Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal

Volume 8 Nomor 11 (2026) 1155 – 1172 P-ISSN 2656-274x E-ISSN 2656-4691
DOI: 10.47476/reslaj.v8i11.13722

Fungsi Perencanaan dalam Unit Usaha Barang Bekas Berkualitas (Barbeku) pada Yayasan Amal Khair Yasmin

Ummi Sa'adah[1], Fatmawati[2]
[1,2]UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, Indonesia
ummi.saadah25@mhs.uinjkt.ac.id[1], fatmawati@uinjkt.ac.id[2]

ABSTRACT

Yayasan Amal Khair Yasmin in South Tangerang implements an Islamic social enterprise concept through its Barbeku (Barang Bekas Berkualitas) business unit. This unit converts donated quality secondhand goods into a self-sustaining funding source for free educational and social programs. The success of this social business heavily relies on a mature planning function (takhthith) to ensure accountable, well-targeted, and sustainable operations. This study aims to analyze the application of the planning function in the Barbeku business unit through six management indicators, identify documented planning aspects, and evaluate its alignment with Islamic values and the principle of trustworthiness (amanah). This study adopted a qualitative approach with a literature review method adhering to the PRISMA 2020 transparency guidelines. Secondary data from scientific journals, academic books on da'wah management, and institutional profiles were analyzed descriptively. The findings indicate that Barbeku's planning function operates effectively at both strategic and operational levels across six indicators (objectives, targets, strategies, schedules, resources, and vision, mission and sharia alignment). The primary strengths lie in the detailed operational workflow with strict quality criteria, a clear percentage distribution of revenue to eight empowerment programs, and a strict separation between pure grant funds and commercial trade revenues to maintain high accountability. The planning function within the Barbeku business unit successfully integrates the mission of da'wah bil hal (action-based propagation) with business professionalism. Future improvements can be optimized by sharpening periodic quantitative targets and enhancing public reporting schedules to continuously maintain donor trust.

Keywords *: Da'wah Planning, Islamic Social Enterprise, Islamic Philanthropy, Secondhand Goods, Yayasan Amal Khair Yasmin.*

ABSTRAK

Yayasan Amal Khair Yasmin di Tangerang Selatan menerapkan konsep social enterprise islami melalui unit usaha Barbeku (Barang Bekas Berkualitas). Unit usaha ini mengonversi hibah barang bekas layak pakai dari donatur menjadi sumber pendanaan mandiri bagi program-program sosial dan pendidikan gratis. Keberhasilan pengelolaan usaha ini sangat bergantung pada kematangan fungsi perencanaan (takhthith) agar program berjalan secara akuntabel, tepat sasaran, dan berkelanjutan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan fungsi perencanaan pada unit usaha Barbeku melalui enam indikator manajemen, mengidentifikasi aspek perencanaan yang telah terdokumentasi, serta menilai keselarasannya dengan nilai-nilai Islam dan prinsip amanah. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kepustakaan (literature review) yang mengacu pada prinsip transparansi PRISMA 2020. Data sekunder diperoleh dari jurnal ilmiah, buku akademik manajemen dakwah, dan profil lembaga yang dianalisis secara deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perencanaan Barbeku berjalan baik pada tingkat strategis dan operasional melalui enam indikator (tujuan, sasaran, strategi, jadwal, sumber daya, serta visi, misi, dan prinsip syariah). Kekuatan utama perencanaan terletak pada kejelasan alur operasional dengan kriteria mutu barang yang ketat, ketegasan persentase pembagian hasil

Volume 8 Nomor 11 (2026) 1155 – 1172 P-ISSN 2656-274x E-ISSN 2656-4691
DOI: 10.47476/reslaj.v8i11.13722

penjualan ke delapan program pemberdayaan, serta pemisahan yang jelas antara dana hibah donatur dan dana transaksi jual-beli untuk menjaga aspek akuntabilitas. Fungsi perencanaan pada unit usaha Barbeku berhasil mengintegrasikan misi dakwah bil hal dengan profesionalisme bisnis. Penguatan ke depan dapat dioptimalkan dengan mempertajam target kuantitatif periodik dan meningkatkan penjadwalan pelaporan publik guna merawat kepercayaan donatur secara berkelanjutan.

Kata kunci : Perencanaan Dakwah, Kewirausahaan Sosial Islami, Filantropi Islam, Barbeku, Yayasan Amal Khair Yasmin.

PENDAHULUAN

Dakwah tidak hanya hadir dalam bentuk ceramah dan pengajian. Islam juga disampaikan melalui tindakan nyata yang meringankan beban sesame, yang dikenal sebagai dakwah bil hal. Sedekah menjadi salah satu wujud yang paling dekat dengan kehidupan sehari-hari. Al-Qur'an mengajak orang beriman untuk menginfakkan sebagian dari hasil usahanya yang baik, dan melarang memilih yang buruk untuk disedekahkan. Ketika kegiatan ini dijalankan oleh sebuah lembaga, sedekah tidak lagi sekedar pemberian pribadi. Namun menjadi program yang menghimpun barang dan dana dari banyak donatur, mengelolanya, lalu menyalurkannya kepada banyak penerima. Karena itu, lembaga filantropi Islam memerlukan pengelolaan yang terstruktur dan akuntabel agar tujuan sosial dan dakwahnya tercapai (Ridwan et al., 2024).

Dalam teori manajemen, perencanaan dipandang sebagai fungsi pertama yang mendahului pengorganisasian, penggerakan, dan pengawasan (Terry, 2012; Hasibuan, 2019). Sebaliknya, dalam teori manajemen dakwah juga menegaskan posisi yang sama dan memakai istilah takhthith untuk fungsi perencanaan ini (Munir & Ilaihi, 2021). Dakwah Islam perlu memberikan warna dan corak kepada umat manusia yang berdasarkan tuntutan ajaran Islam melalui sumbernya yang paling pokok, yaitu Al-Qur'an dan As-Sunnah. Namun, meskipun hal ini menentukan keberhasilan suatu kegiayan ada satu hal uang sering dianggap sepele dan mudah oleh organisasi, termasuk lembaga dakwah yaitu perencanaan. Tanpa sebuah perencanaan yang matang, maka kegiatan apapun tidaklah akan berhasil. Oleh karena itu, jelas bahwa keberhasilan suatu organisasi dalam membuat perencanaan yang baik merupakan upaya untuk mencapai keberhasilan organisasi secara keseluruhan. Berdasarkan hal tersebut maka dapat dikatakan bahwa perencanaan mutlak harus ada dalam setiap organisasi (Wulandari, 2025). Pentingnya perencanaan dalam dakwah dibahas dari sisi strategi (Asy'ari, 2019), dari sisi kebutuhan manajemen dalam kegiatan dakwah (Arif et al., 2022), dan dari sisi Al-Qur'an dan hadis (Sholahuddin et al., 2021). Penerapan fungsi manajemen telah diteliti pada gerakan dakwah organisasi kemasyarakatan (Tanjung & Ritonga, 2023), kegiatan dakwah berbasis masjid (Mutiara & Kustiawan, 2024), dan program sedekah, misalnya beduk sedekah subuh di DSH Klaten (Gustiani & Wulandari, 2023).

