

**ANALISIS STRATEGI PROGRAM SAFARI DONGENG DALAM
PROMOSI FUNDRAISING DI LAZNAS YATIM MANDIRI CABANG
MOJOKERTO DALAM MENINGKATKAN MINAT DONATUR**

Skripsi

Oleh:

Muhammad Irvan Saputra

20221700229043



PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

FAKULTAS SYARIAH

UNIVERSITAS KH. ABDUL CHALIM

MOJOKERTO

2026

**ANALISIS STRATEGI PROGRAM SAFARI DONGENG DALAM
PROMOSI FUNDRAISING DI LAZNAS YATIM MANDIRI CABANG
MOJOKERTO DALAM MENINGKATKAN MINAT DONATUR**

Skripsi

Diajukan Kepada :

Fakultas Syariah Universitas KH. Abdul Chalim

Untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam menyelesaikan

Program Sarjana Ekonomi Syariah



Oleh :

Muhammad Irvan Saputra

NIM : 20221700229043

Dosen Pembimbing :

UNIVERSITAS

KH. ABDUL CHALIM

Dr. M. Mujtaba Mitra Zuana, M.Pd

NIDN. 2124098802

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

FAKULTAS SYARIAH

UNIVERSITAS KH. ABDUL CHALIM

MOJOKERTO

2026

ABSTRAK

Muhammad Irvan Saputra, 2026. Analisis Strategi Program Safari Dongeng dalam Promosi Fundraising di Laznas Yatim Mandiri Cabang Mojokerto dalam Meningkatkan Minat Donatur. Skripsi. Program Studi Ekonomi Syariah. Fakultas Syariah. Universitas Pesantren KH. Abdul Chalim Mojokerto. Pembimbing: Muhammad Mujtaba Mitra Zuana, M.Pd.

Kata Kunci: Program Safari Dongeng, Promosi Fundraising, Minat Donatur, Laznas Yatim Mandiri, Zakat Infak Sedekah.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh belum optimalnya strategi fundraising berbasis program kreatif-edukatif di lembaga amil zakat. Laznas Yatim Mandiri Cabang Mojokerto mengembangkan Program Safari Dongeng yang memadukan edukasi, dakwah, dan penghimpunan dana, sehingga menimbulkan pertanyaan akademis mengenai strategi pelaksanaan dan pengaruhnya terhadap minat donatur.

Penelitian ini bertujuan menganalisis strategi pelaksanaan, pengaruh terhadap minat donatur, serta faktor pendukung dan penghambat Program Safari Dongeng. Menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif jenis field research berbasis studi kasus, data dikumpulkan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi terhadap pengelola program, tim fundraising, serta donatur/masyarakat sasaran, kemudian dianalisis dengan model Miles dan Huberman disertai triangulasi sumber, teknik, dan waktu.

Hasil penelitian menunjukkan Program Safari Dongeng dirancang sebagai inovasi promosi yang memadukan *direct fundraising* (MoU dengan sekolah) dan *indirect fundraising* (pembentukan citra positif lembaga). Program ini terbukti efektif meningkatkan minat donatur, ditandai dengan meningkatnya kepercayaan masyarakat, bertambahnya jumlah dan nominal donasi, serta munculnya promosi *word of mouth*. Faktor pendukung meliputi kemitraan jangka panjang, koordinasi internal yang efektif, dan kualitas SDM pendongeng; sedangkan faktor penghambat berkaitan dengan sinkronisasi jadwal akademik, keterbatasan personel, dan keragaman karakteristik peserta.

ABSTRACT

Muhammad Irvan Saputra, 2026. Analysis of the Safari Dongeng Program Strategy in Fundraising Promotion at Laznas Yatim Mandiri Mojokerto Branch in Increasing Donor Interest. Thesis. Islamic Economics Study Program. Faculty of Sharia. Universitas Pesantren KH. Abdul Chalim Mojokerto. Supervisor: Muhammad Mujtaba Mitra Zuana, M.Pd

Keywords: Safari Dongeng Program, Fundraising Promotion, Donor Interest, Laznas Yatim Mandiri, Zakat Infaq and Sedekah.

