

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Kepercayaan (*trust*) adalah pondasi penting dalam menjaga hubungan sesama manusia yang memainkan peranan penting dalam interaksi sosial. Kepercayaan tumbuh manakala adanya hubungan yang bersifat asosiasif, saling percaya akan melahirkan hubungan yang baik dan terjaga serta memberi manfaat positif. Kepercayaan publik dibangun dengan adanya proses reliabilitas (keandalan) sebagai pembuktian dan pemenuhan dari tindakan-tindakan yang diharapkan oleh individu atau kelompok. Strategi mempertahankan kepercayaan publik menjadi salah satu tolak ukur dalam membangun tim yang baik karena melahirkan harapan-harapan positif bagi individu atau kelompok yang saling berkepentingan.

Mahendra dan Indriyani (2018) dalam jurnalnya “Pengaruh Kepercayaan Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan CV Mintra Perkarasa Utomo” Vol 7. No.1 mengatakan bahwa kepercayaan merupakan bagian penting dalam memberi rasa puas karena berawal dari kepercayaan akan mempengaruhi dalam bekerja sama, adanya integritas pada seseorang atau kelompok yang didasarkan dari rasa saling percaya menjadi sangat penting dalam menjaga hubungan dengan pelanggan karena berkaitan dengan kepuasan pelanggan.

Orang yang memberi kepercayaan (*trustor*) mempercayai orang yang mendapat kepercayaan (*trustee*) yang bisa melakukan sesuatu sesuai harapan dari *trustor*. Membangun sebuah kepercayaan dapat dilakukan dengan proses saling mengenal antara individu satu dengan individu lain. Peranan *public relations officer* dalam sebuah perusahaan atau organisasi dibutuhkan dalam menghadapi persaingan, *Public Relations* merupakan fungsi manajemen yang bertujuan untuk membangun dan mempertahankan kepercayaan publik. Lamanya waktu yang dibutuhkan dalam proses mengenal menjadi *learning point* bagi seorang *public relations officer* dalam kepercayaan yang dapat melahirkan harapan dan kerjasama.

Rahayu, Ratnamulya dan Kusumadinata (2016) dalam Jurnalnya “Pengaruh Komunikasi Interpersonal Dari Mutu Pelayanan Informasi Terhadap Kepercayaan Publik Di Kecamatan Caringin Kabupaten Bogor” Vol 2. No 1 April 2016 menyatakan bahwa kepercayaan publik adalah bagian dari cara memilih bersikap untuk memberikan rasa puas dalam memberikan pelayanan terhadap publik. Menciptakan rasa percaya kepada publik bisa dengan mendengar kritik dan saran sehingga nantinya mampu memperbaiki sikap-sikap yang kurang berkenan. Kepercayaan juga menjadi hal pokok dalam manifestasi dari banyaknya pandangan yang bermunculan dan berkembang dilingkungan masyarakat. Proses lahirnya kepercayaan lebih mudah dirasakan oleh para individu dibandingkan kelompok, yaitu banyak didukung karena adanya keinginan yang sama dan kepentingan sama serta tujuan yang sama.

Menciptakan rasa saling percaya pada organisasi maupun perusahaan harus didasarkan atas dasar kepentingan publik. Mempertahankan kepercayaan publik artinya memberikan yang terbaik bagi publiknya karena baik organisasi maupun perusahaan tidak bisa lepas dari yang namanya publik. Kepercayaan publik dapat diartikan secara multidimensional karena pengaruh publik sangat besar bagi kelangsungan organisasi atau perusahaan. Pengaruh kepercayaan publik bagi organisasi atau perusahaan dapat dibangun dengan memelihara komunikasi yang baik dan yakinkan dengan cara meningkatkan kualitas kerja yang profesional, integritas, akuntabilitas dan transparansi sebagai cara mendorong kepercayaan publik. Salah satu yang perlu diperhatikan dalam mempertahankan kepercayaan yaitu pada pelaksanaan zakat.

Zakat adalah bagian dari Rukun Islam sebagai pemenuhan ibadah yang menjadi kewajiban bagi setiap muslim (golongan-golongan tertentu). Indonesia memiliki potensi zakat yang cukup tinggi karena jumlah penduduk muslim terbesar di dunia. Pelaksanaan ibadah zakat menjadi sangat penting karena zakat mampu menjadi solusi yang bisa dimanfaatkan dalam mewujudkan kesejahteraan rakyat. Pengelolaan dana zakat tidak hanya dimaksudkan sebagai upaya mengatasi kemiskinan tetapi zakat juga melibatkan proses pengelolaan harta benda dimulai dari pengumpulan, pendistribusian, pengawasan, pengadministrasian serta pertanggung jawaban atas setiap harta yang dizakatkan. Pengelolaan dana zakat baiknya dilakukan oleh badan amil yang dibentuk khusus oleh pemerintah atau yang telah memiliki izin dengan sistem kerja yang sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

DT Peduli merupakan salah satu Lembaga Amil Zakat Nasional dan aktif mensosialisasikan kegiatan melalui media sosial. Salah satu program unggulan yang ada di DT Peduli adalah program peduli ekonomi. Ekonomi merupakan hal yang vital dalam kehidupan, hal inilah yang menjadi perhatian khusus dan mendorong DT Peduli dalam menciptakan program peduli ekonomi. Pengembangan pemberdayaan program ekonomi yang dilakukan DT Peduli dilatar belakangi karena banyaknya pedesaan masyarakat miskin, khususnya para kaum dhuafa di pedesaan seperti buruh tani yang banyak memikul keadaan yang berat.

