tahap berikutnya yakni melakukan identifikasi masalah, ide dan gagasan solusi atas permasalahan di lapangan melalui *Focus Group Discussion* (FGD) oleh tim pengabdian bersama mitra untuk mengetahui kondisi panti, potensi, dan mengakomodasi keinginan panti dalam rangka pengembangan jiwa kewirausahaan anak-anak panti. Dilanjutkan dengan tahap penyusunan rencana kegiatan yang melibatkan semua tim pengabdian bersama dengan mitra. Pelaksanaan pengabdian dilaksanakan dari bulan Maret sampai dengan Juni 2023.

Metode penerapan pengabdian dilakukan dengan menggabungkan antara bentuk penyuluhan, pelatihan, praktik dan pendampingan. *Pertama*, kegiatan penyuluhan dilakukan dengan dilakukan pemaparan materi tentang konsep dasar kewirausahaan, jiwa dan sikap kewirausahaan, cara mengembangkan jiwa kewirausahaan, peran serta manfaat berwirausaha, dan strategi pemasaran *online* dengan media sosial. *Kedua*, pelatihan dan praktik pembuatan produk *Bangsren*, *Dimsum*, *Risol-Mayo*, *Sosis*, *Kroket*, *Cilok* dan *Tahu Bakso* dipandu profesional dari kalangan pengusaha *catering*. Selain itu juga praktik dan pendampingan terkait promosi dan penjualan yang diarahkan menggunakan media sosial seperti *WhatsApp*, *Instagram*, *YouTube*, *Tiktok*, dan *Facebook*, serta pemanfaatan sarana penjualan *delivery order* terbatas melalui aplikasi *Gojek* dan

platform *e-commerce ShopeeFood*. Keberhasilan pelaksanaan PKM dievaluasi dengan menyebarkan angket dan lembar pengamatan terkait kegiatan yang dilaksanakan mulai dari kegiatan penyuluhan, pelatihan, praktik dan pendampingan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan Penyuluhan tentang Pengembangan Jiwa Kewirausahaan

Kegiatan penyuluhan dilakukan oleh salah satu dosen tim pengabdian dibantu oleh mahasiswa pendamping pada hari Sabtu dan Minggu, tanggal 18 dan 19 Maret 2023 bertempat di aula Panti. Materi penyuluhan meliputi. (1) pengertian kewirausahaan dengan rangkuman materi, (2) jiwa dan sikap kewirausahaan, diantaranya percaya diri, optimis, disiplin, komitmen, berinisiatif, motivasi, memiliki jiwa kepemimpinan, suka tantangan, tanggung jawab, dan *human relationship* terutama cakap dalam membangun jaringan sosial. (3) mengembangkan jiwa kewirausahaan, (4) peran dan manfaat berwirausaha bagi generasi muda. (5) strategi pemasaran online dengan media sosial.



Gambar 1. Suasana kegiatan penyuluhan di Panti Asuhan Yatim Putri Aisyiyah Cabang Kota Barat Surakarta

Pada akhir kegiatan penyuluhan dilakukan evaluasi dengan memberikan angket yang meliputi beberapa refleksi pertanyaan diantaranya menanyakan tentang tumbuhnya kepercayaan diri dan keyakinan untuk berwirausaha, rasa optimis yang diperlihatkan untuk memandang berwirausaha sebagai peluang untuk menggantung hidup kelak, kedisiplinan mengikuti penyuluhan sebagai wujud keseriusan kelak saat berwirausaha, komitmen untuk kelak berwirausaha, inisiatif berkreasi yang dimunculkan saat mengikuti penyuluhan, kemunculan motivasi untuk berwirausaha kelak, jiwa kepemimpinan yang ditunjukkan saat melakukan aktivitas penyuluhan, keuletan dalam menghadapi tantangan yang muncul saat penyuluhan, tanggung jawab yang digambarkan dari perilaku saat penyuluhan, gambaran *human relationship* yang dimiliki. Hasil dari angket menunjukkan bahwa 80% pertanyaan dijawab dalam kategori baik. Para peserta sangat antusias untuk mengikuti penyuluhan, namun demikian hasil refleksi menunjukkan ada beberapa anak yang terindikasi memiliki masalah terkait dengan kedisiplinan dalam mengikuti penyuluhan karena dalam penyuluhan masih bersifat penyampaian materi secara konseptual belum praktik.

