

**PENGARUH STRATEGI KOMUNIKASI HUMAS DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPERCAYAAN MUZAKKI PADA LEMBAGA BADAN AMIL ZAKAT
NASIONAL KABUPATEN MOJOKERTO**

Syam Abdul Rahman As¹, Moch. I. A. H. Lailin², Fatihatul Lailiyah³

^{1,2,3} Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Majapahit
Email: syamsholafudin@gmail.com

RIWAYAT ARTIKEL

Received: 26-07-2022

Revised : 01-08-2022

Accepted: 05-08-2022

KEYWORD

*Public Relations
Communication Strategy,
Service Quality, and Trust
Muzakki*

ABSTRACT

This research was conducted at the state-owned amil zakat institution, namely the National Amil Zakat Agency (BAZNAS) in Mojokerto Regency. The purpose of this research is to find out what influences muzakki's trust in Baznas institutions. In this study, researchers used two variables, namely public relations communication strategy and service quality. From these variables, a hypothesis is formed, whether the public relations communication strategy and service quality partially affect the trust of muzakki in baznas and whether public relations communication strategies and service quality simultaneously affect muzakki's trust in baznas. This study uses quantitative research methods. The population taken in this study were all muzakki who were registered in the National Baznas of Mojokerto Regency on the basis of sampling using the Slovin formula. The types of data used are primary and secondary data. The results of this study are the results of the simultaneous test or F test the results are the value of Sig = 0.01 < 0.05 and F-count = 7.504 > F-table = 3.104, based on these results it can be interpreted that the strategy variable PR communication and service quality have a significant effect on Muzakki's trust in the Baznas institution, Mojokerto Regency.

PENDAHULUAN

Kegiatan zakat merupakan ibadah maliyyah ijtima'iyah (sosial kebendaan) yang menempati kedudukan sangat penting, menentukan dan fundamental, baik ditinjau dari ajaran agama Islam ataupun dari segi pengembangan kemaslahatan umat. Hal tersebut merupakan fakta bahwa dalam sejarah perjalanan agama Islam, zakat berperan sebagai sumber pendapatan Negara dan menjadikannya sangat penting bagi sarana syiar agama Islam, pembangunan dunia tarbiah (pendidikan) dan kebudayaan, peningkatan ilmu pengetahuan, pembangunan sarana, serta pengadaan layanan kesejahteraan sosial seperti santunan fakir miskin dan layanan sosial lainnya (Hamka, 2013, p. 1).

Berdasarkan data dari BAZNAS Kabupaten Mojokerto, target muzakki yang diproyeksikan sebanyak 10.000 ASN/TNI di lingkungan instansi pemerintahan vertikal maupun Pejabat Publik dan Organisasi Perangkat Daerah (OPD), hasil yang didapatkan kurang lebih masih terjaring sekitar 7,3 % atau sebanyak 692 Wajib Zakat, dengan penghimpunan rata-rata 75 – 90 Juta rupiah setiap bulan, sementara 93,7 % ASN/ TNI Muslim masih belum menyalurkan Zakat Profesinya kepada BAZNAS Kabupaten Mojokerto. Sedangkan untuk penghimpunan zakat perseorangan dari masyarakat belum berjalan maksimal. Berdasarkan pemaparan tersebut jika diamati ditemukan anomali antara apa yang telah direncanakan dengan apa yang dihasilkan. Sebuah rencana apabila telah ditentukan, tetapi

hasilnya tidak sesuai dengan apa yang ditunjukkan pada rencana tersebut, maka dipastikan ada masalah (Sugiyono, 2017a, p. 33).

Oleh sebab itu BAZNAS Kabupaten Mojokerto yang dibantu oleh Humas, perlu melakukan evaluasi terhadap strategi komunikasi dan perencanaan program yang sudah mereka buat, apa yang menyebabkan terjadinya ketimpangan antara target dan hasil. Seperti yang dijelaskan oleh Robbins (dalam Cutlip et al., 2000, p. 353), strategi dapat diinterpretasikan sebagai sebuah tujuan serta sasaran usaha jangka panjang dan pengupayaan implementasi sekaligus penentuan sumber daya yang diperlukan untuk mencapai tujuan tersebut. Beberapa strategi yang dilakukan oleh humas BAZNAS harus dikaji ulang agar mampu meyakinkan calon muzakki (Pemberi Zakat) agar mereka mau menyalurkan zakatnya melalui BAZNAS Kabupaten Mojokerto.

