



Efektivitas Program Buka Puasa Prasmanan sebagai Strategi Peningkatan Penghimpunan Dana dan Loyalitas Muzaki di Lazismu Banyumas

Febi Awaliyah Pramesti^{1*}, Aulia Najwa Faroha², Aqila Fatihatu Zahra³,
Mahardhika Cipta Raharja⁴
¹²³⁴UIN SAIZU

*234110203022@mhs.uinsaizu.ac.id¹, 234110203012@mhs.uinsaizu.ac.id², 234110203010@mhs.uinsaizu.ac.id³,
mc.raharja@uinsaizu.ac.id⁴

Abstract. *This study is motivated by the importance of innovative social programs in increasing fundraising and donor loyalty within Islamic philanthropic institutions. The research aims to analyze the effectiveness of the buffet iftar program as a fundraising strategy and a means of strengthening donor loyalty at LAZISMU Banyumas. This study employed a descriptive qualitative approach through a literature study method supported by interview data, documentation of the 2025–2026 Ramadan reports, and social media observation. The findings indicate that the buffet iftar program was effective in increasing fundraising, strengthening institutional image, and enhancing public participation and trust. The success of the program was supported by the innovative buffet concept, digital fundraising strategies through social media, transparent fund management, and the involvement of various community elements. The research data show an increase in total fundraising from IDR 6.0 billion in 2025 to IDR 6.4 billion in 2026, along with an increase in the number of donors from 2,347 to 2,427 individuals. The program also succeeded in strengthening donor loyalty through social and spiritual experiences that fostered emotional connections between the community and the philanthropic institution.*

Keywords: *Islamic Philanthropy; Fundraising; Donor Loyalty; LAZISMU; Buffet Iftar Program.*

Abstrak. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pentingnya inovasi program sosial dalam meningkatkan penghimpunan dana dan loyalitas muzaki pada lembaga filantropi Islam. Penelitian bertujuan menganalisis efektivitas program buka puasa prasmanan sebagai strategi fundraising dan penguatan loyalitas muzaki di LAZISMU Banyumas. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode studi literatur yang didukung data wawancara, dokumentasi laporan Ramadhan 2025–2026, serta observasi media sosial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa program buka puasa prasmanan efektif dalam meningkatkan penghimpunan dana, memperkuat citra lembaga, serta meningkatkan partisipasi dan kepercayaan masyarakat. Keberhasilan program didukung oleh inovasi konsep prasmanan, strategi digital fundraising melalui media sosial, transparansi pengelolaan dana, dan keterlibatan berbagai elemen masyarakat. Data penelitian menunjukkan peningkatan total penghimpunan dana dari Rp6,0 miliar pada tahun 2025 menjadi Rp6,4 miliar pada tahun 2026 serta peningkatan jumlah donatur dari 2.347 menjadi 2.427 orang. Program ini juga berhasil membangun loyalitas muzaki melalui pengalaman sosial dan spiritual yang memperkuat hubungan emosional antara masyarakat dan lembaga filantropi.

Kata kunci: Filantropi Islam; Fundraising; Loyalitas Muzaki; LAZISMU; Buka Puasa Prasmanan

LATAR BELAKANG

Ramadhan merupakan momentum penting dalam meningkatkan kepedulian sosial umat Islam, khususnya melalui aktivitas berbagi seperti zakat, infak, sedekah, serta berbagai program sosial keagamaan. Dalam konteks ini, lembaga filantropi Islam seperti LAZISMU memiliki peran strategis dalam mengelola dan menyalurkan dana umat secara tepat sasaran. Sebagai bagian dari gerakan dakwah Muhammadiyah, program-program yang dijalankan tidak hanya berorientasi pada bantuan material, tetapi juga mengandung nilai dakwah sosial yang bertujuan membangun kesadaran kolektif masyarakat terhadap pentingnya kepedulian dan kebermanfaatannya. Salah satu

bentuk implementasi program tersebut adalah kegiatan buka puasa bersama, yang tidak sekadar menjadi rutinitas tahunan, tetapi juga dapat dikembangkan menjadi strategi penghimpunan dana dan penguatan hubungan dengan masyarakat.

Namun demikian, fenomena meningkatnya aktivitas berbagi selama Ramadhan juga menimbulkan pertanyaan terkait efektivitas dan ketepatan sasaran penyaluran bantuan. Banyak individu maupun komunitas berlomba-lomba menyediakan makanan berbuka puasa, tetapi tidak semuanya mampu memastikan bahwa bantuan tersebut benar-benar diterima oleh kelompok yang membutuhkan dan menjalankan ibadah puasa. Dalam hal ini, kehadiran lembaga seperti LAZISMU menjadi penting untuk memastikan distribusi yang lebih terarah, terorganisir, dan memiliki dampak yang berkelanjutan. Selain itu, program yang dirancang secara sistematis juga berpotensi menjadi sarana untuk memakmurkan masjid sebagai pusat kegiatan umat, sekaligus memperkuat citra (*branding*) lembaga di mata masyarakat.

LAZISMU Banyumas mengembangkan inovasi program berupa buka puasa prasmanan yang memiliki karakteristik berbeda dibandingkan program buka puasa pada umumnya. Konsep prasmanan tidak hanya memberikan keleluasaan bagi penerima manfaat, tetapi juga menjadi strategi *positioning* lembaga agar lebih mudah dikenali dan diingat oleh masyarakat. Program ini menasar berbagai kalangan, seperti mahasiswa, pekerja informal, hingga masyarakat sekitar masjid, dengan jumlah penerima manfaat yang cukup besar setiap harinya. Berdasarkan data awal, program ini mampu menarik antusiasme tinggi dari masyarakat, baik sebagai penerima manfaat maupun sebagai donatur, yang tercermin dari peningkatan jumlah dana yang terhimpun serta munculnya respons positif terhadap lembaga. Hal ini menunjukkan bahwa program sosial yang dikemas secara kreatif dapat berkontribusi pada peningkatan kepercayaan publik sekaligus memperluas basis donatur. Meskipun demikian, kajian akademik yang secara spesifik membahas keterkaitan antara program buka puasa, khususnya dengan konsep prasmanan, terhadap peningkatan penghimpunan dana dan kepercayaan donatur masih tergolong terbatas. Sebagian besar penelitian sebelumnya lebih berfokus pada manajemen zakat secara umum atau strategi fundraising digital, tanpa menyoroti peran program berbasis kegiatan langsung (*event-based program*) dalam membangun kepercayaan dan loyalitas donatur. Kesenjangan penelitian ini menunjukkan perlunya kajian yang lebih mendalam mengenai bagaimana sebuah program sosial keagamaan dapat berfungsi tidak hanya sebagai kegiatan filantropi, tetapi juga sebagai instrumen strategis dalam penguatan kelembagaan.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini berfokus pada analisis pelaksanaan program buka puasa prasmanan di LAZISMU Banyumas serta implikasinya terhadap peningkatan penghimpunan dana dan kepercayaan donatur. Secara lebih spesifik, penelitian ini bertujuan untuk memahami mekanisme pelaksanaan program, mengidentifikasi pengaruhnya terhadap jumlah dan partisipasi donatur, serta mengkaji faktor-faktor yang mendukung dan menghambat efektivitas program tersebut. Dengan pendekatan kualitatif deskriptif, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis dalam pengembangan kajian manajemen zakat dan filantropi Islam, serta memberikan rekomendasi praktis bagi lembaga zakat dalam merancang program yang inovatif, tepat sasaran, dan mampu meningkatkan kepercayaan masyarakat secara berkelanjutan.

