

Peningkatan Sistem Penggalangan Dana SLB Muhammadiyah Surya Gemilang melalui *Digital Storytelling* dan *Digital Marketing*

Improving the Fundraising System for the Surya Gemilang Muhammadiyah Special School through Digital Storytelling and Digital Marketing

Yesika Maya Ocktarani, Muhammad Munsarif, Devy Maharja Pristya, Nurul Farah Izzatuna, Andrian Fahrezi, Irvan Nurmantoro

Universitas Muhammadiyah Semarang, Kota Semarang, Indonesia

**Penulis Korespondensi*

¹yesika.alinguist@unimus.ac.id, ²m.munsarif@unimus.ac.id, ³devymaharja@gmail.com,
⁴farahizzatuna@gmail.com, ⁵andrianfahrezi12@gmail.com, ⁶irvannurmantoro@gmail.com

Riwayat Artikel: Dikirim 15 Januari 2023; Diterima 12 Mei 2023; Diterbitkan 31 Mei 2023

Abstrak

Sekolah Luar Biasa (SLB) Muhammadiyah Surya Gemilang merupakan salah satu amal usaha yang perlu mendapatkan perhatian khusus bagi masyarakat. Saat ini sekolah yang berlokasi di Desa Margosari, kecamatan Limbangan, Kabupaten Kendal ini memiliki 147 siswa dengan berbagai ketunaan. Dengan Visi memberikan bekal ketrampilan dan pendidikan bagi anak difabel, sekolah ini tidak memungut biaya pendidikan. Bahkan sekolah yang dilengkapi dengan asrama ini, juga memberikan fasilitas antar jemput bagi siswa yang memiliki keterbatasan akses. Sebagai sekolah yang tidak memungut biaya, sekolah ini mengandalkan pada bantuan para pihak yang bersifat peseorangan maupun institusi swasta/BUMN. Sejak sekolah ini beroperasi tahun 2013, para pendidik dengan sukarela menerima upah di bawah UMR karena melihat kondisi siswa yang membutuhkan jasa mereka. Namun kondisi ini lambat laun menjadi beban operasional sekolah. Seringkali bantuan berbentuk fisik atau bahan mentah sejenis sembako yang kemudian disumbangkan kembali ke siswa tidak mampu. Berangkat dari kondisi inilah, kami bermitra dengan sekolah untuk menyelesaikan permasalahan pengelolaan sekolah, melalui kegiatan Lokakarya bertema Penggalangan Dana melalui *Digital Storytelling* dan *Digital Marketing* yang dilaksanakan dua kali ditambah masa pendampingan selama satu bulan. Kegiatan ini sedianya ditujukan untuk warga sekolah, khususnya guru dan tim IT, namun pada kenyataannya seluruh guru dan staff ikut berpartisipasi. Hasilnya terdapat video yang diunggah melalui platform social media dan website sekolah. Yang lebih penting adalah, system penggalangan dana terintegrasi dengan promosi sekolah, sehingga kegiatan di sekolah dapat terdokumentasi dengan baik sekaligus menjadi materi untuk promosi dan publikasi secara virtual.

Kata kunci: SLB, penggalangan dana; digital storytelling; digital marketing.

Abstract

Surya Gemilang Muhammadiyah Special School is one of the charitable businesses that needs special attention for the community. Currently the school, which is located in Margosari Village, Limbangan sub-district, Kendal Regency, has 147 students with various disabilities. With the vision of providing skills and education for children with disabilities, this school does not charge tuition fees. Even schools equipped with dormitories also provide shuttle facilities for students who have limited access. As a school that does not charge fees, this school relies on the assistance of individuals and private institutions/state-owned enterprises. Since the school started operating in 2013, educators voluntarily accept wages below the regional minimum wage because they see the condition of students who need their services. However, this condition gradually becomes a burden on school operations. Often the assistance is in the form of physical or raw materials such as groceries, which are then donated back to underprivileged students. Departing from this condition, we partnered with schools to solve school management problems through workshops themed Fundraising through Digital Storytelling and Digital Marketing, which were held twice, plus a one-month mentoring period. This activity was originally intended for school members, especially teachers and the IT team, but in reality, all teachers and staff participated. The result is a video uploaded through social media platforms and the school's website. What's more important is that the fundraising system is integrated with school promotion so that activities at school can be well documented as well as material for virtual promotion and publication.

