

Optimalisasi Manajemen Sumber Daya Manusia dalam Program Safari Dongeng sebagai Strategi *Fundraising* untuk meningkatkan Penggalangan Dana Zakat

Muh. Fatih Ahsan Maulana¹, Amirudin Mustofa², Muhammad Samsudin Arif³, Firdaus Rohmansa⁴, Darwisy Nur Zaky⁵, Achmad Munif⁶
UIN Syekh Wasil Kediri
amirmustofa.iainkdr@gmail.com²

Article Info

Volume 3 Issue 4
December 2025

DOI :
10.30762/welfare.v3i4.2100

Article History

Submission: 26-02-2025
Revised: 28-11-2025
Accepted: 21-12-2025
Published: 28-12-2025

Keywords:

Storytelling, Human Resource Management, Digital Fundraising, Zakat, Storytelling Safari

Kata Kunci:

Storytelling, Manajemen Sumber Daya Manusia, Penggalangan Dana Digital, Zakat,



Copyright © 2025 Muh. Fatih Ahsan Maulana, Amirudin Mustofa, Muhammad Samsudin Arif, Firdaus Rohmansa, Darwisy Nur Zaky, Achmad Munif

Welfare: Jurnal Pengabdian Masyarakat is licensed under a Creative Commons Attribution-Share Alike 4.0 International License.

Abstract

The Safari Dongeng program at Yatim Mandiri Tulungagung is an innovative strategy for zakat fundraising that utilizes storytelling to build an emotional connection with the audience. This study aims to optimize human resource (HR) management within the program to enhance fundraising effectiveness. The methods used in this study include storyteller training, digital media utilization, and HR management through data analysis to evaluate the effectiveness of storytelling in zakat fundraising strategies. The digitalization of fundraising through platforms such as Instagram (@yatimmandiri.tulungagung), YouTube, WhatsApp, and Facebook has proven effective in expanding audience reach and increasing the number of donors. The results indicate that combining storytelling with digital strategies contributes to greater public participation in zakat, with a fundraising achievement of IDR 51,000,000 in January as a key success indicator. With more structured HR management, continuous training, and the use of digital technology, the Safari Dongeng program is expected to continue growing and providing greater benefits for orphans and underprivileged communities.

Abstrak

Program Safari Dongeng di Yatim Mandiri Tulungagung merupakan salah satu strategi inovatif dalam penggalangan dana zakat dengan menggunakan pendekatan storytelling untuk membangun keterikatan emosional dengan audiens. Penelitian ini bertujuan untuk mengoptimalkan manajemen sumber daya manusia (SDM) dalam program tersebut guna meningkatkan efektivitas penggalangan dana. Metode yang digunakan dalam penelitian ini mencakup pelatihan pendongeng, pemanfaatan media digital, serta pengelolaan SDM berbasis analisis data untuk mengevaluasi efektivitas storytelling dalam strategi fundraising zakat. Digitalisasi fundraising melalui platform Instagram (@yatimmandiri.tulungagung), YouTube, WhatsApp, dan Facebook terbukti mampu memperluas jangkauan audiens serta meningkatkan jumlah donatur. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan storytelling yang dikombinasikan dengan strategi digital berkontribusi dalam meningkatkan partisipasi masyarakat dalam zakat, dengan capaian dana sebesar Rp51.000.000 pada bulan Januari sebagai salah satu indikator keberhasilannya. Dengan pengelolaan SDM yang lebih terstruktur, pelatihan berkelanjutan, serta pemanfaatan teknologi digital, program Safari Dongeng diharapkan terus berkembang dan memberikan manfaat yang lebih luas bagi anak yatim dan dhuafa.

1. PENDAHULUAN

Zakat adalah salah satu instrumen penting dalam ajaran Islam yang berfungsi untuk membantu pemerataan ekonomi dan meningkatkan kesejahteraan sosial (Fahmi Makraja, 2024). Dalam Islam, zakat diwajibkan bagi setiap Muslim yang memiliki kemampuan finansial, dengan tujuan membantu mereka yang kurang beruntung, seperti anak yatim dan dhuafa. Berdasarkan

Korespondensi:

Muh. Fatih Ahsan Maulana
amirmustofa.iainkdr@gmail.com

data Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS), potensi zakat di Indonesia mencapai Rp327 triliun per tahun, tetapi realisasi penghimpunannya pada tahun 2022 hanya sekitar Rp26 triliun, atau kurang dari 10% dari total potensinya (Humas BAZNAS RI, 2022). Hal ini menunjukkan bahwa masih ada tantangan besar dalam meningkatkan kesadaran dan kepatuhan masyarakat untuk menunaikan zakat.

Salah satu penyebab rendahnya penghimpunan zakat adalah kurangnya pemahaman masyarakat mengenai manfaat zakat serta rendahnya keterlibatan mereka dalam aktivitas filantropi. Banyak orang belum menyadari bahwa zakat bukan hanya kewajiban agama, tetapi juga memiliki peran penting dalam membangun kesejahteraan sosial. Selain itu, metode penggalangan dana yang selama ini digunakan oleh banyak lembaga zakat sering kali masih bersifat konvensional dan kurang menarik (Fitri Afiyana et al., 2022). Akibatnya, donatur potensial kurang merasa terhubung dengan pesan yang disampaikan, sehingga partisipasi mereka dalam berzakat masih rendah.

