

## **BAB II. YAYASAN ELFOUNDATION DAN OPINI MASYARAKAT**

### **II.1 Yayasan**

#### **II.1.1 Definisi Yayasan**

Menurut Asikin dan Suhartana (2016) Yayasan merupakan organisasi yang terdiri dari sekumpulan orang, yang memiliki tujuan tertentu dalam bidang sosial kemanusiaan maupun keagamaan. Sebuah yayasan ikut andil berperan dalam membangun kesejahteraan sosial masyarakat, dilaksanakan oleh individu-individu yang saling bekerjasama dalam menjalankan program-programnya. Keberadaan yayasan bukanlah hal baru dalam kehidupan masyarakat Indonesia, apabila ditinjau dari kegiatannya, yayasan memiliki harapan untuk dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat luas.

Kansil (2000) menyampaikan bahwa yayasan dapat disebut dengan *Stichen* dalam Bahasa Belanda, atau *Foundation* dalam Bahasa Inggris, dan keduanya memiliki arti membangun. Pembangunan yang dilakukan oleh yayasan tidak hanya berbentuk bangunan fisik, melainkan dapat juga berbentuk pembangunan karakter sosial atau membangun kebiasaan positif dari diri manusia untuk bermanfaat bagi sekitarnya. Keberadaan yayasan juga memiliki dampak yang cukup signifikan dalam kehidupan bernegara, seperti halnya pemerintah yang membutuhkan elemen masyarakat untuk membantu menunaikan kewajiban positif, berdasarkan pada keterbatasan dana dan sumber daya manusia (SDM) yang dimiliki oleh pemerintah. Jika ditinjau pada jumlah penduduk yang lebih dari 250 juta di negara berkembang, pemerintah relatif sulit untuk bekerja sendirian, lagi pula membangun Indonesia bukan hanya pekerjaan dan tanggung jawab pemerintah semata melainkan juga negara yang di dalamnya melingkupi masyarakat pada umumnya.

Berdasarkan Peraturan Menteri Hukum Dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia Nomor 5 Tahun 2014 Tentang Pengesahan Badan Hukum Yayasan, Yayasan adalah badan hukum yang terdiri atas kekayaan yang dipisahkan dan diperuntukkan untuk mencapai tujuan tertentu di bidang sosial, keagamaan, dan kemanusiaan, yang tidak mempunyai anggota. Yayasan yang dapat dipercaya oleh masyarakat salah satunya didukung oleh keberadaan legalitas yayasan tersebut,

apabila jelas keberadaannya maka lebih nyaman bagi masyarakat atau calon donatur yang akan berpartisipasi pada program yang dilaksanakan.

Somali (2018) memaparkan beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam pembangunan yayasan, hal ini diatur dalam Undang-Undang No. 16 Tahun 2001 mengenai yayasan, diantaranya:

- Yayasan wajib memastikan ketetapannya yang terakui sebagai badan hukum.
- Anggaran dasar dalam sebuah yayasan harus disesuaikan dengan rencana.
- Struktur organisasi harus diubah dan disesuaikan
- Yayasan wajib memastikan bahwa kegiatan badan usaha yang telah didirikannya sesuai dengan tujuan pendirian yayasan.
- Pernyataan modal yang dilakukan oleh yayasan tidak diperbolehkan melebihi 25% dari seluruh kekayaan yayasan.
- Yayasan dilarang untuk menggaji organ yayasan.
- Anggota pembina, pengurus dan pengawas yayasan tidak diperbolehkan merangkap sebagai anggota direksi, komisaris atau pengawas pada badan usaha yang didirikan oleh yayasan.
- Yayasan diharuskan membuat ikhtisar laporan tahunan dan diberitahukan kepada organ yayasan.
- Apabila yayasan mendapat bantuan dari negara, luar negeri atau pihak lain dengan besaran dana lebih dari Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah), atau memiliki kekayaan di luar harta wakaf lebih dari Rp20.000.000.000,00 (dua puluh milyar rupiah), maka ikhtisar laporannya wajib dilakukan pemeriksaan oleh akuntan publik dan wajib diumumkan melalui surat kabar harian.
- Yayasan dengan sebagian kekayaan yang berasal dari bantuan negara, luar negeri atau sumbangan masyarakat sebagai akibat berlakunya suatu peraturan perundang-undangan, maka diharuskan mengumumkan ikhtisar laporan tahunan pada papan pengumuman yang berisi kekayaannya selama 10 tahun sebelum UU No. 16 Tahun 2001 diundangkan.
- Yayasan dilarang membagikan hasil kegiatan usaha kepada pembina, pengurus maupun pengawas.

- Kekayaan yang diperoleh yayasan berupa uang, barang dan lainnya tidak diperbolehkan untuk dialihkan atau dibagikan secara langsung kepada pembina, pengurus, pengawas, karyawan maupun pihak lain yang memiliki kepentingan terhadap yayasan.

### II.1.2 Program-Program Yayasan

Pada umumnya yayasan tidak memiliki tujuan meraup keuntungan melainkan berkaitan dengan kegiatan di bidang sosial, kemanusiaan, keagamaan, pendidikan, dan lainnya. Alur kegiatan program yayasan dapat berupa pengumpulan dana dari para donatur yang selanjutnya digunakan untuk beragam kegiatan seperti membagikan sembako atau makanan gratis kepada orang-orang yang membutuhkan, memberikan pakaian atau obat-obatan bagi masyarakat yang terdampak bencana, atau berkolaborasi dalam pembangunan struktur dan kualitas pendidikan di beberapa daerah.



Gambar II.1 Kegiatan Yayasan

Sumber: <https://unsplash.com/photos/O6xfAykPQtk> (diakses pada 05/05/2023)

Somali (2018) memaparkan kegiatan yayasan terbagi menjadi beberapa bidang sebagai berikut:

- Bidang sosial meliputi kegiatan pendidikan formal & nonformal, panti asuhan, jompo & wreda, rumah sakit, poliklinik dan laboratorium, pembinaan olahraga, penelitian bidang pengetahuan, dan studi banding.
- Bidang kemanusiaan meliputi kegiatan bantuan korban bencana alam, bantuan pengungsi akibat perang, bantuan untuk tunawisma, fakir miskin dan gelandangan, membangun rumah duka atau rumah singgah, memberikan perlindungan konsumen, dan melestarikan lingkungan hidup.

- Bidang keagamaan meliputi kegiatan pendirian pondok pesantren, penyaluran zakat, infak dan sedekah, peningkatan pemahaman keagamaan, pelaksanaan syiar agama, dan studi banding keagamaan.



Gambar II.2 Infak/Sedekah

Sumber: <https://unsplash.com/photos/xjmI7HMmOEI> (diakses pada 05/05/2023)

### II.1.3 Pengelolaan Yayasan

Menurut undang-undang sebuah yayasan dikelola oleh organ yang terdiri dari pembina, pengurus dan pengawas. Setiap organ tersebut memiliki syarat, tanggung jawab dan kewenangan.

- **Pembina**

Pembina adalah seseorang yang memiliki wewenang yang tidak diberikan kepada pengurus apabila suatu saat pendiri mengundurkan diri ataupun meninggal dunia. Syarat untuk menjadi pembina sebuah yayasan adalah orang perorangan, berdedikasi tinggi, pemilihannya berdasarkan pada rapat keseluruhan anggota baik pengurus dan pengawas, tidak merangkap menjadi pengurus maupun pengawas, dan apabila merupakan warga negara asing yang bertempat tinggal di Indonesia maka diharuskan memiliki izin untuk berkegiatan di wilayah Indonesia dan memiliki identitas seperti kartu izin bertempat tinggal sementara. Kewenangan pembina antaralain:

- a. Membuat keputusan tentang perubahan anggaran dasar
- b. Mengangkat dan memberhentikan anggota pengurus atau anggota pengawas
- c. Menetapkan kebijakan umum yayasan didasari oleh anggaran dasar yayasan
- d. Mengesahkan program kerja dan rancangan anggaran tahunan yayasan
- e. Menetapkan keputusan untuk penggabungan atau pembubaran yayasan

- **Pengurus**

Pengurus memiliki peranan yang berpengaruh pada suatu yayasan, yakni melaksanakan kepengurusan, diorganisir oleh pembina dan didasari keputusan dalam rapat pembina. Pengurus yayasan memiliki susunan sekurang-kurangnya terdiri dari seorang ketua, sekretaris, dan bendahara.

- **Pengawas**

Pengawas memiliki peran dalam memberikan masukan atau nasehat kepada pengurus selama menjalankan aktivitas yayasan. Hal ini tercatat dalam pengawas merupakan individu-individu yang akan mengawasi dan menasihati pengurus dalam segala aktivitas di yayasan.

Panggabean (2002) menjelaskan 3 aspek pedoman dalam pengelolaan yayasan, yakni:

- **Aspek Manajerial**

Terdapat hal-hal strategis dalam aspek manajerial dari sebuah yayasan yang perlu dipertimbangkan agar maksud dan tujuan yayasan dapat tercapai, antaralain:

- a. Pendiri dan pengurus harus lebih mengutamakan yayasan dan menyampingkan kepentingan pribadi, baik dari segi pikiran maupun sumber daya lainnya untuk mencapai maksud dan tujuan yayasan.
- b. Perumusan visi dan misi harus dilaksanakan dengan tegas dan jelas untuk menjadi dasar penyusunan rencana.
- c. Profesionalisme yayasan harus dilakukan melalui transparansi yang jelas, karena para donatur tentu menuntut keterbukaan dan akuntabilitas pembukuan, hal ini akan meningkatkan citra yayasan yang nantinya memudahkan yayasan untuk melaksanakan program, menggalang dana, hingga berkolaborasi dengan berbagai pihak.
- d. Program dan kegiatan harus diciptakan dengan gagasan yang kreatif dan mengikuti ketertarikan masyarakat atau target pasar.
- e. Ketertiban pembukuan yang dilandasi oleh transparansi, efisiensi dan akuntabilitas sangat diperlukan sebagai bahan pengawasan pihak pengurus.
- f. Pemahaman pihak pengurus mengenai anggaran dasar dan anggaran rumah

tangga yayasan perlu ditingkatkan guna meyakinkan masyarakat bahwa semua kegiatan beserta tindakannya telah dilakukan sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

- **Aspek Keuangan**

Hal-hal krusial yang berhubungan dengan keuangan diatur dalam UU No. 16 Tahun 2004 tentang Yayasan. Untuk menjaga nama baik yayasan di mata masyarakat maka pengurus yayasan dianjurkan membenahi aspek keuangan meliputi:

- a. Laporan keuangan dapat diterbitkan tepat waktu serta mampu dipertanggungjawabkan
- b. Sistem pengendalian perlu ditingkatkan mengenai penerimaan dan pengeluaran dana atas kekayaan yayasan.

