

STRATEGI PROMOSI SEDERHANA: MELATIH ANAK YATIM UNTUK MENJUAL PRODUK HASIL KARYA SENDIRI

Zelin Ferdias Capriati¹, Ardianto², Wahyu Nurul Faroh³

^{1,2,3}Program Studi Manajemen S-1, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang

Email : dosen02785@unpam.ac.id¹

ABSTRAK

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan di Yayasan Pundi Amal Dermawan Indonesia (PADI), Depok, dengan tujuan meningkatkan keterampilan wirausaha anak-anak yatim melalui praktik langsung pembuatan dan penjualan produk hasil karya mereka sendiri. Program ini dirancang untuk melatih kreativitas, kemampuan promosi, kerja sama, dan kepercayaan diri anak-anak melalui metode learning by doing, simulasi promosi, dan peer feedback. Pelaksanaan kegiatan dilakukan selama lima hari, dimulai dari pengenalan wirausaha, pembuatan produk, pelatihan strategi promosi sederhana, simulasi penjualan, hingga evaluasi. Hasil kegiatan menunjukkan meningkatnya pemahaman anak-anak tentang dasar-dasar wirausaha, kemampuan membuat dan mempromosikan produk, serta kepercayaan diri dalam berinteraksi dengan konsumen. Program ini memberikan dampak positif dalam membangun kemandirian dan karakter wirausaha sejak dini.

Kata Kunci: Wirausaha Anak, Promosi Sederhana, Kreativitas, Penjualan Produk, Pengabdian Masyarakat

ABSTRACT

This community service program was conducted at the Pundi Amal Dermawan Indonesia (PADI) Foundation in Depok, aiming to enhance entrepreneurial skills among orphaned children through hands-on product creation and sales activities. The program was designed to strengthen creativity, promotional ability, teamwork, and self-confidence through learning-by-doing, promotional simulations, and peer feedback. The five-day implementation included entrepreneurial introduction, product creation, basic promotional strategy training, sales simulation, and evaluation. The results indicate improved understanding of basic entrepreneurship, increased ability to produce and promote products, and greater confidence in interacting with consumers. Overall, the program provides a positive contribution to fostering independence and entrepreneurial character from an early age.

Keywords: Child Entrepreneurship, Simple Promotion, Creativity, Product Selling, Community Service

Article History

Received: Desember 2025

Reviewed: Desember 2025

Published: Desember 2025

Plagiarism Checker No
234.KK.443

Prefix DOI :

10.9765/Krepa.V218.3784

Plagiarism 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](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)
[Attribution-NonCommercial](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)
[4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

PENDAHULUAN

Pengembangan keterampilan wirausaha sejak usia dini merupakan salah satu upaya penting dalam membentuk karakter mandiri, kreatif, dan berdaya saing pada anak-anak. Berbagai penelitian menunjukkan bahwa pembiasaan praktik kewirausahaan dapat membantu anak mengembangkan kemampuan problem solving, kreativitas, komunikasi, serta kepercayaan diri dalam menghadapi tantangan kehidupan (Nilawati, 2017). Bagi anak-anak yatim piatu, keterampilan tersebut menjadi semakin penting karena dapat menjadi bekal berharga bagi kemandirian mereka di masa depan.

Yayasan Pundi Amal Dermawan Indonesia (PADI) merupakan lembaga sosial yang menaungi anak-anak yatim piatu dengan tujuan memberikan pendidikan, pembinaan karakter, serta keterampilan hidup yang relevan. Berdasarkan hasil observasi, terlihat bahwa anak-anak di yayasan memiliki potensi kreativitas yang baik, namun masih kurang mendapatkan pengalaman praktik langsung dalam kegiatan wirausaha. Mereka mampu membuat berbagai produk sederhana, tetapi belum memiliki pemahaman mengenai cara mempromosikan, menjual, dan mengenalkan produk kepada konsumen.

Beberapa tantangan yang muncul di antaranya adalah kurangnya pengalaman praktik wirausaha, minimnya pemahaman tentang strategi promosi sederhana, rendahnya kepercayaan diri dalam berinteraksi dengan calon pembeli, serta terbatasnya bimbingan langsung yang dapat mengarahkan proses belajar mereka. Hal ini sejalan dengan temuan Mutiasari (2018) yang menyebutkan bahwa pendampingan intensif sangat berperan dalam mengembangkan kreativitas anak melalui aktivitas yang aplikatif dan terarah. Selain itu, Yusuf (2020) menekankan bahwa kreativitas dan inovasi anak akan berkembang lebih optimal ketika diberikan kesempatan untuk mencipta dan mempresentasikan hasil karyanya.