Dalam menghadapi tantangan ini, pendekatan *storytelling* melalui program Safari Dongeng menjadi salah satu strategi yang efektif dalam meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap zakat. Program ini menyampaikan nilai-nilai zakat dan kepedulian sosial melalui cerita yang menginspirasi dan menggugah emosi pendengarnya. Teknik *storytelling* telah terbukti menjadi metode komunikasi yang lebih mudah dipahami dan lebih menarik dibandingkan pendekatan konvensional. Dengan menyampaikan kisah-kisah inspiratif tentang anak yatim dan dampak positif zakat, program ini dapat meningkatkan keterlibatan masyarakat dan mendorong mereka untuk berpartisipasi aktif dalam kegiatan filantropi.

Namun, keberhasilan *Safari Dongeng* sangat bergantung pada kualitas manajemen sumber daya manusia (SDM) yang menjalankannya. Para pendongeng dan pengelola program harus memiliki keterampilan komunikasi yang baik, pemahaman mendalam tentang zakat, serta kemampuan membangun kedekatan emosional dengan audiens. Tanpa pengelolaan SDM yang baik, program ini bisa kehilangan daya tariknya dan tidak mampu mencapai tujuan utamanya. Oleh karena itu, diperlukan optimalisasi manajemen SDM, mulai dari pelatihan pendongeng, pengembangan keterampilan komunikasi, hingga pemanfaatan teknologi digital untuk memperluas jangkauan audiens.

Di era digital seperti saat ini, pemanfaatan teknologi menjadi faktor penting dalam memperluas jangkauan kampanye zakat. Berdasarkan data dari *We Are Social* (2023), pengguna internet di Indonesia mencapai lebih dari 212 juta orang, dengan tingkat penggunaan media sosial yang sangat tinggi (Simon Kemp, 2023). Hal ini membuka peluang besar bagi program *Safari Dongeng* untuk berkembang ke platform digital, seperti video interaktif, podcast, dan kampanye di media sosial. Dengan menggabungkan *storytelling* dengan teknologi digital, program ini bisa lebih efektif dalam menarik perhatian masyarakat dan meningkatkan jumlah donatur.

Di lembaga *Yatim Mandiri Tulungagung*, program Safari Dongeng telah menjadi salah satu strategi utama dalam meningkatkan kesadaran dan keterlibatan masyarakat dalam penggalangan zakat. Sebagai bagian dari *Yatim Mandiri*, lembaga ini berfokus pada pemberdayaan anak yatim dan dhuafa melalui berbagai program pendidikan, ekonomi, dan sosial. Dengan menerapkan *storytelling* sebagai metode komunikasi, lembaga ini berusaha menciptakan pendekatan yang lebih humanis dan inspiratif agar lebih banyak orang terdorong untuk berzakat.

Namun, masih terdapat tantangan dalam pelaksanaan program ini, seperti kurangnya keterampilan pendongeng dalam menyusun cerita yang menarik, minimnya pemanfaatan media digital, serta belum optimalnya pengelolaan SDM dalam mendukung keberlanjutan program. Oleh karena itu, diperlukan strategi peningkatan kapasitas SDM agar program ini dapat berjalan lebih efektif dan berdampak luas.

Untuk mengatasi tantangan tersebut, kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan kualitas SDM dalam program Safari Dongeng melalui pelatihan *storytelling* berbasis digital, penguatan strategi komunikasi persuasif, serta optimalisasi manajemen SDM dalam *fundraising* zakat. Kegiatan ini akan dilakukan melalui pelatihan bagi para pendongeng dan pengelola program, serta pendampingan dalam penerapan teknik *storytelling* yang lebih menarik dan efektif. Dengan adanya pelatihan ini, diharapkan para pendongeng dan pengelola program dapat meningkatkan keterampilan mereka dalam menyampaikan cerita yang lebih kuat dan menggugah emosi, sehingga mampu meningkatkan efektivitas penggalangan dana zakat di *Yatim Mandiri Tulungagung*.

