



Pendampingan Strategi Pemasaran Hasil Kreatifitas Pengolahan Media Ramah Lingkungan Panti Asuhan Kristen Tangmentoe

Marketing Strategy Mentoring for Creative Products Made from Eco-Friendly Materials at Panti Asuhan Kristen Tangmentoe

Astriwati Biringkanae¹, Mey Enggane Limbongan^{2*}, Isak Pasulu³, Grace Sriati Mengga⁴, Lisa K. Wibisono⁵

^{1,2,3,4,5} Fakultas Ekonomi/Program Studi Manajemen/Universitas Kristen Indonesia Toraja, Indonesia

astribiringkanae07@gmail.com¹, meyenggane@gmail.com², isak01pasulu@yahoo.com³,
gea.gsm29@gmail.com⁴, lisakurniasariwibisono@gmail.com⁵

Korespondensi penulis: meyenggane@gmail.com

Article History:

Received: April 12, 2024;

Revised: Mei 18, 2024;

Accepted: Juni 28, 2024;

Published: Juni 30, 2024;

Keywords: training, mentoring, marketing strategy, creative products, orphanage.

Abstract: Community service is one of the three pillars of higher education, aiming to provide solutions to the problems faced by society, including in the aspect of economic empowerment. Panti Asuhan Kristen Tangmentoe is a non-governmental organization located in North Toraja, under the auspices of the Toraja Church. This orphanage has great potential in developing the creativity of its foster children, particularly in their skills in processing eco-friendly materials from bamboo waste. The challenge that arises is how to market the children's creative works. To ensure that these products can be enjoyed by a wider audience and generate positive economic impact, proper guidance is needed in marketing strategies. The stages implemented included product marketing training and mentoring, with evaluations conducted after each phase. This mentoring activity resulted in several positive impacts for Panti Asuhan Kristen Tangmentoe. The foster children and the orphanage staff were able to process bamboo materials into various creative products. These results not only pertained to improved skills and understanding of marketing strategies, but also included social and economic impacts on the orphanage. In terms of marketing, the training participants were able to implement the strategies taught. The products are now being marketed through social media and local e-commerce platforms, receiving positive responses from consumers.

Abstrak

Pengabdian kepada masyarakat merupakan salah satu tridharma perguruan tinggi yang bertujuan untuk memberikan solusi atas masalah yang dihadapi oleh masyarakat, termasuk dalam aspek pemberdayaan ekonomi. Panti Asuhan Kristen Tangmentoe merupakan salah satu lembaga swadaya masyarakat yang berada di Toraja Utara dan dibawah naungan Gereja Toraja. Panti asuhan ini memiliki potensi yang besar dalam mengembangkan kreativitas anak-anak asuh. Salah satunya dengan keterampilan yang dimiliki dalam hal pengolahan media ramah lingkungan dari limbah bambu. Tantangan yang muncul kemudian adalah pemasaran hasil karya anak panti. Agar hasil karya anak-anak dapat dinikmati oleh masyarakat luas dan memberikan dampak ekonomi yang positif, diperlukan pendampingan yang tepat dalam hal strategi pemasaran. Adapun tahap yang dilaksanakan yaitu pelatihan dan pendampingan pemasaran produk. Dan setiap tahap yang dilaksanakan dilakukan proses evaluasi. Kegiatan pendampingan ini menghasilkan beberapa dampak positif bagi Panti Asuhan Kristen Tangmentoe. Anak-anak asuh dan pengurus panti mampu mengolah bahan bambu menjadi produk kreatif yang bervariasi. Hasil ini tidak hanya terkait dengan peningkatan keterampilan dan pemahaman tentang strategi pemasaran, tetapi juga mencakup dampak sosial dan ekonomi terhadap panti asuhan. Dari sisi pemasaran, para peserta pelatihan mampu mengimplementasikan strategi yang telah diajarkan. Produk-produk yang dihasilkan mulai dipasarkan melalui media sosial dan e-commerce lokal, serta telah mendapatkan respon positif dari konsumen.

Kata Kunci: pelatihan, pendampingan, strategi pemasaran, produk kreativitas, panti asuhan.