- **Aspek Perpajakan**

Yayasan termasuk sebagai objek pajak sebagaimana dipaparkan oleh Ali (1999) bahwa yang termasuk badan meliputi perseroan terbatas, perseroan komanditer, BUMN/BUMD dan Yayasan.

#### **II.1.4 Persuasi**

Terdapat sebuah upaya untuk mengenalkan sebuah merek kepada masyarakat yang umum dikenal dengan persuasi. Kata persuasi memiliki serapan dari kata kerja '*to persuade*' atau dalam bahasa latinnya disebut dengan *persuasio*. Menurut Soemirat & Ardianto (2017) persuasi artinya adalah mengajak, membujuk atau merayu. Menurut Perloff (2017) para ahli juga mengatakan bahwa komunikasi persuasif berarti sebuah upaya untuk mengubah sikap maupun perilaku yang dilakukan oleh individu ataupun kelompok.

Persuasi menurut Syamsuddin (2009) memiliki 4 jenis, yaitu:

- a. **Persuasi Politik:** Persuasi yang digunakan oleh suatu kelompok dalam bidang politik untuk keperluan politik dan kenegaraan.
- b. **Persuasi Pendidikan:** Persuasi yang biasanya berupa panduan, anjuran atau motivasi yang dilakukan oleh lembaga dalam keperluan pendidikan

- c. Persuasi Advertensi: Persuasi yang dilakukan oleh sebuah perusahaan untuk mengenalkan suatu produk atau jasa kepada masyarakat. Hal ini bertujuan agar calon konsumen membeli atau menggunakan jasa yang ditawarkan.
- d. Persuasi Propaganda: Persuasi yang disampaikan untuk khalayak agar mempercayai atau menggiring opini terhadap tujuan yang diharapkan oleh penulisnya.

Adapun kegiatan dalam melakukan persuasi salah satunya melalui iklan. Periklanan adalah upaya untuk mengenalkan atau menginformasikan mengenai suatu merek yang bertujuan untuk menarik minat masyarakat. Informasi yang biasanya disampaikan dapat berupa visual, audio visual atau kata-kata. Kotler & Keller (2012) menyatakan bahwa iklan adalah bentuk presentasi untuk menyajikan ide yang dilakukan secara non-personal oleh sponsor dalam mempromosikan merek berupa produk maupun jasa.

Tujuan dalam melakukan persuasi dalam bentuk iklan adalah untuk mengenalkan, menginformasikan dan membujuk kepada masyarakat akan sebuah merek. Adapun tujuan iklan sebagai berikut:

- a. Menginformasikan
- b. Membujuk
- c. Mengingat
- d. Membangun kesadaran
- e. Mengubah keyakinan tentang produk dan merek
- f. Memasarkan produk
- g. Menghasilkan penjualan langsung
- h. Membangun citra

Adapun jenis iklan menurut Morris (2010) antaralain:

- a. Iklan Nasional: Iklan yang tayang di televisi pada jam tayang tertentu yang memiliki tujuan untuk menginformasikan konsumen mengenai merek atau perusahaan yang diiklankan
- b. Iklan Lokal: Iklan yang bertujuan untuk membujuk konsumen untuk melakukan transaksi pada toko yang diiklankan

- c. Iklan Primer dan Selektif: Iklan yang bertujuan untuk menaikkan permintaan terhadap suatu produk maupun perusahaan tertentu secara keseluruhan.

Jenis periklanan semakin berkembang seiring berjalannya waktu. Adapun dua jenis iklan berdasarkan media yang digunakan yaitu sebagai berikut:

- a. Iklan Media Cetak

Iklan media cetak merupakan iklan yang diproduksi menyesuaikan dengan lokasi iklan dan biasanya muncul dalam beragam media seperti majalah, spanduk, brosur dan sebagainya.

- b. Iklan Media Elektronik

Iklan media elektronik adalah iklan yang disiarkan melalui media elektronik seperti TV, radio, film dan media sosial sebagai perantara dalam penyampaian pesannya.

## **II.2 Yayasan Elfoundation (El Indonesia Mulya)**

### **II.2.1 Profil Yayasan Elfoundation**

Elfoundation atau Yayasan El Indonesia Mulya adalah Organisasi Nirlaba berbentuk yayasan yang bergerak di bidang sosial, kemanusiaan dan keagamaan. Yayasan ini terbentuk dari tim Tanggung Jawab Sosial atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT. Bersama Zatta Jaya yang sudah berdiri sejak tahun 2012. PT. Bersama Zatta Jaya kerap dikenal sebagai Elcorps merupakan induk perusahaan yang menaungi merek hijab Elzatta dan Dauky. Yayasan ini mengawali kiprahnya dalam mendukung pembangunan infrastruktur Pondok Pesantren Subulussalam di Padang Pariaman, Sumatera Barat. Pondok pesantren tersebut didirikan sejak tahun 1991 yang sekitar 30 persen santrinya tergolong kurang mampu. Elfoundation juga turut menyelenggarakan wakaf masjid Indonesian Islamic Center Brussel di Belgia, pondok pesantren pertama di Amerika, serta masjid dan pusat Islam terpadu pertama di Belanda, yaitu Indonesisch Cultureel Centrum Utrecht (ICCU)



## EL FOUNDATION

Gambar II.3 Logo Elfoundation  
Sumber: Dokumen Yayasan El Indonesia Mulya

Perkembangan Elcorps cukup pesat dan memengaruhi ruang lingkup tata kelola sehingga dibutuhkan institusi tersendiri untuk mewadahnya. Maka di tahun 2017 diresmikan Yayasan El Indonesia Mulya atau disebut juga dengan Elfoundation. Kantor Elfoundation berada di Elcorps *Building* Lantai 3 Komplek Industri Prapanca Kp. Harikukun No.24 003/007, Kelurahan Cigondewah Kaler, Kecamatan Bandung Kulon, Kabupaten Bandung, Provinsi Jawa Barat.



Gambar II.4 Area Kerja Elfoundation Lantai 3 Elcorps *Building*  
Sumber: Dokumen Pribadi

Elfoundation memiliki prinsip sebagai yayasan *rahmatan lil 'aalamiin* yang artinya berupaya agar dapat menjadi rahmat bagi semesta dengan melahirkan banyak manfaat.

Visi – Misi Yayasan El Indonesia Mulya antara lain:

- Visi  
Menjadi akselerator pengembangan dan pemberdayaan masyarakat menuju masyarakat yang membawa rahmat bagi semesta.
- Misi
  - a. Solusi, berupaya agar terus berkontribusi untuk menjadi solusi dari permasalahan sosial yang ada di masyarakat lewat program yang bertujuan pada pemberdayaan & pembangunan berkelanjutan.
  - b. Sinergi, selalu berupaya untuk membangun kerjasama dengan berbagai pihak, karena permasalahan sosial yang multidimensional akan dapat dipecahkan jika setiap pihak dapat bekerjasama.
  - c. Transparan, berupaya agar Elfoundation selalu terbuka baik dalam hal informasi program dan laporan.

## **II.2.2 Program Yayasan Elfoundation**

Elfoundation mewadahi program-program di bidang sosial, kemanusiaan dan keagamaan guna memberikan manfaat dan mengerahkan masyarakat untuk bekerjasama dalam membantu permasalahan sosial yang terjadi. Sumber pendanaan untuk operasional yayasan berasal dari dana sosial Elcorps, sedangkan untuk program-program yang diselenggarakan berasal dari dana sosial Elcorps dan dibantu dengan dana sosial masyarakat. Terdapat 3 wilayah program Elfoundation antara lain:

- Program yang bersumber dari Elcorps ataupun perusahaan/lembaga lain sebagai upaya Tanggung Jawab Sosial (CSR)
- Program yang berasal dari permasalahan serta solusi untuk masyarakat
- Program yang dirancang dan dilaksanakan dari pihak internal Elfoundation

Sebelum terbentuk resmi menjadi Yayasan El Indonesia Mulya, Program tanggung jawab sosial di Elcorps telah dikelola sejak tahun awal dirintis, yakni 2012 dan berlanjut hingga tahun 2023 oleh Elfoundation. Program-program ini rutin ditujukan bagi pihak internal maupun eksternal Elcorps, berikut rincian program yang telah berjalan sejak tahun 2012:

## 1. Program Tahun 2012

- Program Tebar Qurban di Bandung

Program tanggung jawab sosial (CSR) Elcorps pertama kali diselenggarakan oleh Elhijab/Elcorps di tanggal 26 Oktober 2012. Qurban di bulan Dzulhijjah 1433H digelar di kawasan Gegerkalong, Sukasari, Kota Bandung.