Berdasarkan data pra wawancara bersama Bapak Taufiq Hidayat (Direktur Markom) pada Maret 2020, upaya pemberdayaan ekonomi masyarakat tidak lepas dari perluasan kesempatan kerja dan peningkatan pendapatan masyarakat. Pemberdayaan ekonomi dapat menghasilkan kemandirian ummat dan dapat meningkatkan produktivitas rakyat sehingga sumber daya manusia dan sumber daya alam di sekitar dapat dimanfaatkan sebaik mungkin.

DT Peduli masuk pada kategori lembaga publik karena mengelola dana publik. Lembaga publik berwenang dan memiliki tanggung jawab besar dalam transparansi dana-dana yang dikelolanya. Keberhasilan dalam mengelola zakat tidak lepas dari banyaknya dana zakat yang didapat, tetapi juga dilihat dari bagaimana cara pengelolaan zakat mendapat kepercayaan dari publik karena membentuk dan mempertahankan kepercayaan serta hubungan baik dengan para donatur merupakan komponen penting dalam menjaga kelangsungan lembaga amil zakat.

Berdasarkan data pra penelitian yang diperoleh dari website resmi DT Peduli bahwa pada tahun 2017 banyaknya dana yang diperoleh DT Peduli memberikan manfaat yang dirasakan oleh 1,2 juta jiwa. Peningkatan pendapatan dana setiap tahunnya menjadikan DT Peduli terus berupaya memaksimalkan setiap dana yang terkumpul dapat disalurkan untuk mengatasi kesulitan hidup masyarakat banyak. Pendistribusian dana dilakukan dengan terjun langsung ke lapangan oleh para donatur atau sukarelawan (*volunteer*) dan seringkali disambut baik oleh para penerima manfaat.

Berdasarkan data pra penelitian dalam berita website resmi DT Peduli, Muhammad Ihsan (Direktur Program) mengatakan pada tahun 2018 DT Peduli meraih penghargaan dari Baznaz Award dengan kategori LAZNAZ dengan pendistribusian ZIS terbaik. Penghargaan yang diterima DT Peduli setiap tahunnya tidak lepas dari peningkatan pemberdayaan setiap program yang ada, terutama dalam program ekonomi. Program peduli ekonomi selain dikhususkan untuk orang-orang kurang mampu juga dapat membantu bagi mereka yang memiliki usaha yang memerlukan daya saing tinggi sehingga DT Peduli melalui program peduli ekonomi menciptakan balai kreatif yang dikhususkan pada pelatihan keterampilan bagi masyarakat seperti menjahit, pembuatan kue, merajut, barber shop, *cleaning service* dan lain-lain.

Berdasarkan data pra penelitian yang diperoleh dari penelusuran *Kompas Tekno We Are Social tahun 2018* bahwa penggunaan media sosial oleh DT Peduli sebagai sarana untuk berkomunikasi dalam berdonasi secara *online* menempatkan *facebook* sebagai media sosial dengan pendonasi terbanyak yaitu 43%, disusul

*whatsapp* 41%, *instagram* 38%, *line* 33%, *twitter* 30% dan *BBM* 27%. Website resmi DT Peduli menunjukkan sebanyak 27% digunakan untuk pemberdayaan ekonomi, 13% untuk pemberdayaan pendidikan, 29% disalurkan untuk program kesehatan dan 31% untuk program sosial, kemanusiaan dan dakwah.

Berdasarkan data pra penelitian yang diperoleh dari *Republika.co.id* bahwa DT Peduli kembali mendapatkan penghargaan yang digelar pada malam anugerah perzakatan bertajuk Baznas Award 2019 sebagai Laznas dengan Pertumbuhan perhimpunan ZIS terbaik 2019. Ditektur Utama DT Peduli, Herman, menyampaikan bahwa penghargaan yang didapat merupakan motivasi bagi DT Peduli untuk terus melakukan yang terbaik dari sisi fundraising, program, maupun pengelolaan. Herman juga menyampaikan bahwa DT Peduli akan terus berinovasi untuk menjadi lembaga amal zakat yang lebih profesional lagi.

Prestasi dan reputasi telah banyak diraih oleh DT Peduli berkat kegigihan dan kerja keras seluruh pengurus dalam pengoptimalan pelayanan. Perencanaan program yang matang, kreativitas seluruh relawan dan penyaluran dana kepada yang berhak menerima menjadi salah satu bukti bahwa DT Peduli benar-benar ada untuk kemaslahatan ummat. Disamping memberi banyak manfaat, DT Peduli juga andil dalam memajukan kesejahteraan masyarakat dengan adanya pemberdayaan berupa pendidikan seperti menjahit, berternak, dan lain-lain.

Program ini menarik untuk diteliti dari segi strategi mempertahankan kepercayaan yang dilakukan oleh seorang *public relations*. Program peduli ekonomi dipilih penulis karena program ini dapat menjadi jalan keluar dalam meningkatkan taraf hidup masyarakat, khususnya masyarakat kurang mamapu.