Volume 8 Nomor 11 (2026) 1155 – 1172 P-ISSN 2656-274x E-ISSN 2656-4691
DOI: 10.47476/reslaj.v8i11.13722

Perkembangan filantropi Islam di Indonesia menjadi cermin dari pertumbuhan yang subur dalam masyarakat. Filatropi ini tercermin dalam praktik-praktik seperti zakat, infak, dan sedekah yang mengikuti ajaran agama Islam untuk mempromosikan keadilan sosial dan kemaslahatan umum. Kesadaran akan kebaikan tanpa pamrih telah menjadi bagian dari budaya dan pola hidup dalam masyarakat. Berbagai lembaga filantropi, baik yang didirikan oleh pemerintah maupun organisasi masyarakat telah bermunculan untuk mengelola dana zakat, infak, dan sedekah sesuai dengan prinsip Islam (Faruq, 2024). Filantropi islam tidak hanya diwujudkan dalam bentuk zakat, infak, dan sedekah berupa uang, tetapi juga dapat dikembangkan melalui pemanfaatan barang bekas yang masih memiliki nilai ekonomi. Hasil penjualannya dimanfaatkan untuk mendukung berbagai program sosial, pendidikan, kesehatan, keagamaan, serta pemberdayaan masyarakat. Dengan mekanisme tersebut mengubah barang bekas menjadi sumber pendanaan kegiatan sosial yang berkelanjutan (Damayanti et al., 2026).

Salah satu bentuk sedekah barang yang dikenal luas adalah Barbeku yakni Barang Bekas Berkualitas. Pada praktiknya Barbeku menghimpun barang bekas yang masih berkualitas, seperti pakaian, sepatu, tas, buku, dan mainan anak, lalu menjual atau menyalurkannya kepada masyarakat. Strategi pengelolaan Barbeku telah diteliti pada Yayasan Nurul Hayat di Surabaya. KPPN Malang menyelenggarakan bazar ramadhan yang menjual barbeku seharga Rp 1.000 sampai Rp 10.000, setelah barangnya dikumpulkan sejak dua minggu sebelum bazar, dan hasil penjualannya disumbangkan ke panti asuhan (Nugraha, 2026). LazisMu Bengkulu menjual pakaian donasi dengan harga terjangkau untuk membiayai pasar murah (Rodiyah et al., 2025). Rancangan lainnya juga membagikan barang tanpa dijual, seperti program Sedekah Barang Baznas bersama DKM Masjid At-Tin yang memakai kotak donasi (Saroh, 2025) dan gerai amal Debu Langit yang membiarkan dhuafa memilih sendiri barang yang dibutuhkan (Noorca, 2021). Perbedaan rancangan ini menunjukkan bahwa titik penghimpunan, cara penjualan atau penyaluran, dan pemanfaatan hasil adalah keputusan yang diambil pada tahap perencanaan.

Alur barbeku terdiri atas beberapa tahap yang saling bergantung yakni barang yang dihimun dari donatur, disortir untuk memastikan kualitasnya, dicatat dan disimpan, lalu dijual atau disalurkan. Salah satu contoh nyata dari bentuk mekanisme tersebut ialah komunitas sedekah budaya. Komunitas ini menghimpun barang-barang bekas dari masyarakat sebagai donatur lalu menjual kembali barang-barang tersebut dengan harga yang terjangkau, kemudian mengalokasikan seluruh hasil penjualannya untuk kegiatan sosial, seperti peningkatan soft skill dan hard skill, terkhususnya pada anak yatim. Inisiatif tersebut bukanlah kegiatan amal semata melainkan juga sebagai bentuk redistribusi nilai ekonomi secara kolektif (Yusuf et al., 2025). Jika salah satu tahap tidak dirancang, dampaknya merambat ke tahap berikutnya. Barang yang tidak disortir menurunkan mutu, barang yang diterima tanpa rencana penyaluran menumpuk di tempat penyimpangan, dan penyaluran

Volume 8 Nomor 11 (2026) 1155 – 1172 P-ISSN 2656-274x E-ISSN 2656-4691
DOI: 10.47476/reslaj.v8i11.13722

tanpa data penerima berisiko tidak tepat sasaran. Persoalan seperti ini bersumber dari perencanaan bukan dari kurangnya niat baik.

Yayasan Amal Khair di Tangerang Selatan dipilih sebagai konteks kelembagaan karena menjalankan Barbeku sebagai unit usaha sosial. Yayasan ini berdiri pada 1998 dan diarahkan menjadi organisasi nirlaba yang identik dengan social enterprise, yakni lembaga yang membentuk unit usaha untuk membiayai program sosial, pendidikan, dan kesehatan (Yayasan Amal Khair, 2026). Barbeku shop sebagai proyek bisnis unggulan yayasan yaitu toko barang bekas yang seluruh keuntungannya membiayai program sosial, termasuk pendidikan gartos bagi anak dan remaja kurang mampu (Aflatoun, 2026). Barbeku menerima hibah barang bekas berkualitas lalu menjualnya di toko Barbeku, dan mengalokasikan hasilnya untuk program-program yayasan. Alurnya meliputi kontak donatur, pengambilan barang, pengecekan mutu, penjualan, dan pembagian hasil. Alur yang berlapis ini menuntut perencanaan agar tidak merambat ke tahap berikutnya. Konteks ini menunjukkan bahwa Barbeku bukan sekedar kegiatan donasi barang, melainkan unit usaha yang hasilnya menopang program lembaga, sehingga perencanaannya menyangkut tujuan sosial sekaligus keberlangsungan usaha.

Kajian terdahulu menunjukkan bahwa fungsi manajemen telah banyak diteliti pada lembaga dakwah, tetapi pada objek yang berbeda dari penelitian ini. Penelitian lainnya membahas fungsi perencanaan dalam perspektif Al-qur'an dan hadis (Sholahuddin et al., 2021), urgensi manajemen dalam dakwah (Arif et al., 2022), penerapan fungsi manajemen pada praktik dakwah (Tanjung & Ritonga, 2023), pada gerakan dakwah pimpinan Daerah Muhammadiyah (Darmayenti & Kustiawan, 2023), pada kegiatan keagamaan majelis taklim (Mutiara & Kustiawan, 2024), pada kegiatan dakwah berbasis masjid yang memanfaatkan media sosial. Pada ranah filantropi membahas manajemen filantropi (Ridwan et al., 2024), pemanfaatan donasi pakaian layak pakai di LazisMu Bengkulu untuk pendanaan pasar murah (Rodiyah et al., 2025), dan pengelolaan program beduk sedekah subuh (Gustiani & Wulandari, 2023). Dalam penelusuran penulis, masih belum banyak ditemukan yang membahas fungsi perencanaan pada unit usaha barang bekas berkualitas di lembaga dakwah filantropi. Padahal perencanaan yang jelas menentukan unit usaha yang dapat terus membiayai program sosial dan menjaga kepercayaan donatur.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan menganalisis penerapan fungsi perencanaan pada unit usaha Barbeku Yayasan Amal Khair Yasmin melalui enam indikator perencanaan, mengidentifikasi bagian perencanaan yang sudah terdokumentasi dan yang belum, serta menilai keselarasannya dengan nilai-nilai Islam dalam pengelolaan lembaga. Secara praktis, hasilnya dapat menjadi bahan refleksi bagi yayasan dan lembaga filantropi lain yang mengelola unit usaha serupa.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kepustakaan (literature review). Metode ini dipilih karena tujuan penelitian ini

