

Program Kewirausahaan untuk Membiayai Kegiatan Sosial di Pantai Asuhan Hati Suci: AKEGISO Aksi Kegiatan Sosial

Entrepreneurship Program to Finance Social Activities as the Hati Suci Orphanage: AKEGISO Aksi Kegiatan Sosial

**Natalia Widiyari, Variantika Intanya, Preti Ardila, Manuel Benaya,
Michelle, Sunita**

Prodi Komunikasi, Fakultas Ilmu Administrasi Bisnis dan Ilmu Komunikasi,
Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya

nataliaw@atmajaya.ac.id; variant.201902020082@student.atmajaya.ac.id;

manuel.201902020069@student.atmajaya.ac.id;

michell.201902020049@student.atmajaya.ac.id;

preti.201902020124@student.atmajaya.ac.id;

sunita.201902020118@student.atmajaya.ac.id

correspondence: nataliaw@atmajaya.ac.id

ABSTRACT

There is awareness of excessive consumption patterns related to fashion products among young people. The dynamic of modern world pushes clothing to not only fulfill a function's need, but also meet socialization and decorative needs. This makes youngsters tend to buy clothes based on taste and changing styles in a short time. It causes an accumulation beyond the storage capacity. Many of these clothes were only worn once or twice. Awareness of this matter, makes us compelled to do social work with these clothes. The clothes are divided into two categories: those that can be donated (satisfy common styles, and are polite to use in any situation), and the second cannot be donated (because of the impolite cutting) so they will be sold through the "Online Thrift Store Akegiso". Activities consist of three main activities. First, related to used clothing management; second, activities to collect money or find donors; third, carry out social activities in orphanages. The main pattern that emerges here is how social activities can be funded by business activities. There is indeed a collection of cash funds for cover the shortfall. However the amount of funding is still dominated by the sales of used clothing.

Keywords: social business; donation; used clothes; thrifting

ABSTRAK

Adanya kesadaran pola konsumsi berlebihan terkait produk *fashion* di kalangan anak muda. Dinamika dunia modern mendorong pakaian tidak lagi hanya kebutuhan yang memenuhi fungsinya, tetapi juga memenuhi kebutuhan sosialisasi dan dekoratif. Hal ini membuat anak muda zaman ini cenderung membeli pakaian berdasarkan selera dan pergantian gaya yang berubah-ubah dalam tempo singkat. Kecenderungan tersebut membuat pakaian menumpuk melebihi kapasitas penyimpanan. Banyak di antara pakaian tersebut hanya dipakai satu atau dua kali. Kesadaran hal ini mendorong Tim untuk melakukan karya sosial bermodalkan pakaian tersebut. Pakaian tersebut dibagi ke dalam dua kategori: yang dapat didonasikan (memenuhi selera umum dan sopan digunakan dalam situasi apa pun, dan yang kedua tidak dapat didonasikan (karena kurang sopan potongannya) sehingga akan dijual melalui "Thrift Store Online Akegiso". Kegiatan ini terdiri atas tiga kegiatan utama. Pertama, terkait pengelolaan pakaian bekas; kedua, kegiatan mengumpulkan uang atau mencari donatur; ketiga, melaksanakan kegiatan sosial di panti asuhan. Pola utama yang dimunculkan ialah bagaimana kegiatan sosial dapat didanai dengan kegiatan bisnis. Memang ada

pengumpulan dana tunai untuk menutup kekurangan. Meskipun demikian jumlah pendanaan tetap didominasi dari hasil penjualan pakaian bekas.

Kata kunci: bisnis sosial; donasi; pakaian bekas; *thrifting*

PENDAHULUAN

Menurut Departemen Sosial RI (2004), Panti Sosial Asuhan Anak adalah suatu lembaga usaha kesejahteraan sosial yang mempunyai tanggung jawab untuk memberikan pelayanan kesejahteraan sosial pada anak terlantar dengan melaksanakan penyantunan dan pengentasan anak terlantar, memberikan pelayanan pengganti orang tua atau wali anak dalam memenuhi kebutuhan fisik, mental dan sosial kepada anak asuh sehingga memperoleh kesempatan yang luas, tepat, dan memadai bagi pengembangan. Panti asuhan sebagai lembaga pengganti fungsi orang tua bagi anak-anak terlantar dan memiliki tanggung jawab dalam memberikan pelayanan kesejahteraan sosial bagi anak-anak terlantar terutama kebutuhan fisik, mental, dan sosial pada anak asuh supaya mereka memiliki kesempatan untuk mengembangkan diri dan menjadi generasi penerus cita-cita bangsa dan sebagai insan yang akan turut serta dalam bidang pembangunan sosial. Dapat disimpulkan bahwa panti asuhan adalah suatu lembaga kesejahteraan sosial yang didirikan secara sengaja oleh pemerintah atau masyarakat yang bertanggung jawab dalam melakukan pelayanan, penyantunan, dan pengentasan anak terlantar dan memiliki fungsi sebagai pengganti peranan orang tua dalam memenuhi kebutuhan mental dan sosial pada anak asuh agar mereka memiliki kesempatan yang luas untuk mengalami pertumbuhan fisik dan mengembangkan pemikiran hingga mencapai tingkat kedewasaan yang matang dan mampu melaksanakan perannya sebagai individu dan warga negara di dalam kehidupan bermasyarakat (Karyadiputra, et.al, 2019).