KAJIAN TEORITIS

A. Konsep Filantropi Islam dalam Pengelolaan Dana Sosial

Secara etimologis berasal dari bahasa Yunani, yaitu *philos* yang berarti cinta dan *anthropos* yang berarti manusia. Secara konseptual, filantropi dimaknai sebagai tindakan sukarela yang dilandasi oleh kepedulian terhadap sesama, terutama dalam bentuk pemberian bantuan, pelayanan sosial, serta penguatan hubungan sosial guna mendukung kesejahteraan masyarakat. Dalam konteks modern, filantropi sering dipahami sebagai *voluntary action for the public good*, yaitu tindakan sukarela untuk kepentingan publik yang mencerminkan nilai solidaritas sosial dan tanggung jawab kemanusiaan (Fuadi, 2018).

Dalam perspektif Islam, filantropi tidak hanya berorientasi pada nilai kemanusiaan, tetapi juga memiliki dimensi spiritual yang kuat karena dilandasi oleh ajaran agama. Filantropi Islam diwujudkan melalui instrumen keuangan sosial seperti zakat, infak, sedekah, dan wakaf (ZISWAF), yang tidak hanya berfungsi sebagai ibadah, tetapi juga sebagai mekanisme distribusi kekayaan untuk menciptakan keadilan sosial. Dengan demikian, filantropi Islam memiliki posisi strategis dalam menjembatani kesenjangan ekonomi sekaligus memperkuat solidaritas sosial dalam masyarakat (Zainudin, 2023).

Secara teoretis, filantropi Islam dibangun di atas beberapa prinsip utama, yaitu ukhuwah Islamiyah (solidaritas sosial), keadilan distributif, keberlanjutan, serta amanah dan akuntabilitas dalam pengelolaan dana (Fuadi, 2018). Prinsip-prinsip ini menjadi landasan penting bagi lembaga filantropi dalam mengelola dana umat secara profesional dan terpercaya. Dalam konteks kelembagaan modern, seperti yang dijalankan oleh LAZISMU, penerapan prinsip akuntabilitas dan transparansi menjadi sangat krusial, karena tidak hanya berkaitan dengan efektivitas distribusi dana, tetapi juga berpengaruh langsung terhadap tingkat kepercayaan donatur (Fuadi, 2018).

Peran filantropi Islam dalam pengelolaan dana sosial dapat dilihat melalui optimalisasi instrumen ZISWAF. Zakat berfungsi sebagai mekanisme redistribusi pendapatan untuk mengurangi kesenjangan ekonomi, sementara infak dan sedekah memberikan fleksibilitas dalam merespons berbagai kebutuhan sosial, baik yang bersifat konsumtif maupun produktif (Zainudin, 2023). Di sisi lain, wakaf memiliki potensi jangka panjang dalam mendukung pembangunan sosial dan ekonomi melalui pengelolaan aset produktif (Fuadi, 2018). Dalam praktiknya, keberhasilan pengelolaan dana ZISWAF sangat ditentukan oleh strategi penghimpunan, inovasi program, serta kemampuan lembaga dalam membangun hubungan yang berkelanjutan dengan para donatur.

Hal ini relevan dengan praktik yang dilakukan oleh LAZISMU Banyumas, yang tidak hanya berfokus pada penyaluran dana, tetapi juga mengembangkan berbagai program inovatif untuk meningkatkan penghimpunan dana dan memperkuat kepercayaan donatur. Salah satu contohnya adalah program buka puasa prasmanan, yang tidak hanya berfungsi sebagai kegiatan sosial-keagamaan, tetapi juga menjadi media interaksi langsung antara lembaga dan masyarakat. Melalui program semacam ini, nilai-nilai filantropi Islam tidak hanya diwujudkan dalam bentuk pemberian bantuan, tetapi juga dalam upaya membangun kedekatan emosional, transparansi, dan partisipasi publik dalam kegiatan sosial. Lebih lanjut, filantropi Islam juga berkontribusi dalam pembangunan ekonomi umat melalui berbagai program pemberdayaan (Zainudin, 2023). Dana ZISWAF dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui bantuan langsung, pendidikan, layanan kesehatan, hingga pengembangan usaha mikro dan kecil. Program-program tersebut tidak hanya bersifat jangka pendek, tetapi juga diarahkan pada upaya pemberdayaan yang berkelanjutan, sehingga masyarakat mampu meningkatkan kemandirian ekonominya. Dalam konteks ini, lembaga seperti LAZISMU

memiliki peran strategis sebagai pengelola dana sosial yang tidak hanya menyalurkan bantuan, tetapi juga mendorong transformasi sosial-ekonomi masyarakat.

B. Strategi Penghimpunan Dana pada Lembaga Filantropi

Strategi penghimpunan dana (*fundraising*) merupakan aspek krusial dalam keberlangsungan lembaga filantropi, khususnya lembaga filantropi Islam seperti LAZISMU Banyumas. *Fundraising* tidak hanya dimaknai sebagai kegiatan mengumpulkan dana, tetapi juga sebagai proses strategis untuk memengaruhi, mengajak, dan membangun kesadaran masyarakat agar berpartisipasi dalam kegiatan sosial melalui zakat, infak, dan sedekah. Oleh karena itu, strategi yang tepat menjadi kunci dalam meningkatkan efektivitas penghimpunan dana sekaligus memperluas dampak sosial yang dihasilkan (Maelani & Shafrani, 2022).