Gambar II.5 Dokumentasi Tebar Qurban 2012  
Sumber: Dokumen Yayasan El Indonesia Mulya

## 2. Program Tahun 2013

- Dauky *Educare* di NTT

Dauky yang merupakan anak perusahaan Elcorps mengadakan program edukasi dan berbagi. Tujuan dari program ini adalah untuk mewujudkan pemerataan pendidikan di Indonesia melalui kegiatan mengajar, membangun tempat ibadah, perbaikan fasilitas dan pembagian busana muslim.



Gambar II.6 Dokumentasi *Dauky Educare*  
Sumber: Dokumen Yayasan El Indonesia Mulya

### 3. Program Tahun 2014

- *Solidarity for Muslim Belgia*

Program ini bertujuan untuk membantu pembangunan masjid Indonesia pertama di Belgia yang sudah dinanti-nanti oleh muslim Indonesia yang ada di Belgia sejak 30 tahun yang lalu. Dengan menyelenggarakan penggalangan dana donasi, Elhijab mampu menyalurkan dana sebanyak €500.000 kepada KPMI Belgia.



Gambar II.7 Dokumentasi *Solidarity for Muslim Belgia* 2014  
Sumber: Dokumen Yayasan El Indonesia Mulya

### 4. Program Tahun 2016

- 100 Buku untuk Bale Sinau

Program yang diselenggarakan oleh *Dauky Educare* ini bertujuan untuk meningkatkan literasi anak-anak di SD Proman Yogyakarta, melalui bantuan 1000 buku gratis dan bantuan uang senilai Rp10.000.000,00 (sepuluh juta rupiah). Hal tersebut dilakukan karena sekolah tersebut memiliki buku yang terbatas di perpustakaan.



Gambar II.8 Dokumentasi *Dauky Educare Bale Sinau*  
Sumber: Dokumen Yayasan El Indonesia Mulya

- Tebar 2000 Mukena untuk Indonesia

Program tebar alat ibadah diselenggarakan untuk berbagi mukena ke setiap masjid terdekat dari toko hijab Elzatta yang ada di seluruh Indonesia.



Gambar II.9 Dokumentasi Tebar Mukena 2016  
Sumber: Dokumen Yayasan El Indonesia Mulya

- Bantuan *Fogging* di Kabupaten Pandeglang

Aksi *fogging* ini bertujuan untuk penanggulangan DBD di kabupaten Pandeglang, Banten pada tahun 2016. Dalam melakukan aksi ini, Elhijab berkolaborasi dengan ACT (Act For Humanity).



Gambar II.10 Dokumentasi Bantuan *Fogging* Pandeglang  
Sumber: Dokumen Yayasan El Indonesia Mulya

- Sosialisasi di Kampung Pemulung

Program ini bertujuan untuk mengedukasi masyarakat tentang pembuatan akta kelahiran anak-anak di kampung pemulung di Bintara Jaya, Kota Bekasi pada

24 Agustus 2018. Sebanyak sembilan anak di daerah tersebut dibantu untuk membuat akta kelahiran.



Gambar II.11 Dokumentasi Sosialisasi Akta Kelahiran 2016  
Sumber: Dokumen Yayasan El Indonesia Mulya

- Peduli Pendidikan di Pulau Alor NTT

Dauky *Educare* adalah salah satu program Dauky dalam mendedikasikan diri untuk mewujudkan pemerataan pendidikan di Indonesia. Melalui kegiatan membagikan hijan Elzatta, mengajar anak-anak, membangun mushola, dan memperbaiki fasilitas Sekolah Dasar di pulau Alor Nusa Tenggara Timur pada tanggal 28 Agustus 2016.



Gambar II.12 Dokumentasi Dauky *Educare* NTT  
Sumber: Dokumen Yayasan El Indonesia Mulya

- Tebar Qurban di Maluku Utara

Program bantuan berupa hewan qurban ini diperuntukan bagi muslim bagian Indonesia Timur. Dalam kegiatan qurban ini sebanyak satu ekor sapi berhasil disalurkan di kawasan pulau Halmahera, Maluku Utara.



Gambar II.13 Dokumentasi Tebar Qurban Maluku  
Sumber: Dokumen Yayasan El Indonesia Mulya

- Bantuan Korban Banjir di Garut

Program yang dilaksanakan pada tanggal 22 September 2016 ini bertujuan untuk membantu korban banjir bandang di Kabupaten Garut, dengan berbagi makanan, selimut, popok bayi, obat-obatan, baju bekas layak pakai, mukena, perlengkapan alat mandi dan lain-lain.



Gambar II.14 Dokumentasi Bantuan Banjir Garut  
Sumber: Dokumen Yayasan El Indonesia Mulya

- Beasiswa Duta Dauky

Duta Dauky merupakan salah satu program CSR yang mulai diselenggarakan pada tahun 2016. Program ini bertujuan untuk membantu mahasiswa berprestasi ketika melakukan kegiatan mereka selama di luar negeri dengan cara menanggung biaya transportasi dan memberikan pakaian secara gratis.



Gambar II.15 Dokumentasi Beasiswa Duta Dauky  
Sumber: Dokumen Yayasan El Indonesia Mulya

## 5. Program Tahun 2017

- Ayo Bantu Rohingya

Program kepedulian terhadap Rohingya sudah dimulai sejak tahun 2016 oleh Elfoundation, dan pada tahun 2017 program ini kembali diselenggarakan dengan tema “Ayo Bantu Rohingnya”.



Gambar II.16 Dokumentasi Ayo Bantu Rohingnya 2017  
Sumber: Dokumen Yayasan El Indonesia Mulya

- *Amazing Ramadhan 1438 H*

*Amazing Ramadhan* adalah program tahunan yang diselenggarakan oleh CSR Elcorps, adapun salah satu dari serangkaian acara *Amazing Ramadhan* adalah acara menanti bedug, pada Ramadhan 1438 H acara menanti bedug diselenggarakan di lima kota besar seperti Pekanbaru, Medan, Jakarta, Tegal, dan Bandung. Acara menanti bedug ini diisi dengan kegiatan buka puasa bersama, dan paket santunan untuk anak yatim.



Gambar II.17 Dokumentasi *Amazing Ramadhan 1438 H*  
Sumber: Dokumen Yayasan El Indonesia Mulya

- Adik Asuh di Pondok Pesantren Subulussalam

Sejak tahun 2012, CSR Elcorps/Elfoundation telah membina Pondok Pesantren Modern Subulussalam yang berlokasi di Kabupaten Padang Pariaman, Sumatera Barat. Pondok Pesantren yang didirikan sejak tahun 1991 ini mendapat dukungan dana untuk proses perbaikan manajemen dan pembangunan infrastruktur. Program ini juga bertujuan untuk membantu anak-anak yatim piatu agar bisa melanjutkan pendidikan mereka. Bantuan tersebut berupa biaya sekolah gratis.



Gambar II.18 Dokumentasi Pesantren Subulussalam  
Sumber: Dokumen Yayasan El Indonesia Mulya

- *Ramadhan Fair 1438 H*

Kegiatan ini adalah salah satu serangkaian dari kegiatan *Amazing Ramadhan 1438 H*, acara ini diisi dengan tausiyah, berbagi santunan kepada anak yatim dan sembako kepada kaum dhuafa. Selain itu acara yang diselenggarakan di Bandung ini juga hasil kolaborasi dengan Mi'raj Tour and Travel.



Gambar II.19 Dokumentasi *Ramadhan Fair*  
Sumber: Dokumen Yayasan El Indonesia Mulya

- *Vertical Rescue “Ayo Bantu Rohingya”*

Program kepedulian terhadap Rohingya tahun 2017 dengan tema “Ayo Bantu Rohingya” dengan total kumpulan uang donasi dari *customer* Elzatta sebesar Rp15.000.000,00 (lima belas juta rupiah). Program ini berkolaborasi bersama *Vertical Rescue*.



Gambar II.20 Dokumentasi *Ayo Bantu Rohingya 2*  
Sumber: Dokumen Yayasan El Indonesia Mulya

- Tebar Qurban di Pulau Alor NTT

Pada momen Idul Adha 1438 H, CSR Elcorps mengadakan pemberian bantuan hewan qurban sebanyak 11 ekor kambing untuk Muslim Indonesia bagian timur, tepatnya di Pulau Alor, Nusa Tenggara Barat.



Gambar II.21 Dokumentasi Tebar Qurban di NTT  
Sumber: Dokumen Yayasan El Indonesia Mulya

- Seminar Keluarga Cerdas Elzatta

Program ini bertujuan untuk memberikan pengetahuan seputar pengasuhan anak bagi orang tua. Pada tahun 2017, seminar keluarga cerdas ini diselenggarakan di Galeri Elzatta Cinere Mall.



Gambar II.22 Dokumentasi Seminar Keluarga Cerdas Elzatta  
Sumber: Dokumen Yayasan El Indonesia Mulya

- Bantuan Pembangunan Masjid di Garut

Program ini bertujuan untuk memakmurkan masjid di daerah pelosok yang masih terisolasi, yakni di masjid Jami Nurul Hidayah, Cijambe, Desa Sindanglaya, Kabupaten Garut. Adapun dana yang berhasil disalurkan untuk pembangunan masjid disana adalah senilai Rp60.000.000,00 (enam puluh juta rupiah).



Gambar II.23 Dokumentasi Pembangunan Masjid Garut 2017  
Sumber: Dokumen Yayasan El Indonesia Mulya

- *Support Event* Tabligh Akbar Ustadz Buya Yahya

*Support Event* adalah program yang bertujuan untuk mendukung acara-acara sosial keagamaan, dengan memberikan bantuan berupa pemberian paket kerudung ataupun paket sembako. Salah satu acara yang pernah dibantu oleh CSR Elcorps adalah kegiatan Tabligh akbar bersama Ustadz Buya Yahya yang diselenggarakan oleh Majelis Ta'lim Nurunn Nisa di Trans Studio Mall Bandung.