Volume 8 Nomor 11 (2026) 1155 – 1172 P-ISSN 2656-274x E-ISSN 2656-4691
DOI: 10.47476/reslaj.v8i11.13722

adalah menyusun kerangka konseptuual dari berbagai sumber ilmiah bukan mengukur praktik di satu lembaga. Studi kepustakaan memungkinkan peneliti mengidentifikasi, mengevaluasi, dan mensintesis temuan terdahulu untuk memperoleh pemahaman yang lebih utuh (Snyder, 2019). Data penelitian berupa data sekunder yang diperoleh melalui artikel jurnal ilmiah, buku akademik di bidang manajemen dan manajemen dakwah, serta profil lembaga yang dipublikasikan secara terbuka literatur ditelusuri melalui google scholar dan portal jurnal ilmiah dengan kata kunci seperti perencanaan dakwah, manajemen dakwah, fungsi manajemen, manajemen filantropi Islam, dan sedekah. Literatur yang relevan dipilih berdasarkan kesesuaian tema dan kontribusinya terhadap fokus penelitian yaitu fungsi perencanaan, nilai Islam dalam manajemen, dan pengelolaan program filantropi. Proses identifikasi dan seleksi literature mengacu pada prinsip transparansi PRISMA 2020 (Page et al., 2021). Data dianalisis secara deskriptif melalui tahap identifikasi, kategorisasi, perbandingan, dan sintesis temuan untuk menghasilkan kesimpulan mengenai penerapan fungsi perencanaan pada unit usaha Barbeku Yayasan Amal Khair Yasmin.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Perencanaan Lembaga Dakwah dalam Perspektif Islam

Manajemen dipahami sebagai proses mengelola sumber daya untuk mencapai tujuan secara efektif dan efisien (Hasibuan, 2019). Dalam rumusan klasik yang dipopulerkan George R. Terry, fungsi manajemen terdiri atas palnning, organizing, actuating, dan controlling (Terry, 2012). Dari keempat fungsi tersebut, perencanaan menempati urutan pertama karena menjadi dasar bagi fungsi-fungsi berikutnya. Dalam manajemen modern perencanaan dipandang sebagai proses menetapkan tujuan dan menentukan cara terbaik untuk mencapainya (Bright & Cortes, 2019). Dengan demikian, perencanaan tidak hanya berkaitan dengan penyusunan dokumen program kerja, tetapi juga dengan proses berpikir sebelum bertindak dengan menjawab apa yang hendak dicapai dan bagaimana cara mencapainya. Kajian manajemen dakwah mengadopsi kerangka tersebut dengan istilah takhtith (perencanaan), tanzhim (pengorganisasian), tawjih (penggerakan), dan riqobah (pengawasan) (Munir & Ilaihi, 2021). Manajemen dakwah dipandang sebagai upaya mengelola kegiatan dakwah secara sistematis (Shaleh, 1993), organisasi dakwah dibangun melalui pembagian pekerjaan dan penetapan hubungan kerja (Hamriani, 2013).

Perspektif Islam memberikan dimensi normatif terhadap perencanaan. Al-Qur'an memerintahkan manusia memperhatikan apa yang telah diperbuatnya untuk hari esok yang dsiebut sebagai landasan berpikir ke depan. Dalam pengelolaan lembaga, nilai amanah menempati tempat yang sangat penting. Manajemen syariah menekankan bahwa pengelola memegang kepercayaan dari donatur dan masyarakat, sehingga perencanaan harus memperhitungkan akuntabilitas sejak awal (Hafidhuddin & Tanjung, 2003). Dalam manajemen filantropi Islam disebutkan

Volume 8 Nomor 11 (2026) 1155 – 1172 P-ISSN 2656-274x E-ISSN 2656-4691
DOI: 10.47476/reslaj.v8i11.13722

bahwa keikhlasan, keadilan, ketepatan sasaran, efisiensi, dan akuntabilitas sebagai prinsip dasar perencanaan (Ridwan et al., 2024). Dalam konteks lembaga dakwah, perencanaan memastikan bahwa kegiatan terarah pada tujuan dakwah, memperhitungkan sasaran dan sumber daya, serta sejalan dengan nilai syariah. Atas dasar itu, kajian ini menggunakan perencanaan sebagai kerangka untuk membaca unit usaha Barbeku sebagai bagian dari kegiatan lembaga dakwah filantroopi.

Kewirausahaan Sosial sebagai Model Pendanaan Lembaga Filantropi

Kewirausahaan sosial dipahami sebagai usaha inovatif yang menggabungkan prinsip bisnis dengan tujuan sosial (Cahyani, 2025). Kewirausahaan sosial merupakan pendekatan yang menggabungkan misi sosial dengan praktik kewirausahaan dalam rangka menyelesaikan masalah-masalah sosial secara inovatif dan berkelanjutan. Konsep ini bukan sekedar menjalankan usaha untuk memperoleh laba, melainkan menggunakan akyivitas bisnis sebagai sarana untuk menciptakan dampak sosial yang nyata. Kewirausahaan sosial sebagai kombinasi antara semangat inovatif dunia bisnis dan komitmen terhadap misi sosial, di mana keuntungan finansial bukanlah tujuan utama, tetapi alat untuk memperluas jangkauan dampak dan meningkatkan kapasitas masyarakat yang dilayani (Dees, 1998). Di Indonesia, kewirausahaan sosial mulai berkembang seiring dengan meningkatnya kesadaran akan pentingnya inovasi sosial dalam mengatasi kemiskinan, pengangguran, dan ketimpangan. Sektor ini tumbuh dengan berbagai bentuk, mulai dari koperasi berbasis komunitas, startup berdampak sosial, hingga usaha kecil. Dalam konteks ini, kewirausahaan berfungsi sebagai jembatan antara idealism sosial dan profesionalisme bisnis, menjadikannya mitra strategis yang potensial bagi lembaga filantropi (Zakariya & Rosida, 2025). Di sisi lain, perkembangan kewirausahaan sosial (social entrepreneurship) di Indonesia menunjukkan potensi besar sebagai pendekatan pemberdayaan alternatif. Kewirausahaan sosial mampu memadukan tujuan ekonomi dan sosial dengan menciptakan unit usaha yang tidak hanya mencari keuntungan, tetapi juga menciptakan nilai sosial melalui pemberdayaan masyarakat marginal (Nicholls & Pharoah, 2008). Maka mengintegrasikan dana sosial ke dalam ekosistem kewirausahaan sosial merupakan langkah strategis untuk menciptakan dampak yang lebih berkelanjutan.

Islamic social enterprise menjadi konsep yang biasanya digunakan oleh lembaga filantropi merupakan mode insiatif bisnis yang berpusat pada masyarakat dan strategi alami untuk memecahkan masalah ketimpangan ekonomi, konsentrasi kekayaan, dan perpecahan sosial. Islamic social enterprise tidak terlepas dari ajaran Islam dalam pelaksanaan operasi dan kegiatannya. Berdasarkan kriteria ISE tersebut, maka konsep ISE merupakan penggabungan tujuan social enterprise dan ajaran serta nilai dalam Islam yang terdiri dari tujuan islami sosial, tujuan islami ekonomi, serta prinsip dan nilai Islam. ISE berperan pada masyarakat dalam beberapa bentuk, seperti mengakomodasi donatur untuk memberikan sumbangan dan menawarkan

Volume 8 Nomor 11 (2026) 1155 – 1172 P-ISSN 2656-274x E-ISSN 2656-4691
DOI: 10.47476/reslaj.v8i11.13722

barang serta jasa yang terjangkau kepada kelompok masyarakat tertentu, termasuk melayani masyarakat setempat dengan menciptakan kesempatan kerja.

Selain itu, kontribusi berupa dampak sosial dari lembaga nirlaba dipandang sebagai perbuatan baik bagi muslim dalam rangka meningkatkan standar hidup dan menjadi manusia yang lebih taat. Pengumpulan dana amal oleh ISE dapat digunakan untuk berinvestasi kembali di masa depan. Tindakan ini dilakukan dalam berbagai kegiatan bisnis seperti perdagangan. Melalui pola seperti ini menjadikan ISE dapat berkontribusi dalam memberikan dampak sosial bagi masyarakat terutama bagi kelompok muslim yang kurang beruntung (Listyadewi et al., 2022).