Keywords: special school; fundraising; digital storytelling; digital marketing.

PENDAHULUAN

SLB Muhammadiyah Surya Gemilang Limbangan adalah salah satu Amal Usaha Muhammadiyah (AUM) yang didirikan pada tahun 2013. Berbeda dengan AUM yang lain, sekolah ini tidak memungut biaya dari siswa karena pada umumnya siswa berasal dari kaum miskin. Sehingga selama ini operasional sekolah mengandalkan anggaran dari BOS, BOSDa, maupun dari donatur yang tidak mengikat. Upaya menggandeng lembaga penyedia dana sosial juga belum berhasil, karena sekolah dipandang tidak mempunyai jejak digital yang memadai.

Sekolah ini dirintis sebagai jawaban atas adanya data dari bidan setempat bahwa Kendal adalah kabupaten dengan penyandang difable terbanyak kedua setelah Cilacap. Selanjutnya para pendiri yang juga tokoh Muhammadiyah di Jawa Tengah, menginisiasi dibukanya sekolah ini, agar difabel juga dapat mengenyam pendidikan dan ketrampilan sesuai kapasitasnya.

Gambar 1: Lingkungan Sekolah Luar Biasa Surya Gemilang (satu kompleks dengan SMP Muhammadiyah 6 Kendal)



Sumber: Dokumentasi Pribadi

Setelah mendapatkan izin dari otoritas setempat, SLB ini setiap tahun mengalami peningkatan jumlah siswa. Sekolah ini terletak di Jl. Margosari no.5, Kecamatan Limbangan, Kabupaten Kendal. Sekolah ini gratis untuk umum (beberapa diantaranya non muslim), sehingga jumlah siswa meningkat dari tahun ke tahun. Data terkini menunjukkan bahwa dari total 147

siswa, mayoritas dari kalangan tidak mampu yang berasal dari berbagai daerah di Kendal, termasuk perbatasan dengan kabupaten/kota sekitarnya.

SLB ini memiliki tiga jenjang, SDLB, SMPLB, dan SMALB. Secara berurutan jumlah siswa dari jenjang paling dasar adalah 86, 35, dan 26. Selain bekal ketrampilan seperti membuat, membuat keset, menari, sablon, tata rias, tata boga, dan menjahit, sekolah ini juga dilengkapi asrama putra yang memberikan bekal tadarus, hafalan Qur'an, Sholat berjamaah, dan kajian Islam.

Gambar 2: Diskusi Awal dengan Kepala Sekolah



Sumber: Dokumentasi Pribadi

Dengan kondisi pandemi COVID-19 saat ini, pihak sekolah juga ikut terdampak dengan berkurangnya intensitas siswa datang ke sekolah, meskipun pihak sekolah juga telah menawarkan antar-jemput bagi yang tidak tinggal di asrama. Operasional sekolah selama ini mengandalkan dari donasi para filantropi. Padahal tanpa adanya permintaan donasi tidak pernah ada (Donkers et al., 2017). Namun demikian, mekanisme promosi yang masih menggunakan pendekatan konvensional, masih menjangkau donatur perorangan dalam lingkup terbatas. Padahal, saat ini peluang digitalisasi dapat menjangkau semakin banyak kelompok donatur, sehingga empati dapat terbangun melalui publikasi digital (Neugebauer & Zanko, 2021)

Berdasarkan kondisi tersebut, tim pengabdian masyarakat Universitas Muhammadiyah Semarang (Unimus) menawarkan kemitraan dengan sekolah dalam upaya meningkatkan *fundraising* melalui *digital storytelling* dan *digital marketing* (Munsarif et al., 2022).