Melihat kebutuhan tersebut, kegiatan pengabdian masyarakat ini dirancang untuk memberikan pengalaman wirausaha yang menyeluruh melalui pendekatan *learning by doing*. Anak-anak tidak hanya diajarkan membuat produk, tetapi juga diberikan pelatihan strategi promosi sederhana yang mudah diterapkan sesuai usia mereka, seperti cara memperkenalkan produk, menyusun kalimat promosi, hingga simulasi interaksi dengan konsumen. Metode ini diharapkan dapat membangun keterampilan teknis sekaligus memperkuat rasa percaya diri dan tanggung jawab anak-anak dalam menjalankan aktivitas wirausaha.

Melalui pelatihan yang berlangsung selama lima hari, kegiatan ini bertujuan untuk menumbuhkan jiwa kemandirian, kreativitas, dan karakter wirausaha pada anak-anak yatim piatu. Program ini menjadi langkah strategis dalam memberikan kesempatan belajar yang menyenangkan, interaktif, dan aplikatif, sehingga dapat menjadi fondasi yang kuat bagi perkembangan potensi mereka di masa depan.

METODE

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini dirancang menggunakan pendekatan pembelajaran yang aplikatif, interaktif, dan berorientasi pada praktik langsung. Model kegiatan menggabungkan prinsip *learning by doing*, *simulation*, dan *peer feedback* sebagaimana dianjurkan dalam pendidikan wirausaha anak (Nilawati, 2017). Pendekatan ini memungkinkan anak-anak yatim di Yayasan Pundi Amal Dermawan Indonesia memperoleh pengalaman nyata dalam membuat, mempromosikan, dan menjual produk hasil karya mereka sendiri.

TEMPAT DAN WAKTU

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan di Yayasan Pundi Amal Dermawan Indonesia (PADI) yang berlokasi di Depok, Jawa Barat. Seluruh rangkaian kegiatan berlangsung di area ruang serbaguna yayasan dan halaman terbuka yang digunakan untuk sesi praktik dan

simulasi penjualan. Program dilaksanakan selama lima hari berturut-turut, yaitu pada tanggal 24-28 September 2025, dengan durasi kegiatan sekitar 2-3 jam setiap harinya. Waktu pelaksanaan disesuaikan dengan jadwal harian anak-anak agar tidak mengganggu kegiatan belajar dan rutinitas di yayasan. Lingkungan yayasan yang kondusif serta dukungan pengasuh menjadi faktor penting dalam kelancaran program.

PENDEKATAN PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan menggunakan pendekatan pembelajaran yang aplikatif dan partisipatif melalui learning by doing, simulation, dan peer feedback, sebagaimana direkomendasikan dalam pendidikan wirausaha anak (Nilawati, 2017). Pendekatan ini memungkinkan anak-anak memperoleh pemahaman langsung mengenai praktik wirausaha, mulai dari pembuatan produk hingga menjualnya.

METODE KEGIATAN

Metode kegiatan dirancang dalam format harian sebagai berikut:

1. Hari Pertama - Pengenalan Wirausaha dan Produk

Anak-anak diperkenalkan pada konsep dasar kewirausahaan, contoh produk kreatif, serta nilai-nilai penting seperti tanggung jawab, keberanian, dan kreativitas. Pendamping menggunakan diskusi ringan dan permainan edukatif untuk mengaktifkan proses belajar, sesuai dengan prinsip pengembangan kreativitas melalui pendampingan (Mutiasari, 2018).

2. Hari Kedua - Pembuatan Produk Hasil Karya Anak

Peserta membuat produk sederhana seperti gantungan kunci, kerajinan kertas, atau hiasan kecil. Kegiatan dilakukan berkelompok untuk menumbuhkan kerja sama dan rasa tanggung jawab. Pendamping memberikan arahan teknis dan mendorong inovasi, sejalan dengan teori kreativitas anak (Yusuf, 2020).

3. Hari Ketiga - Pelatihan Strategi Promosi Sederhana

Pelatihan difokuskan pada cara mempromosikan produk secara sederhana namun menarik. Anak-anak belajar membuat deskripsi produk, menata tampilan produk, serta cara berbicara saat menawarkan barang. Pelatihan diberikan dalam bentuk demonstrasi dan role play agar anak mudah memahami.