Program peduli ekonomi menaungi beberapa program lainnya yang bertujuan sebagai sarana pelatihan bagi masyarakat agar memiliki keahlian, seperti balai kreatif, *micro finance syariah* (misykat), desa ternak mandiri, dan *difabel creative center*. Selain itu, tercatat setiap tahunnya para penerima manfaat dari program peduli ekonomi terus bertambah, didukung juga oleh meningkatkan donatur yang melakukan donasi di DT Peduli. Ketertarikan penulis dalam meneliti mengenai kepercayaan publik karena kiprah DT Peduli yang sudah sangat lama tentunya ada strategi khusus yang dilakukan DT Peduli dalam mempertahankan kepercayaan publik.

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivis dengan pendekatan interpretif serta menggunakan metode deskriptif, untuk mengetahui Strategi Mempertahankan Kepercayaan Publik Melalui Program Peduli Ekonomi (Studi Deskriptif Pada Lembaga Amil Zakat DT Peduli). Kegiatan ini merupakan salah satu tugas Humas yang harus bisa mengelola kegiatan komunikasi dengan baik agar dapat mencapai tujuan seperti yang diharapkan.

## **1.2 Fokus Penelitian**

Fokus penelitian ini bertumpu pada Strategi Mempertahankan Kepercayaan Publik Melalui Program Peduli Ekonomi (Studi Deskriptif Pada Lembaga Amil Zakat DT Peduli). Pertanyaan penelitian ini diambil dari dimensi konsep dasar kepercayaan. Adapun pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana Strategi Integritas DT Peduli dalam Mempertahankan Kepercayaan Publik Melalui Program Peduli Ekonomi?
2. Bagaimana Strategi Konsistensi DT Peduli dalam Mempertahankan Kepercayaan Publik Melalui Program Peduli Ekonomi?
3. Bagaimana Strategi Kompetensi DT Peduli dalam Mempertahankan Kepercayaan Publik Melalui Program Peduli Ekonomi?
4. Bagaimana Strategi Transparansi DT Peduli dalam Mempertahankan Kepercayaan Publik Melalui Program Peduli Ekonomi?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini bertumpu pada penggunaan data kualitatif untuk menghasilkan data yang sebenar-benarnya mengenai pada Strategi Mempertahankan Kepercayaan Publik Melalui Program Peduli Ekonomi (Studi Deskriptif Pada Lembaga Amil Zakat DT Peduli). Adapun tujuan penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui Strategi Integritas DT Peduli dalam Mempertahankan Kepercayaan Publik Melalui Program Peduli Ekonomi
2. Untuk mengetahui Strategi Kompetensi DT Peduli dalam Mempertahankan Kepercayaan Publik Melalui Program Peduli Ekonomi
3. Untuk mengetahui Strategi Konsistensi DT Peduli dalam Mempertahankan Kepercayaan Publik Melalui Program Peduli Ekonomi
4. Untuk mengetahui Strategi Transparansi DT Peduli dalam Mempertahankan Kepercayaan Publik Melalui Program Peduli Ekonomi



## **1.4 Kegunaan Penelitian**

### **1.4.1 Secara Akademis**

Hasil dari penelitian yang telah dilakukan dapat membantu untuk referensi dan informasi bagi bidang ilmu komunikasi khususnya untuk jurusan *Public Relations* (Humas) dan menjadi masukan untuk *Public Relations Officer (PRO)*. Fokus dalam penelitian ini yaitu untuk memahami kepercayaan publik dengan memperhatikan konsep kepercayaan yakni dalam hal integritas, kompetensi, konsistensi dan transparansi yang ada di DT Peduli dalam mempertahankan kepercayaan publik melalui program peduli ekonomi.

### **1.4.2 Secara Praktis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi mengenai strategi mempertahankan kepercayaan publik yang dilaksanakan oleh DT Peduli melalui program peduli ekonomi. Lebih jauhnya, penelitian ini diharapkan menjadi salah satu sumbangan pemikiran dan evaluasi agar berjalannya program peduli ekonomi yang dilaksanakan DT Peduli lebih baik lagi.

## **1.5 Landasan Pemikiran**

### **1.5.1 Hasil Penelitian Sebelumnya**

Penelitian ini akan membahas mengenai Strategi Mempertahankan Kepercayaan Publik Melalui Program Peduli Ekonomi (Studi Deskriptif Pada Lembaga Amil Zakat DT Peduli). Peneliti telah mencari dan mengumpulkan beberapa penelitian terdahulu sebagai acuan yang dianggap memiliki kesamaan dengan bahasan yang dibuat oleh peneliti. Berikut deskriptif dari penelitian terdahulu:

**Pertama**, penelitian dalam bentuk skripsi oleh M. Anggi Syahrullah, (2018) berjudul “Strategi Fundraising Dalam Upaya Meningkatkan Kepercayaan Muzakki Pada Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Pusat”.