Secara umum, strategi *fundraising* dilakukan melalui dua pendekatan, yaitu *direct fundraising* dan *indirect fundraising*. Pendekatan langsung dilakukan melalui interaksi langsung dengan donatur, seperti layanan jemput zakat atau sosialisasi, sedangkan pendekatan tidak langsung dilakukan melalui program atau kegiatan yang mampu membangun citra lembaga dan menarik partisipasi masyarakat. Selain itu, dalam penyusunan strategi, lembaga filantropi juga perlu mempertimbangkan faktor internal dan eksternal melalui analisis seperti SWOT, sehingga strategi yang diambil dapat memaksimalkan kekuatan dan peluang serta meminimalkan kelemahan dan ancaman (Maelani & Shafrani, 2022) (Baidowi & Abadi, 2021).

Seiring perkembangan teknologi, strategi *fundraising* mengalami transformasi ke arah digital. Pemanfaatan platform digital, termasuk e-commerce, memungkinkan proses penghimpunan dana menjadi lebih mudah diakses, transparan, dan efisien. Donatur dapat melakukan transaksi kapan saja dan di mana saja, serta memantau penggunaan dana secara lebih terbuka melalui sistem pelaporan yang tersedia. Hal ini tidak hanya meningkatkan partisipasi masyarakat, tetapi juga memperkuat kepercayaan terhadap lembaga filantropi (Chamid et al., 2025) (Kartini & Muarrifah, 2023). Selain itu, penggunaan teknologi juga mampu meningkatkan efisiensi operasional dengan mengurangi proses manual serta mempercepat pengelolaan dana (Sari & Raharja, 2023).

Di sisi lain, keputusan seseorang dalam berdonasi dipengaruhi oleh berbagai faktor. Faktor pendidikan berperan dalam membentuk pemahaman terhadap pentingnya ZISWAF, sementara faktor ekonomi berkaitan dengan kemampuan finansial individu. Selain itu, faktor sosialisasi atau edukasi yang dilakukan oleh lembaga juga menjadi penentu penting dalam meningkatkan kesadaran dan partisipasi masyarakat (Maelani & Shafrani, 2022). Transparansi, kemudahan akses, serta kepercayaan terhadap lembaga menjadi faktor tambahan yang semakin relevan, terutama dalam era digital (Sari & Raharja, 2023).

Dalam konteks LAZISMU Banyumas, strategi penghimpunan dana dilakukan dengan mengombinasikan pendekatan langsung, tidak langsung, serta inovasi berbasis program. Program seperti buka puasa prasmanan menjadi salah satu bentuk *indirect fundraising* yang tidak hanya berfungsi sebagai kegiatan sosial, tetapi juga sebagai sarana membangun kedekatan emosional dengan masyarakat. Melalui program ini, LAZISMU mampu meningkatkan partisipasi, memperkuat citra lembaga, serta menumbuhkan kepercayaan donatur secara berkelanjutan. Dengan demikian, strategi *fundraising* tidak hanya berorientasi pada penghimpunan dana, tetapi juga pada pembangunan relasi dan pengalaman positif bagi donatur.

C. Kepercayaan Donatur dalam Perspektif Pengelolaan Lembaga

Kepercayaan (*trust*) merupakan salah satu faktor kunci dalam keberhasilan lembaga filantropi, khususnya lembaga pengelola dana sosial Islam seperti LAZISMU Banyumas. Dalam konteks ini, kepercayaan dapat dipahami sebagai keyakinan donatur bahwa lembaga mampu mengelola dana yang diberikan secara amanah, profesional, dan sesuai dengan tujuan sosial yang diharapkan. Kepercayaan tidak hanya berkaitan dengan persepsi terhadap integritas lembaga, tetapi juga mencakup aspek kompetensi dan konsistensi dalam menjalankan program-program sosial. Dalam lembaga filantropi Islam, kepercayaan memiliki dimensi yang lebih luas karena berkaitan dengan nilai religius, sehingga pengelolaan dana tidak hanya dinilai dari aspek manajerial, tetapi juga dari kepatuhan terhadap prinsip syariah (Halimatusadiyah et al., 2025).

Dalam praktiknya, kepercayaan donatur dapat diukur melalui beberapa indikator utama, yaitu transparansi, akuntabilitas, dan pengalaman donatur. Transparansi mengacu pada keterbukaan informasi terkait penghimpunan dan penyaluran dana, termasuk laporan keuangan dan program yang dijalankan. Semakin terbuka informasi yang disampaikan, maka semakin tinggi tingkat kepercayaan yang terbentuk. Akuntabilitas berkaitan dengan kemampuan lembaga dalam mempertanggungjawabkan penggunaan dana secara jelas dan terukur, baik kepada donatur maupun kepada publik (Saputra et al., 2024). Sementara itu, pengalaman donatur mencerminkan interaksi langsung antara donatur dan lembaga, seperti kemudahan dalam berdonasi, kualitas layanan, serta komunikasi yang terjalin. Pengalaman yang positif akan mendorong loyalitas dan meningkatkan kemungkinan donatur untuk berdonasi kembali.

Selain itu, dalam konteks filantropi Islam, kepercayaan juga berkaitan erat dengan tata kelola lembaga (*good governance*). Lembaga zakat yang menerapkan prinsip transparansi, akuntabilitas, profesionalitas, serta kepatuhan terhadap syariah cenderung lebih dipercaya oleh masyarakat (Hasibuan et al., 2024). Hal ini sejalan dengan temuan bahwa tingkat kepercayaan publik terhadap lembaga zakat sangat dipengaruhi oleh kualitas pengelolaan dan pelaporan keuangan yang dilakukan. Dengan kata lain, kepercayaan tidak muncul secara instan, tetapi dibangun melalui proses yang berkelanjutan melalui kinerja lembaga yang konsisten dan dapat dipertanggungjawabkan.