4. Hari Keempat - Simulasi Penjualan Produk

Simulasi dilakukan dengan menciptakan suasana pasar mini di area yayasan. Anak-anak mempraktikkan interaksi dengan “pembeli,” menawarkan produk, dan mencatat transaksi. Proses ini bertujuan meningkatkan rasa percaya diri dan melatih kemampuan komunikasi serta problem solving.

5. Hari Kelima - Evaluasi dan Refleksi

Pendamping melakukan penilaian proses dan hasil kegiatan, kemudian mengajak anak-anak melakukan sesi refleksi. Mereka menceritakan pengalaman, tantangan, dan hal yang mereka pelajari. Pendamping dan pengasuh memberikan umpan balik konstruktif untuk memperkuat perkembangan karakter dan kreativitas (Mutiasari, 2018; Supriyadi, 2018).

Dengan metode pelaksanaan yang terstruktur serta dukungan lingkungan yayasan, kegiatan ini diharapkan mampu meningkatkan keterampilan wirausaha, kreativitas, dan kepercayaan diri anak-anak yatim di Yayasan PADI secara berkelanjutan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian masyarakat yang berfokus pada pelatihan strategi promosi sederhana bagi anak-anak yatim piatu di Yayasan Pundi Amal Dermawan Indonesia (PADI) menunjukkan hasil yang positif dan signifikan. Selama lima hari pelaksanaan program, terlihat

adanya perkembangan pada aspek kreativitas, keterampilan berwirausaha, kemampuan promosi, serta kepercayaan diri anak-anak. Pembahasan berikut merangkum temuan utama berdasarkan pengamatan, interaksi langsung, serta refleksi harian peserta.

Pada Hari Pertama, anak-anak diperkenalkan pada konsep dasar wirausaha dan nilai-nilai penting seperti tanggung jawab, kreativitas, dan keberanian. Hasil observasi menunjukkan bahwa sebagian besar anak mulai memahami apa itu produk, siapa itu konsumen, dan bagaimana proses penjualan sederhana bekerja. Pendekatan belajar interaktif sangat membantu karena anak dapat langsung memvisualisasikan apa yang dijelaskan pendamping. Temuan ini sejalan dengan pendapat Nilawati (2017) bahwa pendidikan wirausaha pada anak perlu dimulai dari pengenalan konsep dasar yang mudah dipahami untuk memicu ketertarikan awal dan membentuk pola pikir kewirausahaan.

Pada Hari Kedua, anak-anak membuat produk sederhana seperti gantungan kunci atau kerajinan hias. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa anak-anak sangat antusias dan mampu menghasilkan karya dengan variasi bentuk, warna, dan dekorasi. Kreativitas mereka terlihat dari kemampuan memodifikasi desain serta mencari ide baru berdasarkan contoh yang diberikan. Kegiatan ini memperkuat teori Yusuf (2020) bahwa kreativitas anak akan berkembang optimal ketika diberikan ruang eksplorasi, kebebasan berinovasi, dan pendampingan yang tepat. Selain itu, praktik langsung juga membantu meningkatkan kepercayaan diri mereka dalam menghasilkan karya bernilai jual (Mutiasari, 2018).

Pelatihan pada Hari Ketiga memperlihatkan bahwa anak-anak mulai memahami cara-cara sederhana untuk mempromosikan produk. Mereka belajar membuat deskripsi singkat, menata tampilan produk dengan rapi, serta berlatih berbicara saat menawarkan barang. Latihan role play menunjukkan bahwa anak-anak dapat menyesuaikan intonasi dan bahasa tubuh ketika berinteraksi sebagai “penjual”. Perkembangan ini memperkuat temuan Supriyadi (2018) yang menyatakan bahwa karakter wirausaha pada anak dapat dibentuk melalui latihan komunikasi, keberanian mengambil peran, serta pembiasaan menghadapi orang lain dalam konteks positif.

Hari Keempat merupakan salah satu tahap yang memberikan dampak besar. Dalam simulasi pasar mini, anak-anak sangat antusias menawarkan produk kepada “pembeli”, bernegosiasi sederhana, serta mencatat transaksi kecil. Dari pengamatan, terlihat bahwa sebagian besar anak mulai berani menyapa, memperkenalkan produk, dan menjawab pertanyaan konsumen simulatif. Kegiatan ini membantu mengatasi hambatan ketidakpercayaan diri yang sebelumnya terlihat pada beberapa anak. Temuan ini sejalan dengan Mutiasari (2018) yang menjelaskan bahwa pendampingan intensif dapat meningkatkan kemampuan sosial dan kepercayaan diri anak yatim.

