STRATEGI MEMBANGUN CITRA PADA BADAN AMIL ZAKAT NASIONAL KABUPATEN PONOROGO

SKRIPSI

Oleh:

Dewi Andini Saputri Ajeng Wati

NIM 403210004

JURUSAN MANAJEMEN ZAKAT DAN WAKAF

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO

2025

ABSTRAK

Wati, Dewi Andini Saputri Ajeng. Strategi Membangun Citra Pada Badan Amil Zakat Nasional Kabupaten Ponorogo. *Skripsi* 2025. Jurusan Manajemen Zakat Dan Wakaf. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, Pembimbing: Fitra Rizal, M.E.

Kata Kunci: Strategi, Citra, BAZNAS

BAZNAS merupakan wujud dari komitmen pemerintah untuk menegakkan nilai-nilai islam secara sosial bertanggung jawab membantu mensejahterakan masyarakat. Dalam menjalankan tugasnya BAZNAS Ponorogo memiliki permasalah yaitu kurangnya minat masyarakat dalam menyalurkan dana ZIS karena kurangnya kepercayaan masyarakat terhadap lembaga. Kepercayaan masyarakat dalam menyalurkan dana ZIS tidak lepas dari citra baik dari baznas di mata masyarakat. Citra baik ini menjadi salah satu pengangan masyarakat dalam mengambil berbagai keputusan.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) dengan pendekatan deskriptif kualitatif ini bertujuan untuk menganalisis strategi membangun citra yang dilakukan oleh BAZNAS Ponorogo. Penelitian ini menggunakan data primer dengan melakukan wawancara pihak terkait dan observasi kelapangan. Sumber data berasal dari wawancara kepada staf BAZNAS, ASN, Kepala Desa, Guru, dan Dosen. Metode pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Hasil dari penelitian menunjukkan BAZNAS Kabupaten Ponorogo berhasil membangun citra positif dengan menghadirkan program-program nyata yang langsung dirasakan manfaatnya, mengembangkan layanan digital yang cepat dan transparan, menegakkan tanggung jawab sosial lewat pemberdayaan berkelanjutan, menciptakan lingkungan kerja profesional yang mendukung kelancaran program, serta menguatkan komunikasi dengan masyarakat melalui media sosial dan sosialisasi triwulanan. Dalam membangun citra yang positif terdapat berbagai tantangan yang harus dihadapi BAZNAS antara lain: Keterbatasan SDM yang berkompeten, jangkauan masyarakat yang luas, dan juga minimnya literasi masyarakat. Adanya tantangan tersebut dapat menghambat strategi dalam membangun citra positif BAZNAS maka dari itu perlu segera adanaya penanganan yang tepat. Dampak dari citra BAZNAS yang positif yaitu: peningkatan kepercayaan masyarakat, kenaikan jumalah muzakki, dan juga pendapatan dana ZIS yang bertambah. Maka dari itu sangat penting dalam menjaga citra agar selalu positif karena dampaknya bagi BAZNAS juga semakin positif.

KEMENTERIAN REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Puspita Jaya Desa Pintu Jenangan Ponorogo

LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini menerangkan bahwa skripsi atas nama:

NO	NAMA	NIM	JURUSAN	JUDUL SKRIPSI
1	Dewi Andini Saputri Ajeng Wati	403210004	Manajemen Zakat dan Wakaf	Strategi Membangun Citra Pada Badan Amil Zakat Kabupaten Ponorogo

Telah selesai melaksanakan bimbingan, dan selanjutnya disetujui untuk diujikan pada ujian skripsi.

Ponorogo, 04 Juni 2025

Mengetahui,
Ketua Jurusan Mazawa

ADINDA AHYUNI, M.Pd.
NIP. 199307072019032030

Menyetujui,

Fitra Rizal, M.E.
NIP. 199001132020121015

KEMENTERIAN REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Puspita Jaya Desa Pintu Jenangan Ponorogo

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Naskah skripsi berikut ini:

Judul : Strategi Membangun Citra Pada Badan Amil Zakat Kabupaten Ponorogo
Nama : Dewi Andini Saputri Ajeng Wati
NIM : 403210004
Jurusan : Manajemen Zakat dan Wakaf

Telah diujikan dalam sidang Ujian Skripsi oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo dan dapat diterima sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana dalam bidang Ekonomi.

Dewan Penguji:

Ketua Sidang :
Faruq Ahmad Futaqi, M.E.
NIP. 198311262019031006 (.....)

Penguji I :
Estu Unggul Drajat, M.Ec.Dev.
NIP. 199209262020121015 (.....)

Penguji II :
Fitra Rizal, M.E.
NIP. 199001132020122027 (.....)

Ponorogo, 16 Juni 2025
Mengesahkan,
Dekan FEBI IAIN Ponorogo

Dr. Aji Damanuri, M.E.I.
NIP 197506022002121003

LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dewi Andini Saputri Ajeng Wati

NIM : 403210004

Jurusan : Manajemen Zakat dan Wakaf

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Judul Skripsi :

"STRATEGI MEMBANGUN CITRA PADA BADAN AMIL ZAKAT NASIONAL KABUPATEN PONOROGO"

Dengan ini menyatakan bahwa naskah skripsi saya telah diperiksa dan disahkan oleh dosen pembimbing. Selanjutnya saya bersedia naskah tersebut dipublikasikan oleh Perpustakaan IAIN Ponorogo yang dapat diakses melalui etheses.iainponorogo.co.id. Adapun isi dari keseluruhan tulisan tersebut sepenuhnya menjadi tanggung jawab penulis.

Demikian pernyataan ini saya buat, untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Ponorogo, 16 Juni 2025

Pembuat Pernyataan,

Dewi Andini Saputri Ajeng Wati

403210004

LEMBAR KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dewi Andini Saputri Ajeng Wati

NIM : 403210004

Jurusan : Manajemen Zakat dan Wakaf

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul:

STRATEGI MEMBANGUN CITRA PADA BADAN AMIL ZAKAT NASIONAL KABUPATEN PONOROGO

Secara keseluruhan adalah hasil penelitian / karya saya sendiri, kecuali bagian tertentu yang dirujuk sumbernya.

Ponorogo, 04 Juni 2025

Dewi Andini Saputri Ajeng Wati
NIM 403210004

DAFTAR ISI

ABSTRAK ..... **ii**

LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI ..... **iii**

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI ..... **iv**

LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI ..... **v**

LEMBAR KEASLIAN TULISAN ..... **vi**

DAFTAR ISI ..... **vii**

BAB I PENDAHULUAN **1**

A. Latar Belakang Masalah 1

B. Rumusan Masalah 7

C. Tujuan Penelitian 7

D. Manfaat Penelitian 7

E. Studi Penelitian Terdahulu 9

1. Jenis Dan Pendekatan Penelitian 17

2. Kehadiran Peneliti 18

3. Lokasi/Tempat Penelitian 19

4. Data Dan Sumber Data 19

5. Teknik Pengumpulan Data 20

6. Teknik Analisis Data 22

7. Teknik Keabsahan Data 24

PONOROGO

G. Sistematika Pembahasan 25

BAB II KAJIAN TEORI STRATEGTI, *CITRA*, DAN KEPERCAYAAN MASYARAKAT 27

A. Teori Strategi 27

B. Citra 31

1. Pengertian Citra 31

2. Strategi Membangun Citra 35

3. Tantangan Membangun Citra 36

4. Dampak Membangun Citra 37

C. Kepercayaan Masyarakat 38

BAB III DATA STRATEGI MEMBANGUN CITRA DI BAZNAS KABUPATEN PONOROGO 57

A. Data Umum 57

1. Gambaran Umum BAZNAS Ponorogo 57

2. Struktur BAZNAS Ponorogo Tahun 2021-2026 62

B. Paparan Data 62

1. Strategi Membangun Citra BAZNAS Ponorogo 62

2. Tantangan Dalam Membangun di BAZNAS Kabupaten Ponorogo. 68

3. Dampak Strategi Dalam Membangun Citra 71

A. Analisis Strategi Membangun Citra di BAZNAS Kabupaten Ponorogo 74

B. Analisis Tantangan Yang Di Hadapi Oleh BAZNAS Kabupaten Ponorogo Dalam Membangun Citra Positif di Kalangan Masyarakat. 79

C. Analisis Dampak Strategi Membangun Citra Yang Di Terapkan Baznas. 81

BAB V KESIMPULAN..... 65

A. Kesimpulan 65

B. Saran 66

DAFTAR PUSTAKA..... 71

IAIN PONOROGO

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

BAZNAS atau Badan Amil Zakat Nasional, didirikan di Indonesia sebagai wujud komitmen pemerintah untuk menegakkan nilai-nilai Islam. Lembaga ini mulai beroperasi pada tahun 2001 dengan tugas utama menghimpun dan menyalurkan zakat, infaq, shodaqoh, dan wakaf. Berdasarkan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No. 8 Tahun 2001, BAZNAS diakui sebagai lembaga resmi yang berwenang mengelola ZISWAF (Zakat, Infaq, Shodaqoh, dan Wakaf) dari tingkat pusat hingga daerah.Peran BAZNAS semakin diperkuat dengan diterbitkannya Undang-Undang No. 23 Tahun 2011, yang memberikan landasan hukum yang lebih solid bagi lembaga ini. Dalam undang-undang tersebut, BAZNAS ditetapkan sebagai lembaga non-struktural yang independen dan bertanggung jawab langsung kepada Presiden melalui Kementerian Agama. Dengan demikian, peran BAZNAS dalam pengelolaan zakat menjadi lebih luas dan terjamin secara hukum.[1]

Zakat berfungsi sebagai instrumen penting pada sektor ekonomi Islam untuk meningkatkan kesejahteraan umat islam di Indonesia.[2] Efektifitas

[1] A K Rois and M Candrakusuma, 'Badan Amil Zakat Nasional (Baznas) Ponorogo Dalam Menumbuhkan Ekonomi Dan Pendidikan Di Masyarakat', *Jurnal Masharif Al …*, 8.30 (2023), pp. 246–56 <https://journal.um-surabaya.ac.id/Mas/article/view/19654>.

[2] Citra Nur Wahyunita and Faruq Ahmad Futaqi, 'Efektivitas Program Ternak Kambing Bergulir Di UPZIS NU Care LAZISNU Desa Mrican Kecamatan Jenangan Kabupaten Ponorogo', *Journal of Islamic Philanthropy and Disaster (JOIPAD)*, 2.1 (2022), pp. 47–63, doi:10.21154/joipad.v2i1.4553.

ZISWAF dalam upaya mengurangi kesenjangan sosial tidak terlepas dari peran lembaga filantropi yang mengelola kegiatan tersebut, dengan cara memberikan modal kepada pihak yang tidak mampu, sehingga dapat berpartisipasi dalam kegiatan ekonomi, investasi, meningkatkan produksi, meningkatkan pendapatan, mengurangi pengangguran dan kemiskinan, sehingga pada akhirnya kesejahteraan masyarakat tercapai dan tingkat kemiskinan dapat ditekan.[3]

BAZNAS Kabupaten Ponorogo memiliki beberapa program untuk membantu mensejahterakan masyarakat antara lain: ponorogo cerdas, ponorogo Makmur, ponorogo peduli, ponorogo taqwa, dan ponorogo sehat. Dengan adanya program tersebut diharapkan dapat membantu masyarakat yang membutuhkan khususnya masyarakat ponorogo.[4] Untuk mewujudkan program- program tersebut, Baznas menghimpun dana ZIS diseluruh Kabupaten Ponorogo. Tata cara penghimpunan dana ZIS dapat dilakukan melalui membayar secara langsung dan juga melalui transfer.[5]

Kepercayaan *muzakki* dalam menyalurkan dana ZISnya tidak lepas dari citra baik BAZNAS di mata masyarakat. Citra baik ini menjadi salah satu pengangan bagi masyarakat dalam mengambil berbagai macam keputusan. Lembaga amil zakat harus memiliki citra yang baik di mata *muzakki* karena secara langsung memengaruhi niat mereka untuk menyalurkan zakat

[3] Fitra Rizal and Haniatul Mukaromah, 'Filantropi Islam Solusi Atas Masalah Kemiskinan Akibat Pandemi Covid-19', *AL-MANHAJ: Jurnal Hukum Dan Pranata Sosial Islam*, 3.1 (2020), pp. 35–66, doi:10.37680/almanhaj.v3i1.631.

[4] Agus Setyawan. *Wawancara,* 31-01-2025.

[5] Ibid.

melalui lembaga resmi.[6] Permasalahan yang dialami BAZNAS di wilayah Kabupaten Ponorogo saat ini ialah kurangnya minat *muzakki* dalam menyalurkan zakatnya pada BAZNAS. Penyebab hal tersebut ialah kurangnya kepercayaan *muzakki* kepada BAZNAS sehingga pendapatan dana ZIS kurang maksimal. Kurangnya kepercayaan *muzakki* ini di latar belakangi oleh kurangnya pendekatan BAZNAS kepada masyarakat sehingga masyarakat banyak yang belum mengenal BAZNAS dan meragukan transparansi dan profesionalisme BAZNAS.[7]

Citra merupakan kesan yang dimiliki seseorang mengenai suatu hal yang terbentuk dari pengetahuan atau pengalaman. Citra ini juga dapat dipahami sebagai refleksi perasaan dan gambaran masyarakat terhadap objek, serta kesan yang sengaja dibentuk dari suatu objek, individu, atau organisasi.[8] Dengan terciptanya citra positif bagi BAZNAS hal ini dapat mempengaruhi minat *muzzaki* dalam menyalurkan zakatnya.[9]

Citra BAZNAS yang kurang baik dapat diatasi dengan melakukan sosialisasi baik secara langsung maupun melalui media sosial dan juga memberikan pelayanan yang memudahkan *muzzaki* dalam menyalurkan zakatnya melalui pembayaran penjemputan dana. Selain itu BAZNAS juga dapat menawarkan program-program yang menarik untuk mensejahterakan

[6] Muhamad Abdulloh, 'Strategi Public Relation BAZNAS Ponorogo Dalam Meningkatkan Kepercayaan, Citra Perusahaan Dan Pengumpulan Zakat', *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9.3 (2023), p. 4076, doi:10.29040/jiei.v9i3.9478.

[7] Ibid.

[8] Abdul Wahid, *Strategi Membangun Citra Dan Kinerja Lembaga*. (Semarang: Fatiha Media, 2023), 6.

[9] Ibid.

masyarakat Ponorogo. Hal tersebut dilakukan agar dapat meningkatkan kepercayaan *muzzaki* untuk menyalurkan zakatnya pada BAZNAS.[10]

Berdasarkan wawancara dengan BAZNAS diperoleh data sebagai berikut yang menjelaskan pendapatan dana ZIS pada tahun 2024:

Tabel 1.1 Pendapatan Dana ZIS di BAZNAS Ponorogo

Pendapatan Dana ZIS 2024	Target BAZNAS
Rp. 8.109.826.556	Rp. 10.500.000.000

Sumber: Wawancara dengan Wakil BAZNAS Bagian Keuangan

Berdasarkan data diatas dapat dilihat bahwa penghimpunan dana ZIS yang dilakukan oleh BAZNAS masih jauh dari target yang telah ditetapkan dalam tahun 2024. Penghimpunan dana ZIS hanya memperoleh sekitar 78% dari target. Sumber dana ZIS Sebagian besar berasal dari ASN sebagai penyumbang utamanya dan masyarakat sekitar Kabupaten Ponorogo. Pembayaran dana ZIS untuk ASN langsung dipotong melalui gaji yang diterima setiap bulannya. Namun, disamping itu ada beberapa faktor penyebab kurang optimalnya pendapatan dana ZIS yaitu antusias masyarakat dalam mempercayakan dana ZIS kepada BAZNAS masih rendah. Hal ini disebabkan oleh kurangnya tingkat kepercayaan masyarakat kepada BAZNAS dan kurangnya kepedulian masyarakat terhadap sesama. Dengan adanya hal ini BAZNAS selalu berupaya melakukan sosialisasi baik secara langsung maupun melalui media sosial dan juga memberikan

[10] Ibid.

pelayanan yang memudahkan muzzaki dalam menyalurkan zakatnya melalui pembayaran penjemputan dana. [11]

Sebenarnya selain faktor kurangnya kepercayaan dan juga kurangnya kesadaran masyarakat dalam membayarkan dana ZIS nya, terdapat faktor lain dilapangan bahwasannya masyakat banyak yang belum mengenal keberadaan BAZNAS. Sehingga masyarakat ini banyak yang menyalurkan dana ZIS nya ke amil masjid daerah setempat. Di sisi lain BAZNAS ini juga bekerja sama dengan seluruh amil zakat Kabupaten Ponorogo dalam menghimpun dana ZIS. Namun sebagaian besar amil tidak melaporkan pendapatan dana ZISnya kepada BAZNAS, para amil ini lebih memilih mengelola dana ZIS secara mandiri.[12]

Penelitan mengenai citra sudah banyak dilakukan, seperti yang dilakukan oleh Riski Dama Rismawati menyimpulkan bahwa secara simultan, citra lembaga dan tingkat *religiusitas* memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap minat *muzakki* untuk menyalurkan zakat di lembaga amil zakat kabupaten ponorogo.[13] Terus selanjutnya penelitian yang dilakukan Risalatul Muawannah menyimpulkan bahwa kepercayaan dan citra lembaga memiliki pengaruh posistif yang signifikan terhadap minat donatur untuk membayar ZIS.[14] Terus selanjutnya penelitian yang

[11] Agus Setyawan.*Wawancara. 31-01-2025*

[12] Agus Setyawan. *Wawancara*. 31-01-2025

[13] Rizky Dama, 'Pengaruh Citra Lembaga Dan Religiusitas Terhadap Minat Muzakki Menyalurkan Zakat Di Lembaga Amil Zakat Kabupaten Ponorogo', 2020.

