

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia merupakan negara dengan populasi muslim terbesar di dunia, di mana lebih dari 88% penduduknya memeluk agama islam. Keberagaman etnis dan budaya yang tersebar dari sabang sampai marauke tidak menghalangi kuatnya pengamalan ajaran islam di seluruh nusantara.¹ Salah satu wujudnya implementasi ajaran islam dalam aspek sosial ekonomi adalah praktik filantropi islam yang tercermin melalui konsep zakat, infak dan sedekah (ZIS).

Filantropi merupakan bentuk tindakan sosial yang didasari oleh rasa kasih terhadap sesama manusia serta penghargaan terhadap nilai-nilai kemanusiaan. Melalui semangat tersebut, seseorang terdorong untuk menyumbangkan waktu, tenaga, maupun hartanya demi membantu orang lain. Secara lebih luas, filantropi dapat di maknai sebagai kesadaran untuk memberi dan menolong dalam rangka mengatasi berbagai kesulitan hidup serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara berkelanjutan. Dalam konteks islam, praktik filantropi terealisasi dalam berbagai bentuk seperti zakat, infak, sedekah, wakaf, hibah dan bentuk kebaikan sosial lainnya.²

¹ Adristi Dwi Cahyani, *Efektivitas Strategi Digital Fundraising melalui Media Sosial dalam Meningkatkan Perolehan Zakat, Infaq, Sedekah pada Yatim Mandiri Cabang Malang* (Skripsi, UIN Sunan Ampel Surabaya, 2023),1

² Wahyu Akbar, Jefry Tarantang, dan Noor Misna, *Filantropi Islam: Regulasi dan Implementasi Zakat di Indonesia* (2021), (bagian pendahuluan) hal.5

Dalam konteks Islam, praktik filantropi terealisasi dalam berbagai bentuk seperti zakat, infak, sedekah, wakaf, hibah, dan bentuk kebaikan sosial lainnya. Lembaga filantropi sendiri merupakan organisasi non-profit yang berfokus pada pelaksanaan program sosial tanpa tujuan komersial. Tujuan utama lembaga filantropi adalah meningkatkan kesejahteraan para penerima manfaat secara jangka panjang dan berkelanjutan, bukan sekadar memenuhi kebutuhan sementara. Dengan demikian, keberadaan lembaga filantropi menjadi sarana penting dalam upaya pemberdayaan masyarakat dan pembangunan kesejahteraan umat secara menyeluruh.³

Zakat merupakan salah satu dari lima rukun Islam yang memiliki kedudukan penting dalam system ekonomi Islam. Kewajiban menunaikan zakat tidak hanya di maknai sebagai bentuk ibadah, tetapi juga memiliki dimensi sosial yang berfungsi untuk menciptakan pemerataan kesejahteraan dan keadilan ekonomi di tengah masyarakat. Zakat wajib dikeluarkan oleh setiap muslim yang telah memenuhi ketentuan nisab dan haul sebagai bentuk penyucian harta dan jiwa, sekaligus membantu meringankan beban hidup masyarakat yang kurang mampu.⁴

Di sisi lain, infak dan sedekah memiliki sifat yang lebih flaksibel dan dilakukan secara sukarela. Meskipun tidak bersifat wajib, keduanya memiliki nilai

³ Nurul Alfiatus Sholikhah, Shelnaz Azima Azam, Dindha Ayu Bestari, Moh. Khoirul Huda, dan Ratna Yunita, "Peran Lembaga Filantropi untuk Kesejahteraan Masyarakat Global (Studi Kasus pada Aksi Cepat Tanggap Madiun)," *Journal of Islamic Philanthropy and Disaster* 1, no. 1 (2021): 1.

⁴ Eni Devi Anjelina, Rania Salsabila, dan Dwi Ayu Fitriyanti, "Peranan Zakat, Infak dan Sedekah dalam Meningkatkan Kesejahteraan Ekonomi Masyarakat," *Jihbiz: Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Perbankan Syariah* 4, no. 2 (2020): 136–147.

spiritual dan sosial yang tinggi karena mampu memperkuat solidaritas serta rasa kepedulian antar sesama. Ketiga bentuk pengamalan harta tersebut, zakat, infak, dan sedekah (ZIS) memiliki tujuan sosial yang sama, yakni menumbuhkan empati. Mempererat ukhuwah Islamiyah, dan berperan aktif dalam mengetaskan kemiskinan di kalangan Masyarakat.⁵

Dalam Al-Qur'an, Allah SWT menegaskan dalam Surah At-TAubah ayat 60

إِنَّمَا الصَّدَقَتُ لِلْفُقَرَاءِ وَالْمَسْكِينِ وَالْعَمِلِينَ عَلَيْهَا وَالْمُؤَلَّفَةِ قُلُوبُهُمْ وَفِي الرِّقَابِ

