

**Pengembangan Program Pemasaran Kreatif Untuk Mendukung  
Kegiatan Sosial Di Yayasan Nurul Iksan Kecamatan Setu  
Kabupaten Kota Tangerang Selatan**

Veta Lidya Delimah Pasaribu, Indana Zulfah, Dede Padhel  
Rosadi, Muhammad Abubakar Fadillah, Rahmathun Najilah

Mahasiswa Dan Dosen Prodi Manajemen S1 Fakultas  
Ekonomi Universitas Pamulang

Email :

[Veta018892@unpam.ac.id](mailto:Veta018892@unpam.ac.id), [indanazulfah90@gmail.com](mailto:indanazulfah90@gmail.com),  
[dadedepadhelrosadi@gmail.com](mailto:dadedepadhelrosadi@gmail.com),

[okipobeey@gmail.com](mailto:okipobeey@gmail.com) [rahmanazilah2003@gmail.com](mailto:rahmanazilah2003@gmail.com)

**ABSTRAK**

Pengembangan Program Pemasaran Kreatif yang efektif memerlukan partisipasi dan kreativitas dari seluruh elemen anak-anak, termasuk mahasiswa. Program ini bertujuan untuk mensosialisasikan ide-ide kreatif mahasiswa dalam upaya pengembangan program pemasaran kreatif yang berkelanjutan. Melalui pendekatan kualitatif, ditemukan bahwa mahasiswa memiliki potensi besar dalam memberikan kontribusi nyata bagi kemajuan yayasan nurul ihsan melalui program-program kreatif yang melibatkan anak-anak. Kerja sama antara mahasiswa, Yayasan Pondok Pesantren Dan Panti Asuhan Nurul Ihsan, dan pemangku kepentingan lainnya sangat diperlukan untuk mewujudkan, Pengembangan Program Pemasaran Kreatif yang berkelanjutan.

**Kata kunci : Kreativitas Mahasiswa, Mendukung Kegiatan Sosial, Yayasan Pondok Pesantren Dan Panti Asuhan Nurul Ihsan.**

**ABSTRACT**

*Developing an effective Creative Marketing Program requires participation and creativity from all elements of society, including students. This program aims to socialize students' creative ideas in an effort to develop sustainable creative marketing programs. Through a qualitative approach, it was found that students have great potential in making a real contribution to the progress of Yayasan Nurul Ihsan through creative programs that involve the community. Collaboration between students, Yayasan Islamic Boarding School and Nurul Ihsan Orphanage, and other stakeholders is very necessary to realize sustainable Creative Marketing Program Development.*

**Keywords: Student Creativity, Supporting Social Activities, Islamic Boarding School Foundation and Nurul Ihsan Orphanage.**

## PENDAHULUAN

Pengembangan Program Pemasaran Kreatif yang efektif dan berkelanjutan membutuhkan keterlibatan aktif dari seluruh elemen anak-anak, termasuk mahasiswa sebagai agen perubahan. Mahasiswa, dengan kreativitas dan semangat yang dimilikinya, memiliki potensi besar untuk memberikan kontribusi nyata dalam upaya pengembangan program pemasaran kreatif. Namun, seringkali ide-ide kreatif mahasiswa kurang tersosialisasikan dan kurang mendapat dukungan dalam pengimplementasiannya.

Melalui program ini, kami berupaya untuk mensosialisasikan program kreativitas mahasiswa dalam pembangunan kelurahan dan memfasilitasi kerja sama antara mahasiswa, Yayasan Pondok Pesantren Dan Panti Asuhan Nurul Ihsan, dan pemangku kepentingan lainnya. Dengan demikian, diharapkan ide-ide kreatif mahasiswa dapat diimplementasikan secara efektif dan berkelanjutan, serta memberikan manfaat bagi kemajuan kelurahan.

## RUMUSAN MASALAH

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

1. Bagaimana mensosialisasikan program kreativitas mahasiswa dalam pengembangan program pemasaran kreatif dan memfasilitasi kerja sama antara mahasiswa, Yayasan Pondok Pesantren Dan Panti Asuhan Nurul Ihsan, dan pemangku kepentingan lainnya?

## TUJUAN KEGIATAN

Berdasarkan uraian analisis situasi permasalahan, maka tujuan dari Pengabdian Kepada Masyarakat adalah :

1. Untuk mensosialisasikan program kreativitas mahasiswa dalam pengembangan program pemasaran kreatif dan memfasilitasi kerja sama antara mahasiswa Yayasan Pondok Pesantren Dan Panti Asuhan Nurul Ihsan, dan pemangku kepentingan lainnya.

