

## PENGENALAN KOMUNIKASI PEMASARAN DI YAYASAN YATIM PIATU RASULULLAH SAW JAKARTA

Richard Andrew<sup>1</sup>, Beatrice Piterson<sup>2</sup> & Alvira Nisa Kurniawan<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tarumanagara Jakarta  
Email: richarda@fe.untar.ac.id

<sup>2</sup>Program Studi Sarjana Manajemen, Universitas Tarumanagara Jakarta  
Email: beatrice.115220109@stu.untar.ac.id

<sup>3</sup>Program Studi Sarjana Manajemen, Universitas Tarumanagara Jakarta  
Email: alvira.115220504@stu.untar.ac.id

### ABSTRACT

*Rasulullah SAW Orphanage Foundation is one of many registered social institution in Jakarta. As one of the facilitator for orphans and homeless kids, the foundation tries to develop the children to save the future of the country. Leading for some innovations, the foundation had already digitized donation process far before the team arrived. However, the number of donations still sometimes not sufficient to help the student enroll normally. For example, they need the bag that not included from the local government social donation for education. Sometimes they also possessed excessive food stocks while they need other urgent equipments for the education process. Based on those problems, the CSR team from UNTAR try to develop their marketing communication skills by arranging the scheduled training session. The objective of the session is to develop the marketing communication skills for both the student and its foundation. As a result, both the student and the committee from the foundation enthusiastically participated the event. For the post-session expectations, they can enhance both their awareness and crowdfunding system by implementing a good marketing communication skills. The CSR team concluded that this program can work excellently if the foundation periodically develop their students' skillsets by practicing the marketing communication techniques.*

**Keywords:** Marketing Communication, Orphanage Foundation

### ABSTRAK

*Yayasan Yatim Piatu Rasulullah SAW merupakan salah satu dari banyak lembaga sosial yang ada di Jakarta. Sebagai salah satu penggerak yang memfasilitasi anak terlantar dan yatim piatu, Yayasan Yatim Piatu Rasulullah SAW diharapkan mampu untuk meningkatkan kemampuan generasi penerus tanah air. Berbeda dengan banyak Yayasan sejenis, institusi ini sudah melakukan proses digitalisasi donasi dan zakat sehingga membuat donasi dalam bentuk uang sudah disiapkan dari jauh. Hanya saja, jumlah anak yang berada dalam di dalam Yayasan dan yang berada di luar Yayasan sulit untuk dikumpulkan menjadi satu. Adapun dari segi jumlah, bentuk donasi terkadang tidak sebanding dengan kebutuhan seperti ketidakterediaan ransel yang belum termasuk dalam Kartu Jakarta Pintar. Belum lagi jika donasi yang disalurkan berupa bahan pangan, terkadang masa kadaluwarsanya tidak terlalu lama sehingga dapat mubazir. Berdasarkan seluruh permasalahan tersebut, maka tim PKM yang berasal dari UNTAR mencoba mengadakan pendekatan dalam bentuk pelatihan komunikasi pemasaran kepada para peserta didik dalam Yayasan tersebut. Tujuan dari pelatihan ini agar seiring dengan peningkatan cara berkomunikasi Yayasan dalam bidang pemasaran mampu membawa Yayasan untuk tetap bertahan ditengah tantangan yang harus dihadapi. Ternyata, proses yang panjang membawa hasil yang berguna tidak hanya para peserta didik, ternyata para pengurus Yayasan juga antusias terutama untuk meningkatkan komunikasi dua arah dari para peserta didik. Tim PKM UNTAR menyimpulkan bahwa kegiatan ini sangat berguna terutama karena ada bantuan teknologi tepat guna yang dapat digunakan oleh Yayasan tersebut baik secara langsung maupun secara tidak langsung.*

**Kata kunci:** Komunikasi Pemasaran, Yayasan Yatim Piatu

### 1. PENDAHULUAN

Yayasan Yatim Piatu Rasulullah SAW adalah salah satu dari banyak yayasan sosial yang bergerak untuk memfasilitasi anak yatim, anak piatu, anak yatim piatu dan anak terlantar dari keluarga tidak mampu. Secara total Yayasan Yatim Piatu Rasulullah memiliki puluhan anak yang berada pada hunian yang dikelola oleh Yayasan Yatim Piatu Rasulullah SAW dan ratusan anak yang dalam kondisi pemantauan jarak jauh oleh Yayasan. Secara umum Yayasan ini berkembang dengan cukup pesat terbukti dengan pembangunan lantai baru untuk fasilitas hunian bagi anak – anak.