Gambar 3: Kegiatan Membatik oleh Siswa Dibantu Guru dan Ibunya



Sumber: Dokumentasi Pribadi

Berdasarkan kondisi tersebut, tim pengabdian masyarakat Universitas Muhammadiyah Semarang (Unimus) menawarkan kemitraan dengan sekolah dalam upaya meningkatkan *fundraising* melalui *digital storytelling* dan *digital marketing* (Munsarif et al., 2022).

METODE

Persiapan

Persiapan berupa rapat koordinasi tim dan kunjungan awal ke mitra/SLB yang dilaksanakan tgl 29 Oktober 2022. Agenda koordinasi adalah melihat kondisi terkini sekolah dan upaya yang telah dilakukan dalam penggalangan dana, berikut waktu yang tepat terkait pelaksanaan lokakarya. Foto kegiatan terlampir.

Lokakarya Ke-1

Lokakarya dilaksanakan pada Selasa 15 November 2022. Dalam kesempatan ini kegiatan dibuka dengan sambutan kepala sekolah, penjelasan teknis lokakarya oleh ketua peneliti, dan paparan yang disampaikan oleh tiga pembicara. Materi

yang disampaikan berupa Teknik membuat cerita yang menarik, bagaimana menyajikan cerita dalam bentuk digital, dan bagaimana memasarkan video sesuai dengan target audien yang diharapkan (Munsarif et al., 2022; van Esch & Mente, 2018). Peserta lokakarya adalah seluruh guru dan tenaga administrasi sebanyak 18 orang.

Setelah paparan dan istirahat salat, dilanjutkan dengan pembagian kelompok dan diskusi konten video yang akan dibuat sesuai dengan teknik yang telah dijelaskan pada paparan sebelumnya. Sesi diskusi diakhiri paparan setiap kelompok tentang konsep video masing-masing.

Pada lokakarya ini juga disepakati lokakarya berikutnya dan mekanisme pendampingan. Sehingga disepakati setiap kelompok sudah harus siap mengunggah video sesuai konsep di grup lokakarya.

Pendampingan

Pendampingan dilaksanakan secara daring melalui diskusi di grup WhatsApp. Saran dan komentar dari tim pengabdian maupun respon kelompok lain menjadi penyempurna video. Misalnya kurangnya informasi terkait donasi ke sekolah (gambar tangkapan layar terlampir).

Lokakarya Ke-2

Kegiatan lokakarya yang kedua berisi review dan diskusi Bersama seluruh peserta. Setelah video per kelompok ditampilkan, lalu dilanjutkan saran pengembangan dari kelompok lain maupun tim pengabdian. Dalam kesempatan ini, juga didiskusikan Rencana Tindak Lanjut (RTL) dan menjalankannya sesuai skala prioritas setelah PKM ini selesai. Sebelum ditutup, juga diadakan sesi evaluasi berupa kesan, pesan, maupun saran dari setiap kelompok terhadap pelaksanaan PKM ini. Kegiatan kemudian ditutup oleh Bapak Widadi selaku penasehat di SLB tersebut.

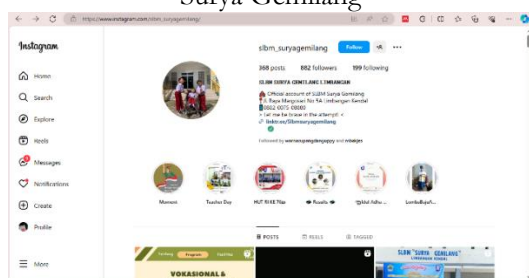
HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dari PKM ini antara lain adanya system penggalangan dana secara digital.

Sistem ini disepakati sebagai tindak lanjut pasca Lokakarya Penggalangan dana melalui digital storytelling and marketing. Lebih lanjut dapat diuraikan sebagai berikut:

Lokakarya Ke-1 menghasilkan konsep video yang akan dibuat sesuai kelompok masing-masing. Konsep ini didapat setelah seluruh peserta menyimak paparan tim pengabdian, Heri Dwi Santoso dan Muhammad Munyarif. Selain itu ada juga paparan dari ahli publikasi, Angri.