Penelitian lainnya mengungkapkan bahwa kepercayaan merupakan variabel tertinggi dengan capaian 63 persen yang dapat mempengaruhi minat masyarakat agar berzakat ke BAZNAS (Larasati, 2017). *Indonesia Sharia Economic Outlook (ISEO)* PEBS-FEUI menjelaskan (2020) terdapat beberapa tantangan dalam pengembangan zakat yang diantaranya yaitu 1) Terbatasnya regulasi terkait tata kelola zakat dengan teknologi dimana minimnya regulasi yang mengatur digitalisasi zakat, sebagai inovasi digital pada era perkembangan. 2) Kompleksibilitas dasar pengukuran kemiskinan, perbedaan pendekatan dalam mengukur tingkat kemiskinan menjadikan hal ini sebagai tantangan yang dihadapi oleh Lembaga zakat. 3) Literasi masyarakat yang masih terbatas, pentingnya edukasi terhadap masyarakat terkait zakat perlu dilakukan agar masyarakat mengerti akan praktik zakat di era digital dengan melakukan sosialisasi secara masif dan insentif. 4) Kepercayaan masyarakat, merupakan suatu tantangan dalam meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap Lembaga Amil Zakat, maka perlu dilakukan peningkatan kualitas dari organisasi terutama sumber daya masyarakatnya sehingga berdampak pada meningkatnya realisasi potensi zakat. 5) Inovasi produk, tantangan juga datang dalam hal produk, dimana ketika mengembangkan zakat perlu adanya inovasi produk seperti produk keuangan sosial syariah yang simple, fleksibel serta kompatibel.

Menurut Prakash (dalam Rahmalia & Machdum, 2020) terdapat 3 hal yang dapat berpengaruh terhadap kepercayaan donatur diantaranya ialah keterbukaan data, kualitas produk serta akses komunikasi. Pada penelitian yang dilakukan oleh Syahrullah (2018) dijelaskan bahwa BAZNAS sebagai lembaga pemerintah Non-Struktural yang bertugas mengumpulkan zakat secara nasional, hendaklah memberikan pelayanan terbaik atau *service excellent* bagi muzakkinya (pemberi zakat) agar selalu transparan, amanah, dan akuntabel dan selalu berinovasi untuk membuat program pemberdayaan yang lebih bermanfaat bagi para mustahik (penerima zakat) sehingga calon muzakki lebih tertarik menyalurkan zakatnya melalui BAZNAS dan jumlah muzakki akan bertambah.

Bersumber pada penelitian yang dilakukan oleh Pusat Kajian Strategis BAZNAS (2021, p. 88), salah satu faktor yang menentukan muzakki memilih tempat zakat yaitu dengan melihat bagaimanakah bentuk pelayanan yang diberikan. Maka dari itu perlu adanya peningkatan dalam pelayanan kepada muzakki, sehingga menarik minat muzakki untuk menyalurkan zakat melalui BAZNAS.

Penelitian selanjutnya yang dilakukan oleh (Pramana & Rastini, 2016) menyebutkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan nasabah, sehingga semakin baik kualitas pelayanan maka kepercayaan nasabah akan semakin tinggi.

METODE PENELITIAN

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif. Pendekatan ini memiliki prinsip *objectivist* atau tidak dipengaruhi pendapat dan pertimbangan pribadi atau orang lain. Prinsip ini berpendapat bahwa metode kuantitatif terdapat keteraturan atau hukum-hukum yang bisa dihubungkan dengan fenomena sosial. Dengan demikian, penelitian ini menuntut bahwa peneliti harus membuat *range* dengan objeknya atau suatu realitas yang akan diteliti. Penilaian yang bersifat subjektif atau yang berisi pendapat pribadi dari peneliti, alangkah lebih baik agar dipisah dari hasil temuan penelitian Wimmer & Dominick (dalam Rachmat Kriyantono, 2014, p. 384)

Metode yang digunakan pada penelitian ini yaitu metode survei. Survei yaitu metode riset yang menggunakan alat bantu kuesioner sebagai instrumen dalam pengambilan data (Rachmat Kriyantono, 2014, p. 59). Menurut Mc Millan dan Schumacher (dalam Maidiana, 2021) dijelaskan bahwa metode survei peneliti harus memilah suatu sampel dari responden dengan menggunakan kuesioner atau wawancara dalam rangka menyatukan informasi dari tiap variabel yang menjadi perhatian peneliti, selanjutnya data yang dikumpulkan akan digunakan untuk mendeskripsikan sifat tertentu dari populasi.

Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini yaitu deskriptif, dimana penelitian yang berfungsi untuk memaparkan atau memberikan penjelasan terhadap suatu objek yang diteliti melalui data sampel dalam populasi (Sugiyono, 2017b, p. 29).

Sampel dan Populasi

Pada pengambilan sampel ini dikarenakan jumlah populasinya telah diketahui maka peneliti menggunakan rumus Slovin, sebagai berikut (Dr. I Gusti Bagus Rai Utama, 2018, p. 42).

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan :

n = jumlah sampel

N = jumlah populasi

e = batas toleransi kesalahan (*error tolerance*)

Berdasarkan rumus diatas maka dalam penelitian ini peneliti menghendaki kredibilitas sampel sebesar 90% dengan taraf kesalahan 10%, maka jumlah sampel yang ditentukan sebagai berikut :

$$n = \frac{692}{1 + 692 \cdot (10\%)^2}$$

$$n = \frac{692}{7,92}$$

n = 87,37 (dibulatkan menjadi 87)

Dari hasil perhitungan diatas maka jumlah sampel yang akan diambil oleh peneliti sebanyak 87,37 atau jika dibulatkan yaitu 87 responden yang diambil dari muzakki BAZNAS Kabupaten Mojokerto.

Teknik Pengumpulan Data

Data Primer

Pada penelitian ini data primer yang digunakan oleh peneliti yaitu hasil dari pengisian kuesioner oleh muzakki BAZNAS Kabupaten Mojokerto. Pada saat melakukan hal ini, peneliti akan menyebarkan kuesioner kepada responden dalam bentuk *google form*.

Data Sekunder

Data sekunder yang digunakan oleh peneliti yaitu

1. Interview (wawancara), digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila ingin melakukan studi pendahuluan untuk menentukan masalah yang akan diteliti (Sugiyono, 2017a, p. 137).
2. Dokumentasi, menurut (Rachmat Kriyantono, 2014, p. 120) dokumentasi merupakan salah satu instrumen pengumpulan data yang sering digunakan, karena dapat mendukung analisis serta interpretasi data. Dokumentasi bisa berupa memo, surat pribadi, laporan polisi. Peneliti menggunakan instrumen ini untuk digunakan sebagai alat bantu ketika penyusunan pertanyaan kuesioner, berdasarkan dari data laporan program kerja atau dari data lainnya yang masih relevan dengan penelitian.

Teknik Analisis data

Uji t digunakan untuk mengetahui adanya hubungan antara variabel bebas (x) dengan variabel (y) apabila diuji secara terpisah apakah benar diperoleh atau secara kebetulan (Dr. I Gusti Bagus Rai Utama, 2018, p. 103).

Uji F digunakan untuk mengetahui adanya hubungan antara variabel (x1) dan (x2) yang digunakan secara bersamaan dapat berpengaruh terhadap variabel (y) (Dr. I Gusti Bagus Rai Utama, 2018, p. 124).

Analisis Determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variasi dalam menjelaskan variabel bebas dalam bentuk persentase (Dr. I Gusti Bagus Rai Utama, 2018, p. 111).

Pada persamaan regresi linear berganda digunakan untuk memprediksi berapa kontribusi atau pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

HASIL PENELITIAN

Uji Validitas

Uji Validitas yaitu $r_{hitung} > r_{tabel}$. Nilai taraf signifikan atau α yaitu 0,05 sehingga r_{tabel} yaitu $df = n-2 = 87-2 = 85$. Apabila dicek pada r_{tabel} , 85 memiliki nilai 0,2108.