Bagi lembaga filantropi Islam, pendekatan ini memungkinkan unit usaha menjadi sumber pendanaan program sosial sehingga lembaga tidak sepenuhnya bergantung pada donasi tunai. Pengembangan kewirausahaan sosial berbasis filantropi Islam telah dikaji, misalnya pada Yayasan Dana Sosial Al-Falah Surabaya (Zakariya et al., 2024). Karena unit usaha berjalan berdampingan dengan program sosial, perencanaannya perlu dibaca pada dua tingkat, yaitu tingkat strategis yang menyangkut pilihan model usaha dan tingkat operasional yang menyangkut pelaksanaan program sehari-hari. Bagi lembaga dakwah filantropi, kewirausahaan sosial menambah satu tuntutan perencanaan yakni menjaga agar kegiatan usaha tetap melayani tujuan sosial dan dakwah lembaga bukan sebaliknya.

Yayasan Amal Khair Yasmin sebagai Lembaga Filantropi Islam dan Unit Usaha Barbeku

Yayasan Amal Khair Yasmin berdiri pada 1998, berkedudukan di Ciputat Timur, Kota Tangerang Selatan, dan diarahkan menjadi organisasi nirlaba yang identic dengan social enterprise melalui unit-unit usaha yang membiayai program sosial, pendidikan, dan kesehatan. Salah satu unit usaha yang ada di Yayasan Amal Khair Yasmin adalah barang bekas berkualitas (Barbeku). Barbeku sudah hadir sejak yayasan didirikan dan merupakan unit usaha milik yayasan yang dikelola untuk membiayai pekerja dan program sosial. Yayasan Yasmin menerima hibah barang bekas untuk dijual kembali di toko Barbeku dan hasil penjualannya dialokasikan untuk program yayasan. Selain menerima hibah, toko juga menerima jual beli barang bekas berkualitas yang keuntungannya disisihkan untuk program sosial setelah dipotong biaya operasional (Yayasan Amal Khair Yasmin, 2025).

Program penghimpinan barangnya diberi nama Hibah Barang Bekas untuk Pendidikan Gratis. Barang yang diterima antara lain alat rumah tangga, alat kantor, furniture, elektronik, perhiasan, kendaraan, oakaian, buku, Koran, dan majalah, selama memiliki nilai jual. Dengan demikian, barbeku di Yasmin tidak terbatas pada pakaian dan berbeda dari model sedekah barang yang dibagikan gratis, karena barang hibah dijual lebih dulu dan hasilnya yang disalurkan. Gagasan dibalik program tersebut sebagai upaya memunculkan paradigma bahwa menyumbang melalui lembaga nirlaba tidak harus berupa uang.

Volume 8 Nomor 11 (2026) 1155 – 1172 P-ISSN 2656-274x E-ISSN 2656-4691
DOI: 10.47476/reslaj.v8i11.13722

Asal mula terbentuknya program tersebut bermula dimana seorang penjual barang bekas menjual barangnya ke toko Barbeku, tetapi tidak puas dengan harga yang ditawarkan, lalu menghibahkan barangnya karena mengetahui bahwa hasil penjualan toko dipakai untuk kepentingan sosial. Pengalaman tersebut mendorong yayasan membentuk tim penerima hibah barang bekas. Sebelumnya yayasan hanya mengandalkan kenalan untuk memperoleh barang. Hal tersebut menunjukkan bahwa sebagian rancangan program tumbuh dari pengalaman lapangan yang kemudian dilembagakan.

Perencanaan Strategis Barbeku dari Panggilan Hingga Konsep Usaha

Barbeku muncul melalui tiga fase kewirausahaan sosial. Pada fase pangilan, para pendiri melihat banyak barang bekas yang tidak terpakai, bahkan dibuang, padahal masih bernilai jual, ditambah adanya seseorang yang ingin menyumbangkan barang bekas berkualitas kepada yayasan. Pada fase ide, para pendiri berkumpul untuk membahas solusi dan menyusun beberapa program pemberdayaan yang difokuskan pada pendidikan gratis bagi masyarakat tidak mampu. Yayasan juga memberikan pelatihan kewirausahaan bagi siswa SMA dan SMK, pelatihan bahasa Inggris dan computer bagi siswa SD dan PAUD, serta pelatihan bagi kepala sekolah dan guru. Pada fase konsep, yayasan menetapkan kewirausahaan sosial berupa pengelolaan barang bekas berkualitas seperti furnitur, peralatan dapur, baju, tas, sepatu, motor, mobil, dan telepon genggam dengan hasil penjualan disalurkan untuk program pemberdayaan (Yayasan Amal Khair Yasmin, 2026).

Urutan tersebut memperlihatkan perencanaan pada tingkat strategis yang runtut yakni masalah sosial dipetakan lebih dahulu, solusi dirumuskan dalam bentuk pendidikan gratis, kemudian model pendanaan dipilih melalui unit usaha barang bekas. Hal ini sejalan dengan pandangan bahwa perencanaan menetapkan tujuan dan cara mencapainya sebelum sumber daya digerakkan (Terry, 2012). Pemilihan model usaha juga masuk akal, karena bahan bakunya berasal dari hibah donatur sehingga modal untuk memperoleh barang relatif kecil.

Enam Indikator Perencanaan Barbeku

Enam indikator digunakan untuk membedah sistem perencanaan dalam program ini yaitu tujuan, sasaran, strategi dan kegiatan, jadwal, anggaran dan sumber daya, serta kesesuaian visi, misi, dan prinsip syariah. Konstruksi indikator ini memadukan unsur dasar perencanaan manajemen, nilai amanah dan akuntabilitas syariah, serta karakteristik spesifik unit usaha yang mengonversi barang hibah menjadi dana program. Adapun penjelasan detail mengenai cakupan aspek, dampak risiko dari setiap indikator dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Volume 8 Nomor 11 (2026) 1155 – 1172 P-ISSN 2656-274x E-ISSN 2656-4691
DOI: 10.47476/reslaj.v8i11.13722

Tabel 1. Indikator Perencanaan Unit Usaha Barbeku

Indikator	Cakupan Perencanaan pada Barbeku	Risiko jika Tidak Direncanakan
Tujuan	Target jumlah barang, kelompok dan jumlah penerima manfaat, serta standar mutu	Program berjalan tanpa arah dan sulit dievaluasi
Sasaran	Donatur, pembeli, dan penerima manfaat, beserta kriteria penerima	Penyaluran tidak sesuai kebutuhan nyata
Strategi dan kegiatan	Tahap penghimpunan, penyortiran, penyimpanan, pendataan, dan penjualan atau penyaluran, serta kriteria kualitas barang	Barang tidak berkualitas diterima atau menumpuk
Jadwal	Waktu penerimaan, penyortiran, dan penjualan atau penyaluran, baik rutin maupun insidental	Program reaktif terhadap datangnya donasi
Sumber daya dan anggaran	Pelaksana, tempat penyimpanan dan penjualan, sarana angkut, serta sumber dan pembagian dana	Program terhenti karena keterbatasan pelaksana, tempat, atau biaya
Kesesuaian visi, misi, dan syariah	Keterkaitan program dengan dakwah lembaga serta rencana pertanggungjawaban kepada donatur	Program lepas dari identitas lembaga dan melemahkan kepercayaan donatur