Pelatihan dan Praktik Pembuatan Produk Makanan Olahan Ringan dan Pengemasan Vakum Makanan Frozen

Pelatihan dan praktik pembuatan produk Bangsren, Dimsum, Risol-Mayo, Sosis, Krokot, Cilok dan Tahu Bakso dipandu profesional dari kalangan catering. Pelatihan dilaksanakan pada hari Sabtu tanggal 6 dan 13 Mei 2023 bertempat di Panti dan dilanjutkan pada tanggal 3 dan 10 Juni 2023. Pelatihan dan praktik dimulai dengan orientasi produk dilanjutkan dengan menyiapkan bahan-bahan dan peralatan yang

diperlukan, mempraktikkan membuat produk makanan olahan, selanjutnya produk di masukkan dalam plastik kemasan, divakum dan dibekukan di dalam *freezer box*.

Proses vakum dengan menghisap, udara dalam plastik kemasan dengan mesin vakum sampai tidak ada lagi oksigen didalamnya. Tanpa oksigen segala macam bakteri dan jamur tidak akan bisa hidup dan berkembang, sehingga dapat memperpanjang masa penyimpanan produk olahan itu hingga 15 hari dalam kondisi segar. Selain itu *vakum sealer* ini dapat menjaga mutu dan cita rasa produk olahan makanan ringan itu. Untuk lebih memperpanjang kesegaran produk yang dikemas dan divakum itu bisa dilakukan dengan menyimpannya di *freezerbox*, yaitu alat pendingin yang memiliki suhu sampai dibawah 0 derajat, sehingga produk membeku (*frozen food*). Berikut beberapa dokumentasi kegiatan pelatihan dan praktik membuat produk makanan olahan ringan.



Gambar 2. Praktik Membuat Risoles



Gambar 3. Praktik Membuat Dimsum

Pada akhir kegiatan praktik dan pendampingan dalam membuat produk makanan olahan ringan dilakukan evaluasi dengan pengamatan proses kegiatan dan hasil akhir produk yang dilakukan anak-anak Panti oleh tim pengabdian dan mitra panti, yang meliputi beberapa acuan penilaian diantaranya perhatian terhadap langkah-langkah praktik, keseriusan mengikuti praktik, antusiasme mengikuti praktik, keterampilan dalam membuat produk, daya kreasi dalam membuat produk, ketelitian membuat produk, dan kerapian membuat produk. Hasil dari evaluasi menunjukkan bahwa untuk penilaian perhatian terhadap langkah-langkah praktik, keseriusan mengikuti praktik, antusiasme mengikuti praktik oleh para peserta (anak-anak panti) dalam kategori sangat baik. Keterampilan dan ketelitian dalam membuat produk dinilai sudah baik. Hanya saja untuk penilaian daya kreasi dan kerapian dalam membuat produk menunjukkan hasil cukup baik, anak-anak panti perlu untuk memperbanyak praktik

dan mengeksplorasi ide dalam mengkreasi produk yang lebih variatif dan inovatif.

Pelatihan dan Praktik Promosi Penjualan Melalui Media Sosial

Kegiatan pelatihan dan praktik promosi dan penjualan lewat media sosial dilakukan dengan mempraktikkan langsung dan dilanjutkan melalui pendampingan lewat daring dan dilaksanakan pada tanggal 17 Juni 2023. Pendampingan dimaksudkan untuk mendukung keberlangsungan dan kesempurnaan promosi dan penjualan ini. Kegiatan pelatihan hanya diikuti oleh 6 anak (3 yang berstatus mahasiswa, 2 siswa SMA dan 1 SMP) yang dianggap mampu dan memiliki fasilitas gadget yang mendukung. Promosi dan penjualan diarahkan menggunakan media sosial di *WhatsApp*, *Instagram*, *YouTube*, *Tiktok*, dan *Facebook*, penjualan dengan *delivery order* terbatas dan kerjasama dengan toko *Gojek*, toko *shopee food*, model *delivery* dengan *ekspedisi shopee instan* pembayaran melalui saldo *go pay*.

