

**Meningkatkan Kesadaran Siswa-Siswa Tentang Pentingnya Praktik Pemasaran Etis Di Yayasan Nurul Ihsan Kecamatan Setu, Kabupaten Kota Tangerang Selatan**

Veta Lidya Delimah Pasaribu  
Dini Aminarti, Dwi Kurniawati, M.Fahreza Juniar, Rafvi Framuja

Dosen DanMahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pamulang  
Email :

[Veta01889@unpam.ac.id](mailto:Veta01889@unpam.ac.id)

[diminar14@gmail.com](mailto:diminar14@gmail.com), [kurniawatidwi43@gmail.com](mailto:kurniawatidwi43@gmail.com),

[fahrezajuniar570@gmail.com](mailto:fahrezajuniar570@gmail.com), [rafviframujaa15@gmail.com](mailto:rafviframujaa15@gmail.com)

**ABSTRAK**

Dalam dunia bisnis kontemporer, pemasaran etis telah menjadi masalah penting. Tujuan program ini adalah untuk menemukan metode yang berguna untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang praktik pemasaran etis. Metode kualitatif menunjukkan bahwa edukasi konsumen, transparansi perusahaan, dan penggunaan media sosial untuk mempromosikan praktik pemasaran etis dapat meningkatkan kesadaran masyarakat. Media sosial sangat penting untuk memfasilitasi interaksi dua arah dan menjangkau audiens yang lebih luas. Studi ini menunjukkan bahwa pemerintah, perusahaan, dan organisasi non-pemerintah harus bekerja sama untuk mendukung dan mengawasi praktik pemasaran etis. Ini akan membangun masyarakat yang lebih sadar dan kritis terhadap masalah etika dalam bisnis.

**Kata Kunci : Meningkatkan Kesadaran Siswa/i, Praktik Pemasaran Etis, Yayasan Pondok Pesantren Dan Panti Asuhan Nurul Ihsan**

**ABSTRACT**

*In the contemporary business world, ethical marketing has become an important issue. The goal of this program is to find useful methods to increase public awareness of ethical marketing practices. Qualitative methods show that consumer education, company transparency, and the use of social media to promote ethical marketing practices can increase public awareness. Social media is essential to facilitate two-way interactions and reach a wider audience. This study suggests that governments, companies, and non-governmental organizations must work together to support and monitor ethical marketing practices. This will build a society that is more aware and critical of ethical issues in business.*

**Keywords: increasing Student Awareness, Ethical Marketing Practices, Nurul Ihsan Islamic Boarding School Foundation and Orphanage**

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Pendahuluan

Kesadaran tentang pentingnya praktik pemasaran etis di kalangan siswa/i sangatlah penting karena mereka adalah calon pemimpin dan pengambil keputusan di masa depan. Pendidikan yang menekankan etika dalam pemasaran dapat membantu menciptakan generasi yang lebih sadar akan tanggung jawab sosial mereka. Siswa/i yang memahami pentingnya pemasaran etis akan lebih mampu membuat keputusan yang bertanggung jawab dalam kehidupan mereka.

Melalui program ini, kami berupaya untuk menyadarkan siswa/i tentang pentingnya mengetahui dan memahami pemasaran yang etis yang sesuai dengan etika-etika yang ada dan memfasilitasi kerja sama antara mahasiswa, Yayasan Pondok Pesantren Dan Panti Asuhan Nurul Ihsan, dan pemangku kepentingan lainnya. Dengan demikian, diharapkan dengan adanya kegiatan mahasiswa ini dapat diimplementasikan secara efektif dan berkelanjutan, serta memberikan manfaat bagi siswa/i dan pihak Yayasan.

### RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan uraian analisis situasi permasalahan, maka dapat diperoleh rumusan masalah yang dihadapi mitra adalah :

1. Bagaimana mensosialisasikan program mahasiswa untuk menyadarkan siswa/i tentang pentingnya praktik pemasaran etis dan memfasilitasi kerja sama antara mahasiswa, Yayasan Pondok Pesantren Dan Panti Asuhan Nurul Ihsan, dan pemangku kepentingan lainnya?