Keluarga inti (*nuclear family*) pada umumnya terdiri atas ayah, ibu, dan anak-anak yang belum kawin, dan tinggal bersama dalam satu atap. Keluarga merupakan tempat pertama dan penting bagi seorang anak mendapatkan dasar dalam pembentukan kemampuan dan mendapatkan pengalaman dari masyarakat. Pemberian kasih sayang dari keluarga merupakan dukungan sosial yang akan menjadikan seorang anak sebagai manusia dewasa yang bijaksana dan bermoral. Selain itu, keluarga merupakan tempat pertama yang mengajarkan perhatian, penerimaan, dan penghargaan karena sebelum anak mengenal ruang lingkup masyarakat, salah satunya ialah masuk sekolah, keluarga sebenarnya merupakan tempat belajar satu-satunya (Burns, 1993).

Pada kenyataannya, tidak semua anak dalam perjalanan hidupnya beruntung mendapatkan keluarga yang ideal. Sebagian anak-anak tersebut harus rela berpisah dari orang tuanya di usia yang masih sangat muda. Menurut Hartini (2001), anak menjadi terlantar disebabkan oleh beragam faktor, di antaranya ekonomi yang rendah, menjadi yatim, piatu, atau bahkan yatim piatu. Hal ini akan menjadikan anak-anak terlantar sehingga kebutuhan fisik, psikologis, dan sosialnya tidak terpenuhi secara baik. Anak-anak yang mengalami perjalanan hidup kurang beruntung seperti ini, selanjutnya akan dirawat oleh pemerintah atau swasta pada suatu lembaga sosial yang disebut Yayasan Panti Asuhan.

Donasi adalah sebuah pemberian dari perseorangan atau badan hukum kepada pihak tertentu yang mempunyai sifat sukarela dengan tanpa adanya imbalan yang bersifat keuntungan. Donasi individual menurut *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (1995), dapat diartikan sebagai sumbangan tetap (berupa uang) dari penderma kepada perkumpulan, atau dapat juga diartikan sebagai pemberian atau hadiah. Beberapa jenis donasi yang sering dikumpulkan dan disalurkan adalah (1) donasi dalam rangka penanggulangan bencana, (2) donasi sosial kemasyarakatan dalam rangka pengentasan kemiskinan, (3) donasi dalam rangka pelestarian alam/lingkungan hidup. Masa pandemi yang merupakan situasi bencana global menjadi salah satu pendorong kegiatan ini. Pada masa ini, banyak pihak yang

memerlukan bantuan, salah satunya adalah anak-anak yang berada di panti asuhan. Pandemi yang berdampak penurunan aktivitas ekonomi secara tidak langsung juga memengaruhi aliran dana untuk memenuhi kebutuhan anak panti sehari-hari. Untuk itu, dilaksanakanlah penggalangan dana dengan menjual baju-baju yang masih layak, yang hasilnya kemudian disumbangkan ke panti asuhan. Selain menggalang donasi, kegiatan ini juga bermaksud memberikan pemahaman kepada generasi muda bahwa gaya hidup konsumtif dalam membeli pakaian berdampak pada *fashion waste* (Beal, 2020).

Komunitas yang menjadi target kegiatan ini ada dua, yaitu target utama adalah anak-anak panti asuhan, yang terdiri atas anak-anak dengan usia sekolah SMP dan SMA. Bantuan langsung berupa pakaian layak pakai, bahan-bahan kebutuhan pokok, obat-obatan, alat mandi, kebutuhan lain dan dana tunai. Kemudian, mahasiswa atau generasi muda, agar lebih sadar dalam berbelanja kebutuhan sandang serta agar lebih peduli secara sosial, terutama terhadap mereka yang membutuhkan bantuan. Para mahasiswa sebagai target sekunder diminta untuk berdonasi dalam bentuk tunai atau berpartisipasi menyumbangkan pakaian bekas layak pakai untuk dijual oleh tim.