Tabel 1
Uji Validitas X1

No Item	r-hitung	r-tabel	Status
	Item — Total Pearson Correlation	(n=87, α = 0,05)	
1	0,258	0,2108	Valid
2	0,368	0,2108	Valid
3	0,527	0,2108	Valid
4	0,327	0,2108	Valid
5	0,213	0,2108	Valid
6	0,437	0,2108	Valid
7	0,485	0,2108	Valid
8	0,270	0,2108	Valid
9	0,395	0,2108	Valid
10	0,357	0,2108	Valid
11	1,000	0,2108	Valid

Tabel 2
Uji Validitas X2

No Item	r-hitung	r-tabel	Status
	Item — Total Pearson Correlation	(n=87, α = 0,05)	
1	0,252	0,2108	Valid
2	0,402	0,2108	Valid
3	0,376	0,2108	Valid
4	0,405	0,2108	Valid
5	0,255	0,2108	Valid
6	0,234	0,2108	Valid
7	0,408	0,2108	Valid
8	0,557	0,2108	Valid
9	0,242	0,2108	Valid
10	0,482	0,2108	Valid
11	1,000	0,2108	Valid

Tabel 3
Uj Validitas Y

No Item	r-hitung	r-tabel	Status
	Item — Total Pearson Correlation	(n=87, $\alpha = 0,05$)	
1	0,252	0,2108	Valid
2	0,402	0,2108	Valid
3	0,376	0,2108	Valid
4	0,405	0,2108	Valid
5	0,255	0,2108	Valid
6	0,234	0,2108	Valid
7	0,408	0,2108	Valid
8	0,557	0,2108	Valid
9	0,242	0,2108	Valid
10	0,482	0,2108	Valid
11	1,000	0,2108	Valid

Uji Reliabilitas

Sebuah kuesioner dapat dinyatakan reliabel apabila nilai *Cronbach's Alpha* > 0,60

Tabel 4
Uji Reliabilitas X1

Cronbach's Alpha	N of Items
.619	11

Tabel 5
Uji Reliabilitas X2

Cronbach's Alpha	N of Items
.610	11

Tabel 6
Uji Reliabilitas Y
Uji t

Pengaruh strategi komunikasi humas (X1) terhadap kepercayaan muzakki (Y)

Cronbach's Alpha	N of Items
.643	11

Tabel 7
Uji Variabel X1 terhadap Y
Pengaruh kualitas pelayanan (X2) terhadap kepercayaan muzakki (Y)

Coefficients^a

Model		
	t	Sig.
1 (Constant)	8.279	.000
Strategi Komunikasi Humas	1.778	.079

a. Dependent Variable: Kepercayaan

Tabel 8
Uji Variabel X2 terhadap Y
Uji Simultan (Uji F)
Pengaruh strategi komunikasi humas (X1) dan kualitas pelayanan (X2) terhadap kepercayaan muzakki (Y)

Coefficients^a

Model		
	t	Sig.
1 (Constant)	6.929	.000
Kualitas Pelayanan	3.885	.000

a. Dependent Variable: Kepercayaan

Tabel 9
Uji Variabel X1 dan X2 terhadap Y

ANOVA^b

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	92.841	2	46.421	7.504	.001 ^a
Residual	519.641	84	6.186		
Total	612.483	86			

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Strategi Komunikasi Humas

b. Dependent Variable: Kepercayaan Muzakki

Analisis Determinasi (R²)

Tabel 10
Analisis Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.389 ^a	.152	.131	2.487

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Strategi Komunikasi Humas

b. Dependent Variable: Kepercayaan

Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 11
Uji Analisis Linear Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
		B	Std. Error	Beta
1	(Constant)	27.723	4.914	
	Strategi Komunikasi Humas	.029	.106	.031
	Kualitas Pelayanan	.352	.104	.375

a. Dependent Variable: Kepercayaan

PEMBAHASAN

Pada uji t atau uji parsial, variabel (X_1) strategi komunikasi humas dilakukan pengujian terhadap variabel kepercayaan muzakki (Y) dan menghasilkan nilai yaitu $Sig = 0,79 > 0,05$ dan $t\text{-hitung} = 1,778 < t\text{-tabel} = 1,988$. Dari hasil diatas dapat diartikan bahwa strategi komunikasi humas tidak berpengaruh terhadap kepercayaan muzakki. Berdasarkan hipotesis yang telah ditentukan hipotesis H_a ditolak sedangkan hipotesis H_0 diterima. Analisa peneliti untuk mengetahui mengapa strategi komunikasi humas tidak berpengaruh yaitu, menurut hasil distribusi kuesioner, sebesar 70,1% responden, mendapatkan informasi layanan baznas melalui teman, dapat diartikan bahwa mayoritas muzakki yang menyalurkan zakat dan infaq melalui lembaga baznas kabupaten mojokerto dikarenakan rekomendasi dari teman bukan dari hasil strategi komunikasi humas yang telah dilakukan oleh Baznas seperti sosialisasi zakat atau pamflet.