## TINJAUAN PUSTAKA

### \*Pengembangan Program Pemasaran

Pengembangan program pemasaran adalah proses perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi strategi pemasaran. Program pemasaran yang dirancang dengan baik untuk mencapai tujuan bisnis tertentu, seperti peningkatan penjualan, pangsa pasar, kesadaran merek dan mendorong penjualan. upaya sistematis untuk meningkatkan kualitas hidup masyarakat. Pengembangan ini mencakup aspek ekonomi untuk mewujudkan Pengembangan program pemasaran yang efektif dan berkelanjutan, diperlukan partisipasi aktif dari seluruh elemen masyarakat, termasuk mahasiswa.

### \*Kreatif Untuk Mendukung Kegiatan Sosial

Kreatif untuk mendukung kegiatan sosial merupakan penggunaan ide-ide inovatif, pendekatan non konvensional, dan solusi baru untuk memecahkan masalah sosial atau meningkatkan kualitas hidup masyarakat. Hal ini melibatkan pemikiran di luar kebiasaan dan merancang inisiatif yang menarik, efektif, dan berkelanjutan. Kreatif ini dapat menjadi sumber daya yang sangat berharga dalam upaya pembangunan masyarakat, termasuk pengembangan program pemasaran kreatif. Mahasiswa, dengan semangat dan energi yang dimilikinya, memiliki potensi besar untuk memberikan kontribusi nyata dalam upaya pengembangan program pemasaran kreatif.

### **\*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 program pemasaran kreatif untuk mendukung kegiatan sosial di Yayasan Nurul Ihsan.

#### **METODE PELAKSAAN**

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 pengembangan program kreatif untuk mendukung kegiatan sosial.
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 kreatif yang dapat diimplementasikan.
3. Diskusi Kelompok: Mengadakan diskusi kelompok yang melibatkan mahasiswa, Yayasan Pondok Pesantren Dan Panti Asuhan Nurul Ihsan, dan pemangku kepentingan lainnya untuk membahas ide-ide kreatif dan strategi implementasinya.
4. Sosialisasi: Mensosialisasikan program kreativitas mahasiswa dalam pengembangan program kreatif 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 kreatif untuk mendukung kegiatan sosial.

### **PEMBAHASAN**

#### **Hasil Kegiatan dan Pembahasan**

Berdasarkan kegiatan yang telah dilakukan, diperoleh hasil sebagai berikut:

#### **1. Identifikasi Ide-ide Kreatif Mahasiswa**

Melalui observasi, wawancara, dan diskusi kelompok, berhasil diidentifikasi beberapa ide kreatif untuk mendukung kegiatan sosial di Yayasan Pondok Pesantren Nurul Ihsan, antara lain:

- Program literasi digital untuk meningkatkan keterampilan masyarakat dalam menggunakan teknologi informasi.
- Kampanye kebersihan lingkungan dengan melibatkan partisipasi anak-anak secara aktif..
- Pelatihan keterampilan untuk meningkatkan kapasitas anak-anak dalam berbagai bidang.

#### **2. Sosialisasi Program Kreativitas Mahasiswa**

Program kreatif untuk mendukung kegiatan sosial dalam pengembangan program pemasaran kreatif disosialisasikan melalui berbagai media, seperti leaflet, poster, media sosial, dan penyuluhan langsung kepada anak-anak. Hal ini bertujuan untuk memperkenalkan program-program tersebut dan mengajak anak-anak untuk berpartisipasi aktif.

### 3. Fasilitasi Kerja Sama

Kegiatan ini memfasilitasi kerja sama antara mahasiswa, Yayasan Pondok Pesantren Dan Panti Asuhan Nurul Ihsan, dan pemangku kepentingan lainnya, seperti pimpinan ketua Yayasan Pondok Pesantren Dan Panti Asuhan Nurul Ihsan, Anak-anak Pesantren SD - SMP. Kerja sama ini dilakukan untuk mengimplementasikan program-program kreatif mahasiswa secara efektif dan berkelanjutan.

#### Implementasi Program Kreatif Mahasiswa

Beberapa program kreativitas mahasiswa telah diimplementasikan di yayasan, seperti program literasi digital dan kampanye kebersihan lingkungan. Program-program ini melibatkan partisipasi aktif mahasiswa dan anak-anak, serta mendapat dukungan dari Yayasan Pondok Pesantren Dan Panti Asuhan Nurul Ihsan dan pemangku kepentingan lainnya.