Gambar II.24 Dokumentasi *Support Event* Tabligh Akbar  
Sumber: Dokumen Yayasan El Indonesia Mulya

- Roti Gratis Aksi Bela Islam 212

Program ini dilakukan oleh karyawan Elcorps dengan membagikan roti El n' Bread kepada peserta aksi 212 yang digelar di Jakarta di tahun 2017



Gambar II. 25 Dokumentasi Roti Gratis Aksi 212  
Sumber: Dokumen Yayasan El Indonesia Mulya

- Pengobatan Balita Penderita Bocor Jantung

Program bantuan ini diberikan berupa pengobatan serta keperluan bagi balita penderita bocor jantung di tahun 2017.



Gambar II.26 Dokumentasi Bantuan Balita Bocor Jantung  
Sumber: Dokumen Yayasan El Indonesia Mulya

## 6. Program Tahun 2018

- Bantuan Korban Banjir di Tebet

Bantuan makanan untuk korban banjir di kawasan Cipinang Melayu Jakarta Timur, dengan membagikan roti dari Elfood pada tahun 2018.



Gambar II.27 Dokumentasi Bantuan Banjir di Jakarta  
Sumber: Dokumen Yayasan El Indonesia Mulya

- Kelas Dunia Dauky

Kelas Dunia Dauky merupakan salah satu program Duta Dauky yang dimulai sejak tahun 2018. Tujuan dari program ini adalah untuk mengedukasi dan meningkatkan kualitas literasi anak-anak sekolah sehingga mampu membuka dunia pengetahuan yang luas. Pada kegiatan ini, duta dauky mengajar dan berbagi pengalaman dengan siswa/i dari SMA Terbuka Depok Cinangka pada 24 Maret 2018.



Gambar II. 28 Dokumentasi Dunia Dauky Depok  
Sumber: Dokumen Yayasan El Indonesia Mulya

- Takjil Gratis Ramadhan 1439 H

Paket takjil gratis merupakan salah satu kegiatan dari serangkaian acara *Amazing Ramadhan*. Pada Ramadhan 1439 H, Elfoundation berkolaborasi dengan

yayasan lainnya untuk membagikan makanan berbuka gratis kepada kaum dhuafa dan masyarakat sekitar yang ada di kawasan Jakarta.



Gambar II.29 Dokumentasi Takjil Gratis Jakarta  
Sumber: Dokumen Yayasan El Indonesia Mulya

- *Support Event* Berbagi Bersama Anak Yatim

Sebuah acara yang diselenggarakan oleh Mi'raj Travel and Tour dengan tema "Parade Tausiyah Assatidz Mi'raj" tahun 2018. Adapun bentuk bantuan Elfoundation dalam *event* ini adalah dengan membagikan paket sembako, *merchandise* pembicara, dan santunan kepada 30 orang lebih anak yatim.



Gambar II.30 Dokumentasi Berbagi Bersama Anak Yatim  
Sumber: Dokumen Yayasan El Indonesia Mulya

- *Support Event* Pengajian Khusus Tunanetra

Kegiatan ini dilakukan dengan memberikan paket sembako sebanyak 50 paket kepada seluruh peserta pengajian khusus tunanetra yang diselenggarakan oleh Komunitas Sam'an Netra di Bandung.



Gambar II.31 Dokumentasi Pengajian Khusus Tunanetra  
Sumber: Dokumen Yayasan El Indonesia Mulya

- 1000 Paket Kejutan Lebaran

Kegiatan ini adalah salah satu dari serangkaian acara *Amazing Ramadhan 1439 H*. Sebanyak 1000 paket lebaran berupa mukena dan sejadah berhasil disalurkan kepada petugas lalu lintas dan masyarakat sekitar di Indonesia bagian timur.



Gambar II.32 Dokumentasi Paket Kejutan Lebaran  
Sumber: Dokumen Yayasan El Indonesia Mulya

- 10.000 Takjil Gratis

Program ini masih berada dalam rangkaian acara *Amazing Ramadhan 1439 H*, Elfoundation berbagi takjil gratis berupa paket roti Elfood. Sebanyak 10.000 Paket takjil ini dibagikan kepada anak yatim, kaum dhuafa, korban bencana alam, dan masyarakat sekitar.



Gambar II.33 Dokumentasi 10.000 Takjil Gratis  
Sumber: Dokumen Yayasan El Indonesia Mulya

- Tebar Qurban di Bandung

Program yang dilaksanakan bersama seluruh karyawan Elcorps ini dilakukan di kantor Elcorps yakni di Pasir Koja. Hasil daging qurban dibagikan kepada seluruh karyawan Elcorps dan masyarakat sekitar.



Gambar II.34 Dokumentasi Tebar Qurban 2018  
Sumber: Dokumen Yayasan El Indonesia Mulya

- Bantuan Air Bersih Korban Gempa Lombok

Program bantuan air bersih untuk korban bencana gempa di Lombok tahun 2018, program ini berkolaborasi dengan yayasan lainnya untuk melakukan pendistribusian air bersih ke beberapa kecamatan yang terkena dampak gempa di Lombok.



Gambar II.35 Dokumentasi Bantuan di Lombok  
Sumber: Dokumen Yayasan El Indonesia Mulya

#### 7. Program Tahun 2019 - 2020

- Bantuan Makanan Korban Kebakaran di Petamburan

Program ini dilakukan dengan memberikan bantuan berupa 200 pcs roti El n' Bread kepada korban kebakaran di Petamburan, Jakarta Barat tahun 2019.



Gambar II.36 Dokumentasi Bantuan Korban Kebakaran  
Sumber: Dokumen Yayasan El Indonesia Mulya

- Penyediaan Dapur Umum Korban Tsunami Selat Sunda

Program penyediaan dapur umum untuk korban tsunami Selat Sunda di tahun 2019. Program Peduli Bencana Indonesia direalisasikan dengan penyediaan dapur umum dan berbagi 100 nasi bungkus kepada korban bencana Tsunami Selat Sunda.



Gambar II.37 Dokumentasi Dapur Umum di Selat Sunda  
Sumber: Dokumen Yayasan El Indonesia Mulya

- Sekolah Sementara untuk Korban Gempa Lombok  
Program pembangunan sekolah sementara di Lombok yang berkolaborasi dengan DKM Salman ITB, bertujuan menghidupkan kembali pendidikan di kawasan korban bencana alam.



Gambar II.38 Dokumentasi Sekolah Sementara Lombok  
Sumber: Dokumen Yayasan El Indonesia Mulya

- Elcorps Menghapal  
Bekerjasama dengan Darul Quran Bandung, Elfoundation menggelar kegiatan menghapal Al-Quran di kalangan karyawan Elcorps sejak tahun 2017. Secara berkala, para karyawan menyetor hapalan dan mengikuti ujian kelulusan untuk setiap surah maupun *juz* yang dihapal.



Gambar II.39 Dokumentasi Elcorps Menghafal  
Sumber: Dokumen Yayasan El Indonesia Mulya

- *Support Event* Seminar Rohani Islam Jakarta

Kegiatan seminar yang diselenggarakan oleh ekstrakurikuler Rohis di SMAN 81 Jakarta ini dibantu oleh Elfoundation berupa pemberian *merchandise* pada tanggal 12 Februari 2019.



Gambar II.40 Dokumentasi *Support Event* Seminar Rohis  
Sumber: Dokumen Yayasan El Indonesia Mulya

- Santunan Anak Yatim di Gayungsari dan Rangkasbitung

Pada kegiatan pembukaan toko baru Elzatta di Gayungsari dan Rangkasbitung, Elfoundation berhasil menyalurkan beberapa santunan kepada anak yatim yang diundang dalam acara tersebut.



Gambar II.41 Dokumentasi *Support Event* Gayungsari & Rangkasbitung  
Sumber: Dokumen Yayasan El Indonesia Mulya

- 1000 Pojok Literasi

Pojok Literasi adalah suatu program yang bertujuan untuk meningkatkan minat baca anak-anak yaitu dengan cara memberikan pengajaran dan pemberian buku gratis. Kegiatan ini dilaksanakan di beberapa kota, salah satunya di Jl. Kalimalang, perumahan Pondok Kelapa Indah, Jakarta pada saat menjelang berbuka puasa.



Gambar II.42 Dokumentasi Pojok Literasi  
Sumber: Dokumen Yayasan El Indonesia Mulya

- Kejutan Lebaran untuk Mualaf Indonesia Timur

Dalam program *Amazing Ramadhan* 1493 H, Elcorps menghadahi 673 Paket Kejutan Lebaran senilai lebih dari seratus juta rupiah kepada masyarakat mualaf di Indonesia Timur dan sekitarnya. Paket Kejutan Lebaran ini berisi: mukena, bergo, buku panduan membaca Al-Qur'an dan Iqra yang ditujukan bagi mualaf wanita. Adapun sarung, sejadah, buku panduan membaca Al-Qur'an dan Iqra untuk mualaf pria. Paket tersebut dikirimkan Elcorps untuk saudara Muslim di

wilayah Indonesia Timur dan sekitarnya (Sulawesi, NTT, NTB, Maluku dan Papua) yang baru menyangand status mualaf, namun terkendala sarana dan prasarana dalam melakukan ibadah.



Gambar II.43 Dokumentasi Paket Kejutan Lebaran Mualaf Indonesia Timur  
Sumber: Dokumen Yayasan El Indonesia Mulya

- *Adventurebility*

Program *adventurebility* diselenggarakan untuk memperingati hari disabilitas internasional, bekerjasama dengan berbagai komunitas pecinta alam dan *survival*. Dalam *Adventurebility*, Elfoundation mengajak anak-anak dengan disabilitas untuk berkegiatan di alam. Di tahun 2017, kegiatan yang dilakukan adalah *hiking* dan *camp* bersama penyandang tuna netra di puncak Gunung Manglayang. Sedangkan di tahun 2020, Elfoundation mengajak anak-anak dengan disabilitas untuk berkemah di Tani Kota di Bandung.