1. PENDAHULUAN

Panti Asuhan Kristen Tangmentoe merupakan salah satu lembaga swadaya masyarakat yang berada di Toraja Utara dan dibawah naungan Gereja Toraja. Panti asuhan ini memiliki potensi yang besar dalam mengembangkan kreativitas anak-anak asuh. Salah satunya dengan keterampilan yang dimiliki dalam hal pengolahan media ramah lingkungan dari limbah bambu. Bambu merupakan salah satu tanaman yang berperan penting dalam kegiatan budaya masyarakat Toraja. Namun setelah digunakan untuk upacara adat, banyak bambu yang terbuang. Melihat hal ini, anak panti memiliki kreativitas dalam mengolah limbah bambu dengan mengubahnya menjadi berbagai macam bentuk, mulai dari media tanam hingga kerajinan tangan yang indah. Hasil karya anak-anak ini tidak hanya memiliki nilai estetika, tetapi juga memiliki nilai sosial yang tinggi karena menjunjung tinggi kepedulian terhadap lingkungan.

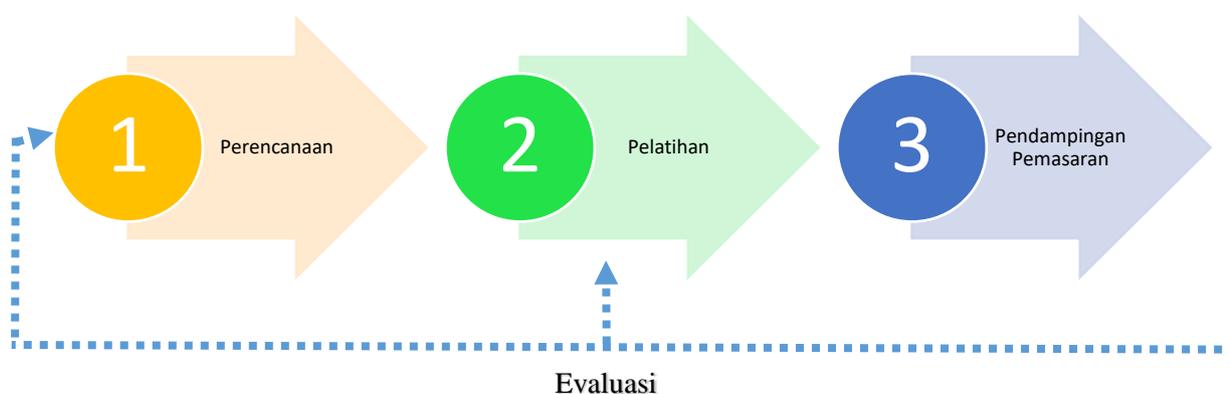
Menurut Smallbone, North, and Vickers (2003), salah satu tantangan utama bagi usaha kecil adalah kurangnya akses terhadap pasar dan informasi pemasaran yang memadai. Pemasaran produk dari komunitas seperti panti asuhan menghadapi tantangan serupa, di mana mereka sering kali tidak memiliki jaringan dan pengetahuan untuk memasarkan produk secara efektif. Kotler dan Keller (2012) juga menyebutkan bahwa dalam pemasaran modern, penting untuk memanfaatkan media digital dan jaringan untuk meningkatkan akses pasar. Teknologi digital, terutama media sosial, memberikan peluang besar bagi usaha kecil untuk menjangkau konsumen dengan biaya yang lebih rendah, dibandingkan dengan metode pemasaran tradisional. Hal ini sangat relevan dalam konteks pengabdian ini, di mana media sosial menjadi alat utama untuk memperluas pasar produk dari panti asuhan.

Tantangan yang muncul kemudian adalah pemasaran hasil karya anak panti. Agar hasil karya anak-anak dapat dinikmati oleh masyarakat luas dan memberikan dampak ekonomi yang positif, diperlukan pendampingan yang tepat dalam hal strategi pemasaran. Untuk itu, kegiatan yang dilakukan adalah dengan memberikan pendampingan bagaimana memasarkan produk yang telah dibuat. Adapun tujuan dalam pengabdian ini adalah untuk memberdayakan anak-anak panti asuhan melalui pengembangan kreativitas dalam pengolahan media ramah lingkungan, meningkatkan pengetahuan dan keterampilan anak-anak dalam bidang pemasaran, serta memberikan kontribusi positif bagi lingkungan melalui promosi produk ramah lingkungan.

2. METODE

Tim pelaksana kegiatan ini merupakan gabungan dari dosen dan mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Indonesia Toraja, yang terdiri dari 5 (lima) dosen dan 3 (tiga) mahasiswa. Kegiatan ini dilaksanakan di Aula Panti Asuhan Kristen Tangmentoe yang beralamat di Jl. Tagari, Kecamatan Rantepao, Kabupaten Toraja Utara.