Dalam konteks LAZISMU Banyumas, kepercayaan donatur menjadi faktor penting dalam meningkatkan penghimpunan dana. Program-program yang melibatkan interaksi langsung dengan masyarakat, seperti buka puasa prasmanan, tidak hanya berfungsi sebagai kegiatan sosial, tetapi juga sebagai sarana membangun kepercayaan. Melalui kegiatan tersebut, donatur dapat melihat secara langsung aktivitas lembaga, merasakan manfaat program, serta membangun kedekatan emosional dengan pengelola dan penerima manfaat. Hal ini memperkuat persepsi positif terhadap lembaga dan mendorong partisipasi yang lebih berkelanjutan. Dengan demikian, kepercayaan donatur dalam lembaga filantropi Islam merupakan hasil dari kombinasi antara tata kelola yang baik, transparansi informasi, serta pengalaman positif yang dirasakan oleh donatur. Kepercayaan ini menjadi modal sosial yang sangat penting, karena tidak hanya memengaruhi keputusan donasi, tetapi juga menentukan keberlanjutan program dan reputasi lembaga di masyarakat.

D. Program Sosial sebagai Media Penguatan Citra dan Kepercayaan

Program sosial merupakan salah satu instrumen strategis yang digunakan oleh lembaga filantropi untuk tidak hanya menyalurkan dana, tetapi juga membangun citra dan memperkuat hubungan dengan masyarakat. Dalam konteks lembaga filantropi Islam, program sosial seperti santunan, bantuan kemanusiaan, hingga kegiatan keagamaan memiliki fungsi ganda, yaitu sebagai bentuk implementasi nilai-nilai filantropi sekaligus sebagai media komunikasi lembaga kepada publik (Halimatusadiyah et al., 2025). Program yang dirancang secara tepat mampu menjadi sarana promosi yang efektif, karena masyarakat dapat melihat secara langsung manfaat dan dampak dari dana yang dikelola oleh lembaga.

Melalui pelaksanaan program sosial, lembaga filantropi dapat membentuk citra positif di mata masyarakat. Citra lembaga tidak hanya dibangun melalui informasi atau kampanye, tetapi juga melalui pengalaman nyata yang dirasakan oleh penerima manfaat maupun donatur. Program yang berjalan dengan baik, tepat sasaran, dan memberikan dampak yang jelas akan memperkuat persepsi bahwa lembaga tersebut profesional, amanah, dan layak dipercaya. Sebaliknya, program yang kurang transparan atau tidak memberikan dampak yang signifikan dapat menurunkan kepercayaan publik (Saputra et al., 2024). Oleh karena itu, kualitas pelaksanaan program sosial menjadi faktor penting dalam membentuk reputasi lembaga filantropi.

Dalam perspektif perilaku donatur, terdapat hubungan yang erat antara pengalaman (*experience*), kepercayaan (*trust*), dan keputusan berdonasi (*donation*). Pengalaman donatur, baik secara langsung maupun tidak langsung, menjadi titik awal dalam membangun persepsi terhadap lembaga. Ketika donatur mendapatkan pengalaman yang positif, misalnya melalui kemudahan berdonasi, komunikasi yang baik, serta keterlibatan dalam program sosial maka akan muncul kepercayaan terhadap lembaga. Kepercayaan ini kemudian menjadi faktor pendorong utama dalam keputusan untuk berdonasi, bahkan secara berulang. Dengan kata lain, pengalaman yang baik akan meningkatkan kepercayaan, dan kepercayaan akan mendorong peningkatan donasi.

Dalam konteks filantropi Islam, hubungan tersebut semakin diperkuat oleh nilai-nilai religius yang melandasi aktivitas donasi. Donatur tidak hanya mempertimbangkan aspek rasional, tetapi juga aspek spiritual, seperti keyakinan bahwa dana yang diberikan dikelola secara amanah dan sesuai dengan prinsip syariah (Halimatusadiyah et al., 2025). Oleh karena itu, lembaga filantropi perlu memastikan bahwa setiap program sosial yang dijalankan tidak hanya efektif secara sosial, tetapi juga mampu menciptakan pengalaman yang bermakna bagi donatur.

Relevansi konsep ini dapat dilihat pada praktik yang dilakukan oleh LAZISMU Banyumas melalui program buka puasa prasmanan. Program ini tidak hanya berfungsi sebagai kegiatan sosial, tetapi juga sebagai media interaksi langsung antara lembaga, donatur, dan masyarakat. Melalui kegiatan tersebut, donatur dapat melihat secara nyata implementasi program, merasakan manfaatnya, serta membangun kedekatan emosional dengan lembaga. Pengalaman ini kemudian membentuk kepercayaan yang pada akhirnya mendorong partisipasi donasi yang lebih berkelanjutan. Dengan demikian, program sosial tidak hanya menjadi sarana penyaluran dana, tetapi juga menjadi strategi penting dalam membangun citra dan kepercayaan lembaga filantropi.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian bertujuan memahami secara mendalam efektivitas program buka puasa prasmanan sebagai strategi penghimpunan dana dan peningkatan loyalitas muzaki di LAZISMU Banyumas. Pendekatan ini digunakan untuk memperoleh gambaran mengenai pelaksanaan program, strategi fundraising, serta respon masyarakat terhadap program yang dijalankan.

Sumber data dalam penelitian terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara langsung dengan informan utama yaitu manajer keuangan LAZISMU Banyumas yang terlibat dalam pengelolaan dan pelaksanaan program buka puasa prasmanan. Informan dipilih menggunakan teknik purposive sampling karena dianggap memahami secara mendalam terkait penghimpunan, penyaluran dana, serta strategi fundraising lembaga. Sementara itu, data sekunder diperoleh dari dokumentasi laporan penghimpunan dan penyaluran dana Ramadhan LAZISMU Banyumas tahun 2025–2026, dokumentasi media sosial Instagram LAZISMU Banyumas, serta berbagai literatur dan jurnal penelitian terdahulu yang relevan dengan tema penelitian.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, dokumentasi, dan observasi media sosial. Wawancara dilakukan secara semi terstruktur untuk memperoleh informasi mengenai latar belakang program, strategi penghimpunan dana, loyalitas muzaki, serta faktor pendukung dan penghambat program. Dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data penghimpunan dana, jumlah donatur, penyaluran dana, dan penerima manfaat yang dipublikasikan oleh LAZISMU Banyumas. Selain itu, observasi dilakukan terhadap publikasi program pada media sosial sebagai bagian dari strategi digital fundraising lembaga.