2. METODE

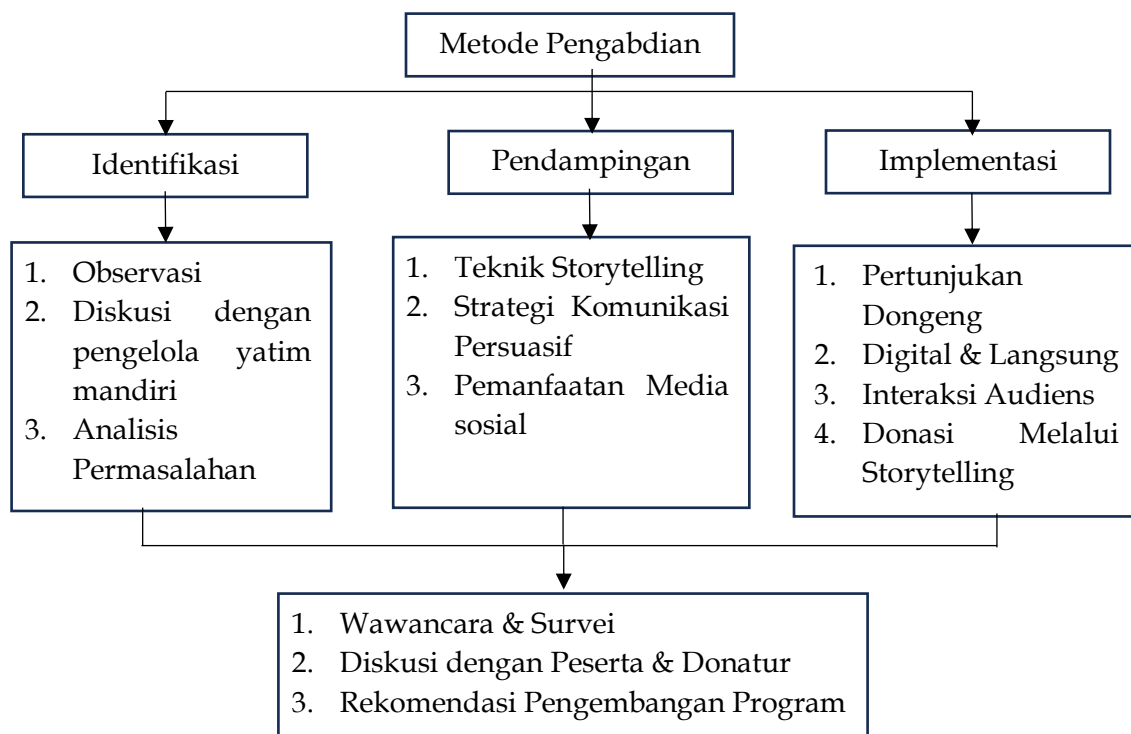
Program pengabdian kepada masyarakat ini mengusung pendekatan partisipatif, di mana seluruh pihak yang terlibat dalam Safari Dongeng turut serta dalam proses perencanaan,

pelaksanaan, dan evaluasi kegiatan. Tujuan utama program ini adalah mengoptimalkan manajemen sumber daya manusia (SDM) serta meningkatkan efektivitas *storytelling* dalam strategi *fundraising* zakat (Muslim, 2011). Dengan metode yang berbasis partisipasi aktif, diharapkan program ini dapat memberikan dampak yang lebih nyata.

Kegiatan ini dilaksanakan di Yatim Mandiri Tulungagung, sebuah lembaga sosial yang berfokus pada pengelolaan zakat dan pemberdayaan anak yatim. Sasaran utama program ini adalah pengelola Safari Dongeng, pendongeng atau fasilitator, serta relawan dan masyarakat umum. Pengelola program bertanggung jawab atas koordinasi dan keberlangsungan acara, sementara pendongeng memiliki peran sebagai komunikator yang menyampaikan cerita dengan cara yang menarik. Masyarakat dan relawan diharapkan tidak hanya sebagai audiens, tetapi juga turut serta dalam mendukung penggalangan dana zakat.

Metode pelaksanaan program ini mencakup beberapa tahapan, mulai dari identifikasi permasalahan dan kebutuhan, pelatihan dan pendampingan SDM, implementasi Safari Dongeng, hingga evaluasi dan tindak lanjut. Identifikasi awal dilakukan melalui observasi dan diskusi dengan pengelola Yatim Mandiri guna memahami kendala yang dihadapi dalam program, khususnya dalam aspek manajemen SDM dan efektivitas *storytelling* sebagai strategi penggalangan dana(Fauzan, 2021). Sebagai tindak lanjut dari identifikasi masalah, dilakukan pelatihan dan pendampingan SDM yang berfokus pada peningkatan keterampilan *storytelling* berbasis digital. Pelatihan ini meliputi teknik bercerita yang menarik, strategi komunikasi persuasif dalam *fundraising*, serta pemanfaatan media sosial untuk kampanye donasi. Setelah pelatihan, implementasi program dilakukan melalui pertunjukan dongeng, baik secara langsung maupun digital, guna membangun keterikatan emosional dengan audiens dan meningkatkan partisipasi masyarakat dalam donasi zakat (Aziz, 2020).

Tahap terakhir dari program ini adalah evaluasi dan tindak lanjut, yang dilakukan melalui wawancara dan diskusi dengan peserta, pengelola, serta donatur. Evaluasi ini bertujuan untuk mengukur efektivitas *storytelling* dalam meningkatkan kesadaran masyarakat tentang zakat serta mengoptimalkan SDM dalam pengelolaan program. Hasil evaluasi digunakan sebagai bahan penyempurnaan strategi agar program dapat berjalan lebih baik di masa depan (Putri, 2023).