METODE PELAKSANAAN

Panti Asuhan Hati Suci merupakan panti asuhan yang menyediakan fasilitas untuk membantu merawat dan membimbing anak-anak yang diterlantarkan keluarganya. Hati Suci berdiri sejak tahun 1914. Seorang bernama Ny. Lie Tjian Tjoen (Auw Tjoei Lan) berinisiatif mendirikan Perkoempoelan Ati Soetji, yaitu sebuah lembaga sosial yang bertujuan untuk menolong anak perempuan, anak yatim piatu, dan anak terlantar. Saat ini Direktur Rumah Hati Suci adalah Ibu Fransisca Setiati. Beliau menuturkan bahwa awalnya hunian ini merupakan tempat perlindungan bagi anak-anak perempuan yang kala itu dikirimkan dari Tiongkok untuk dijadikan pekerja seks komersial (PSK) karena perang dan sebagainya. Panti Asuhan Hati Suci dipilih karena termasuk satu dari sedikit panti yang mengizinkan donatur untuk datang dan bertemu dengan anak-anak pada masa pandemi.

Kegiatan dijadwalkan berlangsung selama empat minggu, dan dilaksanakan pada Mei-Juni 2022. Seperti penjelasan di atas, kegiatan terdiri dari penggalangan dana maupun barang; penjualan barang; dan ditutup dengan kegiatan sosial yang dilangsungkan dengan komunitas target. Lebih detail dapat diamati pada Tabel 1.

Tabel 1
Penjadwalan

Kegiatan	Bulan Mei														Bulan Juni													
	Minggu ke - 2							Minggu ke - 3							Minggu ke - 4					Minggu ke - 1								
	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	1	2	3	4	5
A. Penggalangan Dana	x	x	x	X	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	X	x	x	x	x	x	x	x	x	x	
B. Penggalangan Buku dan Fashion															x	x	x	X	x	x	x	x	x	x	x			
C. Penyortiran Buku dan Fashion																												x
D. Pelaksanaan Kegiatan																												x

HASIL DAN DISKUSI

Journey Map

Program kewirausahaan sosial ini dimulai dari tahapan yang disebut sebagai Journey Map. Journey Map atau diterjemahkan sebagai peta perjalanan merupakan visualisasi pengalaman pengguna atau target khalayak – dalam hal ini target komunitas untuk mencapai sasaran-sasaran tertentu (Yale University, 2023). Secara umum Journey Map memiliki dimensi berikut ini.

1. *Persona*. Sebagai karakter khusus individu, yang menjadi sudut pandang pengguna, atau dalam proyek ini disebut target komunitas. Target komunitas antara adalah para donatur barang dan uang serta para pembeli baju-baju layak pakai, sedangkan target komunitas utama adalah anak-anak panti asuhan.
2. *Lingkungan atau skenario*. Lingkungan menjelaskan apa yang akan terjadi dengan si persona. Di sini dijelaskan harapan-harapan target komunitas berdasarkan karakter masing-masing. Tentu saja di bagian ini, pelaksana program mencoba menempatkan diri di posisi persona dan menyusun asumsi-asumsi berdasarkan data yang dimiliki ataupun hasil observasi
3. *Fase Perjalanan*. Fase ini merujuk pada tahapan-tahapan yang dilalui oleh para target komunitas.
4. *Actions, Mindset, Emotions*. Perilaku persona di masing-masing tahap termanifestasi dalam bentuk tindakan, persepsi, dan emosi atas berbagai hal. Tiga hal ini dialami oleh si persona dan dipetakan oleh pelaksana program.
5. *Kesempatan*. Visualisasi tindakan dan perilaku target komunitas di berbagai tahapan tersebut merupakan informasi atau wawasan bagi pelaksana program untuk membangun program yang sedapat mungkin cocok dengan karakter dan harapan target komunitas.

Berdasarkan konsep Journey Map, disusunlah sebuah peta perjalanan dalam program ini.

1. *Getting starterd*. Di sini diidentifikasi banyak anak-anak di panti asuhan yang

hidup serba kekurangan dan prihatin. Panti asuhan juga dipandang sebelah mata bila penghuninya kurang aktif dalam membuat kegiatan sosial.