Pada Hari Kelima, sesi evaluasi dan refleksi menunjukkan bahwa anak-anak mampu mengungkapkan pengalaman, tantangan, serta pelajaran yang mereka peroleh selama kegiatan berlangsung. Mereka menyampaikan bahwa kegiatan membuat produk dan simulasi penjualan merupakan tahap yang paling menarik dan memberikan pengalaman baru. Refleksi diri ini merupakan bagian penting dalam proses pembelajaran karena membantu anak memahami nilai kerja keras, tanggung jawab, kreativitas, dan keberanian. Sesuai dengan pandangan Supriyadi (2018), evaluasi dan refleksi dapat memperkuat pembentukan karakter wirausaha anak secara berkelanjutan.

Selain itu, hasil kegiatan juga menunjukkan bahwa kemampuan anak-anak dalam memahami strategi promosi sederhana dapat ditingkatkan melalui pendekatan digital yang sangat mendasar, seperti penggunaan foto produk dan pesan promosi sederhana yang dibantu oleh pendamping. Pendekatan ini relevan dengan temuan Irfanudin (2025), yang menekankan bahwa strategi promosi yang efektif tidak selalu memerlukan teknik kompleks, melainkan cukup dengan konsistensi, kreativitas, dan pemanfaatan media digital sesuai kapasitas peserta.

Prinsip yang sama terbukti efektif ketika diterapkan kepada anak-anak yatim di Yayasan PADI, di mana mereka mampu membuat materi promosi sederhana yang komunikatif, menarik, serta sesuai dengan karakter produk yang mereka hasilkan. Dengan demikian, program ini tidak hanya mengembangkan keterampilan wirausaha, tetapi juga mengenalkan dasar-dasar literasi digital secara bertahap dan aplikatif.

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat bertema “Strategi Promosi Sederhana: Melatih Anak Yatim untuk Menjual Produk Hasil Karya Sendiri” di Yayasan Pundi Amal Dermawan Indonesia memberikan dampak signifikan terhadap pengembangan keterampilan wirausaha, kreativitas, dan kepercayaan diri anak-anak yatim piatu. Melalui pendekatan pembelajaran berbasis praktik, simulasi, dan pendampingan aktif, anak-anak memperoleh pengalaman langsung dalam membuat produk, memahami strategi promosi sederhana, serta melakukan simulasi penjualan secara percaya diri.

Program yang berlangsung selama lima hari ini berhasil meningkatkan pemahaman dasar wirausaha, kemampuan berkomunikasi dalam konteks promosi, serta keberanian anak berinteraksi dengan konsumen. Selain itu, kegiatan ini mendorong tumbuhnya nilai-nilai karakter seperti disiplin, tanggung jawab, kerja sama, dan inisiatif. Anak-anak juga menunjukkan kreativitas yang lebih tinggi dalam mengembangkan produk hasil karya mereka, sekaligus mampu merefleksikan pengalaman belajar yang membantu memperkuat motivasi dan kemandirian.

Secara keseluruhan, kegiatan ini membuktikan bahwa pendidikan wirausaha sejak dini—khususnya melalui praktik langsung—sangat efektif dalam membangun potensi anak-anak yatim piatu. Dengan dukungan lingkungan yang kondusif, pendampingan yang konsisten, serta kegiatan yang terstruktur, anak-anak dapat berkembang menjadi individu yang kreatif, percaya diri, dan memiliki bekal keterampilan wirausaha sederhana yang bermanfaat untuk masa depan.

DAFTAR PUSTAKA

- Irfanudin, A. M., et al. (2025). Strategi pemasaran berkelanjutan untuk sekolah TK Islam: Meningkatkan kesadaran masyarakat melalui pendekatan digital. *Jurnal Pengabdian Sosial*, 5(1). <https://doi.org/10.32493/pbs.v5i1.47243>
- Mutiasari, R. (2018). Peran pendampingan dalam pengembangan kreativitas anak. Jakarta: Pustaka Edukasi.
- Nilawati, D. (2017). Pendidikan wirausaha untuk anak-anak: Strategi dan tantangan. Yogyakarta: Media Cendekia.
- Supriyadi, A. (2018). Membangun karakter wirausaha pada anak usia dini. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Slameto, B. (2010). Belajar dan faktor-faktor yang mempengaruhinya. Jakarta: Rineka Cipta.
- Yusuf, M. (2020). Kreativitas dan inovasi anak dalam pendidikan wirausaha. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.