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan model Miles dan Huberman yang meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Tahap reduksi data dilakukan dengan memilih dan menyederhanakan data hasil wawancara serta dokumentasi yang relevan dengan fokus penelitian. Selanjutnya data disajikan dalam bentuk uraian deskriptif dan tabel untuk memudahkan proses analisis. Tahap terakhir dilakukan penarikan kesimpulan berdasarkan keterkaitan antara hasil wawancara, dokumentasi, dan teori yang digunakan dalam penelitian.

Untuk menjaga validitas data, penelitian menggunakan teknik triangulasi sumber dengan membandingkan hasil wawancara dengan dokumentasi laporan penghimpunan dan publikasi media sosial LAZISMU Banyumas. Dengan demikian, data yang diperoleh dapat mendukung keakuratan hasil penelitian mengenai efektivitas program buka puasa prasmanan dalam meningkatkan penghimpunan dana dan loyalitas muzaki.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Strategi Penghimpunan Dana melalui Program Buka Puasa Prasmanan

Program buka puasa prasmanan menjadi salah satu strategi fundraising yang dilakukan lembaga dalam meningkatkan penghimpunan dana zakat, infak, dan sedekah selama bulan Ramadhan. Berdasarkan hasil wawancara, keberhasilan penghimpunan dana tidak hanya bergantung pada ajakan berdonasi, tetapi harus didukung dengan program yang kreatif, jelas perencanaannya, serta memberikan dampak nyata kepada masyarakat. Oleh karena itu, program buka puasa prasmanan dirancang tidak hanya sebagai kegiatan sosial, tetapi juga sebagai media membangun kedekatan emosional antara lembaga dengan masyarakat dan para donatur.

Hasil wawancara menunjukkan bahwa konsep prasmanan dipilih sebagai strategi *positioning* lembaga agar memiliki ciri khas dan mudah diingat oleh masyarakat. Selain memberikan pengalaman berbuka yang lebih nyaman bagi penerima manfaat, konsep ini juga digunakan sebagai upaya mengurangi penggunaan sampah plastik sehingga memberikan nilai tambah dari sisi kepedulian lingkungan. Strategi tersebut terbukti mampu menarik perhatian masyarakat dan meningkatkan partisipasi publik terhadap program yang dijalankan.

Dalam pelaksanaannya, lembaga memanfaatkan media sosial sebagai sarana utama publikasi dan penghimpunan dana. Informan menjelaskan bahwa strategi konten dilakukan dengan membuat "*hook*" atau pesan yang menarik agar konten lebih mudah menjangkau masyarakat luas melalui fitur media sosial seperti FYP (*For Your Page*). Penggunaan media sosial dinilai efektif dalam meningkatkan *awareness* masyarakat terhadap program buka puasa prasmanan sehingga berdampak pada bertambahnya jumlah donatur dan mitra sponsorship. Bahkan, beberapa sponsor mulai datang secara mandiri karena citra masjid dan lembaga sudah dikenal luas oleh masyarakat. Keberhasilan strategi penghimpunan dana juga terlihat dari tingginya antusiasme masyarakat terhadap program. Berdasarkan hasil wawancara, target penghimpunan dana sebesar Rp150 juta telah mencapai Rp135 juta. Selain itu, jumlah penerima manfaat yang mencapai rata-rata 500 orang per hari menunjukkan bahwa program mampu menarik keterlibatan masyarakat dalam skala yang cukup besar. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa program sosial yang dikemas secara kreatif dapat menjadi instrumen fundraising yang efektif dalam meningkatkan penghimpunan dana lembaga filantropi Islam.

Temuan penelitian ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh (Mulyono et al., 2022) yang menjelaskan bahwa strategi digital fundraising melalui media sosial memiliki pengaruh signifikan terhadap peningkatan penghimpunan dana zakat dan sedekah. Penelitian tersebut menegaskan bahwa konten kreatif dan publikasi digital mampu memperluas jangkauan donatur serta meningkatkan partisipasi masyarakat dalam kegiatan filantropi Islam.

Selain itu, penelitian dari (Hayati et al., 2021) menyebutkan bahwa program sosial yang berbasis pelayanan masyarakat dapat memperkuat kepercayaan publik terhadap lembaga amil zakat sehingga berdampak pada meningkatnya penghimpunan dana. Hal tersebut relevan dengan hasil penelitian ini, di mana meningkatnya jumlah donatur dan sponsor menunjukkan adanya penguatan citra dan kepercayaan masyarakat terhadap lembaga. Penelitian lain dalam Jurnal Manajemen Zakat dan Wakaf juga menjelaskan bahwa keberhasilan fundraising dipengaruhi oleh inovasi program, transparansi pengelolaan, dan kemampuan lembaga membangun hubungan emosional dengan donatur (Humaidi et al., 2022). Dengan demikian, program buka puasa prasmanan dapat dipahami tidak hanya sebagai kegiatan berbagi makanan, tetapi juga sebagai strategi fundraising yang mampu meningkatkan partisipasi masyarakat dan memperkuat keberlanjutan penghimpunan dana lembaga.

B. Efektivitas Program Ramadhan terhadap Penghimpunan dan Penyaluran Dana

Berdasarkan laporan penghimpunan dan penyaluran dana Lazismu Banyumas periode Ramadhan 2025 dan 2026, terlihat bahwa program Ramadhan memiliki kontribusi yang sangat signifikan terhadap peningkatan penghimpunan dana zakat, infak, sedekah, serta peningkatan jumlah donatur dan penerima manfaat. Program-program sosial yang dikemas secara kreatif dan dekat dengan masyarakat, seperti buka puasa prasmanan, kado Ramadhan dhuafa, santunan yatim, dan zakat fitrah, terbukti mampu meningkatkan partisipasi publik sekaligus memperkuat loyalitas donatur terhadap lembaga filantropi Islam. Program buka puasa

prasmanan yang dilaksanakan di Masjid 17 Muhammadiyah Purwokerto menjadi salah satu program unggulan yang memiliki daya tarik sosial tinggi. Program ini tidak hanya menjadi sarana ibadah dan berbagi di bulan Ramadhan, tetapi juga menjadi media branding lembaga yang efektif karena melibatkan banyak pihak, mulai dari mahasiswa, jamaah masjid, masyarakat umum, pengemudi ojek online, keluarga pasien rumah sakit, UMKM, hingga sponsor perusahaan dan instansi.