This research is motivated by the lack of optimal creative-educational fundraising strategies among zakat management institutions. Laznas Yatim Mandiri Mojokerto Branch developed the Safari Dongeng Program, which combines education, da'wah, and fund collection, raising academic questions about its implementation strategy and its influence on donor interest.

This research aims to analyze the implementation strategy, its influence on donor interest, and the supporting and inhibiting factors of the Safari Dongeng Program. Using a descriptive qualitative approach with a case-study-based field research design, data were collected through observation, interviews, and documentation involving program managers, the fundraising team, and target donors/community members, then analyzed using the Miles and Huberman model with source, technique, and time triangulation.

The findings show that the Safari Dongeng Program was designed as a promotional innovation combining direct fundraising (formal MoUs with schools) and indirect fundraising (building the institution's positive image). The program proved effective in increasing donor interest, evidenced by growing public trust, an increase in the number and amount of donations, and the emergence of word-of-mouth promotion. Supporting factors include long-term partnerships, effective internal coordination, and the quality of storyteller human resources, while inhibiting factors relate to academic schedule synchronization, limited personnel, and the diverse characteristics of participants.

مستخلص البحث

محمد إيفان سابوترا، ٢٠٢٦. تحليل استراتيجية برنامج سفاري الحكايات في الترويج لجمع التبرعات في مؤسسة يتيم مانديري فرع موجوكتو لزيادة اهتمام المتبرعين. رسالة بكالوريوس. برنامج دراسة الاقتصاد الإسلامي. كلية الشريعة. جامعة المعهد كياهي حاج عبد الحليم موجوكتو. المشرف: محمد مجتبي ميترا زوانا.

الكلمات المفتاحية: برنامج سفاري الحكايات، الترويج لجمع التبرعات، اهتمام المتبرعين، مؤسسة يتيم مانديري، الزكاة والإنفاق والصدقة

انطلق هذا البحث من كون استراتيجيات جمع التبرعات القائمة على البرامج الإبداعية التعليمية لم تستثمر بعد الاستثمار الأمثل لدى مؤسسات إدارة الزكاة، في حين طوّرت مؤسسة يتيم مانديري فرع موجوكتو برنامج "سفاري الحكايات" الذي يجمع بين التربية والدعوة وجمع التبرعات، الأمر الذي أثار تساؤلات علمية حول كيفية تنفيذ هذه الاستراتيجية ومدى تأثيرها في اهتمام أفراد المجتمع بالتبرع.

ويهدف هذا البحث إلى تحليل استراتيجية تنفيذ برنامج سفاري الحكايات، وأثره في اهتمام المتبرعين، والعوامل المساعدة والمعوقة لتنفيذهم. واستخدم في هذا البحث المنهج الوصفي الكيفي من نوع البحث الميداني القائم على دراسة الحالة، وجمعت البيانات بالملاحظة والمقابلة والتوثيق مع القائمين على البرنامج وفريق جمع التبرعات والمتبرعين المستهدفين، ثم خلّلت البيانات وفق نموذج مايلز وهوبرمان، مع تثليث المصادر والأساليب والأوقات للتحقق من صدقها.

وأظهرت نتائج البحث أن برنامج سفاري الحكايات صُمم بوصفه ابتكارًا ترويجيًا يجمع بين جمع التبرعات المباشر، المتمثل في مذكرات تفاهم رسمية مع المدارس، وجمع التبرعات غير المباشر القائم على بناء صورة إيجابية للمؤسسة. وقد ثبتت فاعلية البرنامج في زيادة اهتمام المتبرعين، وذلك من خلال تنامي ثقة المجتمع، وازدياد عدد المتبرعين ومبالغ التبرعات، وظهور الترويج الشفهي بين الناس. أما العوامل المساعدة فتتمثل في الشراكة طويلة الأمد مع المدارس، والتنسيق الداخلي الفعال، وكفاءة الكوادر البشرية العاملة في سرد القصص، في حين تتصل العوامل المعوقة بصعوبة مواءمة الجدول الزمني مع التقويم الأكاديمي، ومحدودية عدد الموظفين، وتنوع خصائص المشاركين.