Pada pelaksanaan kegiatan pelatihan dan praktik promosi dan penjualan lewat media sosial dilakukan melalui beberapa tahap sebagai berikut: 1) mengenal beberapa jenis pemasaran digital. Diperkenalkan penggunaan perangkat komunikasi dengan jaringan internet yang sudah menjadi kebiasaan baru masyarakat milenial jaman sekarang. Konsumen tidak lagi berkeliling menjelajah pasar, mall, toko-toko untuk mencari barang yang dibutuhkan. Cukup dengan berselancar di pasar maya mereka dapat menemukan dan memilih barang/jasa yang diinginkan. Penjual pun tidak perlu membangun toko permanen untuk menjual produknya, cukup hanya dengan menggunakan platform sosial media penjual bisa menawarkan produk kepada calon konsumen. Beberapa jenis digital marketing yang bisa dimanfaatkan untuk menjual produk olahan yang divakum dan di *frozen*, antara lain (Iqbal, 2021). (1) *Search Engine Marketing* (SEM), promosi produk menggunakan *website*, seperti *Google*, *Bing*, *Yahoo*, dan sebagainya. (2) *Social Media Marketing*, pemasaran dengan memanfaatkan platform media sosial, seperti *Youtube*, *Tiktok*, *Instagram*, *Twitter*, *Facebook*, dan media lain sesuai konsumen sasaran. (3) *Email Marketing*, pemasaran menggunakan surat elektronik (surel). (4) *digital Advertising*, berupa pengiklanan di berbagai channel online seperti di websit atau media social, seperti *Google Ads*, *FaceBook*, *Istagram Ads*, *Youtube Ads*, dan *Tiktok Ads*. (5) *Content Marketing*, jenis digital marketing menggunakan konten yang berbentuk tulisan, audio, gambar, atau video. (6) *Customer Service Automation*, otomasi dengan menggunakan mesin komunikasi modern untuk mengumpulkan data tentang tanggapan atas produk yang dijual pelaku usaha. (7) *Affiliate/Dropshipping*, untuk mendapat keuntungan usaha dari peran perantara dagang online (*dropshipper*).

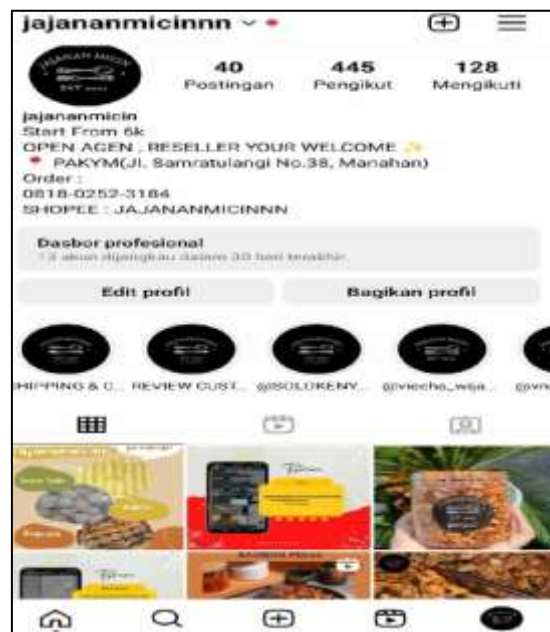
Pelatihan terkait dengan penggunaan media sosial *Instagram* dimulai dengan pemaparan pemahaman tentang *google* sebagai tempat berbisnis. Dilanjutkan menjelaskan beserta praktik promosi dan jualan produk di *Instagram* serta dan dengan praktik pembuatan website dan akun di *google*, selanjutnya dilakukan praktik mempromosikan produk di *Instagram*. Urutan untuk memperkenalkan *google* bisnis secara terperinci dilakukan sebagai berikut (Devi & Ayera, 2022) dengan beberapa modifikasi diantaranya. (1) Paparan singkat latar belakang 'mengubah *mindset* untuk beralih ke digital. (2) Paparan tujuan *listing bisnis* di *Google Bisnisku*. (3) Membuat akun *Google Bisnisku*. (4) Klaim bisnis anda di *Google Bisnisku*. (5) Mengelola fitur-fitur *Google Bisnisku* yang bisa digunakan. (6) Mengeksplor fitur-fitur *Google Bisnisku* yang harus digunakan. (7) Menggunakan *insight* dari *Google Bisnisku* untuk mengembangkan bisnis. (8) Praktik membuat *Video ads*, *Google Shopping Ads*, dan *Display ads* (iklan bergambar). (9) Cara menjual produk di *Instagram*. (10) Menjual makanan di *Shopee*. (11) Promosi dan menjual produk di *Instagram*.