Sebelum melaksanakan kegiatan PKM, tim telah merancang perencanaan yang matang terkait dengan kegiatan pendampingan ini. Mulai dari menetapkan anggota tim yang berkompeten di bidangnya, perencanaan proses pendampingan, hingga pelaksanaan kegiatan. Adapun tahap yang dilaksanakan yaitu pelatihan dan pendampingan pemasaran produk. Dan setiap tahap yang dilaksanakan dilakukan proses evaluasi. Alur kegiatan dapat dilihat pada diagram berikut.



Gambar 1. Diagram Alur Pendampingan

1. **Perencanaan.** Tim dosen memulai kegiatan dengan mengidentifikasi kebutuhan panti asuhan dan potensi produk ramah lingkungan yang dapat dikembangkan. Survei pasar dilakukan untuk mengetahui minat konsumen terhadap produk-produk tersebut dan menentukan strategi pemasaran yang tepat.
2. **Pelatihan.** Pelatihan diberikan kepada pengurus panti dan anak-anak asuh terkait proses pengolahan bahan ramah lingkungan menjadi produk kreatif, serta strategi dasar pemasaran. Pelatihan ini mengacu pada konsep lean marketing, di mana usaha kecil diarahkan untuk mengoptimalkan sumber daya yang terbatas dengan memfokuskan pada target pasar spesifik dan memaksimalkan potensi media digital (Blank, 2013).
3. **Pendampingan Strategi Pemasaran.** Setelah pelatihan, tim dosen memberikan pendampingan langsung dalam penerapan strategi pemasaran. Pendampingan ini melibatkan penggunaan media sosial, platform e-commerce, serta pembuatan brand

produk. Pendekatan ini didasarkan pada teori digital marketing yang menekankan penggunaan alat digital untuk meningkatkan keterlibatan konsumen dan memanfaatkan jaringan online untuk pemasaran produk (Chaffey & Ellis-Chadwick, 2019).

4. **Evaluasi.** Tim dosen juga melakukan evaluasi terhadap hasil dari tiap tahap yang dilalui melalui diskusi dan wawancara dengan peserta dan juga dengan pengurus panti asuhan.

3. HASIL

Dalam proses penelitian hingga pendampingan kegiatan berjalan lancar. Hal ini karena antusias dari peserta yang tinggi. Kegiatan pendampingan ini menghasilkan beberapa dampak positif bagi Panti Asuhan Kristen Tangmentoe. Anak-anak asuh dan pengurus panti mampu mengolah bahan bambu menjadi produk kreatif yang bervariasi. Hasil ini tidak hanya terkait dengan peningkatan keterampilan dan pemahaman tentang strategi pemasaran, tetapi juga mencakup dampak sosial dan ekonomi terhadap panti asuhan.

Dari sisi pemasaran, para peserta pelatihan mampu mengimplementasikan strategi yang telah diajarkan. Produk-produk yang dihasilkan mulai dipasarkan melalui media sosial dan e-commerce lokal, serta telah mendapatkan respon positif dari konsumen. Penjualan produk mengalami peningkatan yang signifikan, yang turut memberikan kontribusi terhadap ekonomi panti. Penerapan strategi pemasaran yang diberikan dalam pendampingan menghasilkan dampak positif pada penjualan produk panti. Strategi pemasaran yang diajarkan mencakup beberapa elemen penting:

1. Penggunaan Media Sosial. Melalui pelatihan, pengurus panti belajar membuat akun bisnis, merancang konten promosi, dan membangun engagement dengan calon konsumen. Konten promosi ini dikemas dengan menonjolkan cerita tentang produk ramah lingkungan serta dampak sosial yang diberikan, sehingga meningkatkan minat konsumen.
2. Pemasaran melalui *e-commerce*. Tim dosen memberikan panduan dalam membuat toko online dan mengelola pesanan. Pendekatan ini memperluas jangkauan pasar, tidak hanya di lingkungan sekitar tetapi juga ke wilayah yang lebih luas.

Selain dari segi pemasaran dan penjualan, kegiatan ini memberikan dampak sosial yang cukup besar bagi Panti Asuhan Kristen Tangmentoe. Anak-anak asuh yang sebelumnya tidak memiliki keterampilan khusus, kini memiliki kemampuan dalam menghasilkan produk kreatif yang bernilai ekonomi. Hal ini memberikan rasa percaya diri dan kemandirian bagi mereka, terutama dalam mempersiapkan masa depan yang lebih baik. Dari segi ekonomi, pendapatan tambahan dari penjualan produk kreatif ini membantu mengurangi

ketergantungan panti asuhan pada donasi. Sebagian dari hasil penjualan digunakan untuk memenuhi kebutuhan operasional panti, sementara sebagian lainnya digunakan untuk membeli bahan-bahan produksi agar usaha kreatif ini terus berkelanjutan.