وَالْغَرَمِينَ وَفِي سَبِيلِ اللَّهِ وَابْنِ السَّبِيلِ فَرِيضَةً مِّنَ اللَّهِ وَاللَّهُ عَلِيمٌ حَكِيمٌ

Aritnya :

“Sesungguhnya zakat itu hanyalah untuk orang-orang fakir, orang-orang miskin, para amil zakat, orang-orang yang dilunakkan hatinya (mualaf), untuk (memerdekakan) para hamba sahaya, untuk (membebaskan) orang-orang yang berutang, untuk jalan Allah dan untuk orang-orang yang sedang dalam perjalanan (yang memerlukan pertolongan), sebagai kewajiban dari Allah. Allah Maha Mengetahui lagi Maha Bijaksana”

Berdasarkan ayat tersebut, terdapat makna perintah yang menyuruh kita memberikan sebagian harta kita kepada orang yang membutuhkan. Menurut tafsir Ibnu Katsir, Surah At-Taubaah ayat 60 menjelaskan bahwa zakat hanya boleh diberikan kepada delapan golongan yang telah ditentukan oleh Allah SWT. Kata *“innama”* menunjukkan pembatasan, sehingga zakat tidak sah diberikan kepada selain delapan golongan tersebut. Golongan fakir adalah orang yang hampir tidak

⁵ Hasyim, Nuraliyah Rasyidah. “Strategi Fundraising dalam Meningkatkan Dana Perolehan Zakat, Infak, dan Sedekah (ZIS) dalam Lembaga Amil Zakat.” *Jurnal Ekonomi Islam* 6, no. 1 (2021): 1–1

memiliki harta, sedangkan miskin adalah orang yang memiliki penghasilan namun tidak mencukupi kebutuhannya.⁶

Bahwa terdapat delapan golongan yang berhak menerima zakat. Penegasan ini mengandung makna bahwa pengelolaan zakat harus dilaksanakan secara professional, penuh amanah, serta tepat sasaran, dengan demikian, zakat tidak hanya berfungsi sebagai bentuk ketaatan spiritual, tetapi juga menjadi instrument penting dalam mewujudkan pembangunan sosial dan ekonomi umat islam.⁷

Seiring dengan meningkatnya kompleksitas kehidupan sosial dan ekonomi di era modern, pengelolaan dana zakat serta praktik filantropi islam menuntut adanya strategi yang lebih inovatif, transparan, dan professional. Menurut data BAZNAS (Badan Amil Zakat Nasional) tahun 2023, pengumpulan dana zakat di Indonesia mencapai Rp. 17,7 triliun, namun potensi zakat yang belum tergali masih sangat besar.⁸ Upaya tersebut di perlukan agar potensi besar dana sosial keagamaan dapat dimanfaatkan secara optimal dalam meningkatkan kesejahteraan umat dan mengurangi angka kemiskinan di Indonesia.

Salah satu permasalahan utama yang di hadapi oleh Lembaga amil zakat ialah bagaimana membangun kepercayaan dan minat masyarakat untuk menyalurkan dana zakat ialah bagaimana membangun kepercayaan dan minat masyarakat untuk menyalurkan dana zakat, infak, dan sedekah (ZIS) melalui

⁶Ismail bin Umar Ibnu Katsir, *Tafsir al-Qur'an al-'Azhim*, tafsir QS. At-Taubah [9]:60, <https://www.alim.org/quran/tafsir/ibn-kathir/surah/9/60> (diakses 25 Desember 2025).

⁷ Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahannya* (Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an, 2019), 192.

⁸ Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS), *Outlook Zakat Indonesia 2024* (Jakarta: BAZNAS, 2024), hlm. 34, <https://baznas.go.id>. (diakses 26 Desember 2025).

lembaga resmi. Sebagian Masyarakat dan zakat, infak, dan zakatnya secara langsung kepada penerima (*mustahik*) atau melalui masjid, tanpa melibatkan Lembaga pengelola zakat yang memiliki sistem dan manajemen profesional.⁹

Fundraising merupakan salah satu kegiatan vital dalam sebuah Lembaga atau organisasi sosial yang berfungsi untuk mendukung keberlangsungan program dan kegiatan operasional yang di jalankan. Melalui kegiatan ini, Lembaga berupaya menghimpun sumber daya guna mencapai tujuan dan sasaran yang telah ditetapkan. Oleh karena itu, fungsi *fundraising* menjadi elemen penting sebagai penopang pembiayaan program serta pelaksanaan kegiatan Lembaga.