Beberapa langkah khusus yang dilakukan dalam berpromosi dan menjual melalui *Instagram* (Herdiana et al., 2022), yaitu. (1) Menentukan dan kenali target konsumen/pasar produk. Target pasar atau ceruk pasar (*niche*) yang akan dilayani, dipuaskan keinginannya harus dikenali keinginannya, kebutuhan dan perilaku pembeliannya serta kekuatan dan sasaran produknya itu. Setelah dipahami dan dimengerti segera dibuatkan produk yang

sesuai dengan keinginan, kebutuhan dan ekonomi konsumen itu. Beberapa teknik mencari sasaran produk atau target pasar sebagai calon konsumen, yaitu: (a) Mengamati dan mendalami apa yang calon konsumen butuhkan, bagaimana selera mereka, dan perilaku calon konsumennya itu. (b) Mengajukan solusi untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan calon konsumen itu yang lebih baik dari kompetitor. (c) Sering baca komentar atau testimoni dari pelanggan atau pelanggan kompetitor agar memperoleh wawasan. Langkah (2) Membuat Akun Instagram Bisnis. Akun instagram bisnis dapat memudahkan penjual untuk mengelola merek, mengakses *feed*, melakukan postingan iklan dan memberikan *link instagram story*. (3) Menyiapkan toko. Memasukkan ke akun *Instagram* dengan anda sebagai admin. Mempersiapkan toko yang digunakan untuk memulai usaha jualan melalui langkah-langkah berikut. (a) Memilih *settings* lalu klik opsi *Creator*. (b) Klik opsi *Set up Instagram Shopping*. (c) Hubungkan katalog produk ke *Instagram*. (d) Masukkan situs *website* produk untuk verifikasi *Instagram*. (e) Siapkan opsi *checkout* atau *channel* penjualan. (f) Tambahkan produk ke katalog. (g) Pastikan tampilan toko *online* bagus dan menarik.

Langkah (3) *Posting* di *Instagram* produk yang dijual. Memposting produk yang dijual dalam postingan *feed Instagram*, *Reel*, atau *Story* yang bisa ditambah *tag product*. Di dalam *Tag product* termuat besarnya harga, nama produk, link menambah produk ke keranjang dan tampilkan *Call to Action* di masing-masing postingan agar menarik calon konsumen. (4) Selalu membuat *postingan*. Buatlah promosi yang membuat *followers* selalu antusias, dengan menampilkan konten yang menarik dan informatif. Perbandingan postingan menarik dan informatif adalah 4:1. Maksudnya memposting hal yang bersifat biasa sebanyak 4 kali disisipkan 1 postingan tentang produk yang dipromosikan dan dijual. Sedangkan yang dimaksud dengan postingan biasa bisa berupa konten hiburan, informasi atau kuis yang menarik. Buat konten yang menarik dan kreatif supaya membuat pelanggan betah dan mendapat banyak *Likes* dan komen.