Gambar II.44 Dokumentasi Ekspedisi Netra 2020  
Sumber: Dokumen Yayasan El Indonesia Mulya

Berikut merupakan rincian program yang aktif dilaksanakan Elfoundation di tahun 2022 terakhir, antarlain:

### 1. Program *Quick Response*

Program *quick response* merupakan program tanggap bencana yang diselenggarakan guna membantu korban yang terdampak bencana, Elfoundation bekerjasama dengan berbagai pihak seperti Elcorps, Elzatta, Dauky, dan organisasi lainnya dalam pendistribusian bantuan. Salah satu program *quick response* yang berjalan di tahun 2022 yaitu bantuan kepada korban bencana gempa bumi yang terjadi di daerah Cianjur, Jawa Barat.



Gambar II.45 Dokumentasi Program *Quick Response*

Sumber: Dokumen Yayasan El Indonesia Mulya

### 2. Program Peduli Pangan

Program peduli pangan adalah program yang berkontribusi dalam wujud kepedulian kepada masyarakat yang membutuhkan. Program ini berisi beberapa sub program seperti Berbagi Makanan, Paket Sembako, Tebar Berkah Qurban dan Jumat Berkah.



Gambar II.46 Dokumentasi Program Peduli Pangan  
 Sumber: Dokumen Yayasan El Indonesia Mulya

3. Program *Sustainable Project*

Program *sustainable project* merupakan kegiatan penanaman pohon bersama yang bertujuan untuk pelestarian lingkungan.



Gambar II.47 Dokumentasi Program *Sustainable Project*  
 Sumber: Dokumen Yayasan El Indonesia Mulya

4. Program *Junior Camp*

Kegiatan karyawisata gratis dan edukasi kepada anak-anak ke lingkungan kerja orangtuanya di Elcorps dengan misi agar anak-anak dapat mengisi waktu liburan sekolah dengan kegiatan positif sekaligus mengeksplorasi dunia industri.



Gambar II.48 Dokumentasi Program *Junior Camp*  
 Sumber: Dokumen Yayasan El Indonesia Mulya

#### 5. Program Berbagi Alat Ibadah

Kegiatan berbagi alat ibadah seperti mukena, sarung, sajadah dan Al-Quran ditujukan bagi masjid-masjid dengan fasilitas alat ibadah yang kurang memadai atau masjid dengan intensitas jamaah yang tinggi guna meningkatkan kualitas dan kenyamanan beribadah bagi jamaah.



Gambar II.49 Dokumentasi Program Berbagi Alat Ibadah  
 Sumber: Dokumen Yayasan El Indonesia Mulya

Elfoundation memberikan informasi tata cara donasi biasanya melalui pesan WhatsApp, unggahan di Instagram atau *file* proposal yang dikirimkan kepada calon donatur potensial seperti *vendor*, mitra dan relasi yang berhubungan dengan perusahaan Elcorps atau Elzatta. Donatur yang telah mendapatkan informasi dan tertarik untuk berpartisipasi selanjutnya melakukan transaksi kepada nomor rekening tercantum lalu konfirmasi kepada petugas yayasan melalui pesan WhatsApp.

### II.2.3 Pengelolaan Yayasan Elfoundation

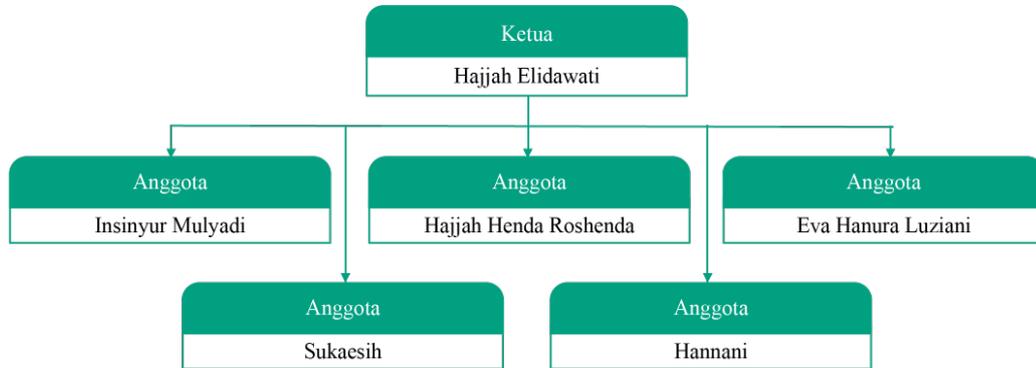
Elfoundation didirikan dihadapan Notaris Wulat Arum J. SH, MKn dengan Nomor Akta 18, tercatat dalam Surat Keputusan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia Nomor AHU-0012840.AH.01.04. Tahun 2017, ditetapkan di Jakarta, tanggal 23 Agustus 2017 oleh Direktur Jenderal Administrasi Hukum Umum DR. Freddy Haris, SH, LL.M, ACCS.

- Akta Pendirian Yayasan El Indonesia Mulya No. 18 tanggal 16 Agustus 2017
- KEMENKUMHAM AHU-0012840.AH.01.04.TH 2017
- Domisili 9/27.1BY.1/31.75.07.1004/-071.562/e/2017
- NPWP 83.252.095.1-008.000

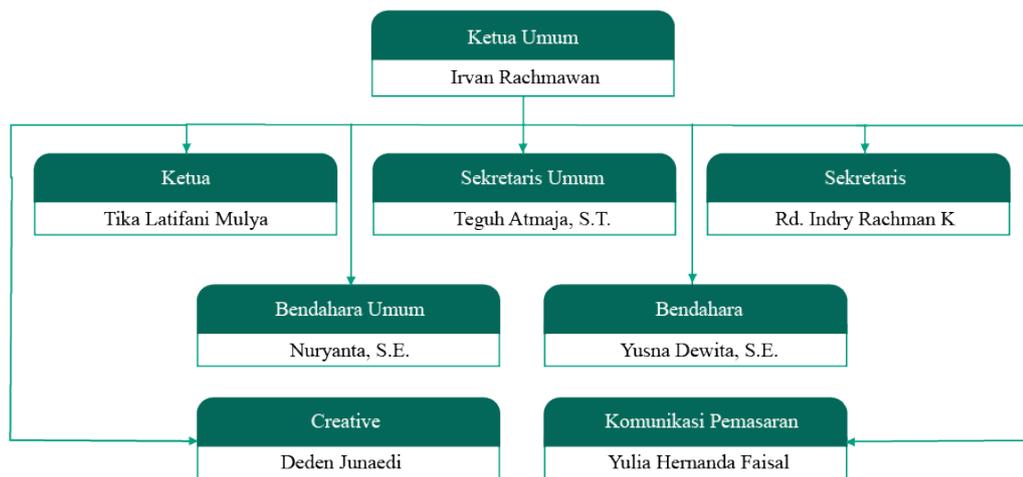


Gambar II.50 SK KEMENKUMHAM Yayasan El Indonesia Mulya  
Sumber: Dokumen Legal PT. Bersama Zatta Jaya

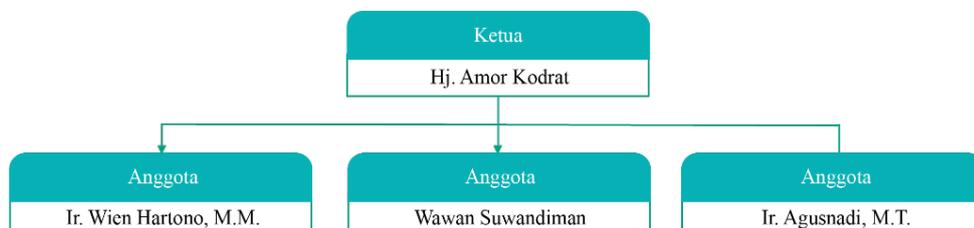
Yayasan El Indonesia Mulya memiliki tiga struktur jabatan antarlain pembina, pengurus, serta pengawas yang dirinci pada gambar sebagai berikut:



Gambar II.51 Struktur Organisasi Pembina Elfoundation Per. 2022-2027  
Sumber: Dokumen Yayasan El Indonesia Mulya



Gambar II.52 Struktur Organisasi Pengurus Elfoundation Per. 2022-2027  
Sumber: Dokumen Yayasan El Indonesia Mulya



Gambar II.53 Struktur Organisasi Pengawas Elfoundation Per. 2022-2027  
Sumber: Dokumen Yayasan El Indonesia Mulya

## II.2.4 Analisis Pemasaran Yayasan Elfoundation (7P)

Elfoundation melakukan pemasaran dengan mengacu pada teknik bauran promosi 7P, maka dapat disampaikan dalam paparan berikut:

- *Product*

Produk yang dipasarkan oleh Elfoundation adalah berbentuk program seperti pengumpulan donasi, infak atau sedekah yang mencakup dalam bidang sosial, kemanusiaan dan keagamaan.



Gambar II.54 Program Elfoundation Tebar Kebaikan di Bulan Ramadhan  
Sumber: Dokumen Yayasan El Indonesia Mulya

- *Price*

Penentuan harga dalam pemasaran Elfoundation adalah berupa pemberian donasi dari para donatur, ada yang berbentuk paket yang nominalnya telah ditentukan sesuai program, adapun donasi sedekah yang nominalnya disesuaikan oleh kemampuan/keihklasan donatur.