Tentu saja Yayasan Yatim Piatu Rasulullah SAW ini menerima donasi dari banyak institusi. Menurut Irpan et.al (2021), donatur mendapatkan gambaran manfaat yang diperoleh dari donasi yang diberikan seperti perusahaan dapat meningkatkan citra dan tanggung jawab sosial kepada masyarakat.

Tidak seperti banyak lembaga sosial yang belum berbadan hukum karena sifat dasar sosial maka Yayasan ini sejak tahun 2017 telah memiliki tanda daftar yayasan sosial dengan ketua bernama Kukuh Budi Darmowijoyo dengan jumlah pegawai mula – mula sebanyak 4 orang. Pada yayasan yang beralamat di Kecamatan Gambir ini terdapat layanan seperti santunan daring dan informasi seputar yayasan dengan menggunakan nomor telepon genggam resmi dari yayasan yang dikelola oleh pengurus. Menurut Najib et al (2020), model komunikasi pemasaran yang baik dapat meningkatkan minat dan pengembangan kepercayaan para donatur untuk mendonasikan baik berupa infaq, shodaqoh maupun zakat. Walaupun sudah memiliki badan hukum, Yayasan juga tetap menemui beberapa tantangan dalam mencari donasi.

Pertama, donasi yang disampaikan oleh masyarakat terkadang tidak sesuai dengan kebutuhan yang diperlukan oleh Yayasan. Misal dalam kondisi tertentu jumlah dari makanan yang didapatkan dari hasil donasi berlebih jika dibandingkan dengan jumlah dari donasi yang bukan berupa makanan. Ini menyebabkan Yayasan harus memutar otak untuk kemudian mampu mendistribusikan makanan hasil donasi untuk kemudian ditukar dengan kebutuhan yang memang secara urgensi dibutuhkan misal tas sekolah agar peserta didik yang berasal dari Yayasan tidak terlalu canggung bergaul dengan kawan seangkatan di sekolah negeri terdekat karena harus menggunakan kantong kresek plastik sementara teman yang lain menggunakan tas berbahan dasar kain.

Kedua, kesempatan untuk memperbaiki infrastruktur komunikasi pemasaran secara digital tidak merata. Disatu sisi, Yayasan Yatim Piatu Rasulullah merupakan Yayasan yang unggul dalam menggunakan aplikasi digital tetapi disisi lain mengingat kesibukan dan keterbatasan waktu terhadap rutinitas yang harus dilakukan, Yayasan menjadi lupa untuk meningkatkan kualitas aplikasi digital yang mereka miliki. Jika kita melihat infrastruktur digital dari Yayasan, maka kita akan tahu bahwa variasi dari infrastruktur digital yang digunakan sangatlah luas, mulai dari situs resmi, sosial media, aplikasi untuk pencarian dana dari donatur sampai dengan pengirim pesan khusus terintegrasi secara digital. Dengan kehadiran infrastruktur digital untuk komunikasi pemasaran dasar, Yayasan sebenarnya sudah siap untuk ekspansi akan tetapi tetap masih perlu diadakan pelatihan khususnya pada bidang optimalisasi dan integrasi alat komunikasi pemasaran tersebut seperti yang dilakukan oleh Fauzi et al (2023) dengan memanfaatkan media sosial.

Dari kedua penjelasan diatas, maka dapat dirangkum bahwa secara umum situasi setelah transisi tahun 2020 berubah. Adapun tujuan dari kegiatan PKM pada kali ini adalah untuk memastikan bahwa Yayasan Yatim Piatu Rasulullah SAW dapat melakukan komunikasi pemasaran personal yang baik sehingga prestasi akademik para penghuni meningkat, gigih dalam bekerja, terjadi peningkatan kepercayaan diri dan merasa mudah untuk berkomunikasi dengan berbagai kalangan mulai dari lapisan yang bawah maupun dengan respek dan hormat yang tinggi kepada lapisan yang teratas serta mampu praktik singkat komunikasi pemasaran sehingga mampu meningkatkan tali silaturahmi dengan sopan santun dan kebersihan diri yang cukup. Hanya saja perubahan yang terjadi masih dapat diatasi oleh institusi jika memiliki komunikasi pemasaran yang baik dan dilakukan secara benar oleh pengurus maupun peserta didik dari Yayasan tersebut. Berdasarkan seluruh situasi dan permasalahan diatas maka tim dari Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Tarumanagara mengajukan proposal untuk pelaksanaan PKM dengan judul “ Pengenalan

