BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

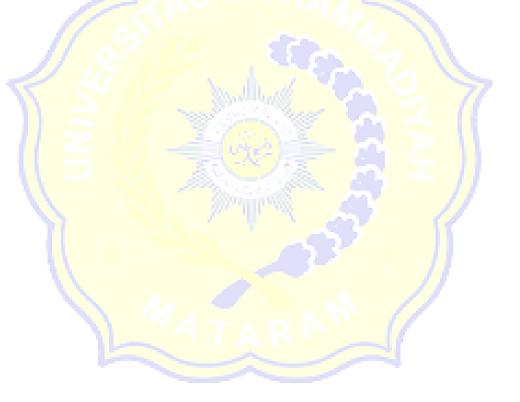
Berdasarkan latar belakang, hasil penelitian dan pembahasan di atas, maka tingkat kepercayaan masyarakat pada Lazismu dapat dilihat dari lima faktor yakni kepercayaan, kompeten, kejujuran, akuntabilitas, dan *sharing*.

5.2 Saran

Untuk lebih meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap Lazismu NTB, disarankan beberapa hal sebagai berikut:

- Mengusahakan adanya kantor Layanan Lazismu disetiap kabupaten yang ada di Nusa Tenggara Barat agar adanya pemerataan penyebaran informasi serta dakwah Lazismu dalam mengelola zakat.
- 2. Mengaktifkan kembali beberapa sosial media dan website yang saat ini masih nonaktif. Agar informasi yang dapat diperoleh oleh masyarakat tidak hanya dari sebagian aplikasi sosial media dan dapat melihat transparansi lembaga.
- 3. Melakukan sosialisasi kepada masyarakat secara langsung kebeberapa daerah untuk mengedukasi masyarakat yang jarang melakukan zakat, infaq maupun shodaqoh, dengan mengadakan pengajian yang bertemakan pentingnya zakat dan sedekah.

- 4. Mencoba untuk membuat daerah khusus binaan Lazismu, agar nantinya ada tempat atau daerah yang khusus untuk memeratakan ekonomi tempat tersebut.
- 5. Untuk kepentingan penelitian selanjutnya, pihak Lazismu untuk lebih terbuka dalam memberikan informasi terhadap peneliti dengan memberikan informasi Muzakki yang bersedia untuk diwawancarai guna mendapatkan informasi yang bermanfaat bagi Muzakki dan Lazismu sendiri.



DAFTAR PUSTAKA

Afrizal, M. (2017). Metode Penelitian Kualitatif. Depok: Raja Grafinda Persada.

Ainur Rofiq. (2007). Pengaruh Dimensi Kepercayaan (trust) Terhadap Partisipasi pelanggan E-commerce. Tesis. Program Pasca sarjana Fakultas Ekonomi Universitas Brawijaya. Malang.

Amir, M. Taufik. (2005). *Dinamika Pemasaran*. Jakarta: Pt. Raja Grafindo Persada.

Asnaini. (2008). Zakat Produktif Dalam Perspektif Hukum Islam. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Barnes, James G. (2003). Rahasia Manajemen Hubungan Pelanggan. Yogyakarta: Andi.

Basrowi Dan Suwandi. (2008). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Rineka Cipta.

Faisal. M, Abdullah. (2005). Dasar-dasar Manajemen keuangan. Malang: Universitas Muhammadiyah.

Fakhrudin. (2008). Fiqh Dan Manajemen Zakat Di Indonesia. Malang: Uin Malang Press.

Hasan, M. Ali. (2008). Zakat Dan Infak Salah Satu Solusi Mengatasi Problema Sosial Di Indonesia. Kencana Pranada Media Grub.

http://databoks.katadata.co.id/(13/12/2021).

http://ntb.bps.gp.id/indikator/23/85/1/indeks-kemiskinan:html (2/12/2021).

http://simbi.kemenag.go.id(13/12/2021)

https://Lazismu.org/ (2/12/2021).

J.MocklerRobert. (1996). *the management control prosess*. Di alih bahasa oleh Handoko. Englewood Cliffs, Prentice Hal.

Lexy J. Moleong. (2005). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung, Melalui http://repo.iain-tulungagung.ac.id.pdf (4/12/2021).

Maharani, Astri Dhiah. (2010). Anilisis Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Bank Mega Semarang.Skripsi Program Sarjana Fakultas Ekonomi Universitas Diponogoro.

Soemitra Andri. (2009). *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*. Jakarta: Prenada Media

Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif dan R&D. Bandung: PT Alfabet.

Sukmadinata, Nana Syaodih. (2017). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Rosdakarya.

Sutrisno. (1986). Elektronika Teori dan Penerapan. Bandung: ITB

Wibowo Arif. 2006. *Kajian tentang Perilaku Pengguna Sistem Informasi*. Jakarta: Universitas Budi Luhur.

Wiratna Sujarweni. V, Poly Endrayanto. (2012). Stastistika untuk penulisan. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Yuni Dewi, Akhiriyah. (2011). Penerapan Model Pembelajaran. Jurnal Kependidikan Dasar. Vol:1, No: 3.