Langkah-langkah yang dilakukan dalam membuat postingan biasa (Fazadina & Rachmawati, 2020), yaitu. (1) Buat pertanyaan yang menarik. (2) Tampilkan konten yang merangsang olah pikir. (3) Konten sebaiknya yang bersifat edukatif atas produk yang dijual. (4) Tampilkan aktivitas yang berhubungan dengan usaha anda. Berikut dokumentasi hasil pelatihan praktik promosi penjualan lewat media sosial *Instagram*.



Gambar 4. Dokumentasi Media Sosial Instagram Hasil Praktik Anak-anak Panti

Pelatihan dan Praktik Promosi Penjualan Melalui Shopee

Beberapa langkah pertama yang dilakukan dalam praktik promosi melalui Shopee (Aisyah et al., 2023) diantaranya adalah membuat akun di aplikasi *Shopee*. Tanpa memiliki akun, anak-anak tidak bisa melakukan aktivitas jual beli. Jika sudah memiliki akun, bisa langsung menuju ke langkah kedua. Setelah itu, anak-anak menerima email aktivasi atau SMS yang berisi kode OTP. Menggunakan email atau kode OTP tersebut untuk menyelesaikan pendaftaran. Langkah selanjutnya anak-anak membuka Toko, Setelah memiliki akun bisa mulai membuka sebuah toko. Caranya sebagai berikut. (1) Kunjungi situs *Shopee* di peramban. (2) Klik "Jual" yang ada di bagian sudut kiri atas. (3) Isi profil toko yang meliputi nama, deskripsi, foto profil, dan juga *banner*. Pada tahap ini, anak-anak sudah berhasil memiliki toko di *Shopee*. Selanjutnya, tinggal mengatur alamat toko dan juga jasa pengiriman yang akan digunakan. Jangan lupa mengatur rekening bank untuk mencairkan penghasilan pelaku usaha. (3) Mengunggah Produk di *Shopee*. Anak-anak mulai mengunggah produk atau barang yang akan dijual. Untuk mendukung tampilan disiapkan gambar dengan kualitas yang baik untuk diunggah. Dipastikan gambar tersebut dapat dilihat dengan jelas dan menarik bagi calon pembeli. Isi detail produk yang dijual seperti nama produk, jenis, deskripsi, ukuran, merek, dan lain sebagainya. *Shopee* akan melakukan pemeriksaan produk yang Anda jual dalam waktu 1 hari kerja. (4) Mempromosikan Produk di *Shopee*. Apabila proses verifikasi *Shopee* selesai dilakukan, produk pelaku usaha sudah bisa muncul di etalase toko. Berikutnya melakukan promosi. Promosi bertujuan agar barang dagangan dilirik oleh calon konsumen. Setiap 4 jam, *Shopee* memberikan kesempatan bagi penjual untuk 'menaikkan' produknya. Anak-anak juga membagikan tautan toko dan produk melalui media sosial untuk meningkatkan penjualan. Berikut dokumentasi promosi dan jualan produk bakso sapi melalui *Shopee*.



Gambar 5. Dokumentasi promosi dan jualan produk bakso sapi melalui Shopee

Pada akhir kegiatan praktik pelatihan praktik promosi penjualan lewat media sosial *Instagram* dan platform *e-commerce* *Shopee* dilakukan evaluasi dengan pengamatan proses kegiatan dan hasil akhir produk yang dilakukan anak-anak Panti oleh tim pengabdian dan mitra panti, yang meliputi beberapa acuan penilaian diantaranya tentang hasil praktik membuat Akun *Instagram* dan *Shopee*, membuka Toko di *Shopee*, mengunggah produk yang dipromosikan di *Shopee* dan *Instagram*, praktik