Hasil dari penelitian ini menyatakan mengalami peningkatan kepercayaan muzakki karena adanya strategi khusus yang dilakukan oleh BAZNAZ pusat yaitu tahap analisis SWOT bagi pihak internal dan eksternal, adanya penerapan strategi fundraising yang dilakukan UPZ dan ritel serta adanya kegiatan evaluasi setiap tahunnya. Penelitian ini memberikan sumbangsih positif bagi peneliti. Penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan peneliti memiliki persamaan dan perbedaan. Persamaannya yaitu sama-sama menggunakan pendekatan kualitatif dan membahas mengenai lembaga pengelola zakat dan strategi membangun kepercayaan tetapi mengkhususkan pada muzakki bukan publik, penggunaan strategi fundraising pada penelitian terdahulu menjadi pembeda dengan penelitian yang dilakukan peneliti.

**Kedua**, penelitian dalam bentuk skripsi oleh Ahmad Dedaat Saddam Alhaqqe, (2017) berjudul “Strategi Pengelolaan Zakat Dalam Upaya Meningkatkan Kepercayaan Muzakki Pada Badan Amil Zakat Infaq Dan Shadaqoh (BAZIS) DKI Jakarta”

Hasil dari penelitiannya menyatakan bahwa peningkatan kinerja dalam berbagai aspek di Bazis DKI Jakarta menjadi salah satu aspek dalam mendapatkan kepercayaan dari para muzakaiki. Penelitian ini memberikan sumbangsih positif bagi peneliti. Penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan peneliti memiliki persamaan dan perbedaan. Persamaannya yaitu sama-sama

menggunakan pendekatan kualitatif dan membahas mengenai lembaga pengelola zakat untuk meningkatkan kepercayaan tetapi mengkhususkan pada “muzakki” bukan publik, fokus utama penelitian terdahulu yaitu pada pengelolaan zakatnya sehingga menjadi pembeda dengan penelitian yang dilakukan peneliti.

**Ketiga**, penelitian dalam bentuk Jurnal oleh Arim Nasim dan Muhammad Rizqi RA (2014) berjudul “Pengaruh Transparansi Laporan Keuangan Pengelolaan Zakat dan Sikap Pengelola Terhadap Tingkat Kepercayaan Muzakki (Studi kasus pada lembaga amil zakat di Kota Bandung). Vol 2. No.3 2014

Hasil penelitiannya menunjukkan adanya peningkatan kepercayaan muzakki yaitu pada transparansi laporan keuangan berpengaruh pada tingkat kepercayaan muzakki karena kualitas transparansi semakin baik, pengelolaan zakat berpengaruh signifikan terhadap tingkat kepercayaan muzakki karena kualitas pengelolaan zakat yang terus ditingkatkan dan sikap pengelola berpengaruh pada kepercayaan muzakki karena kualitas sikap dari para pengelola terus ditingkatkan Penelitian ini memberikan sumbangsih positif bagi peneliti. Penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan peneliti memiliki persamaan dan perbedaan. Persamaannya yaitu sama-sama menggunakan metode penelitian mengenai kepercayaan muzakki/publik pada suatu lembaga amil zakat. Sedangkan perbedaannya ada pada penggunaan metode penelitian.

**Keempat**, penelitian dalam bentuk jurnal oleh Muhmad Bahrudin (2015). Berjudul “Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan (Smartphone Samsung Galaxy)”. Vol 3 No.1 2015

Hasil penelitiannya menunjukkan dalam membangun loyalitas pelanggan perlu diperhatikan mengenai kepercayaan dan kepuasan yang besar oleh konsumen. Yang harus diperhatikan dalam variabel kepuasan yaitu item cenderung membeli, dari variabel kepercayaan yaitu item kapasitas untuk menginstal beragam aplikasi dan item hasil jepretan foto dan video cenderung jernih, dan variabel loyalitas menunjukkan ketahanan terhadap persaingan yang memiliki nilai dibawah rata-rata yang harus diperhatikan oleh perusahaan. Penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan peneliti memiliki persamaan dan perbedaan. Persamaannya terletak pada pembahasan mengenai kepercayaan yang harus dipertahankan oleh perusahaan agar konsumen mendapatkan kepuasan. Sedangkan perbedaannya terletak pada penggunaan metode penelitian dan lokasi penelitian.

**Kelima**, penelitian dalam bentuk jurnal oleh M. Thahir Haning, Hasniati, dan Mashuri Tahili (2018). Berjudul “Peningkatan Public Trust dan pengaruhnya terhadap kepatuhan wajib pajak di Provinsi Sulawesi Selatan”. Vol 13, No 2.2018

Hasil penelitiannya menunjukkan kepercayaan publik memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap wajib pajak. Faktor pemerintah, faktor resiko, dan faktor kontekstual diperkuat sehingga pengaruhnya besar terhadap kepatuhan orang-orang dalam wajib pajak di Provinsi Sulawesi Selatan. Penelitian ini memberikan sumbangsih positif bagi peneliti. Penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan peneliti memiliki persamaan dan perbedaan. Persamaannya yaitu sama-sama membahas peningkatan cara peningkatan kepercayaan publik, akan tetapi untuk perbedaannya ada pada tempat penelitian,

pendekatan yang dilakukan serta fokus utama dari penelitian terdahulu adalah kepatuhan untuk membayar pajak.