Sumber: Diolah dari berbagai sumber

Tujuan menjadi titik tolak setiap perencanaan karena dari tujuan itulah sasaran, strategi, dan kebutuhan sumber daya diturunkan. Dalam literatur manajemen perencanaan dipandang sebagai proses menetapkan tujuan dan cara mencapainya sebelum sumber daya digerakkan (Terry, 2012; Bright & Cortes, 2019). Pada unit usaha seperti Barbeku, tujuan memiliki dua lapis yakni tujuan usaha berupa penjualan barang yang dihimpun, dan tujuan sosial berupa pemanfaatan hasilnya. Lapis kedua pada Yasmin berarti seluruh seluruh keuntungan Barbeku shop dipakai untuk membiayai program sosial, termasuk pendidikan gratis (Aflatoun, 2026). Unit usaha Barbeku dibentuk dengan tiga tujuan. Pertama, memperkenalkan toko Barbeku kepada masyarakat luas, terutama masyarakat menengah ke atas sebagai tempat yang menerima jual beli maupun hibah barang bekas berkualitas yang dananya dialokasikan untuk program pemberdayaan. Kedua, menjalankan dan melanjutkan program pemberdayaan yang telah berjalan. Ketiga, mengelola dana dari barang bekas yang dibeli dan diterima untuk dijual kembali dengan seluruh hasil

Volume 8 Nomor 11 (2026) 1155 – 1172 P-ISSN 2656-274x E-ISSN 2656-4691
DOI: 10.47476/reslaj.v8i11.13722

penjualannya dialokasikan untuk program pemberdayaan. Tujuan yang dirumuskan dengan jelas memudahkan lembaga menilai apakah penjualan memang menopang program yang dibiayainya (Yayasan Amal Khair Yasmin, 2026). Rumusan tersebut menunjukkan arah yang jelas yaitu pendanaan program pemberdayaan melalui penjualan barang bekas. Tujuan yang terukur memudahkan lembaga menilai capaiannya (Terry, 2012). Dengan demikian, oenguatan perencanaan Barbeku dapat dimulai dari penajaman tujuan menjadi target yang dapat diperiksa.

Tujuan itu kemudian menentukan sasaran yang pada Barbeku mencakup tiga kelompok yakni donatur yang menyumbangkan barang, pembeli yang membeli barang, dan penerima manfaat berupa program atau kelompok yang dibiayai hasil penjualan. Dalam ilmu dakwah, pengenalan terhadap sasaran menjadi pijakan merumuskan tujuan (Al-Bayanuni, 2021), dan dalam manajemen filantropi Islam ketepatan sasaran dipandang sebagai prinsip dasar (Ridwan et al., 2024). Praktik di lembaga lain menunjukkan bahwa sasaran dapat dirancang berbeda. Bazar Barbeku KPPN Malang menyasar pembeli masyarakat dengan harga Rp1.000-Rp10.000 dan menyalurkan hasilnya ke panti asuhann (Nugraha, 2026), sedangkan gerai amal Debu Langit membiarkan penerima memilih sendiri barang yang dibutuhkan (Noorca, 2021).

Strategi Barbeku mencakup lima tahap saling bergantung yaitu penghimpunan, penyortiran dan pengecekan kualitas, penyimpanan, pendataan, serta penjualan atau penyaluran. Kajian tentang strategi perencanaan dakwah menunjukkan bahwa strategi yang baik menjawab bagaimana tujuan diwujudkan secara bertahap (Asy'ari, 2019). Pada Barbeku, tahap penyortiran memegang peran kunci karena menentukan kualitas barang yang sampai kepada pembeli atau penerima. Strategi Barbeku tampak paling terperinci pada alur kerjanya. Alur dimulai ketika calon donatur menghubungi nomor tim hibah yang tertera pada brosur atau spanduk, kemudian pengambilan barang dijadwalkan dan donatur mengirimkan alamatnya. Tiga pegawai hibah mengambil barang dengan membawa formulir data donatur dan sertifikat ucapan terima kasih. Setibanya di toko, tim servis memeriksa setiap barang untuk menilai apakah masih bias dipakai dan memiliki nilai jual, lalu menentukan apakah barang dijual secara daring atau luring. Barang yang rusak diperbaiki lebih dulu, barang yang tidak layak jual diberikan gratis kepada masyarakat, dan barang yang tidak diinginkan siapa pun dibuang. Pakaian atau kain yang tidak layak dipisahkan dan dikirim kepada pengrajin hiasan kain, sedangkan barang yang layak dipajang di toko dengan tampilan seperti barang baru (Yayasan Amal Khair Yasmin, 2026). Strategi komunikasi kepada donatur dan pembeli juga bagian dari perencanaan. Kajian tentang dakwah di media sosial dan di era digital menunjukkan bahwa kanal digital menjadi sarana menjangkau masyarakat (Azman, 2022; Basoeky et al., 2023). Bagi unit usaha seperti Barbeku, kanal semacam ini dapat dipakai untuk menyampaikan jenis barang yang diterima, cara berdonasi, dan laporan pemanfaatan hasil penjualan. Alur ini memperlihatkan perencanaan yang matang pada tingkat operasional. Setiap tahap memiliki pelaksana dan keputusan

Volume 8 Nomor 11 (2026) 1155 – 1172 P-ISSN 2656-274x E-ISSN 2656-4691
DOI: 10.47476/reslaj.v8i11.13722

yang jelas, termasuk kriteria mutu berupa masih bias dipakai dan bernilai jual, serta jalur bagi barang yang tidak lolos. Kriteria tersebut sejalan dengan tuntutan agar yang diinfakkan adalah barang yang baik dan dengan prinsip amanah dalam manajemen syariah (Hafidhuddin & Tanjung, 2003). Pemisahan barang yang tidak layak menjadi barang gratis atau bahan kerajinan juga menunjukkan bahwa perencanaan telah memperhitungkan sisa barang, suatu hal yang kerap terlewat pada program sedekah barang.

Pada unit usaha Barbeku, penjadwalan yang tampak dalam data berpusat pada tahap pengambilan barang. Setelah donatur menghubungi tim hibah, pengambilan dijadwalkan, dan karena kepercayaan donatur meningkat, pengambilan dalam sehari dapat mencapai tiga kali. Penjadwalan menentukan ritme program. Unit usaha yang hanya bergerak ketika barang datang akan bersifat reaktif, dan beban penyortiran serta penjualan dapat menumpuk pada waktu tertentu. Pola ini menunjukkan penjadwalan yang responsive terhadap datangnya donasi yang sesuai dengan sifat penghimpunan barang, namun, perencanaan yang baik juga menetapkan ritme tahap-tahap selanjutnya seperti penyortiran, penjualan, dan penacairan dana ke program agar beban kerja tidak menumpuk pada waktu tertentu (Asy'ari, 2019). Bazar Barbeku KPPN Malang memperlihatkan contoh penjadwalan yang tegas yakni pengumpulan barang dimulai dua minggu sebelum bazar dan penjualan berlangsung pada satu hari yang ditetapkan (Nugraha, 2026). Pada unit usaha seperti toko, jadwal perlu mencaup penerimaan dan penjualan yang berulang, termasuk pada momen keagamaan yang biasanya meningkatkan kesediaan masyarakat berbagi.