### TUJUAN MASALAH

1. Untuk mensosialisasikan program mahasiswa untuk menyadarkan siswa/i tentang pentingnya praktik pemasaran etis

dan memfasilitasi kerja sama antara mahasiswa, Yayasan Pondok Pesantren Dan Panti Asuhan Nurul Ihsan, dan pemangku kepentingan lainnya?

#### ❖ Meningkatkan Kesadaran Siswa Siswa

Meningkatkan kesadaran siswa adalah proses yang berkelanjutan yang membutuhkan upaya dari guru, orang tua, dan komunitas. Dengan bekerja sama, kita dapat membantu siswa menjadi individu yang penuh kesadaran, bertanggung jawab, dan peduli yang siap membuat perbedaan di dunia. Mereka dapat mengidentifikasi bakat dan minat mereka, serta area yang membutuhkan pengembangan.

#### ❖ Praktik Pemasaran Etis

Praktik pemasaran etis adalah filosofi dan strategi bisnis yang menjunjung tinggi kejujuran, kepercayaan, keadilan, nilai-nilai, dan tanggung jawab dalam semua aspek kegiatan pemasaran. Dalam konteks akademik, penting untuk terus mengeksplorasi dan mengkaji praktik terbaik serta tantangan dalam menerapkan pemasaran etis untuk menginspirasi dan membimbing perusahaan menuju praktik bisnis yang lebih bertanggung jawab dan berkelanjutan

#### ❖ Yayasan Pondok Pesantren Dan Panti Asuhan Nurul Ihsan

Yayasan Pondok Pesantren Dan Panti Asuhan Nurul Ihsan adalah sebuah lembaga yang berperan dalam bidang pendidikan Agama Islam dan perawatan anak yatim piatu serta anak-anak kurang mampu. Yayasan pondok pesantren dan panti asuhan nurul ihsan bertanggung jawab untuk mengkoordinasikan dan memfasilitasi program-program pendidikan, tempat tinggal asrama, dan perawatan yang penuh kasih kepada anak-anak yang membutuhkan, dengan tujuan membangun generasi yang beriman, berilmu, dan berakhlak mulia,

termasuk program pengembangan kreatif untuk mendukung kegiatan sosial di Yayasan Nurul Ihsan.

Kegiatan ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode sebagai berikut:

1. Observasi: Melakukan pengamatan terhadap kondisi Yayasan Pondok Pesantren Dan Panti Asuhan Nurul Ihsan dan potensi-potensi yang dapat dikembangkan melalui kegiatan mahasiswa melalui program untuk mendukung memberi kesadaran kepada siswa/i.
2. Wawancara: Melakukan wawancara dengan pihak Yayasan Pondok Pesantren Dan Panti Asuhan Nurul Ihsan, perwakilan mahasiswa, dan pemangku kepentingan lainnya untuk mengidentifikasi kebutuhan dan ide-ide untuk menyadarkan tentang pentingnya memahami pemasaran etis yang dapat diimplementasikan.
3. Diskusi Kelompok: Mengadakan diskusi kelompok yang melibatkan mahasiswa, pihak yayasan nurul ihsan, dan pemangku kepentingan lainnya untuk membahas ide-ide kreatif dan strategi implementasinya.
4. Sosialisasi: Mensosialisasikan program kreativitas mahasiswa dalam pengembangan program untuk mendukung kegiatan sosial. Kepada anak-anak di Yayasan pondok pesantren dan panti asuhan nurul ihsan, luas melalui berbagai media
5. Fasilitasi Kerja Sama: Memfasilitasi kerja sama antara mahasiswa, Yayasan Pondok Pesantren Dan Panti Asuhan Nurul Ihsan, dan pemangku kepentingan lainnya untuk mengimplementasikan program mahasiswa untuk mendukung pemahaman akan pentingnya pemasaran etis untuk diterapkan di kehidupan sehari-hari