**Tabel 1**  
**Penelitian Terdahulu**

No	Nama	Judul Penelitian	Metode	Hasil Penelitian	Relevansi
1.	M. Anggi (2018)	Strategi Fundraising Dalam Upaya Meningkatkan Kepercayaan Muzakki Pada Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Pusat	Analisis Deskriptif Kualitatif	Hasil dari penelitian ini BAZNAZ pusat berhasil meningkatkan kepercayaan muzakki melalui fundraising yang terbukti dengan peningkatan penghimpunan setiap tahunnya. Keberhasilan ini tidak lepas dari 3 tahapan strategi yaitu analisis SWOT, implemetasi strategi fundraising dan evaluasi.	Penelitian ini memberikan kontribusi berupa pemikiran terkait strategi meningkatkan kepercayaan muzakki yang dilakukan oleh Badan Amil Zakat Nasional Pusat
2.	Ahmad Deedat SA (2017)	Strategi Pengelolaan Zakat Dalam Upaya Meningkatkan Kepercayaan Muzakki Pada Badan Amil Zakat Infaq Dan Shadaqoh (BAZIS) DKI	Deskriptif Kualitatif	Hasil dari penelitian ini bahwa kepercayaan muzakki pada BAZNAZ DKI mengalami peningkatan karena adanya faktor peningkatan	Penelitian ini memberikan kontribusi berupa pemikiran terkait strategi meningkatkan kepercayaan muzakki yang dilakukan oleh Badan Amil Zakat Infaq Dan

		Jakarta		dalam pengelolaan zakat. Selain itu aspek lain seperti sarana prasarana, faktor kelembagaan, pengelolaan sumber daya yang ada menjadi pendorong dalam aspek peningkatan kualitas mutu dan pelayanan.	Shadaqoh DKI Jakarta
3.	Arim Nasim & M. Rizqi SR (2014)	Pengaruh Transparansi Laporan Keuangan Pengelolaan Zakat dan Sikap Pengelola Terhadap Tingkat Kepercayaan Muzakki	Analisis Kuantitatif	Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa transparansi laporan keuangan, pengelolaan zakat dan sikap pengelola sangat berpengaruh pada kepercayaan muzakki hal ini karena semua elemen ditingkatkan terus menerus dan berdampak pada peningkatan kepercayaan dari para muzakki.	Penelitian ini memberikan kontribusi berupa pemikiran terkait kepercayaan yang dilakukan oleh Lembaga Amil Zakat.
4.	Muhamad Bahrudin (2015)	Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan Pelanggan terhadap	Analisis Kuantitatif	Hasil penelitiannya menunjukkan dalam variabel kepuasan yaitu	Penelitian ini memberikan kontribusi berupa pemikiran terkait peningkatan

		Loyalitas Pelanggan (Smartphone Samsung Galaxy)		item cenderung membeli, dari variabel kepercayaan yaitu item kapasitas untuk menginstal beragam aplikasi dan item hasil jepretan foto dan video cenderung jernih, dan variabel loyalitas menunjukkan ketahanan terhadap persaingan yang memiliki nilai dibawah rata-rata yang harus diperhatikan oleh perusahaan.	kepercayaan yang dilakukan oleh perusahaan.
5.	Haning, Hasniati, Tahlili (2018)	Peningkatan Public Trust dan pengaruhnya terhadap kepatuhan wajib pajak di Provinsi Sulawesi Selatan	Analisis Kuantitatif	Hasil dari penelitian ini menunjukkan adanya peningkatan kepercayaan karena tiga faktor yang terus dilakukan/ diperkuat yaitu dari faktor pemerintah, faktor resiko dan faktor kontekstual sehingga masyarakat khususnya di provinsi sulawesi selatan mulai	Penelitian ini memberikan kontribusi berupa pemikiran terkait peningkatan kepercayaan publik yang dilakukan oleh pemerintah

				patuh atas kewajiban bayar pajak.	
--	--	--	--	-----------------------------------	--

Sumber: Data Hasil Olahan Peneliti

### 1.5.2 Landasan Teoritis

Landasan teoritis dalam penelitian ini yaitu menggunakan konsep dasar kepercayaan (*trust*). Konsep kepercayaan menjadi sangat penting dalam organisasi. Tyler (2003: 556) mendefinisikan kepercayaan yaitu adanya keinginan kuat untuk memahami bagaimana menciptakan kerjasama yang efektif dalam organisasi dan kepercayaan akan melahirkan kerja sama.

Konsep kepercayaan dikembangkan oleh Stephen P. Robbins. Penggunaan konsep ini untuk mengetahui Strategi DT Peduli dalam Mempertahankan Kepercayaan Publik. Robbins (2002: 139) menyatakan bahwa teori kepercayaan dapat dibangun dengan lima dimensi yaitu pada integritas (*integrity*), kompetensi (*competence*), konsistensi (*concistency*), kesetiaan (*loyalty*) dan keterbukaan (*openness*).