Tabel Perbandingan Penghimpunan dan Penyaluran Dana Ramadhan Lazismu Banyumas 2025-2026

Indikator	Ramadhan 2025	Ramadhan 2026	Kenaikan / penurunan
Total Penghimpunan	Rp. 6.009.027.726	Rp. 6.426.874.342	Peningkatan Rp. 417.846.616
Jumlah Donatur	2.347	2.427	Peningkatan 80 donatur
Total Penyaluran	Rp. 5.241.319.603	Rp. 5.226.657.448	Peningkatan Rp. 25.337.845
Jumlah Penerima Manfaat	72.145	64.628	Penurunan 7.517
Penyaluran Program Ramadhan	Rp.4.370.590.200	Rp.3.956.815.265	Penurunan Rp. 413.774.935

Program Unggulan Ramdhan 2025 Lazismu

Program	Nominal
Kado Ramadhan Fisabilillah	Rp.217.220.000
Kado Ramadhan Dhuafa	Rp.620.403.000
Kado Ramadhan Anak Yatim	Rp.5.600.000
Zakat Fitrah	Rp.3.269.960.500
Buka Puasa Prasmanan	Rp. 256.006.700

Efektivitas Program Buka Puasa Prasmanan sebagai Strategi Peningkatan Penghimpunan Dana dan Loyalitas Muzaki di Lazismu Banyumas



Sumber data: instagram Lazismu banyumas

Berdasarkan data laporan Ramadhan 2025 dan 2026, terlihat bahwa program Ramadhan menjadi sektor utama dalam penghimpunan dan penyaluran dana LAZISMU Banyumas. Pada tahun 2025, program-program unggulan Ramadhan seperti zakat fitrah, kado Ramadhan dhu'afa, dan buka puasa prasmanan berhasil menghimpun partisipasi masyarakat dalam jumlah besar. Bahkan, zakat fitrah menjadi komponen penghimpunan terbesar dengan nilai mencapai Rp.3,2 miliar lebih. Program buka puasa prasmanan yang berhasil menghimpun dana sebesar Rp.256.006.700 menunjukkan bahwa program sosial berbasis masjid memiliki daya tarik tinggi dalam meningkatkan keterlibatan masyarakat.

Program ini bukan hanya berfungsi sebagai kegiatan berbagi makanan berbuka puasa, tetapi juga menjadi sarana membangun kedekatan emosional antara masyarakat dengan lembaga zakat. Program buka puasa prasmanan yang berhasil menghimpun dana sebesar Rp. 256.006.700 menunjukkan bahwa program sosial berbasis masjid memiliki daya tarik tinggi dalam meningkatkan keterlibatan masyarakat. Program ini bukan hanya berfungsi sebagai kegiatan berbagi makanan berbuka puasa, tetapi juga menjadi sarana membangun kedekatan emosional antara masyarakat dengan lembaga zakat. Kehadiran masyarakat secara langsung dalam kegiatan tersebut menciptakan pengalaman sosial dan spiritual yang memperkuat kepercayaan terhadap LAZISMU Banyumas. Selain itu, keterlibatan sponsor, UMKM, komunitas, dan instansi dalam mendukung program Ramadhan menunjukkan bahwa branding lembaga berhasil dibangun secara positif. Program yang konsisten, transparan, dan memberikan manfaat nyata mampu meningkatkan citra lembaga sehingga menarik kolaborasi dari berbagai pihak.

Hal ini terlihat dari meningkatnya jumlah donatur dari 2.347 orang pada tahun 2025 menjadi 2.427 orang pada tahun 2026. Peningkatan penghimpunan dana sebesar Rp. 417 juta pada tahun 2026 juga menunjukkan bahwa keberhasilan program Ramadhan tahun sebelumnya memberikan efek berkelanjutan terhadap loyalitas donatur. Masyarakat cenderung kembali berdonasi kepada lembaga yang dianggap amanah, aktif, dan memiliki program yang dirasakan manfaatnya secara langsung.

Meskipun demikian, keberhasilan program buka puasa prasmanan juga tetap menghadapi tantangan dalam pelaksanaannya, khususnya pada aspek pola penghimpunan dana yang bersifat musiman. Berdasarkan data penghimpunan, peningkatan dana pada bulan Ramadhan terjadi sangat signifikan karena didominasi oleh pembayaran zakat fitrah masyarakat. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa momentum Ramadhan masih menjadi periode utama dalam peningkatan penghimpunan zakat, infak, dan sedekah dibandingkan bulan-bulan lainnya. Padahal, LAZISMU Banyumas telah memiliki berbagai program inovatif di luar Ramadhan pada bidang pendidikan, kemanusiaan, kesehatan, ekonomi, dan dakwah. Namun demikian, tingkat partisipasi masyarakat pada program non-Ramadhan belum mampu melampaui antusiasme penghimpunan saat bulan Ramadhan yang memiliki nilai spiritual dan kesadaran berbagi lebih tinggi di tengah masyarakat.

Selain itu, meningkatnya skala program Ramadhan juga menuntut pengelolaan yang lebih optimal, terutama dalam menjaga kualitas pelayanan, distribusi bantuan, serta koordinasi dengan sponsor dan relawan. Semakin besar jumlah penerima manfaat dan mitra yang terlibat, maka semakin besar pula kebutuhan koordinasi dan manajemen program agar pelaksanaan kegiatan tetap berjalan efektif dan tepat sasaran. Oleh karena itu, keberhasilan program buka puasa prasmanan tidak hanya dipengaruhi oleh tingginya penghimpunan dana, tetapi juga oleh kemampuan lembaga dalam mempertahankan kualitas pelayanan dan kepercayaan masyarakat secara berkelanjutan.

Dalam aspek fundraising digital, penggunaan media sosial memberikan dampak yang signifikan terhadap peningkatan awareness masyarakat dan penghimpunan dana LAZISMU Banyumas. Strategi publikasi melalui konten kreatif terbukti mampu menarik perhatian publik dan memperluas jangkauan program Ramadhan, khususnya program buka puasa prasmanan. Keberhasilan tersebut tidak terlepas dari kualitas SDM tim media LAZISMU Banyumas yang mampu mengelola konten secara menarik, komunikatif, dan mengikuti tren media sosial sehingga publikasi program lebih mudah menjangkau masyarakat luas melalui fitur seperti

FYP. Kondisi ini menunjukkan bahwa digital fundraising tidak hanya bergantung pada penggunaan media sosial semata, tetapi juga dipengaruhi oleh kemampuan SDM dalam mengelola strategi komunikasi digital secara efektif. Namun demikian, persaingan konten di media sosial yang semakin tinggi tetap menjadi tantangan tersendiri bagi lembaga untuk terus mempertahankan kreativitas dan konsistensi publikasi agar engagement masyarakat terhadap program tetap terjaga.