[14] Risalatul Muawanah, 'Pengaruh Kepercayaan Dan Citra Lembaga Terhadap Minat Donatur Membayar Zis (Zakat, Infaq Dan Shadaqah) Di Lembaga Amil Zakat Ummul Quro (Laz-

dilakukan M. Romadlon menyimpulkan bahwa Dompet Amanah Umat Sidordjo menerapkan strategi penguatan citra *merk* guna meningkatkan kepercayaan muzakki terhadap lembaga tersebut.[15] Sebagian besar penelitian terdahulu berfokus pada pengaruh citra lembaga terhadap minat muzakki dalam mempercayakan dana ZIS nya, Sedangkan penelitian peneliti berfokus pada strategi membangun Citra BAZNAS.

Mengingat pentingnya pandangan masyarakat terhadap BAZNAS berdampak pada pendapatan dana ZIS. Dana ZIS ini di alokasikan untuk membiayai program-program BAZNAS dalam mensejahterakan masyarakat khususnya Kabupaten Ponorogo. Mengharuskan BAZNAS untuk selalu meningkatkan citra positif agar masyarakat percaya dan terus menyalurkan dana ZIS nya pada BAZNAS. Dengan pendapatan dana ZIS yang maksimal maka kesejahteraan masyarakat khususnya Kabupaten Ponorogo akan meningkat.

Berdasarkan hasil penelitian ditemukan fakta bahwa pendapatan dana ZIS masih jauh dari target yang diharapkan. Salah satu faktor penyebabnya kurangnya kepercayaan masyarakat terhadap BAZNAS. Dari pemaparan di atas peneliti tertarik untuk mengambil judul penelitian dengan judul "Strategi Membangun Citra Pada Badan Amil Zakat Nasional Kabupaten Ponorogo".

Uq) Jombang', *BIMA : Journal of Business and Innovation Management*, 1.2 (2019), pp. 111–27, doi:10.33752/bima.v1i2.5354.

[15] M Romadlon Aji, 'Strategi Membangun Brands Citra Pada Dompet Amanah Umat Sidoarjo', *Nucl. Phys.*, 2023.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan dalam penelitian ini, maka akan muncul pertanyaan sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi yang diterapkan BAZNAS Kabupaten Ponorogo dalam membangun citra?
2. Apa saja tantangan yang dihadapi oleh BAZNAS Kabupaten Ponorogo dalam upaya membangun citra positif di kalangan masyarakat?
3. Bagaimana dampak strategi membangun citra yang diterapkan BAZNAS?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka tujuan yang ingin dicapai oleh penulis adalah untuk menganalisis dan mengetahui mengenai:

1. Untuk menganalisis strategi yang diterapkan BAZNAS dalam membangun *citra* lembaganya.
2. Untuk menganalisis tantangan yang dihadapi BAZNAS dalam membangun *citra* positif lembaganya.
3. Untuk menganalisis dampak strategi membangun citra yang diterapkan BAZNAS ?

D. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian berisi tentang kontribusi apa yang diberikan setelah selesai melakukan penelitian. Manfaat yang diharapkan dari hasil penelitian ini adalah:

1. Manfaat Teoritis

   Adanya penelitian ini memberikan harapan menjadi panduan atau pedoman tentang bagaimana strategi mendapatkan kepercayaan *muzakki* melalui citra baik lembaga amil zakat, tentunya hal ini juga berpengaruh pada masa depan lembaga amil zakat tersebut. Selain itu, penelitian ini juga dapat menjadi referensi bagi pihak–pihak lain yang ingin melakukan penelitian lebih lanjut dimasa yang akan datang seperti dosen, mahasiswa maupun pelajar.

2. Manfaat Praktis

   a. Bagi peneliti yang melakukan penelitian ini, dapat menambah pengetahuan dan wawasan mengenai strategi yang digunakan lembaga amil zakat dalam mendapatkan kepercayaan masyarakat sehingga nantinya saat terjun pada bidang yang sama sudah memahami semua seluk beluk lembaga amil zakat.

   b. Bagi masyarakat penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan mengenai strategi yang digunakan oleh lembaga amil zakat khususnya BAZNAS dalam mendapatkan kepercayaan *muzakki.* Tentunya penelitian ini dapat digunakan sebagai praktek bagi pengelola zakat lembaga lain sebagai tambahan informasi yang bermanfaat untuk keberlangsungan lembaga nya.

PONOROGO

E. Studi Penelitian Terdahulu

Dalam sebuah penelitian sangatlah penting memahami penelitian yang telah dilakukan sebelumnya sebagai sumber acuan dan dukungan. Berikut ini adalah penelitian yang dilakukan sebelumnya:

Pertama, Penelitian yang ditulis oleh Riski Dama Rismawati Tahun 2020 yang Berjudul Pengaruh Citra Lembaga Dan Religiusitas Terhadap Minat Muzakki Menyalurkan Zakat Di Lembaga Amil Zakat Kabupaten Ponorogo. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Hasil penelitian ini yaitu secara simultan, citra lembaga dan tingkat religiusitas memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap minat *muzakki* untuk menyalurkan zakat di lembaga amil zakat Kabupaten Ponorogo. Persamaan penelitian terdapat pada pengaruh citra terhadap kepercayaan. Perbedaannya yaitu metode yang digunakan kuantitatif sedangkan yang peneliti gunakan kualitatif.[16]

Kedua, Penelitian yang di tulis oleh Risalatul Muawannah Tahun 2019 yang Berjudul Pengaruh Kepercayaan dan Citra Lembaga Terhadap Minat Donatur Membayar ZIS (Zakat, Infaq dan Shadaqah) di Lembaga Amil Zakat Ummul Quro (Laz-Uq) Jombang. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Hasil penelitian Berdasarkan analisis data dan pembahasan mengenai pengaruh kepercayaan serta citra lambaga terhadap minat donator dalam membayar ZIS di LAZ Ummul Quro

[16] Dama, 'Pengaruh Citra Lembaga Dan Religiusitas Terhadap Minat Muzakki Menyalurkan Zakat Di Lembaga Amil Zakat Kabupaten Ponorogo'.

jombang dapat disimpulkan bahwa kepercayaan dan citra lembaga memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap minat donatur untuk membayar ZIS. Persamaan penelitian terdapat pada pengaruh citra terhadap minat masyarakat. Perbedaannya yaitu metode yang digunakan kuantitatif sedangkan yang peneliti gunakan kualitatif.[17]

ketiga, Penelitian Yang Dilakukan Oleh M Romadlon Tahun 2023 Yang Berjudul Strategi Membangun *brand Image* Pada Dompet Amanah Umat Sidoardjo. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah Deskriptif Kualitatif. Hasil penelitian ini adalah Dompet Amanah Umat Sidoardjo menerapkan strategi penguatan citra merk guna meningkatkan kepercayaan muzakki terhadap lembaga. Persamaannya dalam penelitian sama- sama membahas pengaruh citra terhadap keputusan *muzakki* dalam mempercayakan zakatnya. Perbedaannya penelitian sebelumnya terdapat pada objek penelitian.[18]

Keempat, Penelitian yang dilakukan oleh Mirna Wati Tahun 2020 Yang Berjudul Peran *Public Relations* Dalam Membangun Citra Perusahaan Di PT. Panca Usaha Plywood Kabupaten Luwu. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah Deskriptif Kualitatif. Hasil dari penelitian ini adalah dalam upaya membangun citra perusahaan, divisi *public relation* PT Panca Usaha Palopo Plywood di Kabupaten Luwu berfungsi sebagai

[17] Muawanah, 'Pengaruh Kepercayaan Dan Citra Lembaga Terhadap Minat Donatur Membayar Zis (Zakat, Infaq Dan Shadaqah) Di Lembaga Amil Zakat Ummul Quro (Laz-Uq) Jombang'.

[18] Aji, 'Strategi Membangun Brands Citra Pada Dompet Amanah Umat Sidoarjo'.

jembatan informasi antara perusahaan dan masyarakat. Melalui peran ini, terjadi pertukaran informasi yang efektif, di mana manajemen dapat mendengarkan dan memahami keinginan masyarakat, begitu pula sebaliknya. Akses informasi yang baik akan berkontribusi pada citra positif perusahaan. Persamaan penelitian yaitu sama-sama menjalin hubungan baik dengan masyarakat dengan begitu akan berdampak pada citra lembaga yang positif. Perbedaan penelitian terdapat pada objek penelitian.[19]

Kelima, Penelitian yang dilakukan oleh Veri Setyawan Tahun 2023 Yang Berjudul Strategi Branding LAZISWAF UNIDA Gontor Dalam Optimalisasi Digital Fundraising. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah Deskriptif Kualitatif. Hasil dari penelitian ini adalah berdasarkan tahapan penelitian dan perancangan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa strategi branding dalam mengoptimalkan penggalangan dana secara digital berfokus pada pendekatan branding LAZISWAF. Ini melibatkan proses perencanaan yang mencakup pemanfaatan berbagai saluran digital seperti *website, email*, dan pemasaran media sosial, untuk meningkatkan efektivitas pengumpulan ZIS. Persamaan dalam penelitian memanfaatkan platform digital dalam kegiatannya. Perbedaan terdapat pada objek penelitian.[20]

PONOROGO

[19] Mirna Wati, 'Peran Public Relation Dalam Membangun Citra Perusahaan PT.Panca Usaha Palopo Plywood Kab Luwu', 2022, pp. 1–89.

[20] Veri Setiawan, 'Strategi Branding Laziswaf Unida Gontor Dalam Optimalisasi Digital Fundraising', *Jurnal Nawala Visual*, 5.1 (2023), pp. 20–26, doi:10.35886/nawalavisual.v5i1.450.

Keenam, Penelitian yang ditulis oleh MD Ramadhini Tahun 2016 Yang Berjudul Peran *Public Relations* Dalam Membangun Citra Perusahaan Melalui Program *Corporate Social Responsibility.* Metode penelitian yang digunakan deskriptif kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pembangunan program CSR mengacu pada konsep pembangunan yang berkelanjutan. Prinsip keberlanjutan ini menekankan pertumbuhan terutama bagi masyarakat miskin dalam mengelola lingkungannya dan kemampuan institusinya untuk mengelola pembangunan. Strateginya adalah untuk mengintegrasikan dimensi ekonomi, ekologi, dan sosial dengan mempertimbangkan kemajemukan ekologi dan sosial budaya. Diharapkan perusahaan, pemerintah, dan masyarakat mendukung penuh proses pengembangan. Persamaan penelitian yaitu sama- sama menjalin hubungan baik dengan masyarakat akan berpengaruh pada citra lembaga. Perbedaannya penelitian ini menggunakan CSR dalam meningkatkan citra perusahaannya sedangkan penelitian peneliti menggunakan program-program yang dimiliki BAZNAS untuk meningkatkan citra lembaganya.

Ketujuh, Penelitian yang ditulis oleh Miko Ibnu Ibrahim Tahun 2024 Yang Berjudul Peran *Public Relations* Dalam Menumbuhkan Citra Perusahaan Yang Positif. Metode penelitian yang digunakan deskriptif kualitatif. Hasil penelitian ini menemukan bahwa *public relations* memastikan bahwa citra perusahaan tetap positif dan kuat di mata publik. *Public relations* membantu perusahann dalam membangun hubungan yang baik dengan stakeholder, mengelola krisis, dan meningkatkan kesadaran dan

PONOROGO

pemahaman masyarakat tentang perusahaan melalui strategi komunikasi yang tepat. Persamaan sama- sama menjalin hubungan yang baik dengan masyarakat agar mendapatkan citra posistif dan juga berhubungan dengan keberlanjutan lembaga. Perbedaan penelitian ini menjalin hubungan dengan masyarakat untuk keberlanjutan usahanya sedangkan penelitian peneliti menjalin hubungan baik dengan masyarakat agar masyarakat mempercayakan dana ZIS nya pada lembaga amil zakat.[21]

Kedelapan, Penelitian yang ditulis oleh Nauval Hilmi Tahun 2021 Yang Berjudul Strategi Fundraising Pada Lembaga Amil Zakat Infaq Sedekah Muhammadiyah Kota Batu. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa lembaga LAZIS MU Kota Batu yang baik melalui pemilihan lokasi yang strategis, pendayagunaan zakat melalui program yang efektif, legalitas lembaga, dan dukungan masyarakat. Faktor yang menghambat kinerja lembaga antara lain: tenaga kerja yang kurang berkompeten dan kurangnya pemahaman masyarakat mengenai zakat. Persamaan penelitian sama-sama memiliki hambatan yang sama mengenai fundraising zakat. Perbedaan penelitian ini berfokus pada *fundraising* sedangkan penelitian peneliti berfokus pada membangun citra Lembaga zakat.[22]

[21] Miko Ibnu Ibrahim, 'Peran *Public Relations* Dalam Menumbuhkan Citra Perusahaan Yang Positif', *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*, 2.6 (2024), pp. 186–90.

[22] Nauval Hilmy Ramadhan, Rahmad Hakim, and Muslikhati Muslikhati, 'Strategi Fundraising Pada Lembaga Amil Zakat Infaq Sedekah Muhammadiyah Kota Batu', *Balanca : Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 3.01 (2021), pp. 63–72, doi:10.35905/balanca.v3i01.2133.