2. *Information and guidance.* Dicarilah panti asuhan yang benar-benar memerlukan bantuan. Khususnya panti asuhan tersebut sangat terdampak dengan pandemi Covid-19.
3. *Develop a support plan.* Ketika pelaksana program menemukan panti asuhan yang sesuai. Ditindaklanjuti dengan riset kasual untuk mengetahui kebutuhan para anak yatim piatu sebagai target komunitas utama. Dengan demikian, barang yang didonasikan akan sesuai dengan kebutuhan.
4. *Getting the plant started.* Rencana program dimulai dengan penggalangan dana dan mengumumkan permintaan bantuan ataupun donasi berupa pakaian layak pakai, buku, dan berbagai kebutuhan lainnya. Di tahap ini pula pelaksana program merekrut para sukarelawan.
5. *And born.* Berdasarkan observasi dan mendengarkan peta kebutuhan, maka pelaksana mendirikan AKEGIO yang merupakan singkatan dari “Aksi Kegiatan Sosial”

Pelaksanaan Program

Penggalangan dana tunai ditempuh melalui penggalangan baik secara langsung maupun media sosial (Gambar 1). Kegiatan donasi merupakan aktivitas mengumpulkan dana dari lingkungan sekitar UNIKA Atma Jaya Kampus Semanggi. QR Code merupakan penggalangan dana melalui media sosial (Gambar 2), di sini donatur dapat *scan* langsung dari dompet digital masing-masing.



Gambar 1. Kegiatan penggalangan dana secara langsung



Gambar 2. QR Code yang di-posting pada laman akun media sosial untuk penggalangan dana

Kemudian, aktivitas yang berikutnya ialah penggalangan barang-barang (buku dan pakaian) serta penjualan barang-barang (pakaian saja) untuk penjualan barang secara daring dan COD (Gambar 3).



Gambar 3. Penjualan pakaian secara daring dan COD

Kemudian ditutup dengan kegiatan yang berlangsung di Pantai Asuhan Hati Suci, meliputi pemberian donasi yang berupa barang-barang yang terdiri atas buku, alat tulis, pakaian, dan *snack* yang diberikan secara langsung kepada anak-anak (Gambar 4, Gambar 5). Donasi berupa kebutuhan pokok (beras, minyak goreng, gula, susu) serta uang tunai

disalurkan melalui pengurus panti. Semua dana yang diperoleh diteruskan kepada target komunitas primer, yaitu anak-anak panti asuhan. Adapun paket sumbangan yang diterima oleh anak-anak panti terdiri atas buku (fiksi dan nonfiksi), pakaian layak pakai, dan *snack*.



Gambar 4. Aktivitas bersama anak panti



Gambar 5. Penyaluran donasi secara langsung

Secara umum, kegiatan berlangsung dengan lancar dan baik. Berdasarkan waktu, dapat dinyatakan bahwa kegiatan berjalan sesuai dengan rencana, yaitu persiapan sampai pelaksanaan berlangsung kurang lebih satu setengah bulan, dari Mei sampai dengan Juni 2022. Berdasarkan dana yang terkumpul, kegiatan ini melampaui target. Rencana awal pendapatan yang ditargetkan adalah dua juta rupiah dan dana yang terkumpul secara aktual sebesar Rp2,857,450,00 (dua juta delapan ratus lima puluh tujuh ribu empat ratus lima puluh rupiah). Dengan demikian, dapat dinyatakan bahwa pengumpulan dana terealisasi 145%. Semula dana akan dialokasikan dengan proporsi 50% untuk barang dan 50% tunai, pada pelaksanaannya alokasi dana sekitar 65% disumbangkan dalam bentuk barang dan sisanya

35% dalam bentuk tunai. Tidak ada kendala berarti dalam proses pelaksanaan.

Adapun hal yang dapat disebut sebagai kendala ketika penentuan target komunitas. Tahun 2022 masih merupakan masa transisi dari masa pandemi ke masa normal yang baru, sehingga tidak banyak panti asuhan yang membuka pintu bagi para donatur untuk beraktivitas bersama anak-anak panti. Tim sempat menghabiskan waktu mengunjungi panti-panti asuhan untuk mendapatkan izin dan survei awal kebutuhan. Target komunitas yang terpilih berdasarkan kesediaan pihak mitra untuk membuka diri. Ini selaras dengan semangat pemberdayaan masyarakat bahwa target komunitas adalah mitra yang berdiri sama tinggi dan duduk sama rendah sehingga pendapat target komunitas sebagai mitra ini harus dihargai.

