

ABSTRAK

Pokok masalah dalam penelitian ini *Spiritual Marketing* dalam meningkatkan jumlah kakak asuh di Yayasan Senyum Kita. Selanjutnya dari pokok masalah tersebut dirumuskan kedalam sub masalah atau yang menjadi pertanyaan penelitian, yaitu bagaimana strategi dalam meningkatkan jumlah kakak asuh. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Implementasi *Spiritual Marketing* dalam meningkatkan jumlah kakak asuh selama berada di Yayasan. Objek penelitian ini adalah Yayasan Senyum Kita yang berlokasi di DI Yogyakarta.

Penelitian ini bersifat kualitatif studi deskriptif yang menggambarkan dan memaparkan situasi dan kondisi yang sebenarnya biasanya bersifat naratif (banyak kata-kata) dan alamiah (natural). Data dikumpulkan melalui metode wawancara, dan studi pustaka terhadap dokumentasi data internal perusahaan. Adapun strategi yang telah disusun dan dilakukan oleh Yayasan Senyum Kita sendiri merupakan strategi yang digunakan untuk menghindari pemberhentian para donatur dan KA. Dampak penggunaan strategi tersebut sangat baik, dan memberikan dampak positif bagi para pendonatur dan Kakak Asuh.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat persamaan konsep *spiritual marketing* dengan konsep pemasaran yang dilakukan Yayasan Senyum Kita sesuai karakteristik *Spiritual Marketing* yaitu Theistis (*rabaniyyah*), etis dan menjunjung tinggi akhlak mulia (*akhlaqiyyah*), realistik (*al-waqiyyah*), dan humanistis (*al-insaniyyah*)

Kata Kunci : Kakak Asuh, *Spiritual Marketing*, dan Yayasan