Walaupun jumlah penerima manfaat pada tahun 2026 mengalami penurunan dibandingkan tahun 2025, hal tersebut tidak selalu menunjukkan penurunan efektivitas program. Penurunan tersebut dapat disebabkan oleh perubahan pola distribusi bantuan yang lebih terfokus dan tepat sasaran sehingga kualitas distribusi bantuan menjadi lebih optimal meskipun jumlah penerima manfaat lebih sedikit. Dengan demikian, efektivitas program buka puasa prasmanan tidak hanya diukur dari besarnya jumlah penerima manfaat atau penghimpunan dana, tetapi juga dari kemampuan lembaga dalam menjaga keberlanjutan program, membangun loyalitas muzaki, serta mempertahankan kepercayaan masyarakat melalui pengelolaan program yang transparan dan inovatif.

C. Dampak Program Terhadap Loyalitas Muzaki

Program buka puasa prasmanan tidak hanya memberikan dampak terhadap peningkatan penghimpunan dana, tetapi juga berpengaruh dalam meningkatkan loyalitas muzaki dan kepercayaan masyarakat terhadap Lazismu Banyumas. Berdasarkan hasil wawancara, loyalitas muzaki terlihat dari meningkatnya jumlah donatur, banyaknya komentar positif dari masyarakat, serta munculnya sponsor dan mitra yang secara sukarela ikut mendukung program Ramadhan. Hal tersebut menunjukkan bahwa program yang dijalankan mampu membangun hubungan emosional antara lembaga dengan masyarakat. Data penghimpunan Lazismu Banyumas menunjukkan adanya peningkatan jumlah donatur dari 2.347 donatur pada Ramadhan 2025 menjadi 2.427 donatur pada Ramadhan 2026. Peningkatan tersebut memperlihatkan bahwa masyarakat tidak hanya berdonasi sekali, tetapi juga memiliki kecenderungan untuk kembali menyalurkan zakat, infak, dan sedekah melalui lembaga yang dianggap amanah dan memiliki program yang jelas. Selain itu, total penghimpunan dana juga meningkat dari Rp6.009.027.726 menjadi Rp6.426.874.342. Kenaikan ini menjadi indikator bahwa kepercayaan masyarakat terhadap pengelolaan dana Lazismu Banyumas semakin kuat.

Loyalitas muzaki juga dipengaruhi oleh keberhasilan program dalam memberikan manfaat langsung kepada masyarakat. Berdasarkan data penyaluran, jumlah penerima manfaat mencapai 72.145 orang pada tahun 2025 dan 64.628 orang pada tahun 2026. Besarnya jumlah penerima manfaat menunjukkan bahwa dana yang dihimpun benar-benar disalurkan kepada masyarakat yang membutuhkan. Kondisi tersebut memberikan keyakinan kepada muzaki bahwa donasi yang mereka berikan dikelola secara produktif dan tepat sasaran. Selain itu, konsep buka puasa prasmanan yang terbuka bagi berbagai kalangan seperti mahasiswa, pengemudi ojek online, keluarga pasien, dan masyarakat sekitar masjid turut memperkuat citra inklusif dan kepedulian sosial lembaga.

Keberhasilan program juga terlihat dari banyaknya sponsor yang mendukung kegiatan Ramadhan Masjid 17 Muhammadiyah Purwokerto. Keterlibatan berbagai perusahaan, UMKM, lembaga pendidikan, dan instansi menunjukkan bahwa Lazismu Banyumas mampu membangun networking dan citra lembaga yang positif di mata publik. Dalam konteks fundraising modern, keterlibatan sponsor tidak hanya dipandang sebagai dukungan finansial,

tetapi juga sebagai bentuk kepercayaan terhadap profesionalisme dan keberlanjutan program yang dijalankan lembaga.

Temuan penelitian ini sejalan dengan penelitian dalam *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* yang menjelaskan bahwa loyalitas muzaki dipengaruhi oleh kualitas pelayanan, kepercayaan, dan transparansi lembaga dalam mengelola dana zakat. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa muzaki cenderung melakukan donasi berulang apabila lembaga mampu memberikan laporan penyaluran yang jelas dan program yang dirasakan manfaatnya secara langsung oleh masyarakat (Srilupita et al., 2024). Selain itu, penelitian dari *Jurnal Sains Ekonomi dan Edukasi* menyebutkan bahwa citra lembaga dan hubungan emosional dengan donatur memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas muzaki. Program sosial yang melibatkan interaksi langsung dengan masyarakat mampu meningkatkan kedekatan emosional sehingga mendorong masyarakat untuk terus mendukung program lembaga zakat (Rahim et al., 2025).

Inovasi program dan penggunaan media sosial menjadi faktor penting dalam membangun loyalitas donatur di era digital. Publikasi program yang konsisten serta konten kreatif mampu meningkatkan *engagement* masyarakat terhadap lembaga filantropi Islam. Hal ini relevan dengan strategi Lazismu Banyumas yang memanfaatkan media sosial untuk memperluas jangkauan publikasi program buka puasa prasmanan sehingga semakin dikenal oleh masyarakat luas. Dengan demikian, program buka puasa prasmanan dapat dipahami bukan hanya sebagai kegiatan berbagi makanan saat Ramadhan, tetapi juga sebagai sarana membangun loyalitas muzaki melalui peningkatan kepercayaan, transparansi, pelayanan sosial, dan kedekatan emosional antara lembaga dengan masyarakat.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan penelitian ini menunjukkan bahwa program buka puasa prasmanan yang dilaksanakan oleh LAZISMU Banyumas memiliki efektivitas yang tinggi sebagai strategi penghimpunan dana sekaligus penguatan loyalitas muzaki. Program ini tidak hanya berfungsi sebagai kegiatan sosial keagamaan pada bulan Ramadhan, tetapi juga menjadi instrumen fundraising yang mampu membangun citra positif, meningkatkan partisipasi masyarakat, serta memperkuat kepercayaan publik terhadap lembaga. Keberhasilan program terlihat dari meningkatnya total penghimpunan dana dari Rp6.009.027.726 pada Ramadhan 2025 menjadi Rp6.426.874.342 pada Ramadhan 2026, serta bertambahnya jumlah donatur dari 2.347 menjadi 2.427 orang. Selain itu, program buka puasa prasmanan berhasil menghimpun dana sebesar Rp256.006.700 dan melibatkan berbagai elemen masyarakat, seperti mahasiswa, UMKM, sponsor, komunitas, dan jamaah masjid.

