

ABSTRAK

Anggi Prayitno : Pengaruh Strategi Promosi Tingkat Literasi Dan Transparansi Pengelolaan Zakat Terhadap Minat Masyarakat Membayar Zakat Profesi Di Baznas Provinsi Jawa Barat

Zakat dalam bahasa Arab memiliki arti tumbuh dan berkembang. Selain merupakan rukun islam zakat juga memiliki fungsi untuk pendistribusian harta kekayaan dari orang yang memiliki harta berlebih kepada orang yang kekurangan harta. Zakat profesi didapatkan dari penghasilan seseorang yang diterima secara tetap seperti pejabat publik atau upah karyawan swasta lainnya, serta penghasilan tidak tetap dari professional seperti konsultan, pengacara, dokter, dan lain-lain. Atau bisa juga dari pekerjaan bebas. Yusuf Qardawi menyebutkan salah satu jenis zakat yang perlu diperhatikan oleh umat muslim yaitu zakat penghasilan atau pendapatan yang diusahakan melalui keahlian, baik itu keahlian pribadi maupun secara kolektif atau bersama-sama

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan mengukur seberapa besar pengaruh strategi promosi, tingkat literasi dan transparansi pengelolaan zakat terhadap minat masyarakat membayar zakat profesi di Baznas Provinsi Jawa Barat. Adapun teori yang dipakai dalam penelitian ini adalah teori minat oleh Abdurahman Shaleh dalam buku Psikologi Suatu Pengantar Dalam Perspektif Islam, teori Fandi Tjiptono dalam buku Strategi Pemasaran, teori Literasi oleh Antara dkk dan teori transparansi oleh Muhammad Hasan dalam buku Manajemen Zakat.

Penelitian ini menggunakan pendekatan empiris. Pendekatan empiris penelitian empiris merupakan suatu gagasan yang sifatnya rasional dengan cara dibentuk serta diperoleh individu melalui pengalaman. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis kuantitatif. Jenis penelitian kuantitatif ini menyajikan penelitian dengan menyajikan data berbentuk angka-angka yang diolah dengan metode statistika. Data dikumpulkan dengan menggunakan kuisioner. Adapun sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 sampel (responden).

Berdasarkan hasil penelitian dengan teori dan metodologi yang digunakan, maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial strategi promosi memiliki pengaruh sebesar 3,460 % terhadap minat membayar zakat profesi, Tingkat literasi memiliki pengaruh sebesar -0,506 % terhadap minat membayar zakat profesi dan transparansi pengelolaan zakat memiliki pengaruh sebesar 5,676 % terhadap minat membayar zakat profesi.

Kemudian secara simultan strategi promosi, tingkat literasi dan tranparansi pengelolaan zakat memiliki pengaruh sebesar 64,5 % terhadap minat membayar zakat profesi dan sisanya dipengaruhi oleh factor lain diluar penelitian ini. Hal ini berarti strategi promosi, tingkat literasi dan transparansi pengelolaan zakat merupakan kebutuhan penting untuk meningkatkan minat masyarakat membayar zakat profesi.

Kata kunci : Strategi Promosi, Tingkat Literasi, Tranparansi, Minat

ABSTRACT

Anggi Prayitno : The Influence of Literacy Level Promotion Strategy and Zakat Management Transparency on Community Interest in Paying Professional Zakat in Baznas West Java Province

Zakat in Arabic means growth and development. Apart from being a pillar of Islam, zakat also has the function of distributing wealth from people who have excess assets to people who lack assets. Professional zakat is obtained from a person's income which is received regularly, such as public officials or wages of other private employees, as well as irregular income from professionals such as consultants, lawyers, doctors, and others. Or it could be from free work. Yusuf Qardawi mentioned that one type of zakat that Muslims need to pay attention to is zakat on income or income earned through skills, whether personal skills or collectively or jointly.

This research aims to find out and measure how much influence promotional strategies, literacy levels and transparency of zakat management have on people's interest in paying professional zakat in Baznas West Java Province. The theories used in this research are interest theory by Abdurahman Shaleh in the book *Psychology An Introduction from an Islamic Perspective*, Fandi Tjiptono's theory in the *Marketing Strategy* book, Literacy theory by Antara et al and transparency theory by Muhammad Hasan in the *Zakat Management* book.