promosi produk di *Instagram* dan *Shopee*. Hasil dari evaluasi menunjukkan bahwa untuk penilaian pada hasil praktik anak-anak panti sudah dalam kategori baik. Hasil pengabdian ini mendukung hasil pengabdian yang telah dilakukan oleh (Desiani et al., 2021; Rusmawati & Azizah, 2022; Hamka et al., 2023) sehingga mampu meningkatkan keterampilan peserta pengabdian dalam hal pembuatan produk dan penggunaan teknologi *digital marketing*. Tim pengabdian memberikan rekomendasi pada Pengurus Panti Asuhan Yatim Putri Aisyiyah Cabang Kota Barat Surakarta untuk menjaga keberlanjutan dari praktik produksi dan promosi serta penjualan yang dilakukan oleh anak-anak panti, karena sudah memiliki modal keterampilan membuat produk makanan olahan ringan dan sarana promosi melalui media sosial *Instagram* dan platform *e-commerce Shopee*.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat dalam mengembangkan jiwa wirausaha anak-anak Panti Asuhan Yatim Putri Aisyiyah cabang Kota Barat Surakarta dapat deskripsikan kesimpulan. (1) Anak-anak panti antusias mengikuti penyuluhan dan menilai pengetahuan tentang kewirausahaan yang diperoleh sangat diperlukan untuk memiliki wawasan hidup mandiri tanpa bergantung kepada orang lain dan akan merealisasi saat keluar dari panti. (2) Anak-anak sangat tertarik mendalami keterampilan hidup produktif dalam membuat dan memasarkan produk olahan ringan yang mudah membuatnya dan laku dipasaran bisa dijadikan sumber pemasukan dana panti dan juga sebagai modal dasar untuk menekuni usaha mandiri kelak. (3) Anak-anak telah memiliki keterampilan memasarkan produk dengan memanfaatkan media sosial dinilai dapat memperluas pemasaran produk dengan lebih efektif dan efisien. Anak-anak panti selain dibekali ilmu pengetahuan dan agama, perlu juga dibekali keterampilan hidup yang produktif, agar kelak selepas dari panti menjadi manusia yang mandiri yang memiliki kemampuan berwirausaha yang produktif, kreatif dan berwawasan modern, sehingga dapat menjadi warga masyarakat yang unggul dan tidak membebani masyarakat.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim pengabdian mengucapkan terima kasih kepada program dana hibah pengabdian masyarakat penerapan teknologi tepat guna yang diberikan oleh Lembaga Pengabdian Masyarakat dan Pengembangan Persyarikatan (LPMPP) Universitas Muhammadiyah Surakarta yang telah mendukung dan mendanai pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat ini.

REFERENSI

- Aisyah, S., Harahap, M.I.S., Hidayat, A., Jannah, M., Irmawani, D. (2023). Pengenalan E-Commerce Shopee Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Basreng Sua Snack Tembung Medan. *Sejahtera: Jurnal Inspirasi Mengabdikan Untuk Negeri*, 2(1), 13-22.
- Alfarisi, S. & Saputra, A. (2020). Pengembangan Life Skill untuk Kemandirian Anak di Panti Asuhan Budi Utomo Muhammadiyah Metro. *Jurnal Bina Ummat*, III(II), 1-23. <https://doi.org/10.38214/jurnalbinaummatstidnatsir.v3i02.74>.
- Anwar. (2015). *Pendidikan Kecakapan Hidup (Life Skill Education)*. Bandung: Alfabeta.
- Armis, A. (2016). Manajemen Panti Asuhan At-Taqwa Muhammadiyah dalam Membina Kepribadian Siswa MTS Muhammadiyah Padang Luar Kecamatan Rambatan Kabupaten Tanah Datar. *Al-Fikrah: Jurnal Manajemen Pendidikan*, 3(2), 137-146. <http://dx.doi.org/10.31958/jaf.v3i2.397>.
- Ayumida, S., Natalia, F., Nuraeni, Y. S. (2019). Pelatihan Pembuatan Blog di Yayasan Yatim, Piatu dan Dhuafa Rumah Harapan, Teluk Jame Timur Karawang. *Jurnal Abdimas BSI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 316-322. <https://doi.org/10.31294/jabdimas.v2i2.6152>.