Dimensi pertama yakni integritas (*integrity*) mencakup pada kejujuran, sikap, perilaku atau pun kebiasaan. Dimensi kedua yakni kompetensi (*competence*) mencakup pada keahlian perusahaan dalam mengembangkan hubungan dengan pihak lain. Dimensi ketiga yakni konsistensi (*concistency*) yaitu adanya kebiasaan baik yang dilakukan oleh organisasi/perusahaan dalam menciptakan kepercayaan. Dimensi keempat yakni kesetiaan (*loyalty*) yaitu keinginan untuk terus melakukan hal yang sama bagi perusahaan atau organisasi atau mengabdikan dengan setulus hati serta patuh atas segala aturan dan dimensi yang



kelima yaitu keterbukaan (*openness*) yaitu secara terbuka memberi ide-ide dan menyampaikan segala informasi yang dibutuhkan.

Pengembangan konsep kepercayaan dilandaskan pada pengharapan bahwa orang lain akan melakukan tindakan tertentu pada orang yang mempercayainya atau sederhananya orang yang dipercaya memiliki kemauan dan kepekaan pada harapan orang lain dan meyakini bahwa tindakannya memiliki peran yang penting.

**Tabel 2**  
**Bagan Konsep Kepercayaan**

<b>Lima Dimensi Dasar Kepercayaan Stephen P. Robbins (2002)</b>				
Integritas	Kompetensi	Konsistensi	Kesetiaan	Transparansi

### 1.5.3 Kerangka Konseptual

#### a. Pengertian Strategi

Strategi merupakan suatu rencana yang disusun untuk mencapai suatu tujuan atau untuk memecahkan suatu persoalan yang sedang dan akan terjadi. Strategi tidak hanya digunakan sebagai peta arah tetapi juga berguna untuk menunjukkan taktik operasionalnya. Proses perencanaan strategi harus dilakukan dengan matang agar dapat diterapkan dalam jangka panjang maupun jangka pendek dan direncanakan dengan cermat sehingga dapat memperoleh hasil yang sesuai dengan keinginan.

Tujuan utama dari strategi sendiri merupakan bimbingan keputusan manajemen yang ikut serta dalam perumusan visi dan misi serta kebijakan-

kebijakan perusahaan yang membentuk keunggulan dari perusahaan/organisasi. Strategi tidak bisa lepas dari kebijakan karena strategi dapat menjadi alat untuk mencapai tujuan organisasi, sedangkan kebijakan adalah operasionalisasi dari strategi. Ketika strategi dan kebijakan digabungkan maka akan mudah mencapai tujuan, sedangkan untuk mencapai tujuan organisasi harus dibarengi dengan perumusan visi dan misi yang jelas dan terarah.

### **b. Pengertian Kepercayaan Publik**

Kepercayaan publik merupakan bagian dari hubungan sosial yang didasarkan pada tindakan pada tingkatan individu atau kelompok untuk saling memberikan pengaruh berdasarkan layanan publik. Individu maupun kelompok mengharapkan layanan publik yang jujur dan terbuka sehingga lahirnya kepercayaan dari publik. Kepercayaan publik menjadi penting karena adanya keinginan yang kuat untuk memahami bagaimana menciptakan kerjasama yang efektif antara organisasi/perusahaan dengan publiknya.

Kepercayaan publik perlu dibangun salah satunya dengan bentuk komunikasi yang dilakukan oleh suatu pihak kepada pihak lainnya untuk memberikan pengetahuan dan merubah sikap sesuai dengan yang diharapkan. Hal ini sesuai dengan peran seorang *public relations* sebagai komunikator atau fasilitator komunikasi. Seorang *public relations officer* harus mampu menyampaikan tujuan-tujuan organisasi kepada publiknya, juga sebaliknya, mendengarkan yang ingin disampaikan publik terhadap organisasinya kemudian menyampaikannya kepada organisasi tersebut agar terciptanya kepercayaan dari publik.

## **1.6 Langkah-langkah Penelitian**

### **1.6.1 Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian akan dilakukan di Lembaga Amil Zakat DT Peduli Jl. Lestari No.4 Sukasari, Gegerkalong, Kota Bandung, Jawa Barat. DT Peduli dipilih penulis sebagai lokasi/tempat penelitian guna mendapat informasi dan bahan-bahan yang akurat karena DT Peduli adalah salah satu Lembaga Amil Zakat Nasional yang kiprahnya telah banyak dikenal masyarakat luas.

### **1.6.2 Paradigma dan Pendekatan**

#### **a. Paradigma Konstruktivisme**

Penelitian ini akan menggunakan paradigma konstruktivis, sesuai dengan latar belakang dan tujuan penelitian yang sudah dipaparkan sebelumnya. Paradigma menurut Bajari (2015: 8) akan menempatkan seorang peneliti pada posisi dimana dia memilih sudut pandang, cara berfikir, hingga cara melakukan suatu hubungan dengan pemilihan paradigma itu sendiri. Paradigma menunjukkan cara kerja penelitian dari mulai merumuskan masalah dan menjawabnya dengan teori yang ada secara opsional. Hal tersebut menggambarkan kerangka teori yang ada secara konseptual dari peneliti dalam menjelaskan sebuah persoalan.