This research uses an empirical approach. The empirical approach to empirical research is an idea that is rational in nature by being formed and obtained by individuals through experience. The type of research used in this research is quantitative. This type of quantitative research presents research by presenting data in the form of numbers processed using statistical methods. Data was collected using a questionnaire. The samples in this study were 100 samples (respondents).

Based on the results of the study with the theory and methodology used, it can be concluded that partially the promotion strategy has an influence of 3.460% on the interest in paying professional zakat, the literacy level has an influence of -0.506% on the interest in paying professional zakat and transparency of zakat management has an influence of 5.676% on the interest in paying professional zakat.

Then simultaneously the promotion strategy, literacy level and transparency of zakat management have an influence of 64,5% on the interest in paying professional zakat and the rest is influenced by other factors outside this study. This means that the promotion strategy, literacy level and transparency of zakat management are important needs to increase public interest in paying professional zakat.

Keywords: Promotion Strategy, Literacy Level, Transparency, Interest

خلاصة

أنجي برايتنو: تأثير استراتيجيات تعزيز مستوى معرفة القراءة والكتابة وشفافية إدارة الزكاة على اهتمام المجتمع بدفع الزكاة المهنية في مقاطعة بازناس جاوة الغربية

الزكاة في اللغة العربية تعني النمو والتطور. بصرف النظر عن كونها ركناً من أركان الإسلام، فإن للزكاة أيضاً وظيفة توزيع الثروة من الأشخاص الذين لديهم أصول فائضة إلى الأشخاص الذين يفتقرون إلى الأصول. يتم الحصول على الزكاة المهنية من دخل الشخص الذي يتم استلامه بانتظام، مثل الموظفين العموميين أو أجور موظفي القطاع الخاص الآخرين، بالإضافة إلى الدخل غير المنتظم من المهنيين مثل المستشارين والمحامين والأطباء وغيرهم. أو يمكن أن يكون من العمل الحر. وذكر يوسف القرضاوي أن أحد أنواع الزكاة التي يجب على المسلمين الاهتمام بها هي زكاة الدخل أو الدخل المكتسب من خلال المهارات، سواء كانت مهارات شخصية أو جماعية أو مشتركة.

يهدف هذا البحث إلى معرفة وقياس مدى تأثير الاستراتيجيات الترويجية ومستويات المعرفة والشفافية في إدارة الزكاة على اهتمام الناس بدفع الزكاة المهنية في مقاطعة بازناس جاوة الغربية. والنظريات المستخدمة في هذا البحث هي نظرية الفائدة لعبد الرحمن شلح في كتاب علم النفس مقدمة من منظور إسلامي، ونظرية فندي تجيبونو في كتاب استراتيجيات التسويق، ونظرية المعرفة لعنتره وآخرين، ونظرية الشفافية لمحمد حسن. في كتاب إدارة الزكاة.

يستخدم هذا البحث المنهج التجريبي. إن النهج التجريبي للبحث التجريبي هو فكرة عقلانية بطبيعتها من خلال تشكيلها والحصول عليها من قبل الأفراد من خلال التجربة. ونوع البحث المستخدم في هذا البحث هو بحث كمي. يقدم هذا النوع من البحث الكمي البحث من خلال تقديم البيانات في شكل أرقام تمت معالجتها باستخدام الأساليب الإحصائية. تم جمع البيانات باستخدام الاستبيان. وكانت العينة في هذا البحث 100 عينة (المستجيبين).

بناءً على نتائج البحث باستخدام النظرية والمنهجية المستخدمة، يمكن استنتاج أن الاستراتيجيات الترويجية الجزئية لها تأثير بنسبة 3.460% على الفائدة على دفع زكاة المهنة، ومستوى المعرفة له تأثير بنسبة - على الفائدة على دفع زكاة المهنة وبلغ تأثير شفافية إدارة الزكاة 5.676% من الفائدة في دفع الزكاة 0.506% المهنية.

وفي الوقت نفسه، فإن استراتيجيات الترويج ومستويات المعرفة والشفافية في إدارة الزكاة لها تأثير بنسبة على الاهتمام بدفع الزكاة المهنية والباقي يتأثر بعوامل أخرى خارج هذا البحث. وهذا يعني أن 64,5% استراتيجيات الترويج ومستويات المعرفة والشفافية في إدارة الزكاة هي متطلبات مهمة لزيادة اهتمام الناس بدفع الزكاة المهنية.

الكلمات المفتاحية: الترويج، محو الأمية، الشفافية، الفائدة