Selain itu, *fundraising* juga berkaitan dengan kemampuan individu, organisasi, atau Lembaga dalam mengajak serta mempengaruhi pihak lain agar tumbuh kesadaran dan kepedulian untuk berkontribusi. Dalam konteks ini, Lembaga perlu menerapkan prinsip dan etika *fundraising* yang sejalan dengan visi dan misi organisasi. Kegiatan *fundraising* tidak hanya terbatas pada pengumpulan dana, tetapi juga dapat berupa pemberian barang dan jasa, atau bentuk dukungan lain yang memiliki nilai strategi bagi keberlangsungan lembaga.¹⁰

Konsep *fundraising* dalam islam memiliki keselarasan dengan nilai-nilai dakwah, yakni mengajak manusia kepada kebaikan dan kepedulian sosial. Rasulullah SAW mencontohkan pentingnya menyampaikan ajaran tentang zakat

⁹ M. Solihan, "Manajemen Zakat dalam Upaya Pengembangan Dakwah di Indonesia," *Jurnal MD* 8, no. 1 (2022): 127.

¹⁰ Luly Amelia Setyana, *Strategi Fundraising Pagubugan Cinta Sedekah dan Pendistribusiannya kepada Masyarakat Pagubugan Kecamatan Binangun Kabupaten Cilacap* (Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Purwokerto, 2022), 17–18.

dengan penuh kebijaksanaan dan cara yang santun. Hal ini sebagaimana di riwayatkan dalam hadits bukhari, Ketika Rasulullah SAW mengutus mua'adz bin Jabal ke yaman, beliau bersabda agar mu'adz menyampaikan kepada penduduk yaman bahwa Allah SWT telah mewajibkan zakat atas harta mereka, yang mengambil dari kalangan orang kaya dan di salurkan kepada orang-orang fakir di antara mereka.¹¹

Selaras dengan ajaran Rasulullah SAW dalam mengajak manusia kepada kebaikan melalui dakwah yang santun dan penuh hikmah, kegiatan *fundraising* dalam lembaga zakat juga memerlukan strategi yang tepat agar pesan kebaikan tersebut dapat tersampaikan dengan efektif. Menurut konsep manajemen modern, strategi fundraising dapat di lakukan melalui dua pendekatan utama, yaitu metode langsung (*direct fundraising*) dan metode tidak langsung (*indirect fundraising*).¹²

**UNIVERSITAS
KH. ABDUL CHALIM**

Pendekatan *direct fundraising* merupakan metode penggalangan dana yang menekankan pada interaksi secara langsung antara *fundraiser* dan calon muzakki. Melalui metode ini, lembaga dapat menyampaikan informasi dan ajakan berzakat secara personal. Baik melalui kunjungan, komunikasi tatap muka, maupun media komunikasi calon muzakki memberikan tanggapan secara cepat serta membangun hubungan emosional dengan lembaga.¹³

¹¹ Juliza Seliani, Hairul Amri, dan Ahmad Hamdalah, "Pengaruh Strategi Fundraising dan Pengelolaan Dana Zakat terhadap Kepercayaan Masyarakat pada Lembaga Zakat Dompot Dhuafa Riau," *Journal of Sharia and Law* 3, no. 3 (2024): 735–756

¹² Masruroh dan Maryam Bte Badrul Munir, "Strategi Fundraising dalam Meningkatkan Perolehan Dana Zakat di LAZ YDSF Surabaya," *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam* 7, no. 2 (2024): 18–32.

¹³ Defrisal, Muhamad, Aidil Alfin, and Anwar Sholihin. "Analisis Implementasi Strategi Direct Fundraising Zakat Pada BAZNAS Kota Bukittinggi Dengan Pendekatan Diagram Cause and Effect (Fishbone)." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 10.1 (2024): 587-597.

Sementara itu, *indirect fundraising* adalah strategi penggalangan dana yang tidak melibatkan kontak langsung dengan muzaki, tetapi dilakukan melalui pembentukan citra positif lembaga dan upaya membangun kepercayaan *public*. Bentuk kegiatan ini dapat berupa promosi melalui media sosial, penyelenggaraan *event* sosial, kerja sama antar lembaga. Maupun kampanye *public* yang menumbuhkan kesadaran dan partisipasi Masyarakat.¹⁴

Dengan mengombinasikan kedua pendekatan tersebut, lembaga amil zakat diharapkan dapat memaksimalkan potensi penghimpunan dana ZIS sekaligus memperluas jangkauan dakwah sosial dalam upaya meningkatkan kesejahteraan umat. Strategi *fundraising* perlu dirancang secara sistematis agar mampu menumbuhkan kesadaran, membangun kepercayaan *public*, serta mendorong calon donator untuk berpartisipasi dalam kegiatan donasi.