Gambar II.55 Paket Donasi Program Berbagi Takjil Elfoundation  
Sumber: Dokumen Yayasan El Indonesia Mulya

- *Place*

Tempat untuk penyaluran donasi dari para donatur dapat dilakukan di kantor Elfoundation yang terletak di Elcorps Building, Kota Bandung. Namun, seringkali donatur sendiri diarahkan untuk melakukan donasi secara *online* melalui rekening resmi Yayasan El Indonesia Mulya yang kemudian dikonfirmasi kembali melalui pesan.



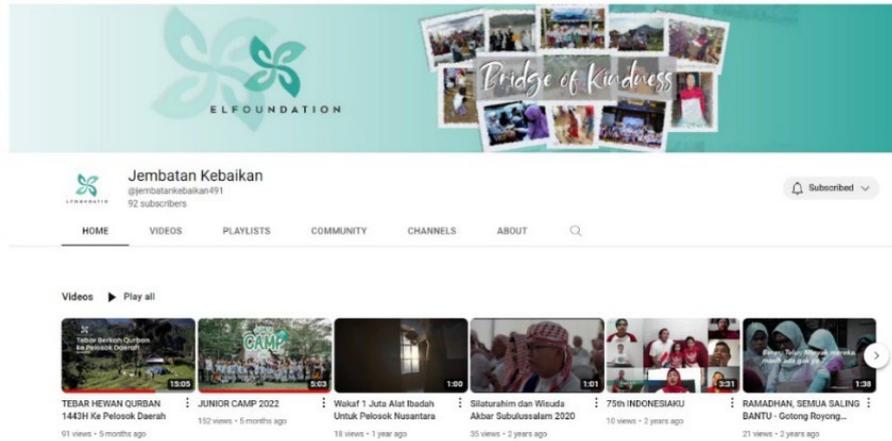
Gambar II.56 Lokasi Kantor Elfoundation di Elcorps Building  
Sumber: Dokumen Pribadi

- *Promotion*

Promosi menjadi hal krusial dalam memasarkan produk dari Elfoundation sendiri, hal ini dilakukan untuk bisa membangun keinginan masyarakat agar bisa berdonasi melalui Elfoundation. Promosi yang dilakukan antarlain melalui media sosial seperti Instagram, Facebook, Youtube, WhatsApp dan juga E-mail.



Gambar II.57 Laman Instagram Elfoundation  
Sumber: <https://instagram.com/elfoundation.id> (diakses pada 03/05/2023)



Gambar II.58 Laman Youtube Elfoundation

Sumber: [https:// youtube.com/@jembatankebaikan491/](https://youtube.com/@jembatankebaikan491/) (diakses pada 6 Januari 2022)



Gambar II.59 Laman Facebook Elfoundation

Sumber: [https:// facebook.com/elfoundation.indonesia/](https://facebook.com/elfoundation.indonesia/) (diakses pada 6 Januari 2022)

- *People*

Seseorang yang berperan untuk melayani atau menyampaikan layanan produk. Indikatornya adalah seseorang yang responsif, ramah dan berwawasan. Elfoundation melayani donatur melalui pesan di sosial media seperti WhatsApp, E-mail, Instagram dan Facebook.

- *Process*

Mekanisme penyaluran informasi dari Elfoundation perihal tata cara berdonasi, berpartisipasi hingga hasil laporan keuangan akan dijelaskan melalui pesan secara jelas dan transparan.



Gambar II.60 Informasi Penyaluran Donasi Elfoundation  
 Sumber: Dokumen Yayasan El Indonesia Mulya

- *Physical Evidence*

Bukti fisik atau bukti nyata mengenai Elfoundation dapat dilihat dari dokumentasi-dokumentasi penyaluran program kepada penerima manfaat yang seringkali diinformasikan melalui laporan atau unggahan di media sosial.



Gambar II.61 Dokumentasi Penyaluran Program Elfoundation  
 Sumber: Dokumen Yayasan El Indonesia Mulya

## II.2.5 Analisis SWOT Yayasan Elfoundation

Analisis SWOT menurut Rangkuty (2006) merupakan metode strategis yang digunakan dalam perencanaan dalam mengidentifikasi kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunity*), dan ancaman (*threat*).

- Deskripsi SWOT Elfoundation

*Strength* : Yayasan sosial yang menyalurkan dana donasi sepenuhnya kepada penerima manfaat berdasarkan program yang diselenggarakan, tidak memotong sepeserpun untuk keperluan pribadi maupun operasional yayasan.

*Weakness* : Kurangnya kapasitas SDM dalam sarana publikasi, identitas hanya melekat di kalangan internal.

*Opportunity* : Alur donasi yang sederhana sesuai dengan kemampuan dan kebiasaan target masyarakat.

*Threat* : Banyaknya yayasan atau organisasi lain yang sudah dikenal masyarakat luas.

- Deskripsi SWOT Kompetitor (Kitabisa.com)

*Strength* : Lembaga yang telah dikenal banyak masyarakat atau sebagai *top of mind*.

*Weakness* : Adanya pemotongan dana donasi sebanyak 5% untuk biaya operasional yayasan.

*Opportunity* : Terhubung dengan beragam sponsor terutama kalangan selebritas sosial media.

*Threat* : Keberadaan yayasan lain yang tidak memotong biaya administrasi dalam pengumpulan donasi.

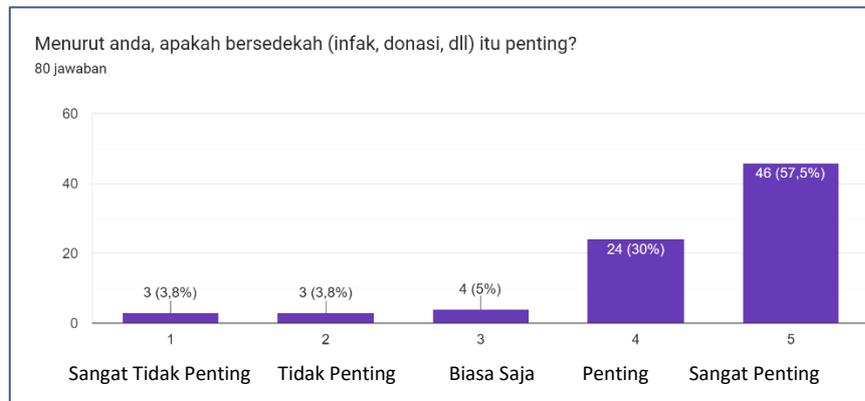
## **II.3 Opini Masyarakat**

Yayasan sosial memiliki hubungan erat dengan masyarakat terutama dalam hal pengumpulan donasi, partisipasi program dan juga informasi penyaluran manfaat, maka dari itu dilakukan survei dalam bentuk kuesioner serta wawancara kepada masyarakat dan pihak-pihak terkait yayasan Elfoundation untuk mengetahui opini masyarakat secara mendalam.

### **II.3.1 Kuesioner Terkait Yayasan Elfoundation**

Untuk mencari opini masyarakat seputar yayasan Elfoundation, dilakukan teknik kuesioner kepada masyarakat yang berada di lingkup Jawa Barat sesuai dengan batasan masalah. Kuesioner telah disebar mulai tanggal 3 Mei 2023 dengan jumlah responden yakni 80 orang. Target responden dalam kuesioner terbagi rata antara laki-laki dan perempuan dari kalangan dewasa usia 25-35 tahun dengan profesi pekerja, target ini menyesuaikan pada data wawancara yang diperoleh dari ketua umum yayasan bahwa masyarakat yang menjadi target pasar dalam program Elfoundation berada pada kalangan tersebut.

Pertanyaan pertama mengenai opini responden terkait bersedekah. Berikut deskripsi data yang diperoleh dari hasil kuesioner.



Gambar II.62 Pendapat Responden Tentang Bersedekah  
Sumber: Dokumen Pribadi

Hasil kuesioner dengan jumlah 80 responden menunjukkan bahwa sebanyak 57,5% (46 orang) menganggap bersedekah itu sangat penting, 30% (24 orang) menganggap penting. Data tersebut menunjukkan target responden memiliki opini bahwa kegiatan berbagi seperti bersedekah penting untuk dilaksanakan, sehingga menjadi peluang bagi yayasan sosial untuk mempromosikan program-programnya.

Pertanyaan kedua seputar nominal rata-rata responden dalam bersedekah setiap bulannya. Berikut deskripsi data yang diperoleh dari hasil kuesioner.

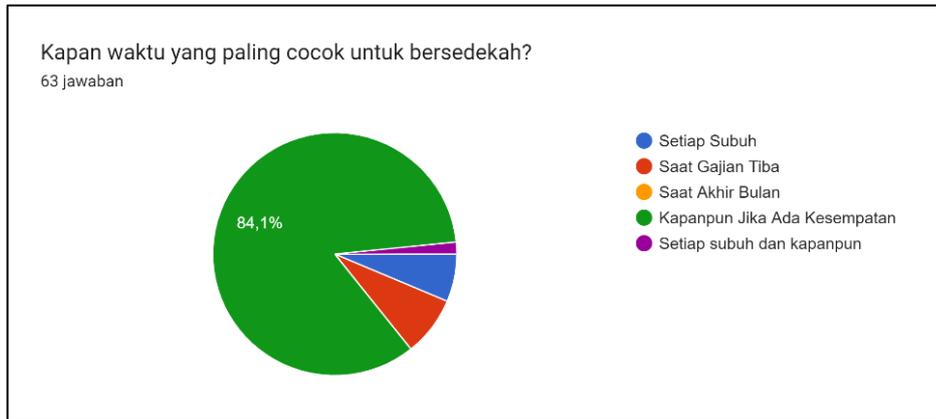


Gambar II.63 Rata-Rata Pengeluaran Infak Responden  
Sumber: Dokumen Pribadi

Hasil kuesioner menunjukkan rincian rata-rata pengeluaran infak responden setiap bulannya. 58,8% (47 orang) responden menjawab pada kisaran Rp21.000,00 s/d Rp100.000,00 Hasil tersebut dapat menjadi acuan ketertarikan masyarakat pada

program yang akan dipromosikan, seperti program berbagi makanan yang menerima donasi mulai dari Rp20.000,00