Paradigma konstruktivis memandang fenomena yang ada merupakan hasil konstruksi oleh individu atas realitas yang ada. Nilai kebenaran dalam paradigma konstruktivis bersifat relatif dan tidak dapat digeneralisasi. Paradigma konstruktivis ini tidak menguji suatu teori tetapi menggunakan teori sebagai pedoman dalam melakukan penelitian. Penelitian dengan

paradigma konstruktivis ini akan menggunakan interpretasi dari peneliti dimana interpretasi tersebut berlandaskan teori, model atau konsep yang sesuai dengan pembahasan dalam penelitian.

b. Pendekatan Interpretif

Pendekatan interpretif dalam penelitian merupakan pendekatan yang dilakukan peneliti dalam mencari suatu makna dari apa yang ditelitinya, artinya makna yang bersifat hermeneutik yaitu memandang sebuah fenomena sosial agar dapat ditafsirkan kedalam bahasa yang mudah atau dikenal melalui penyusunan kembali dari tindakan sosial atau peristiwa yang terjadi, baik penafsiran dalam pesan maupun teks. Taylor dalam Saifuddin (1997: 287) menjelaskan bahwa pendekatan interpretif menekankan bahwa peneliti tidak akan lepas dari objek yang ditelitinya karena pendekatan interpretif memerlukan kompilasi dari penafsiran sebuah teks, tindakan, peristiwa, simbol dan bentuk sosial lainnya yang nantinya makna yang terbentuk. Makna yang dimaksud yaitu bagian dari memahami bentuk sosial dari satu pandangan ke pandangan lain, kemudian diinterpretasikan kedalam bahasa yang mudah dipahami oleh peneliti.

### 1.6.3 Metode Penelitian

Metode deskriptif kualitatif dipilih penulis untuk mendeskripsikan Strategi Mempertahankan Kepercayaan Publik Melalui Program Peduli Ekonomi yang berdasarkan pada fakta atau fenomena lapangan dan data didapat dari narasumber atau informan secara langsung selama peneliti melakukan penelitian.

Menurut Sukmadinata (2006: 5) penelitian deskriptif berusaha menjelaskan suatu fenomena, gejala dan peristiwa yang diteliti. Pusat perhatian pada penelitian deskriptif adalah masalah-masalah aktual yang ada ketika penelitian berlangsung. Dalam pendekatan ini, peneliti berusaha mendeskripsikan peristiwa dan kejadian yang menjadi pusat perhatian dalam penelitian tetapi tidak memperlakukan secara khusus peristiwa dan kejadian tersebut.

### **1.6.2 Jenis Data dan Sumber Data**

Data yang didapatkan dalam penelitian ini adalah data kualitatif. Data tersebut dikelompokkan menjadi dua, data primer dan data sekunder. Menurut Ardianto (2018: 150) data tersebut sebagai berikut:

#### **a. Data Primer**

Data primer merupakan data-data yang hasil dari wawancara mendalam bersama informan. Hasil wawancara ini kemudian disimpulkan dan diinterpretasikan ulang oleh peneliti. Data primer lainnya merupakan hasil interpretasi dari observasi partisipatori pasif yang dilakukan dengan mendatangi DT Peduli Pusat.

#### **b. Data Sekunder**

Data sekunder merupakan data hasil dari mempelajari buku-buku yang berhubungan dengan skripsi, membaca arsip-arsip perusahaan, leaflet, company profile, data dokumentasi, mengakses internet dan sumber-sumber lain. Sumber data yang dihasilkan berasal dari informan-informan yang penulis wawancarai dan ikuti dalam setiap kegiatannya, selain itu

dari situs resmi maupun media-media yang digunakan oleh lembaga tersebut.

### **1.6.3 Penentuan Informan dan Unit Penelitian**

#### **a. Informan dan Unit Analisis**

Unit analisis penelitian merupakan salah satu bentuk yang dapat diteliti baik berupa kelompok, individu, benda atau latar kegiatan peristiwa sosial yang terjadi (Suprayogo dan Tobroni, 2001: 48). Informan pada penelitian ini dipilih sesuai dengan pertimbangan-pertimbangan yang telah peneliti pertimbangkan berdasarkan pada kriteria yang dirasa memenuhi kebutuhan informasi bagi penulis.

#### **b. Teknik Penentuan Informan**

Pemilihan informan berlandaskan pada pemahaman dan fokus tujuan penelitian dan yang lebih utama adalah informan tersebut mau untuk memberikan informasi yang lengkap sesuai dengan pertanyaan peneliti.

Informan terdiri dari minimal 3 orang, dan adapun kriteria informan:

1. Informan adalah bagian unit marketing komunikasi DT Peduli yang melakukan fungsi-fungsi kehumasan.
2. Informan merupakan orang-orang yang menguasai atau yang mengerti akan kegiatan startegi mempertahankan kepercayaan publik.
3. Informan merupakan orang yang memiliki pengalaman bekerja minimal 2 tahun di DT Peduli.