Perencanaan sumber daya mencakup pelaksana, tempat penyimpanan dan penjualan, sarana, dan biaya. Kajian tentang manajemen sarana dan prasarana pada majelis taklim menunjukkan bahwa ketersediaan sarana memengaruhi mutu kegiatan keagamaan (Ismondo et al., 2024), sedangkan kajian tentang pengorganisasian dakwah menunjukkan pentingnya pembagian peran yang jelas bagi keberlangsungan program (Thaheransyah et al., 2021). Dari sisi sumber daya manusia, pengelolaan Barbeku melibatkan tim hibah, tiga pegawai hibah, tim servis, manajer toko, manajer program, dan manajer promosi, dengan sarana berupa toko Barbeku dan kanal penjualan daring. Pembagian peran yang jelas memudahkan rencana dijalankan. Pada Barbeku, sarana yang paling menentukan adalah tempat penyimpanan yang kering dan teratur serta tenaga yang menyortir dan melayani penjualan (Yayasan Amal Khair Yasmin, 2026). Aspek anggaran memiliki kekhasan pada lembaga yang berbentuk social enterprise. Karena keuntungan unit usaha dipakai membiayai program sosial, perencanaan anggaran perlu memisahkan modal usaha, biaya operasional, dan dana program agar dana untuk penerima manfaat tidak terpakai untuk kebutuhan lain. Pandangan bahwa efektivitas organisasi dinilai dari pencapaian tujuan sekaligus kemampuan memperoleh sumber daya secara konsisten membantu lembaga melihat kedua sisi tersebut (In'am et al., 2023). Pada unit usaha Barbeku perencanaan anggaran tampak paling kuat. Hadil penjualan barang hibah dipisahkan dari hasil penjualan barang yang dibeli dari masyarakat. Hasil barang

Volume 8 Nomor 11 (2026) 1155 – 1172 P-ISSN 2656-274x E-ISSN 2656-4691
DOI: 10.47476/reslaj.v8i11.13722

hibah langsung dialokasikan untuk program pemberdayaan sesuai kebutuhan program, sedangkan hasil barang yang dibeli lebih dulu dipakai untuk biaya operasional dan gaji pegawai, dan sisanya dialokasikan sebagai tambahan program. Hasil penjualan kemudian dibagi ke delapan program pemberdayaan , alokasi tersebae diberikan kepada untuk pendidikan gratis, karena dananya juga mencakup penghargaan bagi para pengajar. Pembagian dengan persentase tetap menunjukkan perencanaan alokasi yang tegas, dan sejalan dengan prinsip keadilan serta akuntabilitas dalam manajemen filantropi Islam (Ridwan et al., 2024).

Indikator terakhir menilai apakah program selaras dengan identitas lembaga dan prinsip syariah. Manajemen syariah menenkankan amanah, yakni pengelola dituntut akuntabel kepada donatur dan masyarakat (Hafidhuddin & Tanjung, 2003). Secara perencanaan, hal ini berarti lembaga menentukan sejak awal bagaimana barang yang diterima dicatat, bagaimana hasil penjualan digunakan, dan bagaimana laporan disampaikan. Pada tingkat visi dan misi, Barbeku di Yasmin sejalan dengan identitas yayasan sebagai social enterprise yang membiayai program sosial dan pendidikan dari unit usahanya (Yayasan Amal Khair Yasmin, 2026; Aflatoun, 2026). Dari sisi dakwah bil hal, hasil penjualan yang dipakai untuk pendidikan gratis mewujudkan nilai berbagi dalam tindakan nyata. Dari sisi prinsip syariah, beberapa unsur perencanaan memperkuat akuntabilitas yaitu formulir data donatur, sertifikat ucapan terima kasih, dan pemisahan hasil hibah dari hasil jual beli.

Barbeku dalam Ragam Rancangan Sedekah Barang

Rancangan Barbeku di Yasmin menjadi lebih jelas jika dilihat bersama praktik lain yang tercatat dalam literatur dan pemberitaan. Pada bazar KPPN Malang, penjualan bersifat incsdental yaitu pada bazar Ramadhan dengan pengumpulan dua minggu sebelumnya, kisaran harga Rp1.000-Rp10.000 dan hasil untuk panti asuhan (Nugraha, 2026). Pada model ini, perencanaan terutama menyangkut waktu pengumpulan, harga, tujuan hasil penjualan. Pada Yasmin, Barbeku adalah unit usaha tetap berupa toko barang bekas, kanal daring, layanan penjemputan, tim servis, dan pegawai bergaji sehingga perencanaannya harus mencakup keberlangsungan operasional dan pemanfaatan hasil yang berulang.

Perbedaan lain terletak pada pemanfaatan barang. LazisMu Bengkulu menjual pakaian donasi dengan harga terjangkau untuk membiayai pasar murah, serupa dengan Yasmin dalam hal penjualan untuk membiayai program. Sebaliknya, program Sedekah Barang Baznas (Saroh, 2025) dan gerai amal Debu Langit (Noorca, 2021) menyalurkan barang langsung tanpa menjualnya. Pada model yang dibagikan gratis, titik rawan perencanaan ada pada kesesuaian barang dengan kebutuhan penerima, sedangkan pada model jual, titik rawannya ada pada kepercayaan donatur terhadap penggunaan hasil penjualan. Perbedaan ini menunjukkan bahwa indikator perencanaan perlu dibaca sesuai model program yang dijalankan.

Volume 8 Nomor 11 (2026) 1155 – 1172 P-ISSN 2656-274x E-ISSN 2656-4691
DOI: 10.47476/reslaj.v8i11.13722

Fungsi Perencanaan dalam Penguatan Unit Usaha Barbeku

Berdasarkan sintesis literatur, perencanaan Barbeku dapat dipahami melalui enam indikitaor yang saling berkaitan yaitu tujuan, sasaran, strategi dan kegiatan, jadwal, sumber daya dan anggaran, serta kesesuaian dengan visi, misi, dan prinsip syariah. Tujuan yang kabur melemahlan penentuan sasaran, sasaran yang tidak jelas menyulitkan penyusunan strategi dan jadwal, strategi yang tidak memperhitungkan sumber daya akan terhenti di tengah jalan. Dari keenam indikator tersebut, perencanaan tampak paling jelas pada tiga hal, yaitu alur operasional beserta kriteria mutu barang, pembagian hasil penjudlana kepada delapan program pemberdayaan, dan pemisahan dana hibah dari dana dana jual beli.

Ketiga kekuatan tersebut menunjukkan bahwa perencanaan pada Barbeku bekerja sebagai cara lembaga memastikan barang hibah berubah menjadi dana yang tepat sasaran. Alur kerja dengan kriteria mutu, yaitu barang masih bisa dipakai dan bernilai jual, menjaga kualitas barang yang dijual sekaligus sejalan dengan tuntutan agar diinfakkan adalah barang yang baik. Pembagian hasil dengan persentase tetap memberi arah yang tegas bagi dana yang terkumpul, sedangkan pemisahan dana hibah dari dana jual beli memperkuat akuntabilitas kepada donatur. Dengan demikian, ketiganya saling menopang, tanpa kriteria mutu barang sulit terjual, dan tanpa pembagian hasil yang jelas penjualan tidak sampai kepada program yang dibiayainya.

Keterkaitan ini menunjukkan bahwa perencanaan bekerja sebagai satu rangkaian bukan daftar unsur yang berdiri sendiri. Pada unit usaha sosial, rangkaian itu berlangsung pada dua tingkat. Pada tingkat strategis, lembaga memilih model usaha dan menetapkan bahwa keuntungan dipakai untuk program sosial, sebagaimana tergambar pada Yasmin. Pada tingkat operasional, lembaga merancang alur penghimpunan, penyortiran, penyimpanan, dan penjualan beserta pelaksananya. Nilai amanah menghubungkan keduanya karena menuntut akuntabilitas direncanakan sejak awal (Hafidhuddin & Tanjung, 2003).

Penguatan perencanaan Barbeku dapat dimulai dari dua langkah. Pertama, menajamkan tujuan menjadi target yang dapat diperiksa, misalnya jumlah barang yang dihimpun, nilai penjualan, atau jumlah penerima manfaat per periode. Kedua, menjadwalkan pelaporan kepada donatur dan peninjauan persentase alokasi, karena kepercayaan donatur merupakan sumber utama barang. Meningkatnya kepercayaan donatur dapat membuat pengambilan barang dapat mencapai tiga kali dalam sehari sehingga menjaga kepercayaan itu berarti menjaga keberlangsungan bahan baku unit usaha. Pandangan bahwa efektivitas organisasi dinilai dari pencapaian tujuan sekaligus kemampuan memperoleh sumber daya secara konsisten membantu lembaga melihat kedua sisi tersebut (In'am et al., 2023). Dengan demikian, fungsi perencanaan memperkuat Barbeku ketika ia menghubungkan tujuan, sasaran, strategi, jadwal, sumber daya, dan pertanggungjawaban dalam satu sistem yang saling mendukung bukan ketika hanya menambah dokumen.