Kesembilan, Penelitian yang ditulis oleh Muhammad Khoirun Nizam Tahun 2024 Yang Berjudul Strategi *Public Relations* Lembaga Amil Zakat Infak Dan Shodaqoh Muhammadiyah (Lazismu) Tulungagung. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif. Hasil dari penelitian ini Strategi Korporat, Menjelaskan bahwa strategi korporat adalah landasan bagi keseluruhan organisasi, mencakup visi, misi, nilai inti, dan arah umum yang diambil oleh perusahaan. Lazismu memiliki visi dan misi yang jelas untuk menjadi lembaga amil zakat terpercaya dengan tagline "memberi untuk negeri", serta budaya kerja yang mencerminkan nilai-nilai seperti amanah, profesionalisme, transparansi, dan pelayanan. Persamaan dalam penelitian ini sama-sama menjalin hubungan baik dengan masyarakat agar membentuk citra lembaga yang positif. Perbedaan penelitian terdapat pada objek penelitian.[23]

Kesepuluh, Penelitian yang ditulis oleh Naili Khoiruni'mah Yang Berjudul Strategi Humas Dalam Membangun Citra Lembaga Di Lembaga Amil Zakat Infaq Dan Shadaqah Nahdlatul Ulama (Lazisnu) Kota Semarang. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi humas yang diterapkan memiliki banyak manfaat seperti peningkatan jumlah *muzzaki* di LAZIS NU Kota Semarang. Dengan bertambahnya *muzakki,* LAZIS NU Kota Semarang dapat memperoleh dana untuk melaksanakan program- program

PONOROGO

[23] Zulfathurrahmah Zulfathurrahmah, Ahmad Baehaqi, and Tri Jatmiko Wahyu Prabowo, 'Strategi Public Relations Lembaga Amil Zakat Infak Dan Shodaqoh Muhammadiyah (Lazismu) Tulangagung', *Jati: Jurnal Akuntansi Terapan Indonesia*, 7.1 (2024), pp. 68–82.

yang belum terealisasi. Hal ini juga akan memudahkan LAZIS NU dalam menjalin kerja sama dengan organisasi lain. Persamaan penelitian menjalin hubungan baik dengan masyarakat dapat meningkatkan kepercayaan muzakki. Perbedaan penelitian terdapat pada objek penelitian.[24]

Kesebelas, Penelitian yang dilakukan oleh Citra Rahmadini yang berjudul Strategi Komunikasi Lembaga Amil Zakat Rydha Dalam Meningkatkan Pastisipasi Umat Berzakat Di Kabupaten Tangerang. Metode penelitian yang digunakan kualitatif. Hasil dari penelitian ini adalah dengan pemilihan media komunikasi yang tepat dapat meningkatkan pengetahuan dan informasi yang jelas kepada masyarakat mengenai kewajiban zakat. Sekaligus mengajak masyarakat yang sudah mencapai nisab untuk menunaikan kewajibannya. Persamaan sama- sama menggunakan media massa yang tepat dapat di manfaatkan untuk mengenalkan pentingnya berzakat. Perbedaan pada objek penelitian.[25]

Keduabelas, Penelitian yang ditulis oleh Muhammad Abdullah Tahun 2023 yang berjudul Strategi Public Relation BAZNAS Ponorogo Dalam Meningkatkan Kepercayaan, Citra Perusahaan dan Pengumpulan Zakat. Metode penelitioan yang di gunakan deskriptif kualitatif. Hasil dari penelitian ini adalah *public relations* memiliki pengaruh yang besar terhadap peningkatan jumlah muzakki. Persamaan sama- sama

[24] Naili Khoirunni'mah, 'Strategi Humas Dalam Membangun Citra Lembaga Di Lembaga Amil Zakat Infaq Dan Shodaqoh Nahdlatul Ulama (LAZIS NU) KOTA Semarang', *Pharmacognosy Magazine*, 2021.

[25] Citra Rahmadini, 'Strategi Komunikasi Lembaga Amil Zakat Rydha Dalam Meningkatkan Partisipasi Umat Berzakat DI Kabupaten Tangerang', *Braz Dent J.*, 2022.

menggunakan citra lembaga dalam meningkatkan kepercayaan muzakki. Perbedaan terdapat pada objek penelitian.[26]

Ketigabelas, Penelitian yang dilakukan oleh Eliza Geatama Putri Tahun 2023 yang bejudul Strategi *Public Relations* Lembaga Amil Zakat Al- Ihsan Jawa Tengah (LAZIS JATENG) Dalam *Meningkatkan Brands Awarness*. Metodenpenelitian yang digunakan deskriptif kualitatif. Hasil dari penelitian ini adalah strategi *public relations* diantaranya melalui tahap: *product promotion, publicity, lobbying, fundraising* dan *special event.* Persamaan sama- sama menggunakan media sosial sebagai sarana membangun citra. Perbedaan terdapat pada objek penelitian.[27]

Keempatbelas, Penelitian yang di lakukan oleh Amini Latifah Tahun 2022 yang berjudul Strategi Manajemen Humas Dalam Meningkatkan Citra Madrasah. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Hasil dari penelitian ini adalah dengan adanya citra positif banyak siswa yang datang berbondong- bondong ke MAN Kendal untuk mendaftar sekolah disana. Persamaan citra lembaga dapat mempengaruhi seseorang dalam mengambil keputusan. Perbedaan terdapat pada objek penelitian.[28]

PONOROGO

[26] Abdulloh, 'Strategi *Public Relation* BAZNAS Ponorogo Dalam Meningkatkan Kepercayaan, Citra Perusahaan Dan Pengumpulan Zakat'.

[27] Eliza Geatama Putri, 'Strategi *Public Relations* Lembaga Amil Zakat Al Ihsan Jawa Tengah (LAZIS JATENG) Dalam Meningkatkan Brands Awareness', *Journal GEEJ*, 2020.

[28] Amini Latifah, 'Strategi Manajemen Humas Dalam Meningkatkan Citra Madrasah', *Universitas Islam Negeri Walisongo*, 2022.

Kelimabelas, Penelitian yang dilakukan oleh Yusniar Yusuf Tahun 2019 yang berjudul Strategi Badan Amil Zakat Nasional Dalam Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Berzakat (Studi Khasus Kecamatan Baranti Kabupaten Sidenreng Rappang). Metode penelitian yang digunakan yaitu penelitian kualitatif. Hasil dari penelitian ini strategi BAZNAS dalam meningkatkan kesadaran masyarakat berzakat di Baranti Kabupaten Sidenreng Rappang cukup berhasil. Adapun strategi yang dilakukan BAZNAS yaitu melakukan kerja sama dengan aparat pemerintah setempat dan para ulama membantu mensosialisasikan tentang pentingnya berzakat dan manfaat zakat bagi mustahik dan muzzaki, membentuk UPZ, serta melakukan pembinaan terhadap UPZ. Persamaan menggunakan strategi yang sama dalam membangun citra. Perbedaan terdapat pada objek penelitian.[29]

F. Metode Penelitian

1. Jenis Dan Pendekatan Penelitian

a. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Jenis dari penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) merupakan suatu penelitian yang dilakukan langsung secara intensif, tentang latar belakang keadaan sekarang dan interaksi lingkungan sesuai unit sosial seperti individu, kelompok,

PONOROGO

[29] Yusniar Yusuf, 'Strategi Badan Amil Zakat Nasional Dalam Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Berzakat (Studi Kasus Kecamatan Baranti Kabupaten Sidenreng Rappang)', *Sustainability (Switzerland)*, 2019.

lembaga, atau masyarakat.[30] Penelitian akan dilakukam menggunakan penelitian secara langsung di lapangan dengan menggali data yang bersumber di lokasi tersebut. Dalam hal ini peneliti akan menulis serta mendeskripsikan hasil wawancara serta dokumentasi yang peneliti lakukan terkait dengan strategi membangun citra pada BAZNAS dalam mendapatkan kepercayaan muzakki.

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan pendekatan deskriptif dengan menggali data dari hasil wawancara yang dilakukan langsung ke lapangan dan mewawancarai ketua dan pihak- pihak yang terlibat dalam kegiatan pengumpulan zakat. Selain itu wawancara juga dilakukan kepada beberapa masyarakat kota ponorogo sebagai pelaku utama dalam kegiatan berzakat yang mana tingkat kepuasan merekalah yang menjadi faktor utama penentu keberhasilan suatu badan amil zakat.

2. Kehadiran Peneliti

Kehadiran peneliti begitu penting terutama dalam sebuah penelitian. Peneliti merupakan instrument pokok dan pengambilan data yang dilakukan secara langsung oleh peneliti di BAZNAS Kabupaten Ponorogo. Pada saat penelitian, peneliti berusaha untuk memperluas pertanyaan yang bertujuan untuk menjawab rumusan masalah. Selain itu,

[30] Ivanna Frestilya Ari Shandi, 'Persepsi Masyarakat Tentang Pergaulan Bebas Di Masa Peminangan', 2020.

peneliti juga berusaha untuk menggali data, dokumentasi, dan memperluas narasumber untuk mendapatkan hasil yang diinginkan.

3. Lokasi/Tempat Penelitian

Adapun pemilihan Lokasi yang akan peneliti lakukan bertempat di Jl. Trunojoyo No.143, Area Sawah, Tambakbayan, Kec. Ponorogo, Kabupaten Ponorogo, Jawa Timur 63419.[31] Lokasi penelitian ini digunakan untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan berdasarkan pertimbangan tertentu. Adapun alasan pemilihan Lokasi tersebut yaitu berawal dari permasalahan yang dihadapi BAZNAS yaitu kurangnya kepercayaan masyarakat yang mana sesuai dengan topik penelitian penulis serta memiliki obyek dan sumber data yang sesuai dengan penelitian yang akan dilakukan. Selain itu belum ada penelitian yang serupa dilokasi tersebut.

4. Data Dan Sumber Data

Data merupakan kenyataan yang menggambarkan suatu kejadian atau peristiwa. Data merupakan bentuk yang belum sepenuhnya berkembang sehingga perlu dikembangkan lebih lanjut untuk menghasilkan informasi. Pada penelitian ini data yang digunakan data primer dan sekunder yaitu:

a. Sumber Data Primer

Data Primer yaitu sumber datanya diperoleh secara langsung melalui wawancara. Dalam penelitian ini, peneliti melakukan

[31] Agus Setyawan, Wawancara. 31 Januari 2025

wawancara dengan beberapa narasumber diantaranya Wakil Ketua BAZNAS III, Wakil Ketua BAZNAS IV, dan masyarakat . Dari data tersebut dapat diketahui strategi membangun citra, tantangan yang dihadapi dan dampak strategi yang di gunakan sehingga penelitian ini dapat dilakukan.

b. Data Sekunder

Teknik yang dilakukan digunakan untuk memperoleh data dalam penelitian ini adalah dengan melakukan studi kepustakaan. Studi kepustakaan ini dapat diambil melalui buku-buku kepustakaan, literatur, dan karya ilmiah yang berkaitan erat dengan pokok bahasan dan dokumen yang diperlukan. Penulis menggunakan data ini untuk melengkapi data primer.

5. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan metode yang peneliti gunakan untuk mengumpulkan data seperti wawancara dan dokumentasi. Untuk memperoleh data yang diperlukan:

a. Wawancara

Wawancara memiliki banyak arti tergantung pada situasinya. Wawancara adalah percakapan dengan tujuan tertentu yang dilakukan oleh dua orang atau lebih, pewawancara yaitu pihak yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara yaitu pihak yang menjawab pertanyaan yang di ajukan sesuai dengan pengetahuannya. Wawancara digunakan untuk mendapatkan

PONOROGO

informasi tentang fakta, kepercayaan, keinginan dan lainnya yang diperlukan untuk penelitian.[32] Wawancara digunakan untuk memperoleh informasi yang berkaitan dengan fakta, kepercayaan, keinginan dan sebagainya yang diperlukan untuk memenuhi tujuan penelitian. Wawancara mengharuskan kedua belah pihak baik itu peneliti maupun narasumber bertemu dan berinteraksi secara aktif agar data yang diperoleh akurat dan sesuai dengan kebutuhan peneliti.

Metode wawancara peneliti gunakan untuk menggali data terkait strategi membangun citra di BAZNAS Kota Ponorogo dalam meningkatkan kepercayaan muzakki. Adapun informannya antara lain Wakil BAZNAS III, Wakil BAZNAS IV, dan muzakki, wawancara ini dilakukan agar data yang di peroleh akurat sesuai dengan fakta keadaan di lapangan.

b. Dokumentasi

Studi dokumentasi yaitu mengumpulkan dokumen dan data data yang diperlukan dalam permasalahan penelitian lalu ditelaah secara mendalam sehingga dapat mendukung dan menambah kepercayaan dan pembuktian suatu kejadian.[33] Dokumentasi dalam penelitian ini dilakukan dengan cara mengumpulkan data yang berasal dari risalah resmi dari BAZNAS. Dokumen yang dibutuhkan

[32] Umar Sidiq, Miftachul Choiri, and Anwar Mujahidin, *Metode Penelitian Kualitatif Di Bidang Pendidikan*, 2019.

[33] Ibid.

dalam penelitian ini adalah laporan pendapatan dana ZIS dan juga target tahunan yang ada di BAZNAS Ponorogo.

c. Observasi

Dalam hal ini peneliti terjun langsung ke lapangan untuk mengamati kondisi sekitar BAZNAS antara lain berkaitan dengan ruang, kegiatan, dan juga pelaku kegiatan. Tempat observasi dalam penelitian ini adalah kantor BAZNAS Ponorogo.[34]

6. Teknik Analisis Data

Setelah data dikumpulkan selanjutnya dilakukan analisis data. Menurut Kaelan Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari catatan lapangan, wawancara, dan dokumentasi. Proses ini melibatkan mengorganisasikan data dalam kategori menjabarkan, memilih mana yang penting, dan membuat kesimpulan untuk mempermudah diri sendiri dan orang lain.[35]

Secara umum, penelitian kualitatif menggunakan model analisis yang dikembangkan oleh Miles dan Huberman yang sering disebut sebagai metode analisis data interaktif. Proses analisis data dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus- menerus sampai prosesnya selesai, yang berarti bahwa data sudah tuntas. Ada tiga Langkah dalam analisis data kualitatif: reduksi data, display data, dan kesimpulan atau verifikasi.

---

[34] BAZNAS, Observasi, 16 Mei 2025.

[35] Sukma Utami , 'Pengaruh Lingkungan Sekolah Terhadap Pembaentukan Karakter Anak Pada Mata Pelajaran PKN Di SDN NO.77 Kanaeng Kecamatan Galesong Selatan Kabupaten Takalar', *Universitas Muhammadiyah Makassar*, 2018.

a. Reduksi Data

Data yang diperoleh dari lapangan jumlahnya cukup banyak, sehingga perlu dicatat secara teliti dan rinci. Seperti yang yang disebutkan sebelumnya jumlah data yang dikumpulkan oleh peneliti akan semakin banyak, kompleks, dan rumit seiring waktu. Untuk mencapai hal ini, data harus segera dianalisis melalui proses reduksi. Mereduksi data berarti mencari tema dan pola, merangkum, dan memfokuskan pada hal- hal yang paling penting.

b. Display Data (Penyajian Data)

Setelah data direduksi, maka langkah selanjutnya adalah menyajikan data. Dalam penelitian kuantitatif, penyajian data dapat dilakukan dengan menggunakan berbagai alat seperti table, grafik, pictogram, dan lain sebagainya. Metode ini membuat data lebih mudah dipahami karena terorganisasi dan tersusun dalam pola hubungan sehingga akan mudah dipahami. Dalam penelitian kualitatif dimana penyajian data dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, dan sejenisnya.

c. Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi

Dalam penelitian kualitatif penarikan kesimpulan dan verifikasi adalah langkah ketiga dalam analisis data, menurut Miles dan Huberman. Kesimpulan awal hanya sementara dan berubah jika tidak ditemukan bukti yang kuat pada tahap pengumpulan data berikutnya. Namun jika kesimpulan awal didukung oleh bukti yang

valid dan konsisiten, saat peneliti kembali kelapangan untuk mengumpulkan data, maka kesimpulan awal adalah kesimpulan yang kerdible .[36]

7. Teknik Keabsahan Data

Teknik keabsahan data sangat penting dilakukan untuk membuktikan bahwa penelitian yang dilakukan benar- benar ilmiah. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan teknik triangulasi tujuannya untuk meningkatkan kekuatan teoritis, metodologis, dan interpretative dari penelitian kualitatif. Triangulasi juga dapat diartikan sebagai kegiatan pengecekan data melalui beragam sumber, teknik, dan waktu yang berbeda.[37]

Triangulasi metode yang dilakukan untuk membandingkan informasi atau data melalui pendekatan yang beragam. Dalam penelitian kualitatif , peneliti sering kali memanfaatkan metode seperti wawancara, observasi, dan survei untuk mengumpulkan data. Untuk memastikan keabsahan informasi dan mendapatkan gambaran yang menyeluruh data, informasi yang didapatkan di lapangan diteliti dan dibandingkan untuk memverifikasi kebenaran data yang diperoleh. Peneliti menggunakan narasumber yang berbeda untuk mengecek keakuratan data informasi. Tahap triangulasi ini sangat penting dilakukan Ketika

[36] Sirajuddin Saleh, *Analisis Data Kualitatif*, *Pustaka Ramadhan*, 2017, I <https://core.ac.uk/download/pdf/228075212.pdf>.