#### 1.6.4 Teknik Pengumpulan Data

Data yang dikumpulkan peneliti dalam penelitian ini yaitu data mengenai Strategi Mempertahankan Kepercayaan Publik Melalui Program Peduli Ekonomi. Adapun teknik pengumpulan data sebagai berikut:

a. Wawancara Mendalam

Penelitian ini menggunakan wawancara sebagai teknik pengumpulan data dan informasi melalui proses secara bertatap muka secara langsung kepada informan untuk mempermudah proses penelitian demi mendapatkan hasil data yang lengkap, relevan dan mendalam (*deep interview*) mengenai fokus penelitian. Wawancara mendalam menjadi alat utama bagi peneliti untuk menyatukan pembahasan penelitian dengan observasi non partisipasi atau partisipatori pasif. Teknik ini dilakukan dengan mengumpulkan data-data mengenai proses yang dilakukan DT Peduli dalam Mempertahankan kepercayaan publik.

b. Observasi Parsipasi Pasif

Penelitian partisipasi pasif atau pengamatan non partisipasi merupakan observasi pengumpulan data dan informasi tanpa terjun langsung ke lapangan kedalam kegiatan bidang dari lingkungan penelitian perusahaan. Penelitian observasi ini hanya melihat gejala dan fenomena yang terjadi dengan menuliskannya kedalam buku penelitian untuk menjelaskan latar lingkungan yang dipelajari, baik kegiatan yang sedang berlangsung, orang yang terlibat dalam kegiatan, dan maksud kegiatan yang dilakukan,

penjelasan ini dilihat dari persepektif perusahaan yang terlibat dalam kegiatan.

### **1.6.5 Teknik Analisis Data**

Teknik analisis data merupakan proses mencari dan menyusun data yang telah didapat dari hasil wawancara. Sugiyono (2011: 244) menjelaskan analisis data adalah cara menyusun data secara sistematis atau terstruktur yang di dapatkan dari hasil catatan, wawancara di lapangan serta hasil dari observasi lainnya. Analisis data dilakukan dengan cara menjabarkan terlebih dahulu hasil penelitian kedalam unit-nit dengan memilah data yang penting dan yang berkenaan dengan penarikan kesimpulan atau evaluasi dari hasil analisis agar memudahkan peneliti dalam memahami hasil penelitian ini. Analisis data dalam penelitian kualitatif memiliki tiga aktivitas atau kegiatan yang dapat dilakukan, yaitu:

#### **a. Reduksi Data**

Kegiatan mereduksi data merupakan kegiatan dengan cara mengolah dan merangkum hal-hal yang dianggap penting dari data yang didapat dari hasil proses lapangan, karena data yang didapat biasanya akan berjumlah banyak. Mereduksi data berarti memfokuskan kepada hal-hal yang dianggap penting, untuk mencari hasil yang berkaitan dengan tema dan fokus penelitian. Tahap reduksi ini diharapkan dapat memberi gambaran yang baik dan jelas agar mempermudah peneliti dalam mengumpulkan data dan mencari data untuk memudahkan dalam penelitian ini. Kegiatan reduksi data juga merupakan langkah dalam mencari hasil temuan yang



dianggap tidak biasa, belum dikenal dan belum memiliki bentuk, sehingga akan mempermudah dalam perumusan hasil temuan.

b. *Display Data*

*Display Data* merupakan lanjutan dari kegiatan analisis data. Penelitian kualitatif menggunakan *display data* untuk membuat uraian yang lebih singkat, jelas dan padat yang berhubungan dengan antar klasifikasi atau jenis, bagan, *flowchat* dan sebagainya yang didapatkan dari hasil observasi. Peneliti dalam kegiatan ini diharapkan dapat menguasai data yang didapat sehingga bisa diolah dengan sebaik-baiknya.

c. Simpulan atau Verifikasi

Simpulan pada penelitian kualitatif adalah hasil akhir yang menjadi temuan baru bagi penelitian dengan memberikan penjelasan serta gambaran pada suatu objek penelitian yang sebelumnya tidak jelas menjadi jelas. Simpulan pada penelitian kualitatif akan didapatkan apabila masalah dan rumusan masalah penelitian sudah didapatkan, karena dalam penelitian kualitatif memiliki sifat yang sementara yang sewaktu-waktu dapat berubah sesuai keadaan di lapangan. Menurut Sugiyono (2010: 102) simpulan memiliki tahapan dalam prosesnya yaitu pada tahap awal, simpulan masih memiliki sifat sementara dan akan tetap apabila ditemukan bukti yang kuat untuk mendukung tahapan pengumpulan selanjutnya. Simpulan tahap awal akan tetap konsisten apabila didukung oleh bukti-bukti yang valid di lapangan.

### 1.6.6 Rencana Jadwal Penelitian

**Tabel 3**  
**Rencana Jadwal Penelitian**

No	Kegiatan	Des 2019	Jan 2020	Feb 2020	Mar 2020	Apr 2020	Mei 2020	Jun 2020
1.	<b>Pengumpulan Data</b>							
	Menghimpun Data Proposal Penelitian							
	Menyusun Proposal Penelitian							
	Bimbingan Proosal Penelitian							
2.	<b>Usulan Penelitian</b>							
	Melakukan Sidang Usulan Penelitian							
	Menyelesaikan revisi usulan penelitian							
3.	<b>Penyusunan Skripsi</b>							
	Melaksanakan Penelitian							
	Menganalisis dan Mengolah Data							
	Menulis Hasil Laporan Penelitian							
	Melakukan Bimbingan Skripsi							
4.	<b>Sidang Skripsi</b>							
	Melakukan Bimbingan Skripsi							
	Melakukan Sidang Skripsi							
	Menyelesaikan Revisi Skripsi							