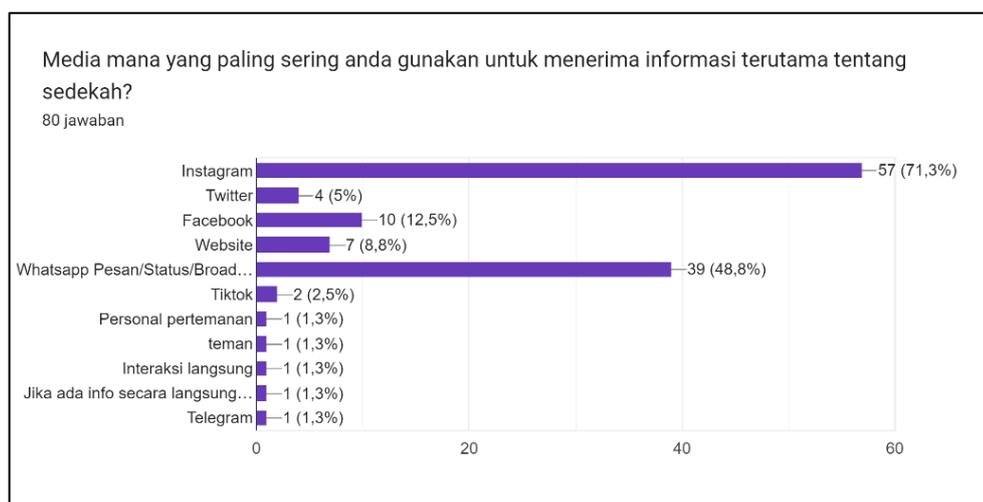
Selanjutnya, perihal waktu yang paling tepat menurut responden untuk bersedekah, berikut deskripsinya:



Gambar II.64 Waktu Responden Untuk Bersedekah  
Sumber: Dokumen Pribadi

Hasil kuesioner menunjukkan bahwa 84,1% (53 orang) menganggap waktu yang paling cocok untuk bersedekah adalah kapanpun ketika ada kesempatan. Beberapa responden lainnya menjawab di waktu subuh, dan saat gajian tiba.

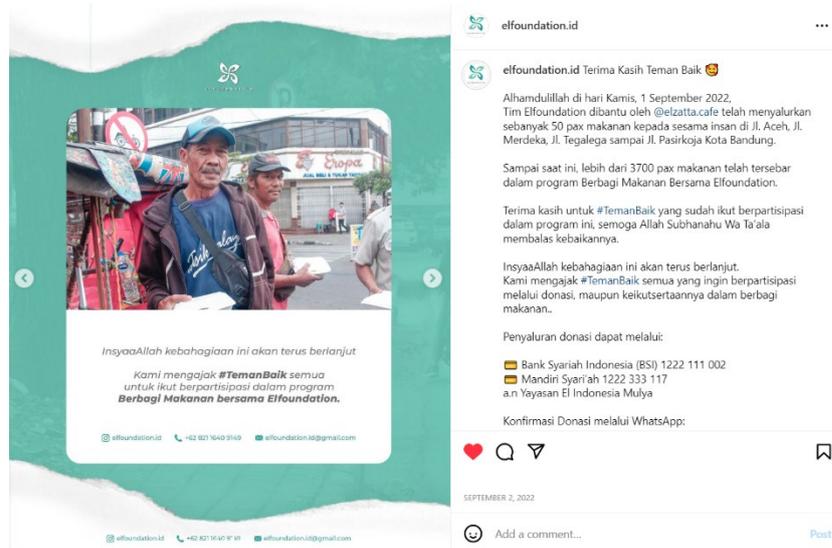
Pertanyaan selanjutnya mengenai media yang paling sering digunakan responden untuk menerima informasi, berikut deskripsinya:



Gambar II.65 Media Responden Menerima Informasi  
Sumber: Dokumen Pribadi

Hasil kuesioner menunjukkan bahwa 71,3% (57 orang) menggunakan media sosial Instagram untuk mencari atau menerima informasi mengenai sedekah. Data tersebut dapat menjadi acuan media yang akan digunakan sebagai bahan perancangan promosi.

Berikutnya, untuk mengetahui pendapat responden mengenai Elfoundation maka ditampilkan salah satu laman sosial media Elfoundation beserta contoh unggahannya.



Gambar II.66 Contoh Unggahan Instagram Elfoundation

Sumber: <https://www.instagram.com/p/CiAFrFWryqV/> (diakses pada 02/05/2023)

Pertanyaan perihal reaksi responen apakah tertarik untuk berdonasi melalui Elfoundation,



Gambar II.67 Ketertarikan Responden Bersedekah Melalui Elfoundation

Sumber: Dokumen Pribadi

Hasil kuesioner yang dominan menunjukkan bahwa 40,4% responden merasa biasa saja dan 27,1% merasa menunda dulu. Dapat dibuktikan bahwa media promosi yang disampaikan oleh Elfoundation melalui media sosial kurang menggugah minat audiens untuk bersedekah. Berikut merupakan beberapa alasan yang dinyatakan oleh responden mengenai unggahan di sosial media Elfoundation.

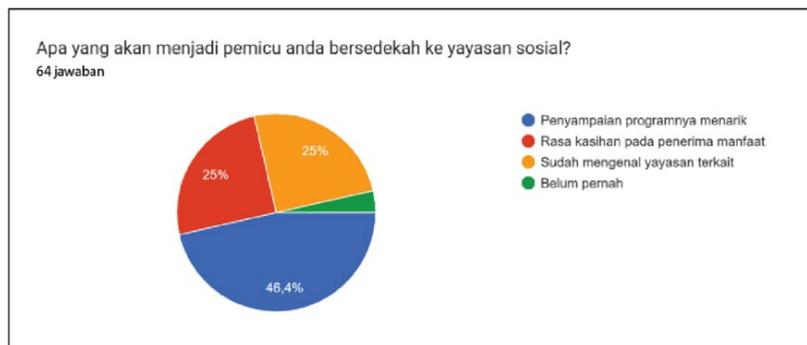
Tabel II.1 Pendapat Responden Mengenai Konten Elfoundation

Pendapat Responden Mengenai Konten Sosial Media Elfoundation
Copywriting terlalu banyak
Tampilan foto kurang menarik
Harusnya info donasi juga di kirim via Whatsapp kepada donatur sebagai bukti realisasi jangan cuma di Instagram
tertarik untuk memberikan like dan membaca informasinya, tapi untuk berintraksi dengan akunya mungkin tidak selalu. dikarenakan memang banyak postingan / hal2 semacam ini yang bertebaran di sosial media, sehingga jika kita belum bisa langsung ingin bersedekah
Tidak langsung ke inti pada point infografis di foto
Karena merupakan hal yg baru dibaca pertama kali seumur hidup, sehingga saya kurang bisa tahu banyak seberapa terpercaya dan apakah amanah atau tidak nya dan terlalu banyak anak kecil soalnya kan ga semua yg bersedekah harus ke anak kecil
Sudah baik akan tetapi perlu dibuat lebih menarik lagi dan kolaborasi dengan banyak pihak yang bisa mendistribusikan lebih luas
Ini opini saya pribadi ya, gaya bahasa formal pada UMUMNYA bikin saya jadi malas baca hehe, kesannya kayak tulisan copy-paste untuk laporan, makalah, atau tugas sekolah/kuliah. Jadi target audience kalau untuk gaya bahasa formal bukan untuk saya
Sekilas tampak tidak ada bedanya dengan organisasi2 NGO lainnya
Kalo untuk urusan sedekah sebenarnya saya kurang suka jika informasi nya online, karena banyak sekali orang yang mengatasnamakan sedekah demi

kepentingan yang menurut saya tidak transparan

Mungkin karna rata rata org indo lebih suka melihat gambar dari pada tulisan jadi sebisa mungkin teks dibuat singkat dan padat

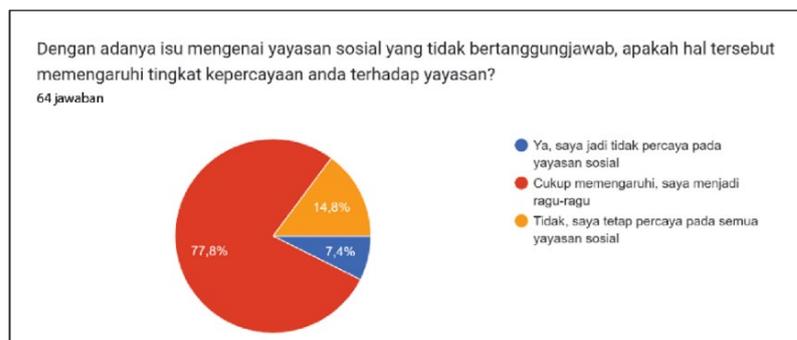
Dari alasan yang diberikan oleh responden, dapat disimpulkan bahwa unggahan promosi Elfoundation kurang menarik dikarenakan gaya bahasanya yang terlalu kaku dan tampilannya yang monoton. Pertanyaan berikutnya mengenai pemicu audiens untuk tertarik bersedekah ke yayasan sosial, berikut deskripsinya. Apa yang akan menjadi pemicu anda bersedekah ke yayasan sosial?



Gambar II.68 Pemicu Responden Tertarik Bersedekah ke Yayasan  
Sumber: Dokumen Pribadi

Hasil kuesioner menunjukkan bahwa penyampaian program yayasan yang menarik menjadi pemicu yang paling dominan untuk seseorang bersedekah melalui yayasan sosial.