komunikasi pemasaran untuk peserta didik tingkat menengah di Yayasan Yatim Piatu Rasulullah SAW Jakarta.

## 2. METODE PELAKSANAAN PKM

Pelaksanaan PKM di Yayasan Yatim Piatu Rasulullah SAW Jakarta Pusat berbentuk tutorial. Tutorial yang dilakukan dipraktekkan secara campur daring dan luring. Untuk tahap awal dilakukan peninjauan secara daring seperti pengenalan program kepada pengurus tetapi untuk pelaksanaan penyuluhan utama secara luring di jadwal yang ditetapkan bersama. Adapun pendekatan yang dilakukan dalam PKM ini adalah metode *Service Learning*.

Menurut Suwendi et.al (2022) ada empat hal mendasar dalam metode tersebut yakni:

1. Merangkul masyarakat, dalam proses ini diharapkan hubungan yang proaktif secara intensif dan setara antara komunitas/masyarakat dan perguruan tinggi.
2. Refleksi, mekanisme yang menghubungkan antara pengalaman kemitraan masyarakat dan mahasiswa dengan materi perkuliahan.
3. Timbal balik, mahasiswa dan masyarakat saling diajar dan mengajar serta saling memberi manfaat satu sama lain.
4. Penyebaran ke publik, menginformasikan aktivitas pembelajaran dalam kerangka publik sehingga program tersebut mendapatkan dukungan yang lebih luas pada level pemerintah atau pemangku kepentingan lain.

Pelaksanaan PKM ini merupakan rangkaian dari PKM yang dilakukan oleh ketua tim PKM yang dirintis ke Panti Asuhan maupun Yayasan sosial sejenis pasca pandemi yang merepotkan banyak sekali kalangan (Andrew & Claudia: 2021).

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Secara umum, pihak Yayasan Yatim Piatu Rasulullah SAW berterima kasih pada tim PKM dari Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Tarumanagara. Berikut adalah salah satu foto kenang – kenangan kegiatan yang berhasil diambil dari Yayasan tersebut:

### Gambar 1.

*Penyerahan Sarana Pendukung Komunikasi Pemasaran sebagai bagian dari PKM*



Adapun rekomendasi dari pengelola Yayasan untuk pelaksanaan pengenalan komunikasi pemasaran dilakukan di akhir pekan karena banyak peserta didik dalam Yayasan khususnya yang Sekolah Menengah Atas banyak yang belum dapat berpartisipasi karena harus mengikuti kegiatan akademik. Untuk beberapa peserta didik yang lain khususnya yang duduk di bangku Sekolah Dasar dan Sekolah Menengah Pertama materi dibawakan dengan cukup menarik dan cukup mudah dimengerti sehingga proses interaksi antara narasumber dengan peserta didik berjalan dengan

cukup lancar. Bagi peserta didik yang dibawah itu, yakni untuk yang masih berada di Pendidikan Anak Usia Dini (PAUD) seperti Kelompok Bermain atau Taman Kanak – Kanak, materi belum terlalu pas sehingga disarankan untuk lebih disederhanakan sehingga mereka mampu menambah kosakata. Secara umum dilihat dari kedua sisi, pelaksanaan kegiatan ini tergolong memuaskan hanya saja masih dapat ditingkatkan agar menjadi sangat memuaskan. Tentu saja untuk menyemarakkan kegiatan ini tim PKM juga memberikan kenang – kenangan ke pihak Yayasan seperti yang tercantum pada foto berikut ini:

### **Gambar 2.**

*Kenang - kenangan untuk Peserta Didik di Yayasan Yatim Piatu Rasulullah SAW*



Pada kegiatan ini selain mengenalkan dasar – dasar komunikasi pemasaran, tim PKM juga memperkenalkan kegiatan jika suatu saat ada yang tertarik untuk menempuh pendidikan tinggi di perguruan tinggi. Ini menunjukkan bahwa beberapa diantara penghuni Yayasan juga memiliki antusias dan harapan agar dapat berprestasi setinggi mungkin. Salah satu dari penghuni Yayasan juga ternyata sangat aktif dalam kegiatan organisasi siswa intra sekolah di sekolah asal yang bersangkutan. Adapun secara total kegiatan yang dilakukan untuk 40 peserta didik berjalan dengan lancar. Sebagai tambahan, tim PKM juga mendukung dengan pemberian donasi ringan untuk 120 anak yang berada dalam naungan Yayasan yang berupa kudapan ringan. Tidak hanya itu, materi yang digunakan dalam pelaksanaan PkM bisa menjadi acuan untuk kegiatan PkM selanjutnya sehingga aktivitas yang dilakukan oleh regu PkM dapat berlanjut baik ke Yayasan Yatim Piatu Rasulullah SAW untuk pengenalan Teknologi Tepat Guna (TTG).

### **Gambar 3.**

*Proses Pendampingan Penggunaan TTG*



## **4. KESIMPULAN**

Secara umum program Pengabdian kepada Masyarakat di Yayasan Yatim Piatu Rasulullah SAW berjalan dengan memuaskan. Hal ini sesuai dengan ekspektasi pihak mitra maupun pelaksana kegiatan yang berasal dari perguruan tinggi. Kegiatan ini dibuka dengan pengenalan tentang

lingkungan kampus dan organisasi mahasiswa dalam kampus kemudian setelah itu dilanjutkan dengan dasar – dasar komunikasi pemasaran. Secara sosial, acara ini berkontribusi untuk mendukung penambahan kebutuhan akan perlengkapan para penghuni Yayasan sehingga mereka bertambah motivasi untuk sukses di masa mendatang. Dari sisi budaya organisasi, Yayasan sudah mulai peka dengan kemajuan teknologi namun masih perlu untuk meningkatkan kapasitas agar para peserta didik mampu untuk tetap hidup dengan baik setelah mereka keluar dari Yayasan tersebut. Untuk sisi layanan, Yayasan sudah cukup baik dengan terbuka untuk menerima kolaborasi dari berbagai macam mitra. Di masa mendatang, pihak mitra mengharapkan terdapat kegiatan sejenis untuk topik yang berbeda.

### **Ucapan Terima Kasih** (*Acknowledgement*)

Terima kasih kami ucapkan kepada panitia SERINA 2023 yang ketujuh yang telah memberikan kesempatan kepada kami untuk mempresentasikan artikel ilmiah ini. Tidak lupa kami juga berterima kasih kepada mitra kami dan pihak – pihak yang telah membantu terlaksananya kegiatan PKM ini.

### **REFERENSI**

- Andrew, R., & Claudia, M. (2021). Pemberdayaan Civitas Akademika Perguruan Tinggi untuk Memberikan Santunan ke Panti Asuhan di Jakarta. *Prosiding SENAPENMAS*, 639-646.
- Fauzi, A., Fakhriza, M. H., Sariasih, F. A., & Putra, R. B. D. (2023). Pemanfaatan Media Sosial untuk Branding Panti Asuhan Yatim Piatu Naelul Khair Kota Bekasi. *Jurnal Inovasi Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat*, 3(1), 297-302.
- Irpan, M., Kurnianti, I., Gunawan, G., Shaddiq, S., & Zainul, H. M. (2021). Branding Media Komunikasi dalam Manajemen Pemasaran terhadap Potensi Zakat Produktif pada Klinik Pratama Dhuafa Tersenyum. *Literacy: Jurnal Ilmiah Sosial*, 3(1), 24-45.
- Najib, M. F., Saefuloh, D., Mulyawan, I., Yahya, E. S., & Djatnika, T. (2020). Peningkatan kapasitas lembaga melalui pengembangan komunikasi pemasaran guna mendorong minat donatur dalam berdonasi pada istana yatim dhu'afa. *Jurnal Difusi*, 3(1), 17-17.
- Suwendi, Basir, A. & Wahyudi, J. (2022). *Metodologi Pengabdian Masyarakat*. Kementerian Agama Republik Indonesia.