Penelitian ini juga menunjukkan bahwa keberhasilan program dipengaruhi oleh inovasi konsep prasmanan, strategi publikasi melalui media sosial, transparansi pengelolaan dana, serta kemampuan lembaga dalam membangun hubungan emosional dengan masyarakat. Konsep prasmanan memberikan pengalaman berbuka yang nyaman dan berbeda dibanding program buka puasa pada umumnya, sehingga menjadi ciri khas yang memperkuat positioning LAZISMU Banyumas di tengah masyarakat. Pemanfaatan media sosial dengan konten kreatif juga mampu meningkatkan awareness publik, memperluas jangkauan donatur, serta menarik sponsor untuk terlibat secara sukarela dalam mendukung program Ramadhan.

Selain berdampak pada peningkatan penghimpunan dana, program ini juga berkontribusi dalam meningkatkan loyalitas muzaki. Loyalitas tersebut tercermin dari meningkatnya donasi berulang, munculnya dukungan sponsor dan mitra, serta tingginya antusiasme masyarakat

terhadap program yang dijalankan. Pengalaman sosial dan spiritual yang dirasakan masyarakat melalui keterlibatan langsung dalam program mampu membentuk kepercayaan bahwa dana zakat, infak, dan sedekah dikelola secara amanah, transparan, dan tepat sasaran. Dengan demikian, program buka puasa prasmanan dapat dipahami bukan hanya sebagai kegiatan berbagi makanan berbuka puasa, tetapi juga sebagai strategi penguatan kelembagaan yang mampu meningkatkan keberlanjutan penghimpunan dana dan memperkuat hubungan antara lembaga filantropi dengan masyarakat secara berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Baidowi, M. S. I., & Abadi, S. (2021). Analisis Swot Manajemen Zakat Pada Lembaga Amil Zakat Infaq Sedekah Nahdlatul Ulama (Lazisnu). *Niqosiya: Jurnal Penelitian Ekonomi Dan Bisnis Research*, 1(2), 247–267.
- Chamid, A., Habeeb, E., & Mutaqin, E. Z. (2025). Digital Transformation in Fundraising Zakat, Infak, and Sedekah: A Study of Technology Utilization at Nu Care Lazisnu Cilacap. *Filantropi: Jurnal Manajemen Zakat Dan Wakaf*, 6(2), 131–144.
- Fuadi, N. Z. (2018). Wakaf sebagai Instrumen Ekonomi Pembangunan Islam potensi dalam. *Economica: Jurnal Ekonomi Islam*, 9(1), 151–177.
- Halimatusadiyah, H., Aprilida, R., Tsanya, D., Rohim, A., & Marlina, L. (2025). Modal Sosial Dalam Pengelolaan Zakat Perspektif Al-Qur'an (Analisis Trust, Jaringan, Dan Norma Islam Pada Lembaga Amil Zakat Dan BAZNAS). *TAFAKKUR: Jurnal Ilmu Al-Qur'an Dan Tafsir*, 6(1).
- Hasibuan, I. M., Samri, Y., & Nasution, J. (2024). Konsep Good Governance Lembaga Pengelola Zakat. *Aktiva: Journal of Accountancy and Management*, 2(2).
- Hayati, R., Nadilla, A., & Almuajddedi, M. S. (2021). Efektivitas Penghimpunan Dana Zakat , Infak , dan Shadaqah Pada Program Ramadhan 1440 H oleh Inisiatif Zakat Indonesia (IZI) Cabang Padang. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(03), 1825–1834.
- Humaidi, Umar, Abdullah, M. R., & Khaerunnisa. (2022). Comparative Study of Zakat Funds Collection Through Manual Fundraising and Digital Fundraising in Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(01), 347–351.
- Kartini, K. P., & Muarrifah, S. (2023). Transformation Of The Role Of Technology In The Collection And Distribution Of Social Funds. *JMI: Journal Multidisciplinary Indonesia*, 2(12), 3561–3570.
- Maelani, I., & Shafrani, Y. S. (2022). Fundraising Strategi Dana Zakat Pada BAZNAS Kabupaten Banyumas. *Social Science Studies*, 2(2), 87–109. <https://doi.org/10.47153/sss22.3532022>
- Mulyono, S. H., Ayuniyyah, Q., & Ibdalsyah. (2022). Strategi Digital Fundraising Dalam Penghimpunan Dana Zakat : Studi Kasus Lembaga Amil Zakat Global Zakat. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(01), 67–79.
- Rahim, A., Firayanti, Y., & Marhamah. (2025). Strategi Pemasaran di Lembaga Kemanusiaan Dompot Ummat dalam Meningkatkan Kepercayaan Muzakki Kota Pontianak. *Jurnal Sains Ekonomi Dan Edukasi*, 2(8), 1891–1910.
- Saputra, A. J., Yulianis, F., & Sari, I. P. (2024). Pengaruh Akuntabilitas dan Transparansi Laporan Keuangan Terhadap Tingkat Kepercayaan Muzakki di Lazismu Pasaman Barat. *JAAIP: Jurnal Akademi Akuntansi Indonesia Padang*, 4(1), 69–79.
- Sari, S. M., & Raharja, M. C. (2023). Inovasi Platform E-Commerce Dalam Pengumpulan Zakat Dan Wakaf : Meningkatkan Aksesibilitas, Transparansi, Dan Efisiensi Dalam Penggalangan Dana Sosial. *Filantropi: Jurnal Manajemen Zakat Dan Wakaf*, 4(2), 158–169.
- Srilupita, A., Novia, A., Rozalinda, & Toni, H. (2024). Pengaruh Transparansi Zakat , Kualitas Pelayanan , Religiusitas , Terhadap Loyalitas Muzaki dengan Kepuasan dan Kepercayaan Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 10(02), 2176–2190.
- Zainudin, M. (2023). Filantropi Islam Dalam Pertumbuhan Ekonomi Umat. *El-Arbah: Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Perbankan Syariah*, 7(1), 85–98.