Volume 8 Nomor 11 (2026) 1155 – 1172 P-ISSN 2656-274x E-ISSN 2656-4691
DOI: 10.47476/reslaj.v8i11.13722

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis deskriptif melalui metode studi kepustakaan, dapat disimpulkan bahwa penerapan fungsi perencanaan (takhthith) pada unit usaha Barbeku Yayasan Amal Khair Yasmin telah berjalan secara sistematis melalui tiga fase kewirausahaan sosial, mulai dari fase panggilan dalam memetakan masalah barang bekas, fase perumusan ide program pendidikan gratis, hingga fase penetapan konsep usaha sosial berbasis filantropi Islam. Perencanaan ini tidak sekadar menjadi dokumen formal, melainkan bekerja sebagai satu rangkaian sistemik yang berhasil mengintegrasikan enam indikator utama yaitu tujuan, sasaran, strategi, jadwal, sumber daya, serta kesesuaian visi, misi, dan syariah ke dalam model pendanaan lembaga yang mandiri dan berkelanjutan. Keberhasilan tata kelola Barbeku sebagai sebuah Islamic social enterprise sangat ditentukan oleh kematangan perencanaan pada dua tingkatan, yakni tingkat strategis yang menjaga agar orientasi bisnis tetap melayani misi sosial dakwah bil hal, serta tingkat operasional yang mengawal alur kerja harian agar terhindar dari risiko penumpukan barang atau ketidaktepatan sasaran distribusi.

Kekuatan utama dari sistem perencanaan unit usaha Barbeku ini bersumber pada tiga pilar operasional yang saling menopang dan mencerminkan nilai-nilai akuntabilitas syariah. Pertama, terdapat kejelasan alur strategi operasional yang ketat, mulai dari kontak donatur, penjemputan, hingga proses penyortiran oleh tim servis dengan kriteria mutu yang jelas yakni masih layak pakai dan memiliki nilai jual di mana barang yang tidak lolos seleksi dialokasikan sebagai barang gratis atau bahan kerajinan. Langkah ini sejalan dengan perintah Al-Qur'an untuk menginfakkan barang yang baik dan meminimalisasi sisa barang yang terbuang. Kedua, adanya komitmen perencanaan anggaran yang tegas melalui pembagian persentase keuntungan tetap untuk mendanai delapan program pemberdayaan yayasan, dengan prioritas alokasi terbesar untuk pembiayaan dan penghargaan guru pada program pendidikan gratis bagi anak kurang mampu. Ketiga, penerapan prinsip amanah yang diwujudkan melalui pemisahan pencatatan dana secara ketat, di mana hasil penjualan barang hibah murni dialokasikan langsung untuk program sosial, sedangkan hasil dari skema jual-beli komersial dengan masyarakat dimanfaatkan untuk menutup biaya operasional toko dan gaji pegawai.

Kendati perencanaan operasional dan anggarannya sudah sangat kuat, keberlangsungan jangka panjang unit usaha Barbeku ini tetap menuntut adanya evaluasi dan penajaman secara berkala pada aspek-aspek yang sifatnya dinamis. Upaya penguatan ke depan dapat dioptimalkan melalui dua langkah strategis, yaitu mentransformasi rumusan tujuan umum menjadi target-target kuantitatif periodik yang terukur seperti volume penghimpunan barang, nilai target penjualan bulanan, atau jumlah penerima manfaat yang dapat diverifikasi serta menyusun penjadwalan yang lebih ketat pada proses pelaporan publik kepada donatur. Mengingat tingginya kepercayaan publik saat ini mampu membuat intensitas penjemputan barang meningkat hingga tiga kali dalam sehari, maka merawat transparansi dan

Volume 8 Nomor 11 (2026) 1155 – 1172 P-ISSN 2656-274x E-ISSN 2656-4691
DOI: 10.47476/reslaj.v8i11.13722

akuntabilitas melalui fungsi perencanaan yang prima menjadi kunci mutlak untuk menjaga stabilitas pasokan bahan baku dari donatur sekaligus mempertahankan eksistensi Yayasan Amal Khair Yasmin sebagai lembaga filantropi Islam yang mandiri.

DAFTAR PUSTAKA

Aflatoun. (2026). Partner of the Week: Amal Khair Yasmin. https://aflatoun.org/latest/news/partner-of-the-week-amal-khair-yasmin/.

Al-Bayanuni, A. A.-F. (2021). *Pengantar studi ilmu dakwah* (1st ed.). Pustaka Al-Kautsar.

Arif, K. M., Luthfi, A., Suja'i, A. (2022). Urgensi manajemen dalam dakwah. *Tahdzib Al-Akhlaq: Jurnal Pendidikan Islam, 5*(1), 37-50. https://doi.org/10.34005/tahdzib.v5i1.1950

Asy'ari, A. (2019). Strategi perencanaan dakwah. *Al-Idarah: Jurnal Pengkajian Dakwah dan Manajemen, 8*(1), 36-49. https://doi.org/10.37064/ai.v7i1.7547

Azman, Z. (2021). Dakwah Bagi Generasi Milenial Melalui Media Sosial. Jurnal Khabar: Komunikasi Dan Penyiaran Islam, 3(2), 197–209. https://doi.org/10.37092/khabar.v3i2.350.

Basoeky, R. A. M., Sarwono, & Suryandari, M. (2023). Manajemen Dakwah Dalam Era Digital : Strategi Dan Tantangan. Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial, 1(1), 1-7.

Bright, D. S., & Cortes, A. H. (2019). *Principles of management*. OpenStax, Rice University.

Cahyani, R. I. (2025). Peran Kewirausahaan Sosial dan Filantropi Islam dalam Pembangunan Ekonomi Islam: Studi Kasus di Kota Surabaya, Indonesia. Turāth: Interdisciplinary Journal of Economics, 2(2), 122-153. https://doi.org/10.15642/turath.2025.2.2.122-153.

Damayanti, A., Rohman, M. T., Farhah, R. S., Nasik, Z. N., & Ningrum, R. T. P. (2026). Implementasi Gerakan Sedekah Rosok (GSR) dalam Pemberdayaan Ekonomi dan Kepedulian Lingkungan: Studi pada LAZISNU Ranting Karanganyar dan Pagu, Kecamatan Wates. Monetarium: Journal of Economics Business and Management, 3(1), 64-84. https://doi.org/10.71155/monetarium.v3i1.212.

Darmayenti, A. N., & Kustiawan, W. (2023). Fungsi Dakwah dalam Kegiatan Keagamaan di Majelis Taklim Darusshofa. Journal of Education Research, 4(2), 715–723. https://doi.org/10.37985/jer.v4i2.260.

Dees, J.G. (1998) The Meaning of "Social Entrepreneurship". The Kauffman Center for Entrepreneurial Leadership. Kansas City, MO and Palo Alto, CA.

Faruq, M., Mawardi, Albab, U., Sutopo, H. (2024). Penguatan Ekonomi Masyarakat Berbasis Filantropi Islam di Lembaga Keagamaan. Mu'amlatuna: Jurnal Ekonomi Syariah, 7(1), 41-51. https://doi.org/10.36269/muamalatuna.v7i1.2469.