Salah satu komponen penting strategi *fundraising* adalah kegiatan promosi. Dalam konteks lembaga nonprofit, promosi berfungsi untuk meningkatkan kesadaran (*awarenes*), menumbuhkan minat (*interest*), menciptakan keinginan (*desire*), hingga mendorong tindakan berdonasi dari para calon donatur. Lembaga dapat memanfaatkan berbagai bentuk promosi, seperti penjualan personal (*personal selling*), iklan (*advertising*), hubungan masyarakat (*public relations*), maupun

¹⁴Kamal, Imas Maelani, and Yoiz Shofwa Shafrani. "Fundraising Strategi Dana Zakat Pada BAZNAS Kabupaten Banyumas." *Social Science Studies* 2.2 (2022): 087-109.

pemasran langsung (*direct marketing*). Pemilihan Teknik promosi yang tepat akan sangat mempengaruhi efektivitas dan keberhasilan proses penggalangan dana.¹⁵

Laznas Yatim mandiri merupakan Lembaga amil zakat nasional yang berfokus pada pemberdayaan anak yatim dan dhuafa. Sejak berdiri pada tahun 1994, Lembaga ini telah berkembang dan memiliki jaringan layanan di berbagai daerah di Indonesia, termasuk wilayah Mojokerto, Jawa Timur. Sebagai Lembaga yang telah berpengalaman dalam mengelola dana ZIS, yatim mandiri terus melakukan berbagai inovasi dalam strategi *fundarising* guna membangun kepercayaan *public* dan meningkatkan minat Masyarakat untuk berdonasi.¹⁶

Salah satu tantangan utama yang dihadapi adalah rendahnya minat masyarakat untuk menyalurkan donasi melalui lembaga resmi, serta kecenderungan masyarakat untuk memberikan donasi secara langsung kepada mustahik.

Kondisi tersebut juga menjadi tantangan bagi LAZNAS Yatim Mandiri Cabang Mojokerto. Berdasarkan hasil observasi awal, kegiatan fundraising yang dilakukan masih menghadapi beberapa kendala, seperti fluktuasi jumlah donasi, keterbatasan jangkauan promosi, serta perlunya inovasi strategi dalam menarik minat donatur. Selain itu, belum semua program promosi mampu memberikan dampak yang signifikan terhadap peningkatan partisipasi donatur secara berkelanjutan.

¹⁵ Husniati Salma dan Dede Nurohman, *Strategi Digital Fundraising Zakat, Infak dan Sedekah Serta Penyalurannya Di Indonesia*, 25-28.

¹⁶ informasi legalitas dan profil lembaga: “Yatim Mandiri Sebagai Lembaga Amil Zakat dengan Izin Resmi” (SK Kemenag RI No. 509 Tahun 2021)

Dalam perspektif ekonomi syariah, kegiatan fundraising tidak hanya bertujuan untuk meningkatkan jumlah donasi, tetapi juga harus dilakukan berdasarkan prinsip amanah, transparansi, dan keadilan. Oleh karena itu, lembaga zakat dituntut untuk mampu merancang strategi yang efektif, inovatif, serta sesuai dengan nilai-nilai syariah agar dapat membangun kepercayaan dan minat masyarakat.

Salah satu bentuk inovasinya yang di kembangkan oleh yatim mandiri cabang Mojokerto adalah progam safari dongeng. Progam ini merupakan kegiatan kunjungan edukatif ke sekolah-sekolah dengan pendekatan dakwah melalui metode mendongeng. Safari dongeng mamadukan unsur hiburan, edukasi, dan pesan-pesan Islami yang disampaikan dengan cara yang menarik bagi anak-anak. Melalui dongeng bernilai Islami, anak-anak tidak hanya memperoleh hiburan, tetapi juga di ajak memahami nilai berbagi, empati sosial, serta pentingnya memberikan bantuan kepada anak yatim.



Metode dongeng atau *storytelling* merupakan salah satu metode dakwah yang efektif, terutama untuk anak-anak. Al-Qur'an sendiri menggunakan metode kisah (*qashash*) dalam menyampaikan nilai-nilai dan ajaran Islam. Allah SWT berfirman dalam QS. Yusuf ayat 3:

نَحْنُ نَقُصُّ عَلَيْكَ أَحْسَنَ الْقَصَصِ بِمَا أَوْحَيْنَا إِلَيْكَ هَذَا الْقُرْآنُ وَإِنْ كُنْتَ

مِنْ قَبْلِهِ لَمِنَ الْغَافِلِينَ

Artinya :

“Kami menceritakan kepadamu (Nabi Muhammad) kisah yang paling baik dengan mewahyukan Al-Qur’an ini kepadamu. Sesungguhnya engkau sebelum itu termasuk orang-orang yang tidak mengetahui”.¹⁷

Menurut Ibnu Katsir, QS. Yusuf ayat 3 menegaskan bahwa kisah Nabi Yusuf AS disebut sebagai *Ahsan al-qashash* (kisah yang paling baik) karena mengandung rangkaian pelajaran yang utuh, mencakup nilai keimanan, kesabaran, akhlak mulia, serta keteladanan dalam menghadapi ujian kehidupan. Kisah ini disampaikan Allah SWT kepada Nabi Muhammad SAW melalui wahyu Al-Qur’an, padahal sebelumnya nabi tidak mengetahui secara rinci kisah tersebut. Hal ini sekaligus menjadi bukti bahwa Al-Qur’an bersumber dari wahyu ilahi, bukan hasil rekayasa manusia.