### **“PENGEMBANGAN PROGRAM PEMASARAN KREATIF UNTUK Mendukung Kegiatan Sosial Di YAYASAN NURUL IHSAN KECAMATAN SETU KABUPATEN KOTA TANGERANG 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 anak-anak yang masih awam dengan konsep kepemimpinan, masih lemahnya kemampuan komunikasi, 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 masyarakat

mengalami kendala, tim Pengabdian Kepada Masyarakat akan langsung membantu. Metode ini menjadi tolak ukur untuk memantau apakah anak-anak sudah memahami dari materi yang telah disampaikan oleh pemateri.

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **Kesimpulan**

Kegiatan sosialisasi program kreativitas mahasiswa dalam pengembangan program pemasaran kreatif untuk mendukung kegiatan sosial bersama Yayasan Pondok Pesantren Dan Panti Asuhan Nurul Ihsan telah berhasil dilaksanakan dengan baik. Mahasiswa memiliki potensi besar dalam memberikan kontribusi nyata bagi kemajuan Yayasan melalui ide-ide kreatif yang melibatkan partisipasi anak-anak. Kerja sama antara mahasiswa, Yayasan Pondok Pesantren Dan Panti Asuhan Nurul Ihsan, dan pemangku kepentingan lainnya sangat diperlukan untuk mewujudkan pengembangan program pemasaran kreatif untuk mendukung kegiatan sosial yang berkelanjutan

#### **Saran**

Berdasarkan hasil kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat yang sudah dilakukan, maka kami dari team Mahasiswa Universitas Pamulang memberikan saran yaitu sebagai berikut:

1. Meningkatkan partisipasi mahasiswa dalam program-program pengembangan program pemasaran kreatif untuk mendukung kegiatan sosial untuk menggali potensi dan kreativitas mereka secara maksimal.
2. Memfasilitasi kegiatan-kegiatan yang dapat meningkatkan kreativitas mahasiswa, seperti pelatihan, kompetisi, dan proyek-proyek kreatif.
3. Memperkuat kerja sama antara mahasiswa, Yayasan Pondok Pesantren Dan Panti Asuhan Nurul Ihsan,

Pimpinan kepala yayasan, dan pemangku kepentingan lainnya untuk mengimplementasikan program-program pengembangan program pemasaran kreatif untuk mendukung kegiatan sosial secara berkelanjutan.

4. Melakukan evaluasi dan perbaikan secara berkala terhadap program-program yang telah diimplementasikan untuk menjamin efektivitas dan keberlanjutannya.

#### 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.

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., 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., & Setyowati, R. (2021). Adaptasi Kehidupan New Normal pada Masa Pandemi Covid-19 di Yayasan Pondok Pesantren dan Panti Asuhan Nurul Ikhsan Kecamatan Setu, Kota Tangerang Selatan. *Jurnal Lokabmas Kreatif: Loyalitas Kreatifitas Abdi Masyarakat Kreatif*, 2(2), 82-88.

Pasaribu, V. L. D., Oktrima, B., Prabowo, B.,

# Loyalitas Kreativitas

P-ISSN 2722-2101, E-ISSN 2722-4201

Program Studi Ekonomi Manajemen Universitas Pamulang  
Jurnal LOKABMAS Kreatif Vol.05, No.03 November 2024 Hal.1-6  
Email: [jurnalkreatif.manajemen@gmail.com](mailto:jurnalkreatif.manajemen@gmail.com)

Arianto, N., & Haryoko, U. B. (2020). Program 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 Di yayasan 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 Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 177-180.

Cahyani, L., Muhakik, A. S., Endriawan, D., Haryotedjo, T., Lutfie, H., Hidayat, R., & Sadono, S. (2021). Peningkatan Dan Pengembangan Model Pemasaran Produk-Produk Hasil Umkm Di Pesantren Al-Kholili. *Akrab Juara: Jurnal Ilmu-ilmu Sosial*, 6(5), 164- 173.

Zakka, N. (2020). Pemberdayaan ekonomi kreatif dan UMKM di masa pandemi melalui digitalisasi. *Pancasila bureaucracy, Journal of Regional Government, Development and Innovation*, 2(1), 39-48

Ginting, A. M., Rivani, E., Saragih, J. P., & Wuryandani, D. (2018). *Strategi pengembangan ekonomi kreatif di Indonesia*. Yayasan Pustaka Obor Indonesia.

Elburdah, R. P., Haryoko, U. B., Septiani, F., Maduningtias, L., & Krisyanto, E. (2020). Penyuluhan Manajemen Pemasaran yang Strategis dalam Pengembangan Yayasan Nurul Ikhsan. *Dedikasi PKM*, 1(1), 121-126.

## DOKUMENTASI KEGIATAN