3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam program Safari Dongeng yang dijalankan oleh Yatim Mandiri Tulungagung, sumber daya manusia (SDM) memiliki peran yang sangat penting dalam keberhasilan pelaksanaannya. Pendongeng sebagai komunikator utama bertanggung jawab untuk menyampaikan nilai-nilai zakat melalui metode *storytelling* yang menarik dan inspiratif. Mereka tidak hanya berperan sebagai pencerita saja, akan tetapi juga sebagai fasilitator yang membangun keterlibatan emosional dengan para audiens. Pendekatan dengan metode *storytelling* ini dirancang agar pesan yang disampaikan dapat lebih mudah diterima dan diingat oleh berbagai kalangan, baik anak-anak maupun orang dewasa. Oleh karena itu, keterampilan pendongeng dalam berkomunikasi, berekspresi, serta memahami esensi dari pesan yang dibawa akan sangat menentukan efektivitas program ini.

Berdasarkan gambar di atas keberhasilan sebuah cerita dalam menarik perhatian audiens sangat bergantung pada bagaimana pendongeng menyampaikannya. Pendongeng harus memiliki kemampuan untuk menghidupkan cerita melalui intonasi suara, ekspresi wajah, serta gerakan tubuh yang sesuai. Selain itu, pemahaman yang baik tentang zakat dan dampaknya bagi masyarakat juga menjadi faktor penting agar pesan yang disampaikan tidak hanya menghibur, akan tetapi mampu menumbuhkan empati dan kepedulian sosial (Bana et al., 2023). Apabila pendongeng tidak memiliki keterampilan yang cukup dalam menyampaikan cerita, program Safari Dongeng dapat kehilangan daya tariknya dan kurang efektif dalam mengajak masyarakat untuk berpartisipasi dalam penggalangan dana zakat.

Namun, dalam praktiknya, masih terdapat beberapa masalah yang dihadapi oleh para pendongeng di yatim mandiri Tulungagung dalam menjalankan perannya. Beberapa kendala yang sering kami ditemui meliputi kurangnya teknik *storytelling* yang menarik, masih kurang maksimal pemanfaatan media digital sebagai sarana promosi, serta terbatasnya pemahaman mengenai strategi komunikasi persuasif. Tanpa adanya teknik bercerita yang interaktif, audiens cenderung kurang terlibat dalam cerita yang disampaikan. Selain itu, di era digital saat ini, pemanfaatan media sosial dan platform daring sangat penting untuk memperluas jangkauan audiens. Sayangnya, masih banyak pendongeng yang belum memiliki keterampilan dalam mengoptimalkan teknologi sebagai bagian dari strategi komunikasi mereka (Chandra et al., 2023).



Gambar 1. kegiatan dongeng untuk penggalangan dana

Untuk mengatasi kendala tersebut, diperlukan pelatihan khusus bagi pendongeng yang terlibat dalam program Safari Dongeng. Pelatihan ini mencakup berbagai aspek, mulai dari teknik bercerita yang lebih interaktif, strategi komunikasi yang lebih persuasif, hingga pemanfaatan media digital sebagai alat untuk memperluas jangkauan audiens. Dengan pelatihan yang tepat, pendongeng dapat mengembangkan kemampuan mereka dalam membangun narasi yang menggugah emosi, meningkatkan daya tarik cerita, serta mendorong partisipasi masyarakat dalam zakat.

Keberhasilan program Safari Dongeng dalam meningkatkan penghimpunan dana zakat sangat dipengaruhi oleh kualitas sumber daya manusia (SDM) yang berperan di dalamnya, terutama para pendongeng yang menjadi komunikator utama. Para pendongeng tidak hanya bertugas menyampaikan cerita, tetapi juga membangun kedekatan emosional dengan audiens agar pesan yang disampaikan lebih mudah dipahami dan mendorong mereka untuk berpartisipasi dalam donasi (Rahmawati, 2019).

Di Yatim Mandiri Tulungagung, penerapan *storytelling* dalam program Safari Dongeng memberikan dampak yang signifikan terhadap peningkatan penghimpunan zakat. Sebelum metode ini digunakan, strategi penggalangan dana masih bersifat konvensional dan kurang menarik minat masyarakat. Namun, setelah *storytelling* diterapkan, terjadi peningkatan jumlah donatur yang cukup besar. Sebagai ilustrasi, pada bulan Januari, dana zakat yang berhasil dikumpulkan mencapai Rp51.000.000, mengalami peningkatan yang cukup signifikan dibandingkan periode sebelumnya. Hal ini menunjukkan bahwa *storytelling* dapat mempererat keterhubungan emosional dengan audiens, sehingga mendorong mereka untuk lebih aktif dalam berzakat.

Pendekatan *storytelling* juga berdampak positif dalam memperluas jangkauan kampanye zakat. Dengan memanfaatkan media sosial dan platform digital, kisah-kisah inspiratif tentang anak yatim serta manfaat zakat dapat menjangkau lebih banyak orang, termasuk mereka yang berada di luar wilayah jangkauan acara langsung. Hal ini terlihat dari meningkatnya interaksi publik di media sosial, seperti bertambahnya jumlah unggahan yang dibagikan, respons positif dari masyarakat, serta bertambahnya jumlah donatur dari berbagai daerah (Tho'in & Andrian, 2021).