Hal ini dibuktikan dengan hasil distribusi kuesioner, sebesar 80,5% responden bekerja sebagai PNS. Lalu korelasi yang terjadi antara tidak berpengaruhnya strategi komunikasi humas terhadap kepercayaan muzakki dengan profesi muzakki yaitu dikarenakan belum dikeluarkannya Instruksi Bupati atau Peraturan Bupati mengenai zakat kepada kalangan PNS agar menyalurkan zakatnya melalui Lembaga Baznas Kabupaten Mojokerto. Selain sosialisasi terdapat beberapa strategi komunikasi yang telah dilakukan oleh humas Baznas Kabupaten Mojokerto agar muzakki percaya pada lembaga yaitu dengan menyebarkan informasi melalui pamflet yang dibagikan pada muzakki, juga pengelolaan media sosial dan website guna untuk mempermudah calon muzakki dalam mencari informasi terkait baznas kabupaten mojokerto.

Uji parsial kedua yaitu uji variabel (X_2) kualitas pelayanan terhadap variabel kepercayaan muzakki (Y) dengan nilai $Sig = 0,00 < 0,05$ dan $t\text{-hitung} = 3,885 > t\text{-tabel} = 1,988$. Hasil tersebut dapat diartikan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan muzakki pada lembaga BAZNAS Kabupaten Mojokerto. Dari hasil tersebut, apabila merujuk pada hipotesis penelitian maka H_a diterima dan Hipotesis H_0 ditolak. Apabila dianalisa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan dikarenakan melihat data distribusi responden mayoritas muzakki baznas kabupaten Mojokerto ialah PNS. Hal ini menyebabkan kualitas pelayanan seperti fasilitas baznas, respon staff terhadap muzakki, menjadi perhatian khusus bagi muzakki untuk percaya terhadap baznas.

Selain itu jika dilihat dari jenjang pendidikan, sebesar 89,7% muzakki atau sebanyak 78 muzakki ialah lulusan S1 yang artinya jika kualitas pelayanan Baznas Kabupaten Mojokerto tidak baik, hal ini akan mempengaruhi kepercayaan muzakki terhadap lembaga. Selain itu terdapat standar operasional prosedur terkait pelayanan Baznas Kabupaten Mojokerto yang menjadikan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepercayaan muzakki.

Beberapa contoh prosedur pelayanan yang diatur dalam standar operasional antara lain 1) pelayanan penjemputan zakat dari muzakki yang memiliki kesibukan atau tidak sempat keluar rumah, maka staff baznas siap untuk menjemput zakat muzakki. 2) apabila terdapat dana yang berasal dari eksternal, penyerahan dapat dilakukan oleh muzakki sehingga muzakki ikut serta dalam proses penyerahannya. 3) pelaporan kegiatan yang telah dilaksanakan oleh baznas diinformasikan melalui grup muzakki dan juga melalui website Baznas.

Uji Simultan atau Uji F dilakukan untuk mengetahui apakah variabel (X_1) strategi komunikasi humas dan variabel (X_2) kualitas pelayanan ketika diuji secara simultan atau bersama-sama dengan variabel (Y) kepercayaan muzakki akan berpengaruh signifikan atau tidak. Dari uji simultan atau uji F hasilnya ialah nilai $Sig = 0,01 < 0,05$ dan $F\text{-hitung} = 7,504 > F\text{-tabel} = 3,104$. Berdasarkan hipotesis pada penelitian Maka dapat diartikan bahwa H_a diterima dan H_0 ditolak. Dari keterangan diatas dapat diketahui bahwa apabila strategi komunikasi humas dan kualitas pelayanan diuji secara bersamaan akan berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan muzakki pada Baznas Kabupaten Mojokerto.