Kemudian, tim sengaja tidak membuat akun media sosial khusus untuk kegiatan ini karena tim ingin memanfaatkan jejaring yang sudah terbina sehingga lebih mudah untuk meminta sumbangan dana dan barang-barang. Di sini dirasakan betul bahwa media sosial memiliki kohesivitas yang pada gilirannya menjadi kekuatan sosial (*social asset*) terutama untuk kegiatan kemanusiaan (Malik & Dwiningrum, 2017). Ini juga menandakan bahwa generasi muda yang lahir dan besar di dunia yang konsumtif mampu dan mau berperan aktif dalam kegiatan sosial yang melibatkan mereka sebagai aktor utama. Penggunaan QR Code untuk menggalang dana merupakan inisiatif khas anak muda yang mengedepankan transparansi dengan cara yang mudah.

Bisnis baju bekas layak pakai, atau yang dikenal sebagai “thrifting” atau sering disebut “preloved item” adalah bisnis yang menjanjikan. Selain itu, penggalangan sumbangan berupa baju layak pakai sering kali menjadi momen bagi banyak orang untuk “decluttering” atau membersihkan lemarnya dari barang-barang yang sudah tidak dipakai lagi. Fenomena ini mengemuka saat gempa Cianjur. Sumbangan baju layak pakai demikian banyak, dan beberapa kurang sesuai dengan masyarakat Cianjur yang sebagian besar berhijab (Selamet, 2022). Kiranya kegiatan AKEGISO ini dapat menjadi cerminan untuk mengelola sumbangan pakaian layak pakai, dapat dijual, dan kemudian hasilnya dibelikan hal-hal kebutuhan prioritas.

SIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan aksi sosial “AKEGISO” menjadi cerminan bahwa ada hal yang bisa dilakukan dengan apa yang dimiliki saat ini. Dalam hal ini adalah baju dan buku bekas. Kemudian perlu disadari bahwa selalu ada pihak-pihak mitra yang membutuhkan wawasan dan sumbangan, baik tenaga, pikiran, maupun barang dan jasa. Kegiatan sosial di era digital ini juga perlu mengoptimalkan sumber daya digital agar misi sosialnya lebih berdampak. Selain itu, generasi muda perlu dilibatkan secara intensif karena generasi muda memiliki pendekatan baru atau berbeda dalam menangani isu-isu sosial.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih ditujukan kepada Prodi Komunikasi UNIKA Atma Jaya dan Panti Asuhan Hati Suci, rekan-rekan mahasiswa Unika Atma Jaya, serta semua pihak di sekitar UNIKA Atma Jaya Kampus Semanggi yang membantu kegiatan ini terlaksana dengan lancar dan baik.

DAFTAR REFERENSI

Beall, A. (2020). Fast fashion is leading to a mountain of clothing being thrown away each year and has a huge impact on the environment, so can we turn our unwanted garments into something useful? Diakses dari <https://www.bbc.com/future/article/20200710->

- why-clothes-are-so-hard-to-recycle
- Burns, R. B. (1993). *Konsep Diri; Teori, Pengukuran, Perkembangan dan Perilaku*. Jakarta Arcan.
- Hartini, N. (2001). Karakteristik Kebutuhan Psikologi pada Anak Panti Asuhan. Universitas Airlangga.
- Karyadiputra, E., Mahalisa, G., Sidik, A. & Wathani, M. R. (2019). Pengembangan Kreativitas Anak Asuh Berbasis TI dalam Menanamkan Nilai Wirausaha pada Asrama Putera Panti Asuhan Yatim Piatu dan Dhu'afa Yayasan Al-Ashr Banjarmasin, *Jurnal Al-Ikhlash*, 4(2).
- Malik, I. & Dwiningrum, S. I.A. (2017). Modal sosial dan media sosial pada masyarakat di Desa Melung Kabupaten Banyumas. *Jurnal Pembangunan Pendidikan: Fondasi dan Aplikasi*, 5(2). Diakses dari <https://journal.uny.ac.id/index.php/jppfa/article/view/15369>
- Pandansari, S. P. (2014, 12 15). *Panti Asuhan Hati Suci, 100 Tahun Melayani Masyarakat*. From Liputan 6: <https://www.liputan6.com/showbiz/read/2147437/panti-asuhan-hati-suci-100-tahun-melayani-masyarakat>
- Selamet, I. (2022). Penampakan Tumpukan Baju di Pengungsian Korban Gempa Cianjur. *Detik.com*. Diakses dari <https://www.detik.com/jabar/foto/d-6435064/penampakan-tumpukan-baju-di-pengungsian-korban-gempa-cianjur>
- Suci, H. (2021). History: From Sekolah Hati Suci. Diakses dari <https://hatisucischool.sch.id/history/>
- Yale University. (2023). UX Journey Map. Diakses dari <https://usability.yale.edu/understanding-your-ser/user-journey-maps#:~:text=Journey%20Maps%20are%20a%20UX,important%20functionality%20an%20audience%20needs.>