

The Influence of Customer Relationship Management, Religiosity, and Trust on Muzakki Loyalty at BAZNAS DKI Jakarta

By Rania Nur Alifa

Abstract

Indonesia holds enormous zakat potential, particularly in DKI Jakarta as the nation's economic center. However, zakat collection through official institutions, including BAZNAS DKI Jakarta, remains suboptimal. This phenomenon is reflected in the large number of people who still prefer to distribute zakat directly to mustahiq without going through formal institutions, making the effort to build muzakki loyalty toward zakat management institutions a critical issue to address. This study aims to analyze the influence of Customer Relationship Management, Religiosity, and Trust on Muzakki Loyalty at BAZNAS DKI Jakarta. A quantitative approach was employed using purposive sampling technique involving 100 respondents. Data were collected through questionnaire instruments and analyzed using Structural Equation Modeling–Partial Least Squares (SEM-PLS). The results indicate that Customer Relationship Management and Trust have a positive and significant effect on muzakki loyalty, whereas religiosity does not have a significant effect. These findings suggest that muzakki loyalty is more strongly shaped by the level of trust in the institution, as well as the quality of relationships built with muzakki than muzakki's religiosity. The implications of this study highlight the importance of strengthening trust and optimizing customer relationship management as key strategies for enhancing muzakki loyalty at Baznas DKI Jakarta.

Keywords: *Customer Relationship Management, Loyalty, Muzakki, Religiosity, Trust*

Pengaruh Manajemen Hubungan Pelanggan, Religiositas, dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Muzakki di BAZNAS DKI Jakarta

Oleh Rania Nur Alifa

Abstrak

Indonesia memiliki potensi zakat yang sangat besar, khususnya di DKI Jakarta sebagai pusat perekonomian nasional. Namun, penghimpunan zakat melalui lembaga resmi, termasuk BAZNAS DKI Jakarta, masih belum optimal. Fenomena ini tercermin dari masih banyaknya masyarakat yang lebih memilih menyerahkan zakat langsung kepada mustahik tanpa perantara lembaga formal. Sehingga upaya membangun loyalitas muzakki terhadap lembaga pengelola zakat menjadi persoalan yang perlu untuk diatasi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Manajemen Hubungan Pelanggan, Religiositas, dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Muzakki pada BAZNAS DKI Jakarta. Pendekatan kuantitatif diterapkan dalam penelitian ini dengan teknik *purposive sampling* yang melibatkan 100 responden. Pengumpulan data dilaksanakan melalui instrumen kuesioner dan diolah menggunakan metode *Structural Equation Modeling–Partial Least Squares* (SEM-PLS). Hasil penelitian menunjukkan bahwa Manajemen Hubungan Pelanggan dan Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Muzakki, sedangkan Religiositas tidak berpengaruh signifikan. Temuan ini mengindikasikan bahwa loyalitas muzakki lebih dipengaruhi oleh tingkat kepercayaan lembaga serta kualitas hubungan yang dibangun dengan muzakki, dibandingkan religiositas muzakki. Implikasi penelitian menekankan pentingnya peningkatan kepercayaan serta optimalisasi manajemen hubungan pelanggan untuk meningkatkan loyalitas muzakki di BAZNAS DKI Jakarta.

Kata Kunci: Kepercayaan, Loyalitas, Manajemen Hubungan Pelanggan, Muzakki, Religiositas