Tim dosen juga melakukan evaluasi terhadap hasil kegiatan ini melalui diskusi dan wawancara dengan pengurus panti asuhan. Umpan balik yang diberikan oleh pengurus sangat positif, terutama terkait dengan manfaat pelatihan dan pendampingan yang dirasakan. Mereka merasa lebih percaya diri dalam memasarkan produk, dan strategi pemasaran yang diajarkan dinilai sangat aplikatif dan mudah diimplementasikan. Namun, beberapa tantangan masih dihadapi, seperti keterbatasan akses internet dan kebutuhan untuk pengembangan keterampilan desain produk agar lebih kompetitif di pasar.

4. DISKUSI

Pengabdian kepada masyarakat merupakan salah satu tridharma perguruan tinggi yang bertujuan untuk memberikan solusi atas masalah yang dihadapi oleh masyarakat, termasuk dalam aspek pemberdayaan ekonomi. Dalam konteks ini, pemberdayaan panti asuhan menjadi hal penting untuk mengurangi ketergantungan mereka pada donasi eksternal dan memberikan kesempatan bagi anak-anak asuh untuk memiliki keterampilan ekonomi yang berkelanjutan.

Secara teoretis, pengembangan usaha kecil melalui strategi pemasaran memiliki landasan kuat dalam literatur pemasaran sosial dan pemasaran komunitas. Menurut Kotler dan Keller (2012), pemasaran yang efektif bukan hanya tentang produk dan harga, tetapi juga tentang bagaimana membangun nilai dan hubungan dengan konsumen melalui komunikasi yang tepat. Dalam konteks panti asuhan, pemasaran produk kreatif yang dihasilkan dari bahan ramah lingkungan juga dapat dikaitkan dengan konsep social enterprise. Dees (1998) menjelaskan bahwa usaha sosial bertujuan untuk memberikan dampak sosial positif sambil tetap memperhatikan keberlanjutan ekonomi.

Kegiatan Pengabdian Masyarakat ini sudah dilakukan sesuai tahap yang direncanakan. Adapun beberapa dokumentasi pelatihan adalah sebagai berikut:



Gambar 2. Proses Pelatihan



Gambar 3. Kegiatan Pendampingan Strategi Pemasaran

5. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian ini berhasil meningkatkan keterampilan produksi dan pemasaran di Panti Asuhan Kristen Tangmentoe. Dengan implementasi strategi pemasaran yang efektif melalui media sosial dan e-commerce, produk ramah lingkungan yang dihasilkan panti berhasil menarik minat konsumen dan meningkatkan pendapatan panti. Dari perspektif teoretik, kegiatan ini didukung oleh literatur pemasaran, green marketing, dan social entrepreneurship, yang menunjukkan bahwa inovasi dan branding dapat membantu usaha kecil, termasuk usaha sosial, mencapai kemandirian ekonomi dan keberlanjutan.

PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Kegiatan pengabdian ini tidak akan terlaksana dengan baik tanpa dukungan dari berbagai pihak. Kami menyampaikan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada Panti Asuhan Kristen Tangmentoe atas kerjasama dan keterbukaannya selama pelaksanaan kegiatan. Terima kasih juga kepada semua mahasiswa yang boleh terlibat dalam kegiatan ini.

Penghargaan khusus juga kami sampaikan kepada para pengurus panti dan anak-anak asuh yang telah berpartisipasi aktif dalam setiap tahap pelatihan dan pendampingan.

Kami juga ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak lain yang telah memberikan kontribusi dalam bentuk saran dan dukungan teknis, serta semua pihak yang tidak dapat kami sebutkan satu per satu, namun memiliki peran penting dalam keberhasilan kegiatan ini. Semoga kegiatan ini dapat memberikan manfaat yang berkelanjutan dan menjadi inspirasi bagi program pengabdian masyarakat lainnya di masa mendatang.

DAFTAR REFERENSI

Blank, S. (2013). *The Lean Startup Method*. Harvard Business Review.

Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice*. Pearson.

Dees, J. G. (1998). *The Meaning of Social Entrepreneurship*. Stanford University.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management (14th ed.)*. Pearson.

Smallbone, D., North, D., & Vickers, I. (2003). *Innovation and Small Firms*. Routledge.