Gambar 4: Laman akun Instagram SLBM Surya Gemilang



Sumber: Dokumentasi Pribadi

Selanjutnya adalah sesi pendampingan yang dilaksanakan selama satu setengah bulan. Teknis pendampingan melalui grup WhatsApp (gambar terlampir) yang bertujuan sebagai ruang konsultasi dengan tim pengabdian. Hasilnya, pada akhir pendampingan semua kelompok telah menyelesaikan pembuatan videonya. Lebih lengkap dapat dilihat pada Instagram @slbm_suryagemilang.

Hasil yang diperoleh pada Lokakarya ke-2 adalah, adanya masukan terkait video yang mereka buat dan sisi mana yang masih harus ditingkatkan. Sehingga video yang dibuat dapat diperbaiki untuk berikutnya diunggah di Instagram maupun YouTube sekolah. Bagian akhir disepakati adanya sistem publikasi yang dimotori oleh tim IT yang ditunjuk pihak sekolah untuk mengawal keberlanjutan publikasi sekolah. Gagasan bisa dari semua warga sekolah, dan teknis penjadwalan publikasi akan dikoordinasikan oleh tim IT sekolah. Dalam lokakarya ini juga disepakati perbaikan pengelolaan laman yang terkait

dengan sosial media sekolah. Jejaring sosial media menyediakan cara baru untuk berinteraksi dengan masyarakat dalam upaya penggalangan dana (Neugebauer & Zanko, 2021).

Pada akhir kegiatan, diserahkan pula video profil SLB yang dibuat oleh profesional sebagai bentuk komitmen tim pengabdian, memberikan contoh karya yang baik. Serah terima profil video tersebut dituangkan pada berita acara terlampir.

Gambar 5: Video Profil Sekolah Luar Biasa Muhammadiyah Surya Gemilang



Sumber: Dokumentasi Pribadi

Sistem penggalangan dana secara digital tidak semata berfokus pada 'donasi' saja namun juga memberi dampak positif lainnya bagi SLB. Sistem ini juga memiliki fungsi dokumentasi, publikasi, promosi, dan edukasi.

Digitalisasi kegiatan SLB menjadi sarana sekolah untuk mendokumentasikan kegiatan keseharian maupun prestasi sekolah. Di masa modern ini, jejak digital menjadi sangat penting sehingga SLB memiliki catatan riil pelaksanaan kegiatan di sekolah. Dokumentasi ini juga mudah untuk dijangkau dan diakses kapanpun dan di manapun sepanjang masih terhubung dengan internet. Selain sebagai wahana menyampaikan informasi, beragam platform digital terbukti berkaitan dengan proses donasi secara online maupun kegiatan penggalangan dana lainnya (Velivela et al., 2022). Digitalisasi fundraising (Sargeant & George, 2021) juga berdampak pada publikasi sekolah. Melalui sosial media dan laman sekolah yang saling terkoneksi, maka menjadi sarana sekolah

untuk mensyiarkan kegiatan mereka di masyarakat yang lebih luas. Bahkan dengan system yang sudah ada di social media, publikasi bisa menjangkau kelompok masyarakat yang paling tepat karena adanya 'tagar' yang spesifik menyebut topik tertentu

Fungsi promosi juga dapat dijalankan melalui digitalisasi fundraising ini. Tentu dengan semakin banyak masyarakat yang menjangkau social media maupun laman sekolah, semakin banyak yang mengetahui keberadaan SLB ini. Walau perlu kajian lanjut, namun saat ini bahkan belum banyak yang mengetahui bahwa Muhammadiyah juga memiliki SLB di Limbangan, Kendal.

Pasca pelaksanaan PKM ini, diharapkan masih ada kegiatan berikutnya. Mitra berharap, aka nada kegiatan peningkatan kapasitas warga sekolah dalam bidang lain. Misalnya bagaimana menjaga keberlanjutan system pendanaan, mengelola system keuangan yang merupakan dana dari donator berikut system akuntabilitasnya. Belum lagi dari sisi Kesehatan yang masih banyak dibutuhkan di SLB tersebut. Karenanya, di masa mendatang diharapkan ada tim pengabdian Unimus lainnya yang dapat memberika solusi permasalahan yang masih muncul di SLB.