[37] Arnild Augina Mekarisce, 'Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data Pada Penelitian Kualitatif Di Bidang Kesehatan Masyarakat', *Jurnal Ilmiah Kesehatan Masyarakat : Media Komunikasi Komunitas Kesehatan Masyarakat*, 12.3 (2020), pp. 145–51, doi:10.52022/jikm.v12i3.102.

terdapat keraguan terhadap kebenaran data atau informasi yang bersumber dari narasumber.[38]

G. Sistematika Pembahasan

Sistematika merupakan urutan uraian mengenai suatu topik tertentu agar topik yang dikaji dapat sistematis, teratur dan konsisten dengan pokok bahasan yang dibahas. Secara garis besar terdapatvlima bab yang terkandung dalam penelitian ini, berikut rincian dari setiap bab:

Bab I Pendahuluan yang memuat latar belakang, rumusan masalah, manfaat penelitian, kanhjmbhjian penelitian terdahulu, serta metode penelitian dan sistematika pembahasan. Dimana merupakan penjelasan umum tentang keseluruhan penelitian.

Bab II Landasan Teori yang merupakan bagian penguraian teori mengacu pada strategi, *citra,* BAZNAS, serta kepercayaan muzakki yang dipaparkan oleh peneliti.

Bab III Pemaparan Data, pemaparan data hasil penelitian berupa Gambaran umum Lokasi penelitian, paparan data yang menjawab rumusan masalah, serta temuan dalam penelitian.

Bab IV Pembahasan berisi tentang strategi membangun *citra* di BAZNAS dalam mendapatkan kepercayaan muzakki, hubungan teori yang relevan dengan pokok permasalahan penelitian dengan hasil data yang

[38] Dedi Susanto, Risnita, and M. Syahran Jailani, 'Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data Dalam Penelitian Ilmiah', *Jurnal QOSIM Jurnal Pendidikan Sosial & Humaniora*, 1.1 (2023), pp. 53–61, doi:10.61104/jq.v1i1.60.

diperoleh sebagai hasil penelitian yang digambarkan secara sistematis dan kritis.

Bab V Penutup berisi kesimpulan dan saran hasil penelitian dari penyusun. Selain itu skripsi ini dilengkapi dengan daftar pustaka dan berupa lampiran-lampiran sebagai pelengkap dari kelengkapan data skripsi.

PONOROGO

BAB II

KAJIAN TEORI STRATEGTI, *CITRA,* DAN KEPERCAYAAN MASYARAKAT

A. Teori Strategi

Kata "Strategi" berasal dari kata Yunani "strategos", yang berarti komandan militer di era demokrasi Athena. Menurut Siagian, strategi adalah rencana berskala besar yang berfokus pada pencapaian jangkauan masa depan yang jauh. Rencana ini dibuat sedemikian rupa sehingga memungkinkan organisasi berinteraksi secara efektif dengan lingkungannya dalam konteks persaingan, di mana fokus utama adalah untuk optimalisasi pencapaian tujuan dan berbagai sasaran organisasi yang relevan.

Menurut William F. Glueck, strategi adalah rencana yang disatukan, luas, dan terintegrasi yang menghubungkan keunggulan strategi perusahaan dengan tantangan lingkungan dan dirancang untuk memastikan bahwa tujuan utama perusahaan dapat dicapai melalui pelaksanaan yang tepat oleh organisasi. Di bagian lain, William J. Stanton menggambarkan strategi sebagai suatu rencana komprehensif dari tindakan yang akan diambil oleh suatu organisasi untuk mencapai suatu tujuan. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa strategi adalah kumpulan rencana yang menyeluruh, komprehensif, dan terpadu yang digunakan untuk mencapai tujuan [1]

[1] Amirullah, *Manajemen Strategi*. (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2015), 9.

Setiap langkah dalam strategi dirancang untuk memenuhi harapan masyarakat untuk masa depan dan dilakukan secara bertahap dan konsisten. Oleh karena itu, strategi biasanya dimulai dari kemungkinan yang akan datang daripada keadaan sekarang. lembaga harus memiliki kompetensi inti karena inovasi pasar dan pola perilaku konsumen berubah dengan cepat. Oleh karena itu, penting bagi lembaga untuk menemukan dan mengembangkan kompetensi inti dalam lembaga mereka.[2]

Dapat disimpulkan bahwa strategi adalah rencana yang disusun secara sistematis untuk mencapai tujuan tertentu dengan memanfaatkan sumber daya yang ada secara efektif. Dalam prosesnya, strategi melibatkan analisis situasi untuk memahami kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman (SWOT), serta menentukan langkah-langkah spesifik yang akan diambil. Selain itu, strategi juga mencakup pengalokasian sumber daya seperti waktu, tenaga, dan dana, agar pelaksanaannya dapat berjalan optimal. Setelah diimplementasikan, hasil dari strategi tersebut dievaluasi untuk memastikan keberhasilannya dan melakukan penyesuaian jika diperlukan.

Menurut Hill dan Jones, ada dua perspektif pada strategi: pendekatan tradisional (atau tradisional) dan pendekatan baru (atau modern). Pendekatan tradisional melihat strategi sebagai pola atau rencana yang menggabungkan tujuan utama perusahaan, kebijakan, dan tahapan tindakan yang mengarah pada keseluruhan yang kohesif atau saling terkait. Pendekatan modern melihat

[2] Rahim Rahman, *Manajemen Strategi*, *Musikolastika: Jurnal Pertunjukan Dan Pendidikan Musik*, 2020, II, doi:10.24036/musikolastika.v2i2.53.

strategi sebagai pola dalam arus keputusan atau proses pengambilan keputusan. Berdasarkan analisis konsep strategi tersebut, strategi dapat digambarkan sebagai sebagai:

1. Alat yang digunakan oleh lembaga untuk mencapai tujuannya.
2. Seperangkat perencanaan yang dibuat oleh perusahaan setelah mempelajari kondisi internal serta peluang dan ancaman eksternal.
3. Pola arus dinamis yang diterapkan untuk mendukung keputusan dan tindakan lembaga.[3]

Dalam merumuskan strategi yang efektif, terdapat beberapa tahapan yang perlu dilalui, antara lain:

1. Perumusan Strategi

   Tahap awal dari manajemen strategi berfokus pada penetapan fondasi yang kokoh. BAZNAS perlu mengembangkan strategi yang mencakup beberapa aspek, seperti pembuatan visi, misi, analisis SWOT (kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman) yang mungkin terjadi, penetapan tujuan jangka panjang, penyusunan alternatif strategi, serta pemilihan strategi yang paling sesuai untuk yang diterapkan oraganisasi.

2. Implementasi Strategi

   Selanjutnya, BAZNAS akan melaksanakan strategi yang telah dirumuskan. Pada tahap ini, penting untuk mengambil keputusan yang tepat dalam menetapkan tujuan tahunan, mengalokasikan sumber daya

[3] AB Susanto, *Manajemen Strategik Komprehensif; Untuk Mahasiswa dan Praktisi* (Jakarta: Erlangga, 2014), 17.

seefisien mungkin. Dari penerapan strategi ini di harapkan dapat membantu BAZNAS dalam mencapai tujuan yang diharapkan.

3. Evaluasi Strategi

Tahap terakhir dalam penerapan strategi yang akan dinilai secara keseluruhan. Proses evaluasi ini berfungsi sebagai alat bantu bagi BAZNAS untuk menilai keberhasilan atau kegagalan dari implementasi yang telah dilakukan. Ada tiga aktivitas utama yang dilakukan pada tahap ini: Pertama, melakukan ulasan terhadap faktor internal dan eksternal yang menjadi dasar strategi, Kedua, mengukur kinerja atau capaian yang telah dicapai, dan ketiga, mengambil Langkah- Langkah untuk perbaikan dimasa mendatang.[4]

Menurut Supriyono, terdapat beberapa manfaat dari penerapan manajemen strategi, antara lain:

1. Manajemen strategi berfungsi sebagai alat untuk mengantisipasi masalah-masalah yang mungkin muncul di masa depan, terutama dalam situasi yang cepat berubah.
2. Dengan manajemen strategi, lembaga dapat menetapkan tujuan dan arah yang jelas untuk masa depan yang nantinya akan memberikan manfaat di semua aspek operasional.
3. Penerapan manajemen strategi dapat membantu mengurangi resiko yang mungkin terjadi.

[4] Cepi Pahlevi, *Manajemen Strategi*, (Makassar: Intelektual Karya Nusantara, 2023), 15.

4. Selain itu, manajemen strategi berkontribusi pada peningkatan efektivitas kinerja di dalam lembaga.[5]

B. Citra

1. Pengertian Citra

Dalam Kamus Besar, Istilah "citra" diartikan sebagai gambaran atau rupa yang dimiliki oleh banyak orang tentang sesorang, perusahaan, organisasi, atau produk. Philip Kotler menjelaskan bahwa citra adalah kumpulan ide, keyakinan, dan kesan yang dimiliki seseorang tentang suatu objek itu sendiri. Dengan kata lain, citra juga mencerminkan persepsi masyarakat terhadap lembaga dan produk yang ditawarkannya. [6]

Frank Jefkins, dalam bukunya yang berjudul "*Public Relations Technique",* mengartikan citra sebagai kesan yang dimiliki seseorang atau individu tentang sesuatu, yang terbentuk dari pengetahuan dan pengalaman. Citra ini juga dapat dipahami sebagai refleksi perasaan dan gambaran masyarakat terhadap lembaga atau organisasi tertentu, serta kesan yang dengan sengaja dibentuk dari suatu objek, individu, atau organisasi. Proses pembentukan citra ini dipengaruhi oleh persepsi yang berkembang dibenak publik mengenai realitas yang ada, Oleh karena itu, sejauh mana citra terbentuk sangat bergantung pada kemampuan humas dalam membangun persepsiyang didasarkan pada kenyataan yang terjadi.[7]

PONOROGO

[5] Amirullah, *Manajemen Strategi*,

[6] Wahid, *Strategi Membangun Citra Dan Kinerja Lembaga*. (Semarang: Fatiha Media, 2023), 7.

[7] Ibid.

Citra dapat dipahami sebagai representasi diri yang sengaja dibentuk, baik untuk individu, organisasi, maupun lembaga. Citra ini berfungsi untuk menggambarkan kepribadian atau ciri khas tertentu, yang pada akhirnya akan mempengaruhi persepsi terhadap suatu hal. Oleh karena itu, penting bagi suatu lembaga untuk merancang dan menetapkan citra yang ingin ditampilkan kepada publik.[8]

Citra suatu lembaga, bisa dilihat mulai dari identitas lembaga yang tercermin melalui pemimpinnya, nama lembaga, dan tampilan lainnya seperti pemanfaatan media publitas baik yang visual, audio maupun audio visual. Identitas dan citra lembaga juga dalam bentuk non fisik seperti nilai-nilai dan filosofis yang dibangun, pelayanan, gaya kerja dan komunikasi internal maupun eksternal. Dengan demikian, berdasarkan hal- hal diatas peran stakeholder dalam lembaga sangatlah signifikan. Setiap individu dan entitas memiliki kontribusi penting dalam membangun dan memperkuat citra lembaga.[9]

Citra yang terbentuk akan mencerminkan jati diri lembaga yang sesungguhnya. Jika sebuah lembaga ingin menampilkan citra terbaiknya, maka penting bagi lembaga untuk memastikan bahwa lembaga telah menghasilkan produk yang berkualitas tinggi sesuai dengan segmen pasarnya. Pada dasarnya, persepsi dari segmen tersebut dipengaruhi oleh pemahaman atau anggapan konsumen terhadap lembaga itu sendiri. Oleh

[8] Ibid.
[9] Ibid.

karena itu, setiap lembaga perlu menguasai aliran informasi mengenai citra positif mereka yang disampaikan kepada segmen pasarnya. Untuk mencapai tujuan ini, ada beberapa langkah yang perlu dilakukan, antara lain:

a. Menentukan jenis citra yang akan diperkenalkan kepada pasar.
b. Secara aktif mengambil inisiatif untuk mengenalkan citra tersebut melalui beberapa saluran informasi.
c. Menghindari penyampaian citra yang berlebihan.
d. Proses pembentukan citra perlu dilakukan secara bertahap.
e. Memilih dan menetapkan saluran serta sarana terbaik untuk menyampaikan citra.[10]

Menurut Shirley Harrison, informasi yang komprehensif mengenai citra perusahaan terdiri dari empat elemen utama yaitu:

a. *Personality*, mencakup keseluruhan karakteristik lembaga yang dipahami oleh publik.
b. *Ruputation*, merujuk pada tindakan yang diambil oleh lembaga yang di yakini oleh publik berdasarkan pengalaman mereka sendiri atau pun orang lain.
c. *Value*, menunjukkan nilai- nilai yang di usung oleh lembaga atau biasa disebut budaya lembaga. Ini termasuk sikap manajemen yang peduli

[10] Ibid.

terhadap pelanggan, serta kecepatan respons karyawan terhadap permintaan maupun keluhan masyarakat.

d. *Corporate Identity*, merupakan komponen-komponen yang membantu publik dalam mengenali lembaga, seperti logo, warna, dan slogan yang digunakan.[11]

Citra positif dapat diartikan sebagai kredibilitas suatu organisasi atau lembaga di depan publik. Kredibilitas ini mencakup dua aspek penting yaitu:

a. Kemampuan dalam memenuhi kebutuhan, harapan, dan kepentingan publik.
b. Kepercayaan, tetap berkomitmen dalam menjaga kepentingan Bersama, khususnya dalam mewujudkan investasi sosial yang berbentuk program- program yang dirancang untuk mendukung kesejahteraan sosial.[12]

Dalam penelitian ini, upaya penguatan citra positif lembaga dapat di ukur melalui beberapa indikator sebagai berikut:

a. Kemampuan dalam menggalang potensi masyarakat untuk mengembangkan BAZNAS secara optimal.
b. Komitmen untuk selalu berkomunikasi dan bekerja sama dengan berbagai elemen masyarakat dalam berbagai aktivitas.

[11] Dama, 'Pengaruh Citra Lembaga Dan Religiusitas Terhadap Minat Muzakki Menyalurkan Zakat Di Lembaga Amil Zakat Kabupaten Ponorogo'.
[12] Ibid.

c. Kemampuan untuk menjadi pusat yang mampu memenuhi kebutuhan riil masyarakat secara luas.[13]

2. Strategi Membangun Citra

Strategi adalah adalah rencana yang disusun secara sistematis untuk mencapai tujuan tertentu dengan memanfaatkan sumber daya yang ada secara efektif.[14] Sedangkan citra adalah gambaran, persepsi, atau kesan yang terbentuk di benak seseorang terhadap sesuatu, baik itu individu, kelompok, produk, institusi, atau suatu konsep.[15] Jadi strategi membangun citra adalah suatu rencana yang di ambil oleh lembaga atau perusahaan dalam membentuk nama baiknya di masyarakat.

Dalam membentuk citra baik lembaga atau perusahaan dapat dilakukan melalui:

a. Produk yaitu memastikan bahwa produk yang dimiliki menarik perhatian konsumen.
b. Layanan yaitu memastikan bahwa lembaga atau perusahaan memberikan pelayanan yang terbaik dan memuaskan.
c. Tanggung jawab sosial yaitu memastikan bahwa lembaga atau perusahaan memiliki kepekaan terhadap lingkungan di sekitarnya.
d. Lingkungan kerja yaitu memastikan bahwa lembaga atau perusahaan memiliki budaya kerja yang positif, sehingga karyawan dapat mengembangkan kompetensi terbaiknya.