Gustiani , L., & Wulandari, R. (2023). Analisis Pengelolaan Beduk Sedekah Subuh dalam Meningkatkan Kemanfaatan Program Filantropi. Jurnal Manajemen Dakwah, 1(1), 47–63. https://doi.org/10.22515/jmd.v1i1.7514

Volume 8 Nomor 11 (2026) 1155 – 1172 P-ISSN 2656-274x E-ISSN 2656-4691
DOI: 10.47476/reslaj.v8i11.13722

Hafidhuddin, D., & Tanjung, H. (2003). *Manajemen syariah dalam praktik*. Jakarta: Gema Insani Press.

Hamriani, H. M. (2013). Organisasi dalam manajemen dakwah. *Jurnal Dakwah Tabligh, 14*(2), 239-249. https://doi.org/10.24252/jdt.v14i2.331

Hasibuan, M. S. P. (2019). *Manajemen: Dasar, pengertian, dan masalah*. Jakarta: Bumi Aksara.

In'am, A., Rudian, M. I. A., Apriyadi, B. D. (2023). Model dan pendekatan keefektifan organisasi. *CERMIN: Jurnal Manajemen dan Pendidikan Berbasis Islam Nusantara, 2*(2), 34-40.

Ismondo, D., Sa'diyah, M., Katani, A. H. (2024). Manajemen sarana prasarana dalam peningkatan kualitas ibadah di majelis taklim Telkom Group Pusat. *Tawazun: Jurnal Pendidikan Islam, 17*(3), 601-612. https://doi.org/10.32832/tawazun.v17i3.17598

Listyadewi, R. P., Sumardi, Latifah, Z., & Jubba, H. (2022). Model Pengembangan Islamic Social Enterprise di Indonesia. Dialektika: Jurnal Pemikiran Keagamaan dan Ilmu Sosial, 15(1), 1-29. https://doi.org/10.33477/da.v15i1.3279

Munir, M., & Ilaihi, W. (2021). *Manajemen dakwah*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

Mutiara, T. S., & Kustiawan, W. (2024). Implementasi fungsi manajemen dalam kegiatan dakwah menggunakan sosial media di Masjid Al-Musannif Medan. *Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal, 6*(1), 1191-1199. https://doi.org/10.47467/reslaj.v6i1.5239

Nicholls, A., & Pharoah, C. (2008). The Landscape of Social Investment: A Holistic Topology of Opportunities and Challenges.

Noorca, D. (2021). Gunakan waktu longgar untuk memilah dan memilih pakaian layak pakai untuk berdonasi. suarasurabaya.net/senggang/2021/gunakan-waktu-longgar-untuk-memilah-dan-memilih-pakaian-layak-pakai-untuk-berdonasi/.

Nugraha, I. P. A. P. (2026). Berbagi berkah di bulan Ramadan: KPPN Malang gelar Bazar Ramadan dan bakti sosial. Direktorat Jenderal Perbendaharaan, Kementerian Keuangan. https://djpb.kemenkeu.go.id/kppn/malang/id/data-publikasi/berita-terbaru/3074-kppn-malang-kembali-menggelar-bazar-ramadan-dan-bakti-sosial-untuk-berbagi-kebahagiaan-terhadap-sesama.html

Page, M. J., McKenzie, J. E., Bossuyt, P. M., Boutron, I., Hoffmann, T. C., Mulrow, C. D., et al. (2021). The PRISMA 2020 statement: An updated guideline for reporting systematic reviews. Systematic Reviews, 10, 89. https://doi.org/10.1186/s13643-021-01626-4.

Ridwan, M., Maryati, C., Latifah, D. S., Hendarwan, F. J., & Fadhillah, D. M. (2024). Manajemen filantropi. *Maslahah: Jurnal Manajemen dan Ekonomi Syariah, 2*(3), 123-131. https://doi.org/10.59059/maslahah.v2i3.1384

Volume 8 Nomor 11 (2026) 1155 – 1172 P-ISSN 2656-274x E-ISSN 2656-4691
DOI: 10.47476/reslaj.v8i11.13722

Rodiyah, R., Nurenzia, E., Ramadhan, A., Ramadhan, M. H., & Khodriansyah, N.. (2025). Pemanfaatan donasi pakaian layak pakai untuk pendanaan pasar murah sebagai inovasi program KKN di LAZISMU Bengkulu. *MENYALA: Jurnal Pengabdian Masyarakat, 2(2)*.

Saroh, D. N. (2025). BAZNAS ajak masyarakat berbagi melalui program sedekah barang. https://www.jpnn.com/news/baznas-ajak-masyarakat-berbagi-melalui-program-sedekah-barang.

Shaleh, A. R. (1993). *Manajemen dakwah Islam*. Jakarta: Bulan Bintang.

Sholahuddin, N., Asqi, H., Rahmawati, S., & Rizqiyah, N. (2021). Fungsi perencanaan dalam perspektif Al-Qur'an dan hadist. *Leadership: Jurnal Mahasiswa Manajemen Pendidikan Islam, 2*(2), 186-206. https://doi.org/10.32478/leadership.v2i2.718

Snyder, H. (2019). Literature review as a research methodology: An overview and guidelines. Journal of Business Research, 104, 333–339. https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.07.039.

Tanjung, Y. F., & Ritonga, H. J. (2023). Penerapan fungsi manajemen pada gerakan dakwah di Pimpinan Daerah Muhammadiyah (PDM) Kota Medan. *Wardah: Jurnal Dakwah dan Kemasyarakatan, 24*(2), 44-54. https://doi.org/10.19109/wardah.v24i2.21088

Terry, G. R. (2012). *Prinsip-prinsip manajemen*. Jakarta: Bumi Aksara.

Thaheransyah, Fauzi, M., Iswadi, Arjoni, Safitri, & Sukma, J. (2021). Pengorganisasian dakwah pada Ikatan Mubaligh Profesional (IMP) Kota Padang. *Jurnal Kajian dan Pengembangan Umat, 4*(2), 90-96. https://doi.org/10.31869/jkpu.v4i2.3043

Wulandari, S. (2025). Penerapan Fungsi Perencanaan Dakwah dalam Meningkatkan Kualitas Organisasi Majelis Taklim. Ilmu Dakwah: Academic for Homiletic Studies, 9(1), 65-86. https://journal.uinsgd.ac.id/index.php/idajhs/article/view/51198/15234

Yayasan Amal Khair Yasmin. (2026). Sejarah-Amal Khair Yasmin. https://yasmin.or.id/sejarah/

Yusuf, R. I., Rera, W. O., Hijrianti, S., & Rizqi, M. Z. (2025). Upaya Mewujudkan Demokrasi Ekonomi melalui Kontribusi dalam Komunitas Sedekah Berdaya untuk Pemberdayaan Anak Yatim. Journal Social Engagement: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 2(1), 1-6. https://doi.org/10.55638/sosial.v2i1.325.

Zakariya, A. F., Rosida, I. N. (2025). Model Hybrid Filantropi: Integrasi Dana Sosial dan Kewirausahaan Sosial untuk Pemberdayaan Berbasis Data. Monetarium: Journal of Economy Business and Management, 2(2), 90-107. https://doi.org/10.15642/turath.2024.1.2.183-195.

Zakariya, A., Hasani, R., & Haq, W. F. D. (2024). Peran Yayasan Dana Sosial Al-Falah (YDSF) dalam Pengembangan Kewirausahaan Sosial Berbasis Filantropi Islam

Volume 8 Nomor 11 (2026) 1155 – 1172 P-ISSN 2656-274x E-ISSN 2656-4691
DOI: 10.47476/reslaj.v8i11.13722

di Surabaya. Turath: Interdisciplinary Journal of Economics, 1(2), 183-194. https://doi.org/10.15642/turath.2024.1.2.183-195.