### Hasil Kegiatan dan Pembahasan

Berdasarkan kegiatan yang telah dilakukan, diperoleh hasil sebagai berikut:

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### 2. identifikasi Ide-ide Kreatif Mahasiswa

Melalui observasi, wawancara, dan diskusi kelompok, berhasil diidentifikasi beberapa ide kreatif mahasiswa untuk memberi materi tentang pentingnya kesadaran pemasaran etis, antara lain:

- Program literasi digital untuk meningkatkan kesadaran siswa/i tentang pentingnya memahami pemasaran etis agar dapat diterapkan di kehidupan sehari-hari.
- Kampanye pemasaran etis untuk produk fiktif
- Pelatihan keterampilan untuk meningkatkan pemahaman siswa/i dalam berbagai bidang.

### 3. Implikasi Pendidikan

Untuk memberikan materi tentang pemasaran etis dapat digunakan sesuai dengan kurikulum integrasi yang Dimana topik pemasaran etis harus diintegrasikan ke dalam kurikulum Pendidikan bisnis dan ekonomi atau dengan cara proyek praktis yang melibatkan siswa/i dalam proyek nyata atau simulasi yang bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan komitmen mereka terhadap praktik pemasaran etis.

### 4. Fasilitasi Kerja Sama

Kegiatan ini memfasilitasi kerja sama antara mahasiswa, pihak Yayasan Nurul Ihsan, dan pemangku kepentingan lainnya, seperti siswa/i, pihak yang terkait, dan pihak yang bertanggung jawab. Kerja sama ini dilakukan untuk mengimplementasikan program-program mahasiswa secara efektif dan berkelanjutan.

### 5. Implementasi Program Kreativitas Mahasiswa

Beberapa program kreativitas mahasiswa telah diimplementasikan di Yayasan Nurul Ihsan seperti program literasi digital dan kampanye pemasaran etis. Program-program ini melibatkan partisipasi aktif mahasiswa.

## DAFTAR PUSTAKA

### PRAKTIK PEMASARAN ETIS DI YAYASAN NURUL IHSAN KECEMATAN SETU KABUPATEN KOTA TANGGERANG SELATAN”

- a. Metode Diskusi dan Tanya Jawab □ Setelah sesi pemberian materi

selesai, maka dilanjutkan dengan sesi diskusi dengan tanya jawab. Hasil yang didapatkan adalah masih banyak siswa/i yang masih awam dengan pemasaran etis, masih lemahnya kesadaran tentang pemasaran etis, dan juga masih kurangnya kemampuan analitis.

- b. Metode Simulasi □ Metode simulasi digunakan agar peserta dapat mempraktekkan langsung dari pembahasan materi yang telah didapat. Sehingga apabila siswa/i mengalami kendala, tim Pengabdian Kepada Masyarakat akan langsung membantu. Metode ini menjadi tolak ukur untuk memantau apakah masyarakat sudah memahami dari materi yang telah disampaikan oleh pemateri.

### Kesimpulan

Pemasaran etis bukan hanya tentang memenuhi kewajiban hukum, tetapi juga tentang menciptakan nilai jangka panjang bagi konsumen, masyarakat, dan perusahaan itu sendiri. Kegiatan sosialisasi program kreativitas mahasiswa dalam memberi kesadaran kepada siswa/i tentang pentingnya praktik pemasaran etis telah berhasil dilaksanakan dengan baik. Mahasiswa memiliki potensi besar dalam memberikan kontribusi nyata. Kerja sama antara mahasiswa, siswa/i Nurul Ihsan, dan pemangku kepentingan lainnya sangat diperlukan untuk mewujudkan kesadaran akan pentingnya praktik pemasaran etis yang holistik dan berkelanjutan.