[13] Wahib, *Strategi Membangun Citra dan Kinerja Lembaga*.
[14] Djoko Soelistya, *Manajemen Strategi*.
[15] Ibid.

e. Komunikasi yaitu memastikan bahwa lembaga atau perusahaan memiliki hubungan komunikasi yang baik sehingga dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat.[16]

3. Tantangan Membangun Citra

Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) menjelaskan tantangan merupakan hal atau objek yang menggugah tekad untuk meningkatkan kemampuan mengatasi masalah artinya sebuah hal yang membuat kita semakin tekad dalam melakukan sesuatu dan mendapatkan hasil.[17] Sedangkan citra adalah gambaran, persepsi, atau kesan yang terbentuk di benak seseorang terhadap sesuatu, baik itu individu, kelompok, produk, institusi, atau suatu konsep.[18] Jadi strategi membangun citra adalah proses menghadapi berbagai hambatan atau rintangan dalam menciptakan dan mempertahankan persepsi, kesan, atau gambaran positif tentang individu, kelompok, produk, atau konsep tertentu di benak orang lain.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Purwono dalam bukunya menjelaskan dalam membangun citra yang positif memiliki beberapa tantangan, antara lain:

a. Kurangnya SDM yang terlatih dan terdidik
b. Fasilitas yang kurang memadai

PONOROGO

[16] Wahid, *Strategi Membangun Citra Dan Kinerja Lembaga*. (Semarang: Fatiha Media, 2023), 6.

[17] 17 Mei 2025, *https://kbbi.web.id/tantangan.*

[18] Ibid.

c. Kondisi sosial masyarakan yang belum mendukung

d. Rendahnya literasi masyarakat

e. Lemahnya kesadaran masyarakat terhadap pentingnya citra.[19]

4. Dampak Membangun Citra

Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) menjelaskan dampak adalah pengaruh atau akibat yang timbul dari suatu tindakan, peristiwa, atau keadaan, baik secara langsung maupun tidak langsung. Dampak dapat bersifat positif (mendukung tujuan atau membawa manfaat) maupun negatif (menghambat tujuan atau menimbulkan kerugian).[20] Sedangkan Citra adalah gambaran, persepsi, atau kesan yang terbentuk di benak seseorang terhadap sesuatu, baik itu individu, kelompok, produk, institusi, atau suatu konsep.[21] Jadi dampak membangun citra adalah pengaruh atau akibat dari hasil upaya membangun nama baiknya di masyarakat.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Firsan Nova menjelaskan dampak dari perusahaan yang memiliki citra yang positif, antara lain:

a. Meningkatkan daya saing

b. Menjadi perisai di masa krisis

c. Menarik minat donatur

d. Meningkatkan efektivitas strategi pemasaran

e. Penghematan biaya.[22]

---

[19] Purwono, *Manajemen Strategik.*

[20] 17 Mei 2025*, https://kbbi.web.id/dampak.*

[21] Wahib, *Strategi Membangun Citra Dan Kinerja Lembaga.* (Semarang: Fatiha Media, 2023), 6.

[22] Ibid.

C. Kepercayaan Masyarakat

Kepercayaan adalah keyakinan bahwa tindakan orang lain sesuai dengan keyakinan atau harapan. Proses ini tidak berjalan terjadi secara instan, namun berkembang seiring waktu hingga membentuk kepercayaan. Upaya untuk membangun kepercayaan sering kali melalui proses yang panjang. Dengan kepercayaan akan dapat memudahkan seseorang melakukan berbagai hal termasuk dalam hal membangun relasi dengan seseorang, organisasi, dan perusahan maupun sebaliknya lembaga juga penting untuk memiliki kepercayaan masyarakat untuk keberlangsungan lembaganya. Terutama lembaga zakat yang mana dananya dihimpun dari masyarakat.[23]

Kepercayaan memainkan peran penting dalam membangun komitmen antara perusahaan dan masyarakat. Menurut Morgan Hunt, Kepercayaan dapat diartikan sebagai keyakinan seseorang bahwa ia akan menemukan apa yang diharapkannya dari mitranya.[24]

Kepercayaan masyarakat itu sangat penting bagi BAZNAS karena dengan kepercayaan tersebut dapat mempengaruhi niat mereka dalam menyalurkan

PONOROGO

[23] Muhammad Fudaili and Mansur Azis, 'Tingkat Kepercayaan Muzakki Dalam Berzakat Di Lazisnu Kecamatan Sambit', *Journal of Islamic Philanthropy and Disaster (JOIPAD)*, 2.1 (2022), pp. 23–33, doi:10.21154/joipad.v2i1.4504.

[24] Mahmudatus Sa'diyah and Nur Aziroh, 'Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Kepercayaan Nasabah Muslim Pengguna Mobile Banking Di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Kudus', *Jurnal Equilibriu*, 1.1 (2014), pp. 118–44.

dana ZIS nya pada BAZNAS.[25] Salah satu cara efektif untuk membangun menumbuhkan kepercayaan masyarakat terhadap lembaga adalah dengan mendengarkan keluhan atau saran dari masyarakat, sehingga dapat melakukan perbaikan pada hal-hal yang kurang baik. Dalam konteks lembaga atau organisasi, kepercayaan harus dibangun berdasarkan kepentingan publik.

Kepercayaan dapat diukur menggunakan indikator kepercayaan menurut McKnight yang terdiri dari dua dimensi yaitu *trusting belief* (mempercayai keyakinan) dan *trusting intention* (mempercayai intensi).

1. *Trusting Belive* (Mempercayai Keyakinan) yaitu memiliki keyakinan bahwa seseorang atau sesuatu memiliki keandalan, kebenaran, kemampuan, atau kekuatan. Dalam hal ini ada beberapa indikator yang dapat digunakan dalam melihat kepercayaan masyarakat:
    1) Bentuk kepercayaan muzakki terhadap LAZ dilihat dari aspek *benevolence* (niat baik) digambarkan dari penilaian seluruh responden yang setuju karena merasakan pengalaman bahwa "Lembaga tempat mereka menyalurkan ZIS memiliki perhatian dalam melayani dan menunjukkan kinerja terbaik". Hal ini sesuai dengan prinsip *benevolence* (niat baik) yang mencerminan perhatian yang tulus dan ingin memberikan yang terbaik kepada muzakki sebagai pendonor dan mustahiq sebagai penerima manfaat.

[25] Abdulloh, 'Strategi Public Relation BAZNAS Ponorogo Dalam Meningkatkan Kepercayaan, Citra Perusahaan Dan Pengumpulan Zakat'.

2) Bentuk kepercayaan muzakki dilihat dari aspek integritas responden merasakan “Lembaga tempat mereka menyalurkan ZIS transparan dalam laporan keuangan”. Karena integritas melibatkan seperangkat prinsip yang dapat diterima oleh pihak lain, meliputi kejujuran dan perlakuan adil, dan penghindaran kemunafikan dengan adanya transparansi.

3) Bentuk Kepercayaan dilihat dari aspek kompetensi mengacu pada kemampuan pihak lain untuk melaksanakan kewajiban (dalam hal keterampilan dan pengetahuan). Kompetensi berarti suatu kepercayaan bahwa lembaga memiliki kemampuan untuk mengelola ZIS. Dari indikator ini, seluruh responden BAZNAS menyetuji bahwa lembaga memenuhi kriteria kompetensi berupa “Memiliki sumber daya yang profesional dan kompeten dalam mengelola ZIS”.

2. *Trust Intention* (Mempencayai Intensi) yang bersifat konatif (sikap dan perilaku).

a. Aspek kesediaan konsumen untuk bergantung kepada lembaga, responden yang menyalurkan melalui BAZNAS menyatakan kepercayaannya dengan tetap setia menyalurkan ke lembaga tersebut. selain ituu kepercayaan jga tercermin dari kesediaan menerima resiko jika dana ZIS tidak dikelola sesuai harapan.

b. Aspek kesediaan konsumen secara subyektif, seluruh responden sepakat dan setuju jika harus mengikuti prosedur administrasi, saran atau permintaan dari lembaga bahkan bersedia merekomendasikan

lembaga tempat mereka menyalurkan ZIS tersebut kepada orang lain sebagai salah satu wujud kepercayaan mereka akan lembaga tersebut.[26]

IAIN PONOROGO

[26] Dian Agustiningrum and Anik Lestari Andjarwati, 'Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Marketplace', *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9.3 (2021), pp. 896–906, doi:10.26740/jim.v9n3.p896-906.

BAB III

DATA STRATEGI MEMBANGUN CITRA DI BAZNAS KABUPATEN PONOROGO

A. Data Umum

1. Gambaran Umum BAZNAS Ponorogo

Badan Amil Zakat Nasional, atau disingkat BAZNAS, adalah badan resmi pemerintah yang dibentuk berdasarkan Keputusan Presiden RI No. 8 Tahun 2001. BAZNAS memiliki mandat untuk menghimpun dan menyalurkan zakat, infak, dan sodaqoh dalam skala nasional. Sebuah undang-undang yang mengatur pengelolaan zakat, yang diperluas ke seluruh negeri, diterbitkan pada tahun 2011. Menurut undang-undang yang baru disahkan, BAZNAS berfungsi sebagai lembaga pemerintah non-struktural yang otonom yang bertanggung jawab kepada presiden dan Kementerian Agama. BAZNAS merupakan lembaga amil zakat yang telah di lindungi oleh pemerintah, dengan di terbitkannya Peraturan Bupati No 44 Tahun 2018 di Ponorogo. BAZNAS merupakan lembaga bentukan Pemerintah Kabupaten Ponorogo yang bersifat non struktural dan mandiri dengan pertanggungjawaban kepada Bupati Ponorogo. Perda Nomor 44 Tahun 2018 yang dikeluarkan Bupati Ponorogo terkait proses pelaksanaan zakat di Pemkab Ponorogo.[65]

[65] Rois and Candrakusuma, 'Badan Amil Zakat Nasional (Baznas) Ponorogo Dalam Menumbuhkan Ekonomi Dan Pendidikan Di Masyarakat'.

Visi BAZNAS Kabupaten Ponorogo yaitu “Terwujudnya BAZNAS Kabupeten Ponorogo yang Amanah, Transparan Dan Profesional”. Sedangkan misi yang dimiliki BAZNAS Kabupaten Ponorogo sebagai berikut:

a. Meningkatkan kesadaran umat untuk menunaikan ZIS melalui BAZNAS maupun LAZ.
b. Meningkatkan penghimpunan dan pendayagunaan ZIS dengan ketentuan syariat dengan prinsip manajemen modern.
c. Meningkatkan pengelolan/amil zakat yang amanah, transparan, profesional dan terintegrasi.
d. Meningkatkan pusat data zakat di Kabupaten Ponorogo.
e. Memaksimalkan peran zakat dalam menanggulangi kemiskinan di Ponorogo melalui sinergi dan koordinasi dengan lembaga terkait.[66]

BAZNAS Kabupaten Ponorogo memiliki program penunjang untuk membantu mewujudkan visi dan misinya. Program tersebut antara lain:

1) Ponorogo Takwa

Ponorogo taqwa adalah program di bidang keagamaan. Kegiatan di dalamnya adalah memberikan dana operasional pada masjid, memberikan pembinaan pada imam masjid dan memberikan bantuan dana untuk pembangunan masjid.

[66] Agus Setyawan, *Wawancara*. 31 Januari 2025

2) Ponorogo Cerdas

Program Ponorogo cerdas merupakan program yang bergerak di sektor pendidikan. Berupa pemberian beasiswa bagi siswa yang memiliki kecerdasan namun kesulitan dengan ekonominya.

3) Ponorogo Makmur

Program ini diwujudkan dengan memberikan bantuan pinjaman modal tanpa bunga kepada mustahik yang berniat membuka usaha. Seperti yang pernah dilakukan BAZNAS Kabupaten Ponorogo yaitu memberikan modal berupa mesin jahit, alat obras, dan bahan-bahan lain yang diperlukan dalam membuka usaha kepada mustahik. Ada juga bantuan benih lele sehingga dapat dikembangkan biakkan untuk mengangkat kesejahteraan mustahik.

4) Ponorogo Sehat

BAZNAS Kabupaten Ponorogo berusaha membantu masyarakat di bidang kesehatan khususnya fakir miskin atau dhuafa yang belum memiliki kartu BPJS. Program ini memberikan bantuan untuk masyarakat miskin yang harus menjalani pengobatan.

5) Ponorogo Peduli

Ponorogo peduli adalah program yang dibentuk untuk membantu masyarakat miskin dan dhuafa di bidang kepedulian sosial. Bantuan yang diberikan berupa bahan pangan untuk masyarakat yang

terdampak bencana, cacat atau disabilitas, dan bedah rumah untuk rumah tidak layak huni.[67]

BAZNAS sebagai Sumber Daya Manusia (SDM) yang mengelola zakat harus mampu memainkan perannya pula dalam mendorong perekonomian umat. Di antara peran BAZNAS dalam mendorong pertumbuhan ekonomi adalah sebagai berikut:

a) Pengumpulan ZIS

Langkah pertama BAZNAS dalam memainkan perannya dalam mendorong pertumbuhan ekonomi adalah pengumpulan zakat, infak dan sedekah secara aktif dan masif. Pengumpulan dana ZIS bertujuan untuk membangun perekonomian dan kesejahteraan masyarakat. BAZNAS dapat mengumpulkan berbagai jenis dana yang meliputi dana zakat, dana infak dan sedekah, dan dana hibah, selama tidak melanggar aturan dan regulasi yang telah ditetapkan oleh pemerintah.

b) Distribusi Zakat Infak, dan Sedekah (ZIS)

Dana yang telah dihimpun oleh BAZNAS didistribusikan kepada masyarakat yang membutuhkan untuk mencukupi kebutuhan ekonomi. BAZNAS mendistribusikan ZIS untuk kegiatan ekonomi, pendidikan, dan kesehatan. Dana zakat, infak dan sedekah yang dikumpulkan dari masyarakat didistribusikan kepada delapan asnaf penerima zakat dalam bentuk kegiatan-

[67] Agus Setyawan. *Wawancara,* 31-01-2025.

kegiatan terutama yang berhubungan dengan ekonomi, kemudian pendidikan, dan kesehatan. Hal tersebut dapat mendorong pertumbuhan ekonomi masyarakat.

c) Meningkatkan Pendapatan Mustahik

Di antara visi BAZNAS adalah untuk meningkatkan kesadaran masyarakat dalam berzakat melalui amil zakat. Selain itu, visi BAZNAS adalah untuk BAZNAS juga berperan meningkatkan pendapatan mustahik untuk menjadi individu atau keluarga yang sejahtera dalam aspek ekonomi. Untuk meningkatkan pendapatan mustahik, maka BAZNAS dapat membuat berbagai macam program, misalnya program dana bergulir.

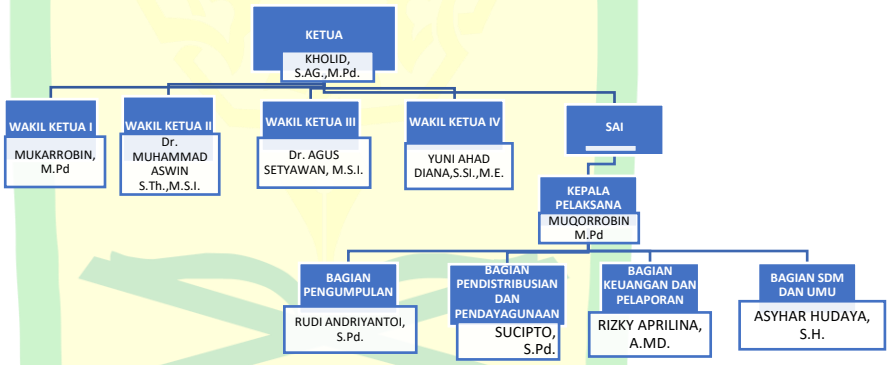
d. Menyebarkan Nilai-nilai Zakat

Di antara visi BAZNAS adalah untuk meningkatkan kesadaran masyarakat dalam berzakat melalui amil zakat. Selain itu, visi BAZNAS adalah untuk meningkatkan penghimpunan dan pendayagunaan zakat sesuai dengan ketentuan syariah dan prinsip manajemen modern. Dalam hal ini, BAZNAS tampak sebagai lembaga yang bersifat kuantitatif. Namun bagaimanapun, BAZNAS tidak hanya memiliki peran secara kuantitatif saja namun bersifat kualitatif. Peran kualitatif BAZNAS adalah menyebarluaskan nilai-nilai zakat kepada masyarakat. Di antara nilai-nilai zakat yang disebarkan oleh BAZNAS adalah nilai-nilai

keimanan dan ketakwaan kepada Allah SWT, etos kerja dan etika kerja. Selain itu, nilai-nilai zakat yang disebarkan juga terkait dengan pembentukan karakter manusia untuk saling memberi manfaat.[68]

2. Struktur BAZNAS Ponorogo Tahun 2021-2026

Tabel 3.1 Gambar Struktur BAZNAS Ponorogo



Sumber: Dokumentasi BAZNAS Ponorogo

B. Paparan Data

1. Strategi Membangun Citra BAZNAS Ponorogo

Strategi dalam membangun citra di BAZNAS Kabupaten Ponorogo dilakukan melalui beberapa cara yang digunakan antara lain melalui produk, layanan, tanggung jawab sosial, lingkungan kerja dan juga komunikasi dengan masyarakat untuk meningkatkan kepercayaan masyarakat.