Ibnu Katsir menjelaskan bahwa metode kisah (*qashash*) dalam Al-Qur’an bertujuan sebagai sarana pendidikan dan dakwah agar ajaran Islam lebih mudah dipahami dan diterima oleh manusia. Kisah dalam Al-Qur’an disusun dengan bahasa yang menyentuh perasaan dan akal, sehingga mampu menanamkan nilai moral dan spritual secara mendalam. Oleh karena itu, penggunaan metode kisah atau *storytelling* merupakan pendekatan dakwah yang efektif, terutama dalam menyampaikan nilai-nilai Islam kepada anak-anak dan masyarakat umum.¹⁸

Kisah atau dongeng memiliki daya tarik yang kuat karena mampu menyentuh emosi dan memberikan pemahaman yang lebih mendalam

¹⁷ Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur’an dan Terjemahannya* (Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur’an, 2019), 235

¹⁸ Ibnu Katsir, *Tafsir al-Qur’an al-‘Azhim*, tafsir QS. Yusuf [12]:3, tersedia secara daring, <https://www.alim.org/quran/tafsir/ibn-kathir/surah/12/3> (diakses 25 Desember 2025).

dibandingkan dengan metode ceramah konvensional. Program safari dongeng memiliki keunikan tersendiri apabila dibandingkan dengan safari fundraising konvensional.

Pertama, program ini secara langsung menyasar anak-anak sebagai generasi penerus yang berpotensi menjadi donatur di masa mendatang. Dengan menanamkan nilai kepedulian dan semangat berbagi dini, diharapkan akan terbentuk karakter dermawan pada generasi muda.

Kedua, melalui keterlibatan anak-anak tersebut, pesan dakwah dan informasi mengenai program yatim mandiri dapat diteruskan kepada orang tua mereka sebagai target utama donatur. Anak-anak yang merasa antusias dan mendapatkan pengalaman positif dari kegiatan safari Dongeng cenderung menceritakan kembali kepada orang tua, sehingga secara tidak langsung meningkatkan kesadaran dan ketertarikan orang tua terhadap program-program yatim mandiri.

Ketiga, safari dongeng juga menjadi salah satu bentuk *direct fundraising* yang cukup efektif, karena kegiatan ini memungkinkan terjadinya interaksi langsung antara lembaga dan masyarakat, sehingga dapat memperkuat hubungan, kepercayaan, dan partisipasi dalam kegiatan donasi.¹⁹

Dengan melaksanakan program safari dongeng secara berkelanjutan di berbagai sekolah, nama yatim mandiri akan semakin dikenal oleh Masyarakat,

¹⁹ Trisnaini et.al., "Formula Komunikasi Organisasi Pengurus PMII Komisariat Sultan Hadlirin UNISNU Jepara", *An-Nida: Jurnal Komunikasi Islam*, Vol. 15, No. 2 (2023), 179-182.

khususnya di wilayah Mojokerto. Peningkatan visibilitas ini berkontribusi pada penguatan branding Lembaga, yang sangat penting untuk membangun kepercayaan *public* serta membedakan yatim mandiri dari lembaga amil zakat yang lainnya.

Minat donatur menjadi salah satu faktor utama dalam menentukan keberhasilan kegiatan *fundarising*. Minat dapat di pahami sebagai kecenderungan psikologis seseorang terhadap suatu objek atau aktivitas yang mendorongnya untuk melakukan suatu Tindakan. Dalam konteks donasi, minat donatur dapat dipengaruhi oleh berbagai aspek, seperti Tingkat pemahaman mengenai pentingnya berdonasi, kepercayaan terhadap Lembaga yang mengelola dana, kemudahan proses pemberian donasi, serta manfaat atau dampak positif yang di sarankan dari aktivitas berdonasi tersebut.²⁰

Menurut Nuryasin, keberhasilan suatu lembaga dalam meningkatkan minat masyarakat menjadi donatur sangat dipengaruhi oleh strategi *fundraising* yang di rancang dan di jalankan secara efektif. Strategi *fundraising* tidak hanya berfungsi sebagai upayah untuk menghimpun dana, tetapi juga sebagai sarana membangun hubungan yang berkeanjutan antara Lembaga dan calon donatur.

Salah satu aspek penting dalam strategi *fundraising* adalah kemampuan Lembaga dalam menjalin komunikasi yang baik. Komunikasi yang jelas, terbuka, dan *persuasive* mampu menumbuhkan kedekatan emosional serta meningkatkan penerimaan Masyarakat terhadap progam-progam lembaga. Selain komunikasi,

²⁰ Nur Kholifah dan Ahmad Saefudin, "Pengaruh Kepercayaan dan Citra Lembaga terhadap Minat Munfiq Lembaga Amil Zakat Infaq dan Sedekah Nahdlatul 'Ulama Kebumen," *Maen Jurnal* 4, no. 1 (2022): 58

transparansi dalam pengelolaan dana menjadi faktor yang sangat menentukan minat berdonasi. Masyarakat cenderung memberikan donasinya kepada lembaga yang menunjukkan akuntabilitas melalui laporan penyaluran, dokumentasi kegiatan, serta publikasi kinerja yang dapat diakses secara terbuka. Transparansi ini memperkuat persepsi bahwa dana dikelola secara amanah.²¹