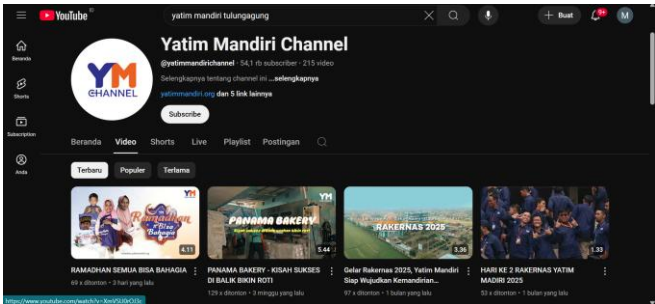
Selain berdasarkan data kuantitatif, efektivitas *storytelling* juga diperkuat melalui testimoni dari audiens dan donatur. Beberapa donatur mengungkapkan bahwa setelah mendengarkan kisah yang menyentuh hati, mereka semakin memahami urgensi zakat. Kisah-kisah yang disampaikan dalam Safari Dongeng tidak hanya memperlihatkan zakat sebagai kewajiban agama, tetapi juga sebagai wujud kepedulian sosial yang memberikan dampak nyata bagi anak yatim dan dhuafa.



Gambar 2: Penyaluran bantuan zakat kepada mustahiq

Di era digital saat ini, pengelolaan sumber daya manusia (SDM) memiliki peran penting dalam meningkatkan efektivitas program Safari Dongeng sebagai strategi penggalangan dana zakat di Yatim Mandiri Tulungagung. Pendekatan digital membantu menjangkau lebih banyak orang, membangun hubungan yang lebih erat, serta meningkatkan transparansi dalam pengelolaan zakat. Pemanfaatan media sosial, video interaktif, dan platform crowdfunding menjadi langkah strategis untuk menyebarkan kesadaran mengenai pentingnya zakat sekaligus mengajak masyarakat untuk ikut berdonasi. Dengan mengoptimalkan teknologi digital dalam strategi komunikasi, program ini tidak hanya lebih dikenal oleh masyarakat luas, tetapi juga memberikan pengalaman yang lebih dekat dan emosional, sehingga lebih banyak orang terdorong untuk berdonasi.

Salah satu platform utama yang digunakan dalam kampanye ini adalah Instagram (@yatimmandiri.tulungagung). Media sosial ini menyediakan berbagai fitur yang dapat mendukung penyampaian cerita dalam penggalangan dana, seperti Instagram Stories, Reels, Feed, dan Live Streaming. Konten-konten visual, seperti video pendek tentang kisah inspiratif anak yatim, infografis tentang zakat, serta testimoni penerima manfaat, dapat menarik perhatian dan meningkatkan keterlibatan audiens. Selain itu, fitur Direct Message (DM) dapat saling berinteraksi langsung dengan calon donatur, menjawab pertanyaan dari donatur, serta memberikan informasi terkait cara berdonasi. Penggunaan Instagram Ads juga membantu memperluas jangkauan kampanye agar lebih banyak orang mengetahui program ini dan turut berkontribusi.



Gambar 4: Channel Youtube Yatim Mandiri Sebagai Media Promosi

Selain Instagram, YouTube menjadi platform penting dalam menyampaikan cerita berbasis video yang lebih panjang dan mendalam. Program Safari Dongeng memanfaatkan YouTube untuk membagikan dokumentasi kegiatan, kisah penerima manfaat zakat, serta edukasi mengenai pentingnya berbagi. Video dengan narasi yang menyentuh dapat membangun hubungan emosional dengan audiens, membuat mereka lebih peduli, dan akhirnya terdorong untuk berdonasi. Penggunaan YouTube Shorts juga menjadi cara efektif untuk menarik perhatian masyarakat dengan video pendek yang mudah dibagikan dan lebih cepat menjangkau lebih banyak orang. Dengan demikian, penyampaian cerita bukan hanya sekadar alat komunikasi, tetapi juga menjadi sarana membangun kepercayaan dan kredibilitas lembaga.

WhatsApp juga memiliki peran besar dalam strategi *fundraising* digital. Dengan memanfaatkan WhatsApp Business, tim Yatim Mandiri Tulungagung dapat mengelola komunikasi dengan donatur secara lebih profesional melalui fitur pesan otomatis, katalog donasi, serta pengelolaan kontak donatur yang lebih teratur. Selain itu, grup WhatsApp komunitas menjadi wadah untuk membangun interaksi yang lebih personal dengan para donatur tetap maupun relawan. Pendekatan komunikasi yang lebih dekat ini membuat calon donatur merasa dihargai dan lebih memahami pentingnya kontribusi mereka dalam mendukung program zakat.

Dari hasil analisis, pemanfaatan media digital dalam penggalangan dana zakat membawa beberapa keuntungan utama. Pertama, pendekatan digital memperluas jangkauan audiens secara signifikan. Berdasarkan data We Are Social (2023), jumlah pengguna internet di Indonesia telah mencapai lebih dari 212 juta orang, dengan sebagian besar aktif di media sosial. Dengan memanfaatkan platform digital, program Safari Dongeng tidak hanya dapat menjangkau masyarakat di Tulungagung, tetapi juga di berbagai daerah lain yang sebelumnya sulit terjangkau.