[68] Nilal Fauza, 'Peran BAZNAS Dalam Meningkatkan Ekonomi Umat : Studi Literatur', *Muamalat: Jurnal Kajian Hukum Ekonomi Syariah*, 15.2 (2023), pp. 115–28.

Dalam hal ini peneliti akan menguraikan hasil penelitian yang dilakukan dengan Agus Setyawan, Yuni Ahad Diana, Sudarni, dan *muzakki*. Bagaimana strategi membangun citra di BAZNAS Kabupaten Ponorogo.

Strategi untuk membangun citra di BAZNAS Kabupaten Ponorogo dengan merujuk pada penawaran program dan layanan yang dilakukan oleh BAZNAS sebagai lembaga pengelola zakat. Produk di BAZNAS Kabupaten Ponorogo tidak hanya berupa barang secara fisik, tetapi juga mencakup program-program sosial**,** layanan zakat, dan berbagai inovasi yang dihadirkan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Tujuan utama dari strategi ini adalah untuk memperkuat citra BAZNAS sebagai lembaga yang transparan, amanah, dan berperan aktif dalam kesejahteraan umat. Hal ini selaras dengan hasil wawancara dengan Agus Setyawan selaku Wakil BAZNAS III, beliau mengatakan:

> "Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kabupaten Ponorogo menerapkan strategi membangun citra melalui produk yaitu dengan program-program yang ada di BAZNAS Kabupaten Ponorogo antara lain ponorogo takwa, ponorogo cerdas, ponorogo makmur, ponorogo sehat, dan ponorogo peduli. Secara keseluruhan, program-program BAZNAS tidak hanya sekadar mengumpulkan dan menyalurkan zakat, tetapi juga memiliki banyak kegunaan yang sangat strategis, mulai dari membantu mengurangi kemiskinan, memperbaiki kualitas hidup masyarakat, hingga membangun kepercayaan dan citra positif lembaga. Semua program ini saling mendukung untuk mencapai tujuan besar yaitu menciptakan kesejahteraan sosial, meningkatkan solidaritas umat, dan

menjalankan kewajiban zakat dengan cara yang lebih efektif dan terstruktur."[69]

Layanan yang digunakan dalam membangun citra di BAZNAS Kabupaten Ponorogo dengan merujuk pada fasilitas yang disediakan oleh BAZNAS Kabupaten Ponorogo untuk kemudahan masyarakat. Berdasarkan hasil wawancara dengan Yuni Ahad Diana selaku Wakil BAZNAS IV, beliau mengatakan:

> "Layanan yang digunakan oleh BAZNAS Kabupaten Ponorogo dalam membangun citra antara lain melalui layanan digital (qris), kalkulator zakat dan juga layanan konsultasi zakat. layanan ini dapat di akses melalui website https://baznasponorogo.go.id. layanan kemudahan muzaki yang disediakan oleh BAZNAS Kabupaten Ponorogo berfokus pada memberikan kemudahan dan kenyamanan bagi muzaki dalam menunaikan kewajiban zakat mereka. Dengan adanya layanan digital, informasi yang transparan, serta berbagai kanal pembayaran, muzaki dapat lebih mudah dan cepat menunaikan zakat, yang pada akhirnhya dapat meningkatkan partisipasi masyarakat dalam menunaikan zakat."[70]

Tanggung jawab sosial dalam BAZNAS Ponorogo merujuk pada komitmen lembaga untuk berperan aktif dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui berbagai program sosial yang berdampak positif. Tanggung jawab sosial ini tidak hanya berfokus pada kewajiban BAZNAS dalam mengelola dan mendistribusikan zakat, tetapi juga mencakup peran BAZNAS dalam mendukung berbagai kegiatan sosial yang dapat memberikan manfaat bagi umat secara luas. Berdasarkan hasil wawancara dengan Agus Setyawan, beliau mengatakan:

[69] Agus Setyawan, *Wawancara*. 14 Mei 2025
[70] Yuni Ahad Diana, Wawancara. 16 Mei 2025

> "BAZNAS Ponorogo ini memiliki tanggung dunia dan akhirat yaitu memastikan bahwa dana zakat yang dikumpulkan digunakan dengan sebaik mungkin untuk nanti diberikan kepada yang berhak ini merupakan amanah dari masyarakat yang harus dijaga. Dengan tanggung jawab sosial yang besar BAZNAS berkomitmen untuk meningkatkan kesejahteraan sosial dan memberdayakan umat melalui program- program BAZNAS."[71]

Dalam BAZNAS Kabupaten Ponorogo**,** lingkungan kerja mengacu pada kondisi fisik dan psikologis tempat BAZNAS beroperasi, termasuk di dalamnya adalah budaya organisasi**,** sumber daya manusia**,** dan etika kerja yang diterapkan di dalam lembaga tersebut. Lingkungan kerja yang sehat dan profesional berperan penting dalam membentuk persepsi positif tentang BAZNAS, baik dikalangan internal karyawan maupun di masyarakat yang menjadi sasaran program-program sosialnya. Berdasarkan hasil wawancara dengan yuni ahad diana, beliau mengatakan:

> "Sejauh ini lingkungan kinerja BAZNAS sangat baik, hal ini dapat dibuktikan dengan karyawan BAZNAS yang betah dalam menjalankan berbagai aktivitasnya. Hal itu berdampak pada kinerja BAZNAS juga sangat baik dapat dibuktikan dengan terselenggaranya agenda program- program BAZNAS dengan tepat waktu. BAZNAS juga menyerahkan laporan kinerja kepada bupati setiap tahunnya untuk dinilai."[72]

Komunikasi dengan masyarakat dalam BAZNAS yaitu proses penyampaian informasi, pesan, dan interaksi dengan masyarakat umum untuk meningkatkan pemahaman, kesadaran, serta partisipasi dalam pengelolaan zakat, infak, dan sedekah (ZIS). Komunikasi ini mencakup berbagai bentuk interaksi yang bertujuan mempererat hubungan antara

[71] Agus Setyawan, *Wawancara*. 14 Mei 2025
[72] Yuni Ahad Diana, Wawancara. 16 Mei 2025

BAZNAS dan masyarakat. Berdasarkan wawancara dengan Agus Setyawan, beliau mengatakan:

> "Untuk saat ini komunikasi dengan masyarakat dilakukan melalui media sosial dengan memberikan edukasi kepada masyarakat. Untuk kegiatan sosialisasi itu sangat jarang dilakukan paling tidak tiga bulan sekali dilakukan kepada dosen, kepala sekolah, ASN, dan pejabat pemerintah. Sosialisasi langsung kepada masyarakat awan dan penyuluhan langsung itu saat ini belum dilakukan karena minimnya SDM di BAZNAS."[73]

Berdasarkan pernyataan dari Agus Setyawan di atas peneliti juga melakukan wawancara dengan dengan dosen, ASN, dan pejabat pemerintah untuk melihat apakah strategi membangun citra yang dilakukan BAZNAS berhasil atau tidak. Berdasarkan wawancara dengan Shinta Maharani selaku Dosen IAIN Ponorogo, beliau mengatakan:

> "Saya mengenal BAZNAS dan saya juga menyalurkan dana ZIS pada BAZNAS setiap bulannya secara konsisten, alasannya BAZNAS itu memiliki pengelolaan yang baik, sistem pertanggung jawaban laporan keuangan, dan insyaallah Amanah. Selain itu BAZNAS kita kenal sebagai lembaga non struktural yang bertanggung jawab kepada Menteri Agama, saya sebagai ASN juga merasa sebagai bagian dari Menteri Agama tadi."[74]

Selanjutnya peneliti juga melakukan wawancara bersama Ajeng Wahyuni selaku Dosen IAIN Ponorogo, beliau mengatakan:

> "Saya mengenal BAZNAS dan saya mengeluarkan dana ZIS melalui IAIN Ponorogo yang disalurkan ke BAZNAS. Alasan saya menyalurkan dana ZIS ke BAZNAS yaitu karena BAZNAS memiliki kredibilitas yang tinggi dan bisa di percaya."[75]

---

[73] Agus Setyawan, *Wawancara*. 14 Mei 2025
[74] Shinta Maharani, *Wawancara*. 19 Mei 2025
[75] Ajeng Wahyuni, *Wawancara.* 19 Mei 2025

Selanjutnya peneliti juga melakukan wawancara bersama Siti Chomariyah selaku Guru di SDN 1 Ngebel, beliau mengatakan:

> "Saya mengenal BAZNAS dan saya juga menyalurkan dana ZIS kepada BAZNAS setiap bulannya melalui pemotongan gaji secara langsung. Alasannya adanya kewajiban bagi semua ASN untuk menyalurkan dana ZIS kepada BAZNAS berdasarkan peraturan yang dibuat oleh Kepala Daerah Kabupaten Ponorogo."[76]

Selanjutnya peneliti juga melakukan wawancara bersama Suprianto selaku Kepala Desa Ngebel, beliau mengatakan:

> "Saya tidak mengenal BAZNAS dan saya menyalurkan dana ZIS ke masjid terdekat. Sejak 2 tahun menjabat sebagai kepala desa belum pernah ada sosialisasi dari BAZNAS. Alasan saya menyalurkan dana ZIS ke masjid karena saya bisa memantau zakat yang saya keluarkan dibagikan kepada masyarakat sekitar saya yang membutuhkan."[77]

Kesimpulan dari paparan data yang ada bahwa BAZNAS Kabupaten Ponorogo menerapkan strategi membangun citra melalui lima pilar utama: (1) penawaran produk dan program seperti Ponorogo Takwa, Cerdas, Makmur, Sehat, dan Peduli yang tidak hanya menyalurkan zakat, tetapi juga memberdayakan dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat; (2) layanan digital melalui QRIS, kalkulator zakat, dan konsultasi online yang memudahkan muzaki dalam menunaikan kewajiban zakat secara cepat, transparan, dan nyaman; (3) tanggung jawab sosial yang kuat, dengan memastikan setiap rupiah zakat teralokasi tepat untuk mustahik dan program pemberdayaan; (4) lingkungan kerja profesional, ditopang

[76] Siti Chomariyah, *Wawancara*. 20 Mei 2025
[77] Suprianto, *Wawancara.* 20 Mei 2025

budaya organisasi yang mendukung karyawan betah dan terpenuhinya pelaporan kinerja tepat waktu; serta (5) komunikasi dan sosialisasi, meski saat ini baru intensif di kalangan ASN, dosen, dan pejabat melalui media sosial dan kegiatan triwulanan, namun masih perlu diperluas ke masyarakat desa.

Berdasarkan wawancara dengan berbagai pihak Dosen IAIN Ponorogo (Shinta Maharani dan Ajeng Wahyuni) yang menyalurkan ZIS secara konsisten karena menilai BAZNAS kredibel, transparan, dan amanah, serta ASN di SDN 1 Ngebel (Siti Chomariyah) yang menggunakan mekanisme pemotongan gaji sesuai kewajiban terlihat bahwa upaya membangun citra BAZNAS berhasil di kalangan akademisi dan pegawai negeri. Sebaliknya, Kepala Desa Ngebel (Suprianto) yang sama sekali tidak mengenal BAZNAS dan lebih memilih menyalurkan zakat ke masjid menunjukkan bahwa kurangnya sosialisasi di tingkat desa masih menjadi hambatan. Dengan demikian, strategi citra-building BAZNAS Ponorogo efektif untuk segmen terdidik dan birokrasi, tetapi perlu diperkuat dengan peningkatan frekuensi dan jangkauan sosialisasi langsung agar juga diterima luas di masyarakat.

2. Tantangan Dalam Membangun di BAZNAS Kabupaten Ponorogo.

Dalam membangun citra di BAZNAS Kabupaten Ponorogo mengalami beberapa kendala dalam prosesnya. Adapun kendala yang terjadi antara lain: keterbatasan SDM yang berkompeten, jangkauan masyarakat yang luas, dan juga minimnya literasi masyarakat.

Keterbatasan Sumber Daya Manusia (SDM) merujuk pada kondisi di mana jumlah, kualitas, atau kompetensi tenaga kerja dalam suatu organisasi atau masyarakat tidak mencukupi untuk memenuhi kebutuhan atau mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Keterbatasan ini dapat terjadi dalam berbagai aspek, seperti jumlah personel, tingkat keahlian, motivasi, hingga distribusi tenaga kerja. Berdasarkan wawancara dengan Agus Setyawan, beliau mengatakan:

> "Dalam proses membangun citra, BAZNAS memiliki kendala dalam melakukan aktitasnya seperti belum melakukan kegiatan sosialisasi dan penyuluhan secara aktif kepada masyarakat ponorogo karena sumber daya manusia yang terbatas. Jadi saat ini BAZNAS hanya mengandalkan media sosial dan memasang banner atau plakat untuk proses branding."[78]

Jangkauan masyarakat yang luas merujuk pada kemampuan suatu organisasi, seperti BAZNAS, untuk menjangkau beragam kelompok masyarakat dalam skala geografis, demografis, atau sosial-ekonomi yang luas. Dalam konteks ini, BAZNAS berupaya menyosialisasikan program zakat, infaq, dan sedekah (ZIS) serta mendistribusikan manfaatnya secara merata ke seluruh lapisan masyarakat di berbagai wilayah. Berdasarkan wawancara dengan Yuni Ahad Diana, beliau mengatakan:

> "Dalam melakuakan proses sosialisasi saat ini menggunakan media sosial BAZNAS melalui website, Instagram, facebook dan juga whats aps. Hal ini dilakukan agar BAZNAS ini bisa menjangkau masyarakat luas. Namun pada kenyataannya menjangkau seluruh lapisan masyarakat untuk saat ini masih sulit dilakukan. Hal ini

[78] Agus Setyawan, *Wawancara*. 14 Mei 2025

> karena masyarakat kelas menengah kebawah itu memiliki keterbatasan akses dalam menggunakan smartphone."[79]

Minimnya literasi masyarakat mengacu pada kurangnya pemahaman, pengetahuan, atau kesadaran masyarakat terhadap informasi atau konsep tertentu, dalam konteks ini, mengenai zakat dan peran BAZNAS. Literasi masyarakat sangat mempengaruhi pemahaman masyarakat dalam mengeluarkan zakatnya. Berdasarkan wawancara dengan Agus Setyawan, beliau mengatakan:

> "BAZNAS sering membuat banner atau plakat dan juga broadcast melalui media sosial mengenai ajakan menunaikan dana ZIS. Ketika masyarakat tidak membacanya maka pesan yang ada tidak tersampaikan. Hal itu berdampak pada kurangnya pemahaman masyarakat terhadap kewajiban menunaikan dana ZIS."[80]

Kesimpulan dari data yang ada yaitu BAZNAS Kabupaten Ponorogo menghadapi beberapa tantangan dalam membangun citra, seperti keterbatasan jumlah dan kualitas SDM, sulitnya menjangkau masyarakat luas, dan rendahnya pemahaman masyarakat tentang zakat. Keterbatasan SDM membuat sosialisasi langsung jarang dilakukan, sehingga lebih mengandalkan media sosial, banner, dan plakat. Namun, tidak semua masyarakat memiliki akses atau memahami pesan yang disampaikan melalui media tersebut, terutama masyarakat kelas menengah ke bawah. Rendahnya literasi zakat juga mengurangi kesadaran dan partisipasi masyarakat. Oleh karena itu, BAZNAS perlu meningkatkan kualitas SDM,

[79] Yuni Ahad Diana, Wawancara. 16 Mei 2025
[80] Agus Setyawan, *Wawancara*. 14 Mei 2025

memperluas cara komunikasi, dan memberikan edukasi yang lebih efektif kepada masyarakat.