Hasil penelitian nuryasin turut memperkuat pemahaman ini dengan menunjukkan bahwa strategi *fundraising* yang efektif tidak hanya bertujuan menghimpun dana, tetapi juga membangun hubungan jangka panjang antara lembaga dan masyarakat, komunikasi yang terbuka dan (*persuasive*), transparansi dalam pengelolaan dana, serta inovasi program terbukti meningkatkan kepercayaan dan minat masyarakat untuk menjadi donatur tetap. Kepercayaan donatur juga dibentuk oleh tiga unsur utama, yaitu kemampuan (*ability*) lembaga dalam mengelola program secara profesional. Kebaikan hati (*benevolence*) dalam memberikan manfaat bagi penerima, serta (*integrity*) yang tercermin dari konsistensi dan kejujuran lembaga.²²

Melalui pelaksanaan program safari dongeng secara berkesinambungan, Yatim Mandiri semakin memperkuat visibilitas dan citra lembaga di tengah masyarakat, khususnya di wilayah Mojokerto. Program ini berperan dalam membangun kedekatan emosional, meningkatkan kesadaran publik, serta

²¹ Nasution, Ade Iskandar, Natasya Nur Hermawati, and Mochamad Nur Rahmat Setia. "Pengaruh Transparansi dan Akuntabilitas Pengelolaan Dana Zakat Terhadap Kepercayaan Muzzaki dalam Membayar Zakat di Baznas Provinsi Jawa Barat." *Journal of Applied Islamic Economics and Finance* 4.2 (2024): 264-272.

²² Nuryasin, *Peran Strategi NU Care-LAZISNU dalam Meningkatkan Minat Masyarakat Menjadi Donatur (Studi Kasus UPZIS NU Care-LAZISNU Kecamatan Puncu Kabupaten Kediri)* (Skripsi, IAIN Kediri, 2020), 27–29.

menumbuhkan minat donatur. Minat donatur sendiri merupakan komponen penting dalam keberhasilan *fundraising*. Minat tersebut terbentuk dari pemahaman tentang pentingnya berdonasi, tingkat kepercayaan terhadap lembaga, kemudahan akses untuk berdonasi, dan besarnya manfaat yang dirasakan dari kontribusi tersebut.

Sejalan dengan temuan tersebut, penelitian yang dilakukan oleh Thina Marfia mengenai strategi *fundraising* di LAZISMU KLL Majenang menegaskan bahwa pendekatan yang melibatkan interaksi langsung, seperti program jemput dana ZIS dan GowesMu, efektif dalam meningkatkan kepercayaan serta loyalitas donatur. Program-program tersebut bukan hanya sarana penghimpunan dana, tetapi juga jembatan untuk membangun hubungan emosional antara lembaga dan masyarakat.²³

Di sisi lain, Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2011 tentang Pengelolaan Zakat menegaskan bahwa lembaga amil zakat harus menjalankan fungsi penghimpunan, pendistribusian, dan pendayagunaan zakat secara profesional, efektif, dan efisien untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat serta mengurangi angka kemiskinan.²⁴ Oleh karena itu, lembaga amil zakat dituntut untuk mengembangkan strategi *fundraising* dan promosi yang kreatif dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat.

²³ Thina Marfia, "Strategi Fundraising Dana Zakat, Infaq, Shodaqoh Dalam Mewujudkan Pilar Ekonomi Pada Program Indikator Kinerja Aksi Layanan (IKAL) Di LAZISMU Kantor Layanan Majenang Kabupaten Cilacap", Skripsi, Purwokerto: UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, 2023, h. 60.

²⁴ Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 23 Tahun 2011 Tentang Pengelolaan Zakat, Pasal 3.

Dalam kerangka inilah, program Safari Dongeng memiliki relevansi yang kuat dengan konsep dakwah bil hal, yaitu dakwah melalui Tindakan nyata dan pelayanan langsung kepada masyarakat. Melalui pendekatan edukatif dan inspiratif, program ini tidak hanya menyampaikan nilai-nilai islam, tetapi juga membantuk empati, kepedulian, dan kesadaran sosial yang pada akhirnya berkontribusi pada peningkatan minat donatur dan keberhasilan *fundaraisng* yatim mandiri. Untuk merealisasikan tujuan pengelolaan zakat sebagaimana tercantum dalam regulasi, lembaga amil zakat untuk di tuntut berkerja secara profesional dalam seluruh prosesnya, mulai dari penghimpunan, pendistribusian, hingga pendayagunaan zakat. Profesionalitas ini juga mencakup kemampuan lembaga dalam merancang strategi *fundraising* dan promosi yang efektif sesuai kebutuhan masyarakat.²⁵

Dalam konteks tersebut. Program safari dongeng menjadi salah satu bentuk strategi promosi yang selaras dengan konsep dakwah bil hal, melalui penyampaian hiburan dan edukasi islam kepada anak-anak, yatim mandiri tidak hanya memperkenalkan lembaganya, tetapi juga sekaligus berkontribusi dalam pembentukan karakter generasi muda yang memiliki kepedulian sosial.