KESIMPULAN

Kegiatan PKM berjalan sesuai rencana hanya terdapat beberapa hal yang perlu penyesuaian seperti jumlah peserta yang melebihi target awal usulan kegiatan ini dan waktu pelaksanaan lokakarya. Solusi yang ditawarkan tim pengabdi dapat direalisasikan, dengan beberapa adaptasi di lapangan. Saat laporan ini dibuat, sekolah telah memiliki system penggalangan dana yang lebih modern yang dapat menjangkau masyarakat yang lebih luas. Selain itu, system juga menjadi penguat bagi promosi sekolah dan menjadi catatan digital di masa mendatang.

Kemitraan yang baik antara akademisi dan kelompok masyarakat, memberikan dampak yang signifikan berupa solusi permasalahan konkret seperti system penggalangan dana secara digital. Lokakarya dan pendampingan dapat menjadi pilihan penyelesaian masalah di kelompok masyarakat, mengingat ada hasil konkret yang dapat dijadikan model bagi pelaksanaan system secara mandiri pasca PKM.

Di masa mendatang poin penting yang perlu diperhatikan adalah perencanaan yang lebih matang. Dalam perencanaan tersebut perlu dipertimbangkan kesepakatan dengan mitra terkait jumlah peserta yang terlibat, waktu pelaksanaan, dan luaran yang akan disepakati bersama.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kami ucapkan kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) Universitas Muhammadiyah Semarang atas hibah yang diberikan sehingga program ini dapat terlaksana dengan optimal. Terima kasih juga kami ucapkan kepada jajaran pengelola Sekolah Luar Biasa Surya Gemilang Muhammadiyah selaku mitra yang atas kerjasamanya kami dapat melaksanakan program ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Prasetyo, FA. 2014. Situasi Peyandang Disabilitas. Jakarta: Buletin Disabilitas.
- Prasetyo, YE. 2017. From Storytelling to Social Change: The Power of Story in the Community Building
- Donkers, B., van Diepen, M., & Franses, P. H. (2017). Do charities get more when they ask more often? Evidence from a unique field experiment. *Journal of Behavioral and Experimental Economics*, 66, 58–65. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.socec.2016.05.006>
- Muhammad Munsarif, Asrul Asrul, Zelvi Gustiana, Ari Muhardono, Charmiyanti Nurkentjana Aju, Agung Widarman, Ika Yuniwati, Andrian Sudarso, A Edeth Fuari Anatasya, F. H. (2022). *Strategi Digital Marketing untuk Bisnis Digital*.

- Munsarif, M., Suryawan, M. A., Markani, M., Resha, M., Yuswardi, Y., Siregar, M. N. H., Suryani, A. I., Latif, N., Hasibuan, A., AUM, W. O. R., Giap, Y. C., Purba, B., Prasetya, A. B., & Simarmata, J. (2022). *Pengantar E-Commerce*.
- Neugebauer, L. M., & Zanko, I. (2021). Where Are we Currently in Digital Fundraising? In L. M. Neugebauer & I. Zanko (Eds.), *Lead Community Fundraising: Successfully Connecting People Digitally* (pp. 9–37). Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-030-77849-1_2
- Sargeant, A., & George, J. (2021). Digital fundraising. *Fundraising Management*, 359–399. <https://doi.org/10.4324/9781003097433-15>
- van Esch, P., & Mente, M. (2018). Marketing video-enabled social media as part of your e-recruitment strategy: Stop trying to be trendy. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 44, 266–273. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2018.06.016>
- Velivela, V., Raj, C., Tiwana, M. S., Prasanna, R., Samarawickrama, M., & Prasad, M. (2022). The Effectiveness of Social Media Engagement Strategy on Disaster Fundraising. In *arXiv.org*. Cornell University Library, arXiv.org. <http://slbmsuryagemilanglimbangan.sch.id>