3. Dampak Strategi Dalam Membangun Citra

Dampak dari membangun citra BAZNAS yang positif terlihat dari beberapa aspek, antara lain: peningkatan kepercayaan masyarakat terhadap BAZNAS, peningkatan jumlah muzakki, pendapatan dana ZIS meningkat.

Kepercayaan masyarakat adalah tingkat keyakinan masyarakat terhadap integritas, kredibilitas, dan kemampuan suatu lembaga atau individu untuk memenuhi tanggung jawabnya dan menjalankan perannya secara jujur, profesional, dan transparan. Dalam konteks lembaga seperti BAZNAS, kepercayaan masyarakat menjadi pilar utama keberhasilan dalam mengelola zakat dan program sosial lainnya. Berdasarkan wawancara dengan Agus Setyawan, beliau mengatakan:

> "Dampak dari citra baznas yang positif dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat dalam menyalurkan dana ZIS. Dalam hal ini masyarakat tidak akan ragu lagi kepada BAZNAS karena masyarakat sudah memiliki keyakinan bahwa BAZNAS dapat memenuhi tugasnya amanah, professional, dan transparan. Dengan kepercayaan yang tinggi, masyarakat tidak hanya lebih termotivasi untuk berkontribusi, tetapi juga merasa yakin bahwa kontribusi mereka memberikan manfaat besar."[81]

Citra positif BAZNAS menjadi magnet yang kuat untuk menarik lebih banyak muzakki. Ketika masyarakat percaya bahwa dana mereka

[81] Agus Setyawan, *Wawancara*. 14 Mei 2025

dikelola dengan amanah, transparan, dan memberikan dampak nyata, mereka lebih termotivasi untuk menyalurkan zakat melalui BAZNAS. Dampak ini tidak hanya meningkatkan jumlah muzakki tetapi juga memperkuat ekosistem zakat untuk mendukung pembangunan sosial dan ekonomi umat. Berdasarkan wawancara dengan Yuni Ahad Diana, beliau mengatakan:

> "Citra Baznas yang positif dapat meningkatkan jumlah muzakki karena ketika masyarakat sudah memiliki kepercayaan kuat terhadap BAZNAS maka dia tidak akan ragu dalam menyalurkan dananya kepada BAZNAS. Maka dari itu BAZNAS selalu berupaya untuk meningkatkan citranya melalui berbagai program-programnya, agar masyarakat tergerak hatinya dalam membantu sesama."[82]

Peningkatan pendapatan dana ZIS (Zakat, Infak, dan Sedekah) merujuk pada bertambahnya jumlah dana yang terkumpul dari masyarakat, baik individu maupun institusi, untuk dikelola oleh lembaga zakat seperti BAZNAS. Hal ini menunjukkan keberhasilan dalam mendorong partisipasi masyarakat dalam menunaikan kewajiban zakat, serta memberikan infak dan sedekah secara sukarela. Berdasarkan wawancara dengan Agus Setyawan, beliau mengatakan:

> "Dampak selanjutnya dari citra BAZNAS yang positif pendapatan dana ZIS yang meningkat pesat dari tahun ke tahun dikarenakan jumlah muzakki yang bertambah. Dimana peningkatannya sekitar 50% pertahun diman tahun 2021 pendapatan dana ZIS SEKITAR 200- 300 juta tiap bulan, sekarang mencapai angka 500- 600 juta perbulannya. Dengan pendapatan dana ZIS yang meningkat maka

[82] Yuni Ahad Diana, Wawancara. 16 Mei 2025

dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat kabupaten ponorogo khususnya."[83]

Tabel 4.1 Pendapatan Dana ZIS BAZNAS Ponorogo Tahun 2021-2024

NO	TAHUN	PENDAPATAN
1	2021	4.573.355.171
2	2022	4.621.699.531
3	2023	6.033.827.979
4	2024	8.109.828.558

Sumber: Dokumentasi BAZNAS Ponorogo

Kesimpulan dari paparan data yaitu Citra positif BAZNAS Kabupaten Ponorogo membawa dampak yang signifikan, terutama dalam meningkatkan kepercayaan masyarakat, jumlah muzakki, dan pendapatan dana ZIS. Kepercayaan masyarakat tumbuh karena keyakinan terhadap integritas, profesionalisme, dan transparansi BAZNAS, sehingga masyarakat lebih yakin untuk menyalurkan dana ZIS. Peningkatan kepercayaan ini juga mendorong bertambahnya jumlah muzakki, karena masyarakat merasa dana mereka dikelola dengan amanah dan memberikan manfaat nyata. Selain itu, jumlah muzakki yang meningkat berkontribusi langsung pada kenaikan pendapatan dana ZIS, yang pada akhirnya memperkuat kemampuan BAZNAS dalam mendukung program-program sosial dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat Kabupaten Ponorogo.

[83] Agus Setyawan, *Wawancara*. 14 Mei 2025

BAB IV

ANALISIS STRATEGI MEMBANGUN CITRA DI BADAN AMIL ZAKAT NASIONAL KABUPATEN PONOROGO

A. Analisis Strategi Membangun Citra di BAZNAS Kabupaten Ponorogo

BAZNAS sebagai lembaga pengelolaan dana ZIS yang mana dananya dihimpun dari masyarakat Kabupaten Ponorogo. Maka dari itu harus selalu meningkatkan kepercayaan masyarakat agar masyarakat mau menyalurkan dana ZIS nya pada BAZNAS. Kepercayaan masyarakat dalam meyalurkan dana ZIS tidak lepas dari citra baik BAZNAS di mata masyarakat. Citra baik menjadi salah satu pegangan masyarakat dalam mengambil berbagai keputusan dan juga secara tidak langsung dapat mempengaruhi niat masyarakat untuk menyalurkan dana ZIS nya pada lembaga resmi.

Dalam membangun citra baik BAZNAS dapat dilakukan melalui produk (Program kerja), layanan, tanggung jawab sosial, lingkungan kerja dan juga komunikasi dengan masyarakat. Penerapan strategi membangun citra positif yang dilakukan BAZNAS menunjukkan komitmen untuk meningkatkan pendapatan dana ZIS yang mana nantinya kesejahteraan masyarakat juga akan ikut meningkat. Berikut analisis penerapan strategi membangun Citra di BAZNAS Kabupaten Ponorogo:

1. Produk (Program Kerja)

BAZNAS Kabupaten Ponorogo membangun citra positifnya dengan cara yang mudah dipahami dan langsung terasa manfaatnya oleh masyarakat. Produk yang ditawarkan BAZNAS bukan hanya sekadar

pengumpulan dan penyaluran zakat, melainkan lima program unggulan yang dirancang untuk menjawab kebutuhan nyata warga. Program *Ponorogo Takwa* membantu penguatan ibadah dan dakwah, *Ponorogo Cerdas* memberi beasiswa dan bimbingan belajar, *Ponorogo Makmur* menyediakan modal usaha bagi pedagang kecil, *Ponorogo Sehat* menawarkan bantuan pengobatan dan pemeriksaan kesehatan gratis, serta *Ponorogo Peduli* mendistribusikan sembako dan bantuan darurat bagi keluarga kurang mampu. Dengan adanya program tersebut masyarakat merasa zakat mereka benar-benar dipakai untuk kebaikan. Langkah ini menunjukkan bahwa program kerja yang dimiliki BAZNAS dapat menumbuhkan kepercayaan melalui tindakan nyata dalam mensejahterakan masyarakat Ponorogo.

2. Layanan

BAZNAS Kabupaten Ponorogo memiliki layanan digital untuk mempermudah masyarakat dalam membayar zakat. Website Baznas Ponorogo, tersedia kalkulator zakat yang otomatis menghitung besaran zakat sesuai jenis harta, QRIS untuk membayar zakat dengan cara scan ponsel, dan konsultasi online bagi yang ingin bertanya langsung tentang perhitungan atau syarat zakat. Jadi tidak perlu antri di kantor atau bingung mencari lembar formular. Masyarakat cukup menggunakan ponsel, lalu zakatnya langsung masuk dan bisa dipantau alurnya. Proses yang cepat, jelas, dan transparan ini membuat masyarakat merasa nyaman dan percaya untuk terus berzakat lewat BAZNAS. Langkah ini menunjukan bahwa

layanan yang dimiliki BAZNAS sangat membantu masyarakat dalam menunaikan kewajiban menyalurkan dana ZIS, dengan berbagai kemudahan yang telah di sediakan dapat meningkatkan minat dan kepercayaan masyarakat.

3. Tanggung Jawab Sosial

Tanggung jawab sosial menjadi landasan utama BAZNAS Kabupaten Ponorogo dalam menjaga amanah masyarakat. Setiap rupiah zakat, infak, dan sedekah dikumpulkan bukan hanya dibagikan sekali lalu berhenti, melainkan dipakai untuk program pemberdayaan berkelanjutan. Contohnya, selain memberi bantuan modal kepada pelaku UMKM, BAZNAS Kabupaten Ponorogo juga memberikan bantuan berupa hewan ternak untuk diberdayakan masyarakat, hal ini bertujuan agar penerima manfaat bisa mandiri. Dengan cara ini, penerima zakat tidak hanya terbantu untuk hari ini, tetapi juga dibimbing agar bisa membangun masa depan yang lebih baik. Tindakan nyata BAZNAS dalam menunaikan tanggung jawabnya pada masyarakat dapat menumbuhkan kepercayaan, hal ini karena masyarakat merasa bahwa dana ZIS yang mereka tunaikan dapat tersalurkan dengan baik. Dengan begitu minat masyarakat dalam menyalurkan dana ZIS nya pada BAZNAS akan semakin bertambah.

4. Lingkungan Kerja

Lingkungan kerja di kantor BAZNAS Kabupaten Ponorogo berperan besar dalam menjaga kualitas program. Staf yang merasa nyaman dan dihargai cenderung bekerja lebih semangat dan kreatif. BAZNAS

Kabupaten Ponorogo rutin mengadakan pelatihan, pertemuan internal, dan memberikan penghargaan bagi tim yang mencapai target program. Hasilnya, setiap kegiatan terlaksana tepat waktu dan laporan kinerja diserahkan secara berkala kepada pemerintah daerah. Profesionalisme ini membuat masyarakat yakin bahwa BAZNAS menjalankan tugasnya dengan baik dan bertanggung jawab. Lingkungan kerja yang baik dapat meningkatkan kualitas program sehingga dampaknya dapat dirasakan masyarakat. Dengan begitu masyarakat akan merasa bahwa BAZNAS dapat menjalankan tugas dan perananya dengan baik.

5. Komunikasi

Sedangkan komunikasi dengan masyarakat menjadi jembatan agar semua informasi program dan layanan sampai ke penerima manfaat dan calon muzaki. BAZNAS Kabupaten Ponorogo aktif membagikan konten edukasi di media sosial, seperti video singkat tentang cara menghitung zakat, dampak program, atau cerita sukses penerima manfaat yang mudah dipahami oleh berbagai usia. Hal ini efektif dapat menumbuhkan rasa simpati dan solidaritas masyarakat kepada mereka yang membutuhkan, sehingga minat masyarakat dalam menyalurkan dana ZIS semakin bertambah. Selain itu, setiap tiga bulan sekali diadakan sosialisasi langsung kepada pejabat daerah, guru, dan tokoh masyarakat untuk menyebarkan informasi lebih luas. Meskipun penyuluhan ke desa-desa masih terbatas sumber daya, kehadiran relawan dan kerja sama dengan organisasi lokal diharapkan bisa memperluas jangkauan ke lapisan masyarakat terpencil.

Langkah ini menunjukkan bahwa komunikasi yang di lakukan BAZNAS melalui media sosial melalui video singkat dapat menumbutkah rasa simpati masyarakat.

Secara keseluruhan, kelima pilar program yang sesuai kebutuhan, layanan digital praktis, komitmen sosial yang nyata, lingkungan kerja profesional, dan komunikasi aktif bekerja bersama-sama membangun kepercayaan masyarakat terhadap BAZNAS Ponorogo. Ketika melihat masyarakat langsung manfaat, merasa dilayani dengan cepat, yakin bahwa zakatnya dipakai untuk kebaikan, dan selalu mendapat informasi yang jelas, mereka semakin percaya dan semangat untuk menunaikan zakat, infak, maupun sedekah melalui BAZNAS Kabupaten Ponorogo. Dengan semakin banyaknya muzaki yang bergabung, dana ZIS pun terus bertambah, sehingga program-program pemberdayaan bisa menjangkau lebih banyak orang dan menciptakan perubahan positif bagi seluruh masyarakat Ponorogo.

Kesimpulan dari hasil analisis ini yaitu BAZNAS Kabupaten Ponorogo berhasil membangun citra positif dengan menghadirkan program-program nyata yang langsung dirasakan manfaatnya (Ponorogo Takwa, Cerdas, Makmur, Sehat, dan Peduli), mengembangkan layanan digital yang cepat dan transparan (kalkulator zakat, QRIS, konsultasi online), menegakkan tanggung jawab sosial lewat pemberdayaan berkelanjutan, menciptakan lingkungan kerja profesional yang mendukung kelancaran program, serta menguatkan komunikasi dengan masyarakat melalui media

sosial dan sosialisasi triwulanan. Kombinasi kelima pilar ini menumbuhkan kepercayaan masyarakat, meningkatkan partisipasi muzaki, dan mendorong pertumbuhan dana ZIS sehingga program pemberdayaan dapat menjangkau lebih banyak warga Ponorogo.

B. Analisis Tantangan Yang Di Hadapi Oleh BAZNAS Kabupaten Ponorogo Dalam Membangun Citra Positif di Kalangan Masyarakat.

Penerapan strategi membangun *citra* dalam meningkatkan kepercayaan *muzakki,* Khususnya di BAZNAS Ponorogo memiliki berbagai kendala. Dalam wawancara dengan Agus Setyawan dan Yuni Ahad Diana selaku Wakil BAZNAS III dan IV mengungkapkan bahwa kendala utama yang sering di hadapi adalah sebagi berikut:

1. Keterbatasan SDM yang berkompeten

BAZNAS Kabupaten Ponorogo saat ini menghadapi kendala keterbatasan SDM yang berkompeten, di mana jumlah staf yang ada belum cukup dan banyak yang masih membutuhkan peningkatan keahlian dalam hal penyuluhan dan edukasi zakat. Akibatnya, kegiatan sosialisasi langsung ke masyarakat minim sekali dilakukan, staf hanya mengandalkan media sosial serta pemasangan banner dan plakat. Tanpa kehadiran petugas yang turun ke lapangan untuk menjelaskan secara langsung, masyarakat yang belum pernah berinteraksi dengan BAZNAS akan kesulitan memahami manfaat dan prosedur ZIS (zakat, infak, sedekah). Padahal, pertemuan tatap muka sangat efektif untuk memberi ruang tanya jawab dan memastikan pesan tersampaikan dengan jelas. Oleh karena itu,

penambahan jumlah SDM dan pelatihan kompetensi baik terkait teknis zakat maupun komunikasi publik menjadi langkah awal yang penting agar program sosialisasi bisa lebih intensif dan menjangkau berbagai kalangan.

2. Jangkauan Masyarakat yang luas

Selanjutnya, jangkauan masyarakat yang luas menjadi tantangan tersendiri, karena BAZNAS Ponorogo harus bisa menyebarkan informasi ZIS ke kota, desa, hingga pelosok yang memiliki karakteristik berbeda-beda. Saat ini, BAZNAS mengandalkan kanal digital seperti website, Instagram, Facebook, dan WhatsApp untuk menjangkau banyak orang sekaligus. Namun, tidak semua warga, terutama kelas menengah ke bawah, memiliki smartphone atau kemampuan literasi digital yang memadai. Akibatnya, pesan di media sosial tidak sampai kepada mereka yang paling membutuhkan informasi, justru semakin memperlebar kesenjangan antara yang 'melek digital' dan yang tidak. Untuk mengatasi hal ini, strategi offline seperti bermitra dengan tokoh lokal, menggelar penyuluhan di balai desa, atau menggunakan pengeras suara masjid dapat membantu menjangkau lapisan masyarakat yang belum tergarap oleh media digital.