Pertanyaan berikutnya mengenai pandangan audiens terhadap isu yayasan sosial yang tidak bertanggungjawab, apakah memengaruhi minat untuk bersedekah melalui yayasan, berikut deskripsinya



Gambar II.69 Pandangan Responden Terhadap Isu Yayasan Sosial  
Sumber: Dokumen Pribadi

Hasil kuesioner menunjukkan bahwa 77,8% responden merasa isu dari yayasan sosial yang tidak bertanggungjawab memengaruhi tingkat kepercayaannya terhadap yayasan, hal tersebut menjadikan audiens ragu-ragu untuk berpartisipasi pada program yayasan karena khawatir dana yang dikelola tidak dipergunakan sebagaimana mestinya.

Pertanyaan selanjutnya mengenai pengalaman-pengalaman berkesan atau merasa adanya keajaiban yang pernah dialami responden setelah bersedekah, berikut deskripsinya

Tabel II.2 Pengalaman Responden Saat Bersedekah

Pengalaman Responden Saat Bersedekah
<p>“Pernah saat dulu bersedekah saat mengalami sakit parah yang sudah di alami cukup lama, alhamdulillah setelah bersedekah di berikan kesembuhan di luar dugaan &amp; di beri kelapangan hati yang luas setelah mengalami kesembuhan.”</p>
<p>“Jujur 2 tahun ini saya benar-benar sedang di fase dimana perubahan sosial yang sangat luar biasa <i>SubhanAllah</i>. Dimana keadaan finansial yang berbalik drastis, ketika orangtu pensiun, ketika dimana ditinggal cinta pernah ke Rahmatullah yaitu ayahanda semuanya berubah drastis dimana yang salary saya pribadi pun setengah dibawah gaji kabupaten Bandung. Jadi dari inti pengalaman keajaiban bersedekah itu nyata dan <i>MashaAllah</i>, Saat kita sedang susah untuk bersedekah tapi bila mana hati sudah ada niat berbisik sedekahlah maka segera sedekah walau nominalnya tidak besar tapi bila hati ikhlas ridho, Allah akan gantikan berkali-kali lipat dan mendapatkan keberkahan kebahagiaan dan keselamatan lindungan dari Allah, jadii jangan takut miskin gara-gara bersedekah.”</p>
<p>“Saat melihat senyuman tulus dari orang yg menerima sedekah, pada saat itu ada rasa yang tidak bisa di ungkapkan, entah itu rasa senang, terharu, bersyukur. dan perasaan itu cuma ada ketika bersedekah. dan juga ketika bersedekah,</p>

<p>bagaimanapun kondisi keuangan kita, selalu ada rezeki yang tiba-tiba datang.”</p>
<p>“Intinya, pernah ada kalanya saya pelit untuk mengeluarkan uang dengan alasan menabung. Tapi yang ada uang trsb malah tidak kunjung bertambah. Namun ketika ikhlas membagi uang. Entah mengapa ada saja rezeki yang datang.”</p>
<p>“Pada saat saya tertimpa masalah menjadi lebih tenang..walau perasaan cemas masih asa tetapi ada sedikit rasa tenang yang hadir setidaknya bisa membuat sedikit meringankan perasaan.”</p>
<p>“Senang sekali rasanya sdh bersedekah. Berasa sdh terpenuhi salah satu kewajiban. Ketika merasa uang sedikit lg tp ada kesempatan sedekah alhamdulillah selalu terpenuhi kebutuhan yg lain. Apalagi ketika sy memberi sedekah yg menurut sy itu sedikit tp penerima menerima dg sangat baik dan mengucapkan terimakasih itu sangat sangat bahagia berasa d hargai dan ternyata yg menurut kita sedikit tdk menurut penerima.”</p>
<p>“Setelah bersedekah membuat hati menjadi lebih tenang dan bahagia ketika melihat senyuman yang menerima.”</p>
<p>“Seperti cerita-cerita keajaiban bersedekah yang sudah sering diceritakan orang banyak. Saya pernah bersedekah pada pengamen di lampu merah, lalu saat hendak membeli makanan ternyata uangnya kurang. Singkat cerita ketika sudah sampai di kamar saya menemukan uang terselip di bawah baju di dalam lemari, dan nilainya 100 kali lipat dari yang saya sedekahkan.”</p>

Dari pengalaman yang diceritakan beberapa responden, dapat disimpulkan bahwa dengan bersedekah tidak membuat harta berkurang melainkan bertambah bahkan dengan cara dan hasil yang tidak terduga, hal ini juga dapat memberikan ketentraman hati dan sangat menyenangkan saat melihat penerima manfaat tersenyum dan berterima kasih.

### II.3.2 Wawancara Terkait Yayasan Elfoundation

Sugiyono (2011) memaparkan bahwa wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, yang menghasilkan komunikasi dan konstruksi makna mengenai topik tertentu Wawancara dipilih sebagai salah satu teknik pengambilan data karena memiliki keakuratan data yang baik karena penulis berhubungan langsung dengan narasumber. Narasumber yang dipilih adalah narasumber yang sangat mengetahui objek dari judul yang diangkat.

- Narasumber I

Narasumber pertama dilakukan pada *staff* pengurus Elfoundation pada tanggal 5 Desember 2022 di kantor Elfoundation, Elcorps *Building* lantai 3. Menurut pengurus yayasan, program yang aktif sampai saat ini ada berbagi makanan ke masyarakat yang membutuhkan setiap Kamis, *quick response* yang sigap menggalang donasi dan menyalurkan bantuan ke lokasi yang terdampak bencana, setiap Senin, Kamis & Jumat rutin berbagi makanan takjil bagi yang berpuasa dan makanan ringan untuk Jumat Berkah di lingkungan internal karyawan, setiap tahunnya pun ada program Tebar Berkah Qurban dan *Amazing Ramadhan*. Dari semua program yang dilaksanakan, donatur yang ikut berpartisipasi lebih banyak dari vendor, mitra dan relasi perusahaan Elcorps atau Elzatta

- Narasumber II

Narasumber kedua dilakukan pada *staff* pengurus Elfoundation khususnya di bagian kreatif yang mencakup dokumentasi serta publikasi, pada tanggal 12 Januari 2023. Menurut pengurus yayasan, perihal kendala yang paling berpengaruh ada di kurangnya sumber daya manusia (SDM), terutama di bagian publikasi dan konten sosial media. Karena terkadang ada beberapa program yang berjalan tapi publikasinya kurang. Harapannya Elfoundation bisa lebih dikenal masyarakat jadi yayasan yang bisa dipercaya oleh masyarakat untuk dijadikan perantara kebaikan.

- Narasumber III

Wawancara narasumber ketiga dilakukan kepada Ketua Umum Yayasan Elfoundation pada 3 Mei 2023. Menurut ketua umum yayasan, Elfoundation

merupakan yayasan yang telah banyak menjalankan program sosial kemanusiaan sesuai dengan prinsipnya yaitu menjadi yayasan yang *rahmatan lil 'aalamin* atau yayasan yang penuh rahmat bagi semesta. Harapannya tentu lebih banyak lagi penerima manfaat yang dapat dijangkau, eksistensinya dapat terlihat juga oleh masyarakat luas. Dari segi organisasi sendiri keterbatasannya adalah pada jumlah sumber daya manusia (SDM).

#### **II.4 Resume**

Yayasan sebagai sebuah organisasi nirlaba yang berorientasi pada kepentingan masyarakat, memiliki berbagai program pada bidang sosial, kemanusiaan dan keagamaan. Demikian pula dengan yayasan Elfoundation yang telah berdiri sejak tahun 2017 dengan program-program yang berjalan. Selama perjalanannya, Elfoundation telah melakukan promosi melalui sosial media.

Pengambilan data dilakukan melalui dua proses yakni kuesioner dan wawancara. Kuesioner mulai disebarakan pada tanggal 3 Mei 2023 dengan jumlah responden 80 orang dengan jumlah seimbang antara laki-laki dan perempuan. Proses wawancara pada narasumber pertama berlangsung pada 5 Desember 2022, yakni pengurus yayasan Elfoundation yang mengurus terkait keuangan dan pemasaran, lalu narasumber kedua berlangsung pada 12 Januari 2023, yakni pengurus yayasan khususnya di bagian dokumentasi dan publikasi. Selanjutnya kepada ketua umum yayasan pada 3 Mei 2023.

Dari proses pengambilan data tersebut maka terdeteksi bahwa adanya ketidaktertarikan masyarakat yang belum mengenal Elfoundation untuk dapat berpartisipasi seperti ikut andil dalam program baik bersedekah atau berdonasi melalui yayasan Elfoundation, sedangkan dari pihak yang sudah mengetahui Elfoundation dapat terlihat bahwa Elfoundation merupakan yayasan yang dapat dipercaya melalui bukti-bukti yang telah berjalan, namun dari segi penampilan masih perlu dibuat menarik lagi. Selain itu, adanya isu terkait yayasan sosial yang tidak bertanggung jawab cukup memengaruhi tingkat kepercayaan masyarakat terhadap yayasan sosial, dan Elfoundation menjadi salah satu yayasan yang terkena dampaknya.

## **II.5 Solusi Perancangan**

Berdasarkan analisis *resume* di atas, maka solusi perancangan dari permasalahan ini adalah dengan membuat sebuah media persuasi advertensi yang mampu menarik perhatian masyarakat agar mendapatkan informasi dan persuasi mengenai Elfoundation, sehingga Elfoundation dapat dikenal oleh masyarakat sebagai yayasan terpercaya dengan jangkauan yang lebih luas, sehingga dapat meningkatkan motivasi dalam berpartisipasi pada program-program yang diselenggarakan, selain itu masyarakat yang berminat untuk berpartisipasi dapat memiliki rasa percaya untuk mendonasikan hartanya pada program-program sosial Elfoundation yang tersalurkan secara terpadu.