Program Safari Dongeng merupakan salah satu inisiatif promosi sekaligus dakwah yang dilaksanakan oleh LAZNAS Yatim Mandiri Cabang Mojokerto secara berkelanjutan di berbagai lembaga pendidikan, mulai dari taman kanak-kanak (TK), sekolah dasar (SD), hingga madrasah tsanawiyah (MTs). Program ini dirancang

²⁵ Dakwah Bil Hal: Implementasi Nilai Amanah dalam Organisasi Pengelola Zakat untuk Mengurangi Kesenjangan dan Kemiskinan,” *Iqtishodia: Jurnal Ekonomi Syariah* 2, no. 2 (2017): 42–63

sebagai penyampaian narasi-narasi Islami yang bersifat edukatif dan komunikatif, dengan tujuan menanamkan nilai-nilai moral, kepedulian sosial, serta kesadaran mengenai pentingnya berbagi kepada anak yatim dan dhuafa sejak usia dini. Melalui pendekatan yang ringan dan interaktif, Safari Dongeng diharapkan dapat berfungsi sebagai medium edukasi sekaligus dakwah yang efektif bagi peserta didik.

Pelaksanaan program Safari Dongeng dilakukan melalui serangkaian tahapan kegiatan yang tersusun secara sistematis. Rangkaian tersebut dimulai dengan penyampaian kisah-kisah Islami secara interaktif, kemudian dilanjutkan dengan penyampaian pesan-pesan sosial mengenai pentingnya kepedulian terhadap anak yatim dan dhuafa. Selain itu, tim Yatim Mandiri memperkenalkan profil lembaga beserta program-program sosial yang dijalankan. Pada kesempatan tertentu, kegiatan ini disertai dengan ajakan untuk berinfak dan bersedekah yang disampaikan melalui pendekatan yang kreatif dan edukatif, sehingga tidak menimbulkan kesan paksaan, melainkan mendorong pertumbuhan kesadaran dan empati sosial.²⁶

Selama pelaksanaan kegiatan, program Safari Dongeng memperoleh respon yang cukup positif dari peserta didik. Hal ini tercermin dari tingginya tingkat antusiasme anak-anak dalam mengikuti kegiatan serta ketarikan mereka terhadap nilai-nilai moral yang disampaikan melalui cerita. Selain itu, pihak sekolah anggotakan tanggapan yang baik pada program pelaksanaan tersebut karena dinilai

²⁶ Yatim Mandiri, "Program Safari Dongeng," *Yatim Mandiri*, diakses 26 desember 2025, <https://yatimmandiri.org>.

mampu mendukung pembentuk karakter serta penguatan nilai-nilai keislaman peserta didik. Bahkan, beberapa sekolah menyampaikan harapan agar program Safari Dongeng dapat kembali dilaksanakan atau dijadikan sebagai kegiatan rutin di lingkungan sekolah.

Tidak hanya berdampak pada peserta didik, program Safari Dongeng juga memicu komunikasi lanjutan antara pihak Yatim Mandiri dengan orang tua peserta didik setelah kegiatan berlangsung. Beberapa orang tua terlihat aktif mencari informasi terkait program-program yang dijalankan oleh Yatim Mandiri, mekanisme penyaluran donasi, serta peluang keterlibatan dalam berbagai kegiatan sosial lembaga. Temuan ini menunjukkan bahwa program Safari Dongeng tidak hanya berfungsi sebagai medium dakwah dan edukasi bagi anak-anak, tetapi juga berperan sebagai sarana promosi penggalangan dana yang berpotensi membangun hubungan emosional serta citra positif lembaga di tengah masyarakat.

Namun demikian, hingga saat ini, pengaruh program Safari Dongeng terhadap peningkatan minat donatur belum dapat diidentifikasi secara terukur. Oleh karena itu, diperlukan penelitian yang lebih mendalam dan sistematis untuk mengkaji sejauh mana strategi Safari Dongeng sebagai medium promosi fundraising berkontribusi terhadap peningkatan minat donatur di LAZNAS Yatim Mandiri Cabang Mojokerto. Analisis tersebut penting untuk mengungkap bagaimana program ini memengaruhi persepsi, kepercayaan, serta keputusan masyarakat dalam menyalurkan donasi melalui Yatim Mandiri Mojokerto. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi bagi Yatim Mandiri Mojokerto dalam mengoptimalkan strategi penggalangan dana yang telah berjalan,

menjadi referensi bagi lembaga amil zakat lainnya,serta memberikan kontribusi akademik dalam pembangan kajian manajemen zakat dan wakaf, khususnya pada puncak penggalangan dana dan promosi berbasis program edukatif.