- Desiani, A., Irmeilyana, I., Putri, A. I., Yuniar, E., Calista, N. A., Makhalli, S., & Amran, A. (2021). Pemanfaatan marketplace shopee sebagai strategi untuk meningkatkan pemasaran kain songket. *Jurnal Inovasi Hasil Pengabdian Masyarakat (JIPEMAS)*, 4(2), 209–219. <https://doi.org/10.33474/jipemas.v4i2.9222>.
- Devi, H. P., & Ayera, A. (2022). Pendampingan perancangan promosi hanania photography dan videography melalui google bisnis. *Archive: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2), 70–76. <https://doi.org/10.55506/arch.v1i2.18>.
- Fazadina, D. & Rachmawati, I. (2020). Strategi kreator dalam membuat konten instagram studi kasus strategi konten kreator akun instagram @brocode_barber. *Prosiding Manajemen Komunikasi*, Volume 6, No. 2, Tahun 2020, 216-219.
- Hamka, M., Muktiadi, R., & Tukiran. (2023). Penerapan pemasaran digital pada Panti Asuhan Muhammadiyah Griya Al Falah Purbalingga, Jawa Tengah. *Jurnal Pengabdian Teknik dan Sains*, 3(1), 6-15. <http://dx.doi.org/10.30595/jpts.v3i01.16405>.
- Herdiana, O., Aprily, N.M., & On, L.P. (2022). Pelatihan skill literasi digital dalam pengelolaan data bagi pelaku usaha UMKM. *Jurnal Abdimas Ekonomi dan Bisnis*, 2(2), 86-95. <https://doi.org/10.31294/abdiekbis.v2i2.1432>.
- Iqbal, M. (2021). Efektifitas digital marketing terhadap kualitas layanan pada usaha di masa pandemi Covid 19 (Studi Kasus di Aceh). *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi)*, 7(2), 83-93. <https://doi.org/10.35870/jemsi.v7i2.609>.
- McCabe, K.M., & Barnett, D. (2000). The relation between familial factors and the future orientation of urban, african american sixth graders. *Journal of Child and Family Studies*, 9, 491-508. <https://doi.org/10.1023/A:1009474926880>.
- Mustika, S., Tiara, A., & Corliana, T. (2022). Pelatihan kewirausahaan guna membangun kemandirian finansial bagi anak-anak yatim di Yayasan Daarul Rahman Jakarta. *Journal of Servite*, 4(1), 1-13. <https://doi.org/10.37535/102004120221>.
- Permana, T. I., Qibtiyah, S. M., Rohmah, L. F., Hidayat, N. H., Rahmawati, H. R., Setyaningsih, Y., & Rochani, A. (2021). pembentukan karakter wirausaha anak panti asuhan aisyiyah dinoyo Malang melalui batik celup. *International Journal of Community Service Learning*, 5(1), 51–58. <https://doi.org/10.23887/ijcsl.v5i1.30025>
- Permensos. (2009). Peraturan Menteri Sosial RI Nomor: 106/HUK/2009 tentang Organisasi dan Tata Kerja Panti Sosial di Lingkungan Departemen Sosial. 30 September 2009, Diakses dari <http://www.bphn.go.id/data/documents/09pmsos106.pdf>.
- Retnaningsih, H. (2021). Perlindungan sosial dalam upaya pemenuhan hak-hak anak yatim piatu korban pandemi Covid-19. *Aspirasi: Jurnal Masalah-Masalah Sosial*, 12(2), 237-253. <https://jurnal.dpr.go.id/index.php/aspirasi/article/view/2494>.
- Rusmawati DJ, Y. & Azizah, L. N. (2022). pelatihan digital marketing dan inovasi produk hasil olahan udang pada ukm guna mempertahankan perekonomian di masa pandemi COVID 19. *International Journal of Community Service Learning*, 6(3), 351–359. <https://doi.org/10.23887/ijcsl.v6i3.48028>
- Tricahyani, I. A. R., & Widiasavitri, P. N. (2016). Hubungan antara dukungan sosial dengan penyesuaian diri pada remaja awal di panti asuhan Kota Denpasar. *Jurnal Psikologi Udayana*, 3(3), 168-176.