3. Minimnya literasi masyarakat

Minimnya literasi masyarakat mengenai zakat dan peran BAZNAS semakin memperparah masalah, karena meski banner dan broadcast sudah dipasang, banyak orang yang tidak membaca atau tidak memahami pesan tersebut. Literasi yang rendah membuat masyarakat tidak menyadari kewajiban zakat dan manfaatnya bagi kesejahteraan bersama. Tanpa

pemahaman dasar, ajakan berzakat seolah hanya menjadi teks kosong yang lewat begitu saja. Untuk memecah kebuntuan ini, materi sosialisasi harus dibuat sesederhana mungkin dan dikemas secara menarik, misalnya melalui cerita pendek, atau sesi tanya jawab interaktif dalam bahasa sehari-hari. Dengan begitu, masyarakat akan merasa lebih dekat, paham, dan terdorong untuk ikut serta menunaikan ZIS, serta kepercayaan mereka terhadap BAZNAS akan terbangun secara bertahap.

Kesimpulan dari hasil analisis ini yaitu tantangan keterbatasan SDM membuat BAZNAS Ponorogo sulit melakukan sosialisasi langsung, sementara jangkauan melalui kanal digital belum menyentuh masyarakat berpenghasilan menengah ke bawah, dan minimnya literasi mengakibatkan banyak warga tidak membaca atau memahami informasi ZIS, untuk itu BAZNAS perlu menambah dan melatih staf agar bisa turun ke lapangan, memadukan strategi online dengan kerja sama lokal seperti penyuluhan desa atau masjid, serta menyederhanakan materi edukasi lewat cerita dan dialog interaktif agar pesan zakat mudah dipahami dan secara bertahap meningkatkan kepercayaan serta partisipasi masyarakat.

C. Analisis Dampak Strategi Membangun Citra Yang Di Terapkan Baznas.

Dengan adanyan keberhasilan BAZNAS Kabupaten Ponorogo dalam membangun citra positif sebagai lembaga yang amanah, profesional, dan transparan maka akan berdamapak pada:

1. Meningkatnya Kepercayaan Masyarakat

kepercayaan masyarakat terhadap BAZNAS secara otomatis meningkat. Masyarakat mulai yakin bahwa zakat, infak, dan sedekah yang mereka salurkan benar-benar dikelola sesuai syariat dan digunakan secara tepat sasaran. Rasa yakin ini penting karena tanpa kepercayaan, orang akan ragu untuk menyerahkan dananya kepada siapa pun. Dengan citra positif, publik merasa nyaman dan percaya bahwa kontribusi mereka akan membawa manfaat nyata bagi penerima bantuan, bukan hanya sekadar angka dalam laporan keuangan.

2. Meningkatnya Jumlah *Muzakki*

Kepercayaan yang kuat itu kemudian memicu lebih banyak orang menjadi muzakki, yakni mereka yang aktif menunaikan zakat. Menurut prinsip psikologi sosial, seseorang cenderung meniru perilaku positif yang dilihat di sekelilingnya atau mempercayai lembaga yang sudah terbukti kinerjanya. Dalam hal ini, ketika masyarakat melihat program BAZNAS Ponorogo, seperti beasiswa, modal usaha, dan bantuan Kesehatan, berjalan dengan baik dan berdampak langsung, hati mereka tergerak untuk ikut berpartisipasi. Hasil wawancara juga menunjukkan bahwa semakin banyak orang yang terdorong hatinya untuk menunaikan zakat karena citra BAZNAS yang sudah terpercaya. Dengan adanya dampak yang semakin positif maka dari itu sangat penting untuk tetap menjaga citra baik BAZNAS di masyarakat.

3. Meningkatnya Pendapatan Dana ZIS

Dengan bertambahnya jumlah muzakki, secara otomatis pendapatan dana ZIS (Zakat, Infak, dan Sedekah) yang terkumpul pun meningkat pesat dari tahun ke tahun. Teori mobilisasi sumber daya dalam filantropi menegaskan bahwa reputasi baik sebuah lembaga membuka pintu bagi donasi lebih besar. Semakin banyak muzaki yang percaya, semakin banyak pula dana yang berhasil dihimpun. Dana ini kemudian dapat digunakan untuk memperluas dan memperdalam program-program pemberdayaan, sehingga skala manfaatnya makin luas dan berkesinambungan. Dengan pendapatan dana ZIS yang terus meningkat maka kesejahteraan masyarakat semakin baik pula.

Pada akhirnya, sinergi antara kepercayaan masyarakat, jumlah muzakki yang terus bertambah, dan pertumbuhan pendapatan ZIS membentuk lingkaran positif bagi BAZNAS Kabupaten Ponorogo. Citra positif memicu kepercayaan, kepercayaan memancing partisipasi, dan partisipasi meningkatkan sumber daya yang tersedia untuk program sosial. Dengan demikian, membangun citra bukan hanya soal reputasi semata, melainkan langkah strategis yang langsung mendukung keberlanjutan program dan kesejahteraan masyarakat Ponorogo.

Kesimpulan dari hasil analisis ini yaitu BAZNAS Kabupaten Ponorogo membangun citra positif sebagai lembaga yang amanah, profesional, dan transparan telah menumbuhkan kepercayaan masyarakat terhadap BAZNAS Ponorogo, yang kemudian mendorong lebih banyak orang menjadi muzakki

dan meningkatkan penghimpunan dana ZIS, dana yang bertambah ini selanjutnya dipakai untuk memperluas dan memperdalam program pemberdayaan, sehingga tercipta siklus keberlanjutan di mana reputasi baik memperkuat partisipasi publik, partisipasi publik menambah sumber daya, dan sumber daya yang semakin besar kembali memperkuat citra positif serta kesejahteraan komunitas Ponorogo.

PONOROGO

BAB V

KESIMPULAN

A. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi membangun *citra* BAZNAS kabupaten Ponorogo. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat ditarik kesimpulan:

1. BAZNAS Kabupaten Ponorogo berhasil membangun citra positif dengan menghadirkan program-program nyata yang langsung dirasakan manfaatnya (Ponorogo Takwa, Cerdas, Makmur, Sehat, dan Peduli), mengembangkan layanan digital yang cepat dan transparan (kalkulator zakat, QRIS, konsultasi online), menegakkan tanggung jawab sosial lewat pemberdayaan berkelanjutan, menciptakan lingkungan kerja profesional yang mendukung kelancaran program, serta menguatkan komunikasi dengan masyarakat melalui media sosial dan sosialisasi triwulanan.
2. Dalam membangun citra yang positif terdapat beberapa tantangan antara lain keterbatasan SDM yang berkompeten membuat BAZNAS Ponorogo sulit melakukan sosialisasi langsung, sementara jangkauan melalui kanal digital belum menyentuh masyarakat berpenghasilan menengah ke bawah, dan minimnya literasi mengakibatkan banyak warga tidak membaca atau memahami informasi ZIS.
3. BAZNAS Kabupaten Ponorogo membangun citra positif sebagai lembaga yang amanah, profesional, dan transparan telah menumbuhkan kepercayaan masyarakat terhadap BAZNAS Ponorogo, yang kemudian

mendorong lebih banyak orang menjadi muzakki dan meningkatkan penghimpunan dana ZIS.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah diuraikan dari hasil penelitian yang peneliti lakukan, ada beberapa saran yang dikemukakan oleh peneliti untuk pihak BAZNAS Kabupaten Ponorogo sebagai berikut:

1. Peningkatan terhadap kompetensi SDM untuk menjaga dan memperkuat citra positif yang telah atau sedang dibangun. SDM menjadi ujung tombak dalam membentuk persepsi publik karena mereka terlibat langsung dalam pelayanan, komunikasi, hingga pelaksanaan program.
2. Perlu memberikan pelatihan berkelanjutan kepada seluruh staf, terutama di bidang komunikasi publik, pelayanan prima, digitalisasi layanan**,** dan manajemen krisis**.** Penguasaan keterampilan komunikasi yang baik akan memastikan setiap informasi yang disampaikan kepada masyarakat bersifat jelas, empatik, dan membangun kepercayaan.

PONOROGO

DAFTAR PUSTAKA

Abdulloh, Muhamad, 'Strategi *Public Relation* BAZNAS Ponorogo Dalam Meningkatkan Kepercayaan, Citra Perusahaan Dan Pengumpulan Zakat', *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9.3 (2023), p. 4076, doi:10.29040/jiei.v9i3.9478

Agustiningrum, Dian, and Anik Lestari Andjarwati, 'Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Marketplace', *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9.3 (2021), pp. 896–906, doi:10.26740/jim.v9n3.p896-906

Aji, M Romadlon, 'Strategi Membangun Brands Citra Pada Dompet Amanah Umat Sidoarjo', *Nucl. Phys.*, 2023

Chaniago, Siti Aminah, 'Perumusan Manajemen Strategi Pemberdayaan Zakat', *Jurnal Hukum Islam*, 12 (2014), pp. 87–101, doi:10.28918/jhi.v12i1.529

Dama, Rizky, 'Pengaruh Citra Lembaga Dan Religiusitas Terhadap Minat Muzakki Menyalurkan Zakat Di Lembaga Amil Zakat Kabupaten Ponorogo', 2020

Eliza Geatama Putri, 'Strategi Public Relations Lembaga Amil Zakat Al Ihsan Jawa Tengah (LAZIS JATENG) Dalam Meningkatkan Brands Awareness', *Journal GEEJ*, 2020

Fauza, Nilal, 'Peran BAZNAS Dalam Meningkatkan Ekonomi Umat : Studi Literatur', *Muamalat: Jurnal Kajian Hukum Ekonomi Syariah*, 15.2 (2023), pp. 115–28

Fudaili, Muhammad, and Mansur Azis, 'Tingkat Kepercayaan Muzakki Dalam Berzakat Di Lazisnu Kecamatan Sambit', *Journal of Islamic Philanthropy and Disaster (JOIPAD)*, 2.1 (2022), pp. 23–33, doi:10.21154/joipad.v2i1.4504

Ibrahim, Miko Ibnu, 'Peran Public Relations Dalam Menumbuhkan Citra Perusahaan Yang Positif', *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*, 2.6 (2024), pp. 186–90

Ivanna Frestilya Ari Shandi, 'Persepsi Masyarakat Tentang Pergaulan Bebas Di Masa Peminangan', 2020

Khoirunni'mah, Naili, 'Strategi Humas Dalam Membangun Citra Lembaga Di Lembaga Amil Zakat Infaq Dan Shodaqoh Nahdlatul Ulama (LAZIS NU) KOTA Semarang', *Pharmacognosy Magazine*, 2021

Latifah, Amini, 'Strategi Manajemen Humas Dalam Meningkatkan Citra Madrasah', *Universitas Islam Negeri Walisongo*, 2022

Mekarisce, Arnild Augina, 'Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data Pada Penelitian Kualitatif Di Bidang Kesehatan Masyarakat', *Jurnal Ilmiah Kesehatan Masyarakat : Media Komunikasi Komunitas Kesehatan Masyarakat*, 12.3 (2020), pp. 145–51, doi:10.52022/jikm.v12i3.102

Muawanah, Risalatul, 'Pengaruh Kepercayaan Dan Citra Lembaga Terhadap Minat Donatur Membayar Zis (Zakat, Infaq Dan Shadaqah) Di Lembaga Amil Zakat Ummul Quro (Laz-Uq) Jombang', *BIMA : Journal of Business and Innovation Management*, 1.2 (2019), pp. 111–27, doi:10.33752/bima.v1i2.5354

Rahmadini, Citra, 'Strategi Komunikasi Lembaga Amil Zakat Rydha Dalam Meningkatkan Partisipasi Umat Berzakat DI Kabupaten Tangerang', *Braz Dent J.*, 2022

Rahman, Rahim, *Manajemen Strategi*, *Musikolastika: Jurnal Pertunjukan Dan Pendidikan Musik*, 2020, II, doi:10.24036/musikolastika.v2i2.53

Ramadhan, Nauval Hilmy, Rahmad Hakim, and Muslikhati Muslikhati, 'Strategi Fundraising Pada Lembaga Amil Zakat Infaq Sedekah Muhammadiyah Kota Batu', *Balanca : Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 3.01 (2021), pp. 63–72, doi:10.35905/balanca.v3i01.2133

Rizal, Fitra, and Haniatul Mukaromah, 'Filantropi Islam Solusi Atas Masalah Kemiskinan Akibat Pandemi Covid-19', *AL-MANHAJ: Jurnal Hukum Dan Pranata Sosial Islam*, 3.1 (2020), pp. 35–66, doi:10.37680/almanhaj.v3i1.631

Rois, A K, and M Candrakusuma, 'Badan Amil Zakat Nasional (Baznas) Ponorogo Dalam Menumbuhkan Ekonomi Dan Pendidikan Di Masyarakat', *Jurnal Masharif Al ...*, 8.30 (2023), pp. 246–56 <https://journal.um-surabaya.ac.id/Mas/article/view/19654>

Sa'diyah, Mahmudatus, and Nur Aziroh, 'Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Kepercayaan Nasabah Muslim Pengguna Mobile Banking Di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Kudus', *Jurnal Equilibriu*, 1.1 (2014), pp. 118–44

Saleh, Sirajuddin, *Analisis Data Kualitatif*, *Pustaka Ramadhan*, 2017, I <https://core.ac.uk/download/pdf/228075212.pdf>

Setiawan, Veri, 'Strategi Branding Laziswaf Unida Gontor Dalam Optimalisasi Digital Fundraising', *Jurnal Nawala Visual*, 5.1 (2023), pp. 20–26, doi:10.35886/nawalavisual.v5i1.450

Sidiq, Umar, Miftachul Choiri, and Anwar Mujahidin, *Metode Penelitian Kualitatif Di Bidang Pendidikan*, 2019

Soelistya, Djoko, *Manajemen Strategi*

Susanto, Dedi, Risnita, and M. Syahran Jailani, 'Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data Dalam Penelitian Ilmiah', *Jurnal QOSIM Jurnal Pendidikan Sosial & Humaniora*, 1.1 (2023), pp. 53–61, doi:10.61104/jq.v1i1.60

Utami, Sukma, Stephan R. Starick, Jonas Ibn-Salem, Marcel Jurk, Céline Hernandez, Michael I. Love, and others, 'Pengaruh Lingkungan Sekolah Terhadap Pembaentukan Karakter Anak Pada Mata Pelajaran PKN Di SDN NO.77 Kanaeng Kecamatan Galesong Selatan Kabupaten Takalar',

Universitas Muhammadiyah Makassar, 2018 .

Wahid, Abdul, *Strategi Membangun Citra Dan Kinerja Lembaga*

Wahyunita, Citra Nur, and Faruq Ahmad Futaqi, 'Efektivitas Program Ternak Kambing Bergulir Di UPZIS NU Care LAZISNU Desa Mrican Kecamatan Jenangan Kabupaten Ponorogo', *Journal of Islamic Philanthropy and Disaster (JOIPAD)*, 2.1 (2022), pp. 47–63, doi:10.21154/joipad.v2i1.4553

Wati, Mirna, 'Peran Public Relation Dalam Membangun Citra Perusahaan PT.Panca Usaha Palopo Plywood Kab Luwu', 2022, pp. 1–89 <http://repository.iainpare.ac.id/4396/1/16.3100.034.pdf>

Yusuf, Yusniar, 'Strategi Badan Amil Zakat Nasional Dalam Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Berzakat (Studi Kasus Kecamatan Baranti Kabupaten Sidenreng Rappang)'Sistem_Pembetungan_Terpusat_Strategi_Melestari>

Zulfathurrahmah, Zulfathurrahmah, Ahmad Baehaqi, and Tri Jatmiko Wahyu Prabowo, 'Strategi Public Relations Lembaga Amil Zakat Infak Dan Shodaqoh Muhammadiyah (Lazismu) Tulangagung', *Jati: Jurnal Akuntansi Terapan Indonesia*, 7.1 (2024), pp. 68–82

PONOROGO