Melihat fenomena tersebut, penting untuk memahami bagaimana strategi penggalangan dana yang diterapkan oleh lembaga sosial Islam dapat berkontribusi dalam meningkatkan partisipasi dan minat donatur. Sejumlah penelitian terdahulu juga menunjukkan bahwa lembaga sosial seperti Yatim Mandiri memiliki peran penting dalam pemberdayaan anak yatim di Indonesia, baik melalui program pendidikan, sosial, maupun kegiatan filantropi. Penelitian Lian Fuad menyoroti pendekatan strategi penggalangan dana konvensional dan kelembagaan guna meningkatkan pengumpulan dana zakat, infak, dan sedekah (ZIS) di LAZISNU Jawa Timur, dengan penekanan pada efektivitas pengelolaan serta strategi organisasi.²⁷



Di sisi lain, kajian Haryani, Habrianto, dan Martaliah lebih memfokuskan pada penerapan strategi penggalangan dana berbasis platform digital untuk menambah jumlah muzakki di LAZ Opsezi Kota Jambi.²⁸ Adapun penelitian Marfia menganalisis strategi penggalangan dana zakat, infak, dan sedekah dalam rangka memperkuat pilar ekonomi melalui program Indikator Kinerja Aksi Layanan

²⁷Fuad, L. (2024). Strategi Fundraising dalam Meningkatkan Dana ZIS pada LAZISNU Jawa Timur. *Jurnal Ekonomi Manajemen Akuntansi*, 30(1), 161-174.

²⁸Haryani, S., Habrianto, H., & Martaliah, N. (2023). Analisis Strategi Digital Fundraising Dalam Meningkatkan Jumlah Muzakki (Studi Pada Laz Opsezi Kota Jambi). *Lokawati: Jurnal Penelitian Manajemen Dan Inovasi Riset*, 1(6), 214-237.

(IKAL) di LAZISMU, yang berorientasi pada pertunjukan program serta dampak ekonomi.²⁹

Walaupun ketiga penelitian tersebut sama-sama membahas strategi penggalangan dana pada lembaga amil zakat, belum ada kajian khusus yang mengeksplorasi strategi penggalangan dana berbasis program kreatif-edukatif seperti Safari Dongeng sebagai sarana promosi untuk meningkatkan minat donatur. Selain itu, variasi konteks kelembagaan dan wilayah penelitian juga menunjukkan adanya kesenjangan penelitian dalam menelaah strategi penggalangan dana inovatif yang bersifat langsung dan interaktif, khususnya di tingkat cabang lembaga filantropi Islam seperti Yatim Mandiri Cabang Mojokerto. Oleh karena itu, penelitian ini penting dilakukan untuk mengisi kekosongan tersebut dengan menganalisis efektivitas strategi program Safari Dongeng dalam promosi fundraising di Yatim Mandiri Cabang Mojokerto dalam meningkatkan minat donatur.

Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **"Analisis Strategi Program Safari Dongeng dalam Promosi *Fundraising* di Yatim Mandiri Mojokerto dalam Meningkatkan Minat Donatur"**.

²⁹Marfia, T. Strategi Fundraising Dana Zakat, Infaq, Shodaqoh Dalam Mewujudkan Pilar Ekonomi Pada Program Indikator Kinerja Aksi Layanan (Ikal) Di Lazismu Kantor.

B. Rumusan masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana strategi pelaksanaan program safari dongeng sebagai promosi fundraising di Yatim Mandiri Cabang Mojokerto?
2. Bagaimana program safari dongeng meningkatkan minat donatur di yatim mandiri cabang mojokerto?
3. Apa saja faktor pendukung dan penghambat dalam pelaksanaan program safari dongeng sebagai strategi promosi fundraising di Yatim Mandiri Cabang Mojokerto?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui strategi pelaksanaan program safari dongeng sebagai promosi *fundraising* di yatim mandiri cabang mojokerto.
2. Untuk mengetahui pengaruh program safari dongeng terhadap minat donatur di yatim mandiri cabang mojokerto
3. Untuk mengetahui faktor pendukung dan faktor penghambat dalam pelaksanaan program safari dongeng sebagai promosi *fundraising* di yatim mandiri cabang mojokerto.



D. Manfaat Penelitian

Adapun hasil dari penelitian ini, diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoretis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu manajemen, khususnya pada bidang pemasaran sosial dan strategi promosi lembaga nirlaba.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi dan rekomendasi bagi Laznas Yatmanim Mandiri Mojokerto dalam meningkatkan efektivitas program promosi fundraising sehingga dapat menarik lebih banyak donatur dan memperkuat keberlanjutan program sosialnya

3. Manfaat Sosial

Penelitian ini juga diharapkan dapat meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya peran lembaga zakat dalam pemberdayaan yatim dan dhuafa melalui partisipasi aktif dalam kegiatan donasi.