Kedua, *storytelling* berbasis digital mampu membangun keterlibatan emosional yang lebih kuat dengan audiens. Berbeda dengan pendekatan komunikasi konvensional, video interaktif dan konten visual dapat menyampaikan pesan dengan cara yang lebih mendalam dan menggugah (Chandra et al., 2023). Kisah inspiratif yang dibagikan melalui media digital dapat membangkitkan empati, membuat masyarakat lebih peduli terhadap anak yatim, dan akhirnya terdorong untuk berdonasi.

Ketiga, digitalisasi *fundraising* meningkatkan transparansi dan akuntabilitas lembaga. Dengan adanya laporan donasi yang diperbarui secara berkala di media sosial serta dokumentasi program dalam bentuk video dan infografis, donatur dapat melihat secara langsung bagaimana dana yang mereka sumbangkan digunakan untuk membantu anak yatim dan dhuafa. Hal ini memperkuat kepercayaan masyarakat terhadap lembaga, yang pada akhirnya berkontribusi dalam peningkatan jumlah donasi (Bana et al., 2023).

Keempat, strategi digital marketing memberikan peluang bagi tim pengelola untuk memanfaatkan data dan analisis guna mengoptimalkan kampanye *fundraising*. Dengan menggunakan fitur analitik dari Instagram, YouTube, WhatsApp Business, dan Facebook, tim dapat melihat statistik keterlibatan audiens, memahami perilaku mereka, serta menyesuaikan strategi komunikasi agar lebih efektif. Pemanfaatan data ini membantu menyusun kampanye yang lebih terarah dan efisien, sehingga dana yang digunakan untuk promosi digital dapat menghasilkan dampak yang maksimal.

Keberhasilan strategi ini tercermin dalam peningkatan jumlah donasi yang diperoleh. Setelah pendekatan *storytelling* berbasis digital diterapkan, partisipasi donatur meningkat secara signifikan. Sebagai contoh, pada bulan Januari, dana zakat yang berhasil dikumpulkan mencapai Rp51.000.000, menunjukkan adanya peningkatan yang cukup besar dibandingkan periode sebelumnya. Selain itu, interaksi di media sosial juga mengalami peningkatan, dengan lebih banyak unggahan yang dibagikan, komentar positif dari masyarakat, serta bertambahnya jumlah donatur dari berbagai daerah.

Melihat dampak positif yang telah dicapai, optimalisasi SDM dalam pemanfaatan teknologi digital menjadi langkah yang sangat diperlukan. Pelatihan bagi tim dalam pengelolaan media sosial, pembuatan konten *storytelling* yang menarik, strategi komunikasi persuasif, serta pemanfaatan analitik digital menjadi strategi penting untuk meningkatkan efektivitas program. Dengan SDM yang lebih terampil dalam memanfaatkan teknologi, program Safari Dongeng dapat terus berkembang dan memberikan dampak yang lebih luas bagi anak yatim dan dhuafa.

Safari Dongeng merupakan program edukatif dan inspiratif yang diselenggarakan oleh Yatim Mandiri untuk sekolah dasar (SD) di Tulungagung. Program ini bertujuan memberikan edukasi moral dan kebahagiaan bagi anak-anak melalui kisah-kisah penuh makna. Dalam pelaksanaannya, tim Safari Dongeng menawarkan program ini secara langsung ke berbagai sekolah dasar dengan pendekatan *door-to-door*. Apabila sekolah menyambut baik program ini, maka dilakukan penjadwalan sesuai dengan preferensi pihak sekolah. Setelah itu, wali murid akan mendapatkan informasi mengenai program ini sekaligus diajak untuk berpartisipasi dalam bentuk infak sebagai bentuk dukungan terhadap kegiatan sosial yang dilakukan.

Pada hari pelaksanaan, acara dongeng berlangsung dalam suasana penuh antusiasme dan keceriaan. Pendongeng menyampaikan kisah-kisah inspiratif yang sarat akan nilai-nilai kebaikan, seperti kejujuran, kepedulian, dan semangat berbagi. Tidak hanya sekadar hiburan, program ini juga memiliki dampak sosial bagi anak yatim dan dhuafa yang ada di sekolah tersebut. Setelah sesi dongeng selesai, bantuan berupa paket gizi atau alat tulis sekolah ceria diberikan kepada mereka sebagai wujud kepedulian dalam mendukung pendidikan dan kesejahteraan. Dengan konsep yang menarik dan penuh manfaat, Safari Dongeng tidak hanya

menjadi sarana hiburan bagi anak-anak, tetapi juga menjadi gerakan sosial yang memperkuat nilai empati dan kebaikan dalam lingkungan sekolah.