### Saran

- ❖ Pendekatan Kurikulum Berbasis Kasus; Mengintegrasikan studi kasus

Keberhasilan pengajaran etika dalam pemasaran ke dalam kurikulum Pendidikan.

❖ Kolaborasi dengan Industri : Mengintegrasikan pembicara tamu dari industri yang mengutamakan praktik pemasaran etis. Kolaborasi ini memberikan wawasan langsung tentang praktik terbaik dalam pemasaran yang bertanggung jawab.

❖ Penggunaan Media Sosial : Memanfaatkan media sosial sebagai platform untuk diskusi dan kampanye kesadaran tentang pemasaran etis. Pembelajaran melalui interaksi sosial dapat meningkatkan partisipasi siswa dan menciptakan kesadaran yang lebih luas.

❖ Evaluasi Diri dan Refleksi\*: Mendorong siswa untuk melakukan evaluasi diri terhadap sikap dan tindakan mereka dalam konteks pemasaran. Proses refleksi ini membantu siswa menginternalisasi nilai-nilai etis dalam pengambilan keputusan pemasaran.



### Daftar Pustaka

Astuti, W., Pasaribu, V. L. D., Oktrima, B., Saputra, H., & Rusilowati, U. (2021). Upaya Peningkatan Kualitas Sumber Daya Manusia Melalui Peningkatan Kompetensi. *Jurnal Abdimas Tri Dharma Manajemen*, 3(1), 22-29.

Elburdah, R. P., Pasaribu, V. L. D., Rahayu, S., Septiani, F., & Metarini, R. R. A. (2021). Mompreneur penopang perekonomian keluarga di masa pandemi Covid-19 dengan bisnis online pada Kelurahan Pondok Benda. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 75-82.

Priadi, Andri, et al. "PENYULUHAN PENGEMBANGAN SUMBER DAYA MANUSIA DENGAN MEMPERKUAT BUDAYA ORGANISASI MELALUI PENINGKATAN VALUE PADA LEMBAGA PENGEMBANGAN MASYARAKAT KELURAHAN PONDOK BENDA KOTA TANGERANG SELATAN." *Jurnal Lokabmas Kreatif: Loyalitas Kreatifitas Abdi Masyarakat Kreatif* 1.3 (2020): 97-105. Malayu S. P. Hasibuan. Manajemen Sumber Daya