Adapun besarnya pengaruh strategi komunikasi humas dan kualitas pelayanan terhadap kepercayaan muzakki jika dilihat dari hasil analisis determinasi (R^2) antara kedua variabel diatas dari persentasenya sebesar 15,2%. Dapat diartikan bahwa strategi komunikasi dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan sebesar 15,2% terhadap kepercayaan muzakki pada lembaga BAZNAS Kabupaten Mojokerto. Pengaruh kedua variabel X terhadap variabel Y dibawah 50% dikarenakan strategi komunikasi humas yang tidak signifikan terhadap kepercayaan muzakki.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dijelaskan diatas, terkait pengaruh variabel strategi komunikasi humas dan kualitas pelayanan terhadap kepercayaan muzakki pada lembaga Baznas Kabupaten Mojokerto, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil uji t terkait pengaruh strategi komunikasi humas terhadap kepercayaan muzakki pada lembaga Baznas Kabupaten Mojokerto, diketahui bahwa strategi komunikasi humas tidak berpengaruh terhadap kepercayaan muzakki pada lembaga Baznas Kabupaten Mojokerto.
2. Berdasarkan hasil uji t terkait pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepercayaan muzakki pada lembaga BAZNAS Kabupaten Mojokerto, diketahui bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepercayaan muzakki pada lembaga BAZNAS Kabupaten Mojokerto.
3. Berdasarkan hasil uji F terkait pengaruh strategi komunikasi humas dan kualitas pelayanan terhadap kepercayaan muzakki pada lembaga BAZNAS Kabupaten Mojokerto, diketahui bahwa strategi komunikasi humas dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepercayaan muzakki pada lembaga BAZNAS Kabupaten Mojokerto.

DAFTAR PUSTAKA

- BAZNAS. (2021). *Outlook Zakat 2021*. <https://puskasbaznas.com/publications/books/1418-outlook-zakat-indonesia-2021>
- Cutlip, S. M., Center, A. H., & Broom, G. M. (2000). *Effective Public Relations* (9 (ed.)). Prenadamedia Group.
- Dr. I Gusti Bagus Rai Utama, S. E. M. M. A. M. A. (2018). *STATISTIK PENELITIAN BISNIS DAN PARIWISATA (Dilengkapi Studi Kasus Penelitian)* (1st ed.). Andi.
- Hamka. (2013). Panduan Zakat Praktis. *Depag*, 53(9), 1689–1699.
- Larasati, S. A. E. (2017). *Pengaruh Kepercayaan, Religiusitas Dan Pendapatan Terhadap*

- Rendahnya Minat Masyarakat Muslim Berzakat Melalui Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kabupaten Labuhanbatu Selatan (Studi Kasus Masyarakat Desa Sisumut).* 53(9), 1689–1699.
- Maidiana, M. (2021). Penelitian Survey. *ALACRITY : Journal of Education*, 1(2), 20–29.
- Mulyana, D. (2016). *Ilmu komunikasi: suatu pengantar*. Remaja Rosdakarya.
- Nova, F. (2011). *Crisis public relations: Strategi PR menghadapi krisis, mengelola isu, membangun citra, dan reputasi perusahaan* (1st ed.). Rajawali Pers.
- Pebs Feb UI. (2020). *Indonesia Sharia Economic Outlook 2020*. Pusat Ekonomi dan Bisnis Syariah (PEBS).
- Pramana, I. G. Y., & Rastini, N. M. (2016). *Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepercayaan nasabah dan loyalitas nasabah bank mandiri cabang veteran denpasar bali*. Udayana University.
- Rachmat Kriyantono, S. S. M. S. (2014). *Teknik Praktis Riset komunikasi* (7th ed.). Prenadamedia Group.
- Rahmalia, M. R., & Machdum, S. V. (2020). Membangun Hubungan Pada Proses Fundraising di Lembaga Amil Zakat. *Sosio Informa*, 6(1).
- Soemirat, S., & Ardianto, E. (2002). *Dasar-dasar public relations*. Remaja Rosdakarya.
- Sugiyono, P. D. (2017a). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono, P. D. (2017b). *Statistika Untuk Penelitian*. Alfabeta.
- Syahrullah, M. A. (2018). *Strategi Fundraising Dalam Upaya Meningkatkan Kepercayaan Muzakki Pada Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Pusat*.
- Tjiptono, F. (2008). *Service Management: Mewujudkan Layanan Prima* (2nd ed.). Andi.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan dan Penelitian* (1st ed.). Andi.
- Wibowo, P. D. (2006). *Manajemen Perubahan* (3rd ed.). Rajawali Pers.