Keberhasilan *fundraising* zakat di Yatim Mandiri Tulungagung sangat bergantung pada bagaimana *storytelling* diterapkan dalam program Safari Dongeng, serta bagaimana manajemen sumber daya manusia (SDM) dioptimalkan. *Storytelling* yang baik bukan hanya tentang menyampaikan cerita, tetapi juga membangun keterlibatan emosional yang kuat dengan audiens, sehingga mereka terdorong untuk berdonasi. Oleh karena itu, pendongeng dan pengelola program perlu mendapatkan pelatihan berkelanjutan, serta pengelolaan SDM yang berbasis data agar strategi *fundraising* berjalan lebih efektif dan berdampak luas.

Agar Safari Dongeng dapat mencapai hasil yang optimal, pendongeng yang terlibat dalam program ini harus memiliki keterampilan komunikasi yang kuat, memahami teknik *storytelling* yang persuasif, dan mampu membangun hubungan emosional dengan audiens. Untuk mendukung hal tersebut, diperlukan model pelatihan berkelanjutan yang mencakup beberapa aspek berikut (Ate, 2024):

a) Pelatihan Teknik *Storytelling* yang Efektif

Pendongeng dilatih untuk menyusun cerita yang menarik dan menggugah emosi. Hal ini mencakup pemilihan tema cerita, cara menyampaikan narasi yang menggugah, penggunaan ekspresi dan gestur tubuh, serta teknik modulasi suara agar cerita lebih hidup. Dengan pelatihan ini, pendongeng dapat meningkatkan kemampuannya dalam menyampaikan pesan yang berdampak pada audiens.

b) Penguatan Pemahaman tentang Zakat dan Sosial Keagamaan

Selain keterampilan bercerita, pendongeng juga harus memiliki pemahaman yang mendalam tentang zakat dan nilai-nilai keislaman yang menjadi dasar dari program ini. Dengan wawasan yang kuat, mereka dapat menjawab pertanyaan audiens dengan lebih percaya diri dan memberikan edukasi yang lebih komprehensif terkait pentingnya berzakat.

c) Pelatihan Penggunaan Media Digital untuk *Storytelling*

Dalam era digital, *storytelling* tidak hanya disampaikan secara langsung, tetapi juga melalui Instagram (@yatimmandiri.tulungagung), YouTube, WhatsApp, dan Facebook. Pendongeng dan tim pengelola program perlu memahami bagaimana memanfaatkan fitur-fitur media sosial seperti Instagram Reels, YouTube Shorts, Facebook Live, dan WhatsApp Story untuk menjangkau lebih banyak audiens. Pelatihan ini membantu mereka dalam membuat konten visual yang menarik serta memahami cara berinteraksi dengan donatur secara online.

d) Peningkatan Kompetensi Komunikasi dan Interaksi dengan Audiens

Kemampuan untuk membangun interaksi yang kuat dengan audiens adalah kunci dalam *storytelling* yang efektif. Oleh karena itu, pendongeng juga dilatih dalam strategi komunikasi interpersonal, cara menjawab pertanyaan dengan bijak, serta teknik membangun keterlibatan audiens agar mereka lebih aktif dalam proses *storytelling* dan lebih terdorong untuk berdonasi.

e) Evaluasi dan Umpan Balik secara Berkala

Agar kualitas *storytelling* terus meningkat, penting untuk melakukan evaluasi secara berkala. Tim pengelola program dapat merekam sesi *storytelling*, menganalisis reaksi audiens, serta memberikan umpan balik kepada pendongeng. Evaluasi ini membantu pendongeng untuk mengasah keterampilan mereka, memperbaiki kelemahan, dan terus berkembang dalam menyampaikan cerita yang berdampak.

4. KESIMPULAN

Kesimpulan dari penelitian ini menegaskan bahwa optimalisasi manajemen sumber daya manusia (SDM) dalam program Safari Dongeng memiliki peran penting dalam meningkatkan efektivitas penggalangan dana zakat di Yatim Mandiri Tulungagung. *Storytelling* terbukti menjadi strategi komunikasi yang lebih menarik dan persuasif dibandingkan metode konvensional, sehingga mampu membangun keterlibatan emosional antara audiens dan nilai-nilai zakat. Namun, keberhasilan program ini tidak terlepas dari kualitas pendongeng dan pengelola program, yang perlu mendapatkan pelatihan berkelanjutan dalam teknik *storytelling*, strategi komunikasi persuasif, serta pemanfaatan media digital untuk memperluas jangkauan audiens. Pendekatan digitalisasi *fundraising*, melalui platform seperti Instagram (@yatimmandiri.tulungagung), YouTube, WhatsApp, dan Facebook, terbukti mampu meningkatkan jumlah donatur serta membangun transparansi dalam pengelolaan zakat. Selain itu, pengelolaan SDM dengan menggunakan data memungkinkan evaluasi yang lebih sistematis terhadap efektivitas *storytelling* dan strategi *fundraising* yang digunakan. Peningkatan partisipasi donatur yang signifikan, dengan pencapaian dana sebesar Rp51.000.000 pada bulan Januari, menunjukkan bahwa kombinasi *storytelling*, digitalisasi, serta pengelolaan SDM yang lebih terstruktur memberikan dampak besar dalam penggalangan dana zakat. Oleh karena itu, penguatan kompetensi SDM melalui pelatihan dan pemanfaatan teknologi digital harus terus

dilakukan agar program Safari Dongeng semakin berkembang dan memberikan manfaat yang lebih luas bagi anak yatim dan dhuafa.