- Manusia. 2007. Bumi Aksara, Jakarta. **DAFTAR**
- Sembayu, R., Purba, S. M., & Nurbayani, T. T. (2021). Manajemen Keuangan untuk Menghadapi dan Bertahan di Era Covid-19. *Jurnal Abdimas Tri Dharma Manajemen*, 2(2), 12-18.
- Pasaribu, V. L. D., Elburdah, R. P., Sudarso, E., & Fauziah, G. (2020). Penggunaan Manajemen Waktu Terhadap Peningkatan Prestasi Belajar Di Smp Araisyah. *Jurnal ABDIMAS Tri Dharma Manajemen*, 1(1), 84.
- Pasaribu, V. L. D., Syafei, A. N., Farhan, A., Aufaizah, A., Irani, C., & Firtiayani, S. R. (2021). Pengaruh Displin Protokol Kesehatan Terhadap Pencegahan Penularan Virus Covid-19. *Jurnal Abdimas Tri Dharma Manajemen*, 2(2), 91-98.
- Pasaribu, V. L. D., Susanti, F., & Hartuti, E. T. K. (2019). Memotivasi Siswa dan Siswi SMK Letris Indonesia di Dalam Menentukan Pilihan Untuk Melanjutkan Pendidikan Atau Bekerja Setelah Lulus Sekolah. *Jurnal Pengabdian Dharma Laksana*, 1(2), 161-172.
- Pasaribu, V. L. D., & Agrasadya, N. S. Krisnaldy.(2020). Meningkatkan Produktivitas Usaha Dimasa Pandemi Pada Ibu PKK RT 004/003 Kelurahan Sawah Baru Ciputat, Tangerang Selatan. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 177-180.
- Pasaribu, V. L. D., Dwiyatni, A., Sabina, C., Ridwan, M., Gunawan, D. D., & Noviani, B. C. (2021). Evaluasi Penerapan 3M Dimasa Pandemic Covid 19. *Jurnal Abdimas Tri Dharma Manajemen*, 2(2), 54-60.
- Pasaribu, V. L. D., Agrasadya, A., Shabrina, N., & Krisnaldy, K. (2020). Menjadi Enterpreneur Muda Yang Memiliki Jiwa Leadership Untuk Menghadapi Masa Depan. *Abdi Laksana: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 1-9.
- Pasaribu, V. L. D., & Agrasadya, N. S. Krisnaldy.(2020). Menjadi Enterpreneur Muda Yang Memiliki Jiwa Leadership Untuk Menghadapi Masa Depan. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 177-180.
- Pasaribu, V. L., Yuniati, H. L., Pratana, R.,
- Pasaribu, V. L. D., Oktrima, B., Prabowo, B., Arianto, N., & Haryoko, U. B. (2020). Progam Pendampingan Dan Penyelenggaraan Pendidikan Anak Pada Usia Dini Terhadap Prestasi Belajar Dilingkungan Rt 020 Rw 009. Kel Giri Peni. Kec Wates. Yogyakarta. *Jurnal LOKABMAS Kreatif*, 1(01).
- Pasaribu, V. L. D., Satria, P., Sari, R. P., Valencya, I., & Setyowati, R. Nursahidin. Adaptasi Kehidupan New Normal Pada Masa Pandemi Covid-19 Diyayasan Pondok Pesantren Dan Panti Asuhan Nurul Ikhsan Kecamatan Setu, Kota Tangerang Selatan. *Jurnal LOKABMAS Kreatif*, 2(02), 89-97.
- Pasaribu, V. L. D., Sulaiman, S., Sutiman, S., Thaharudin, T., & Purnomo, B. Y. (2020). Pengenalan Letak Posyandu Terdekat Dikelurahan Pisangan Dengan Manajemen Pemasaran Revolusi 4.0 Untuk Meningkatkan Pengetahuan Masyarakat Letak Dan Fungsi Posyandu Terdekat Pada Kelurahan Pisangan. *Dedikasi Pkm*, 1(1), 105-110.
- Pasaribu, V. D., Qomah, F. I., Sajida, S. R., Putri, D. O., Hidayat, M. K., & Senoaji, R. DARING ATAU KEGIATAN TATAP MUKA EFESIENSI MANA.
- Pasaribu, V. L. D., & Agrasadya, N. S. Krisnaldy.(2020). Meningkatkan Produktivitas Usaha Dimasa Pandemi Pada Ibu PKK RT 004/003 Kelurahan Sawah Baru



Ciputat, Tangerang Selatan. *Jurnal AR PUSTAKA Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 177-180.

Iwu Iyansyah, M., Sari, S., Shaddiq, S., & Zainul, Z. (2021). Literasi Manajemen Komunikasi Pemasaran dalam Melaksanakan Etika dan Standar Periklanan.

Fadilah, N. (2020). Pengertian, Konsep, dan Strategi Pemasaran Syari'ah. *Salimiya: Jurnal Studi Ilmu Keagamaan Islam*, 1(2), 194-211.

Satar, M., Siradjuddin, S., & Musmulyadi, M. (2022). Sistem Kegiatan Pemasaran Dalam Perspektif Etika Ekonomi Islam. *Jurnal Mirai Management*, 7(2), 191-199.

Riduwan, A. (2016). Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat oleh perguruan tinggi. *Ekuitas (Jurnal Ekonomi dan Keuangan)*, 3(2), 95.

LPPM, S. (2018). Pedoman Pelaksanaan Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat.

## DOKUMENTASI KEGIATAN