5. UCAPAN TERIMA KASIH

Kami mengucapkan terima kasih kepada Bapak Arif Fauzi Al-Fa'iz, selaku Kepala Cabang Yatim Mandiri Tulungagung, dan juga Bapak Mohammad Alwi Al Maliki yang ikut membantu mengarahkan terkait operasional kegiatan. Tidak lupa kami juga mengucapkan terima kasih kepada Bapak Achmad Munif, M.M. yang memenuhi peran sebagai dosen bimbingan lapangan, atas kontribusinya yang signifikan dalam memberikan bimbingan mendalam sepanjang proses pelayanan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ate, C. P. (2024). Pelatihan storytelling untuk meningkatkan kemampuan berbicara dan mendengar bahasa inggris siswa/i di smp bank saller, kabupaten sikka. *Pengabdian Masyarakat Ilmu Pendidikan*, 4(1). <https://doi.org/10.37792/pemimpin.v4i1.1196>
- Aziz, M. (2020). Strategi Optimalisasi Manajemen SDM dalam Program Sosial. . *Indonesian Journal of Social Studies*, 2(1), 78–92.
- Bana, M., Bahtiar, R. S., & Nuryasana, E. (2023). Media Dongeng Berbasis Audio Visual Dalam Peningkatan Karakter Disiplin Siswa Kelas Iv Sekolah Dasar. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 3(9).
- Chandra, C., Kharisma, A., & Fitryona, N. (2023). Desain Dongeng Imajinatif dalam Pembelajaran Oral Reading Fluency di Kelas Rendah Sekolah Dasar. *Jurnal Obsesi : Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini*, 7(1). <https://doi.org/10.31004/obsesi.v7i1.2568>
- Dani, R. W., Rukmana, C., Vlora, R. K., & Fitri, E. (2024). Literasi Informasi dalam Pembayaran Zakat Digital Melalui Aplikasi KitaBisa di Desa Payakabung, Indralaya Utara, Ogan Ilir. *Welfare : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 137–142. <https://doi.org/10.30762/welfare.v2i1.1275>
- Fahmi Makraja. (2024). Zakat Sebagai Instrumen Ekonomi Islam Dalam Upaya Mengentaskan Kemiskinan Di Indonesia. *Journal of Sharia and Law*, 3(1), 113–126. <https://jom.uin->
- Fauzan, R. , H. M. , R. S. (2021). Community-Based Participation in Social Empowerment Programs. *Journal of Community Engagement Studies*, 2(1), 145–160.
- Fitri Afiyana, I., Nugroho, L., Fitrijanti, T., & Sukmadilaga, C. (2022). Tantangan pengelolaan dana zakat di indonesia dan literasi zakat. *Akuntabel*, 16(2), 222–229. <http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/AKUNTABEL>
- Gusneli, G., Bakri, A. A., Kalsum, U., Zunaidi, A., Sholikah, M., Putri, F. S. S., & Lestari, N. S. (2023). Pelatihan PSAK 109 Guna Membantu Pemahaman Mahasiswa Dalam Penerapan Akuntansi Zakat, Infaq dan Sedekah. *Welfare : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(3), 455–462. <https://doi.org/10.30762/welfare.v1i3.644>
- Humas BAZNAS RI. (2022, December 23). *BAZNAS Optimis Peningkatan Pengelolaan Zakat Nasional 2022 Tumbuh 52 Persen*. Baznas.Go.Id. https://baznas.go.id/Press_Release/baca/BAZNAS_Optimis_Peningkatan_Pengelolaan_Zakat_Nasional_2022_Tumbuh_52_Persen/1331
- Muslim, A. (2011). *Pendekatan Partisipatif dalam Pemberdayaan Masyarakat*. UIN Sunan Kalijaga Press.
- Putri, A. S. E. (2023). Evaluation Model for Sustainable Community-Based Programs. *Southeast Asian Journal of Development Studies*, 9(1), 54–71.
- Simon Kemp. (2023, February 9). *Digital 2023: Indonesia*. Datareportal.Com/. https://datareportal.com/reports/digital-2023-indonesia?utm_source
- Tiyas, V. P. N., Lailatul, A., Dita, E., Nikmatul, D., Fauzan, A., & Ainin, A. F. (2024). Peningkatan Kesadaran Lingkungan dan Pemberdayaan Ekonomi Melalui Program Sedekah Rosok di Desa Puhrubuh dalam Mencapai Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDGs). *Welfare : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(3), 583–588. <https://doi.org/10.30762/welfare.v2i3.1598>
- Tho'in, M., & Andrian, R. Y. (2021). Strategi Peningkatan Pengumpulan Zakat , Infak dan Sedekah Pada Lembaga. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(03).
- Zunaidi, A. (2024). *Metodologi Pengabdian Kepada Masyarakat Pendekatan Praktis untuk Memberdayakan Komunitas*. Yayasan Putra Adi Dharma.