

ABSTRAK

Kholfan Faiz Mufidi : Strategi Pemasaran Lembaga Amil Zakat (LAZ) Dalam Meningkatkan Kepercayaan Muzaki (Studi Deskriptif di Lembaga Amil Zakat Persatuan Islam (LAZ PERSIS) Kantor Layanan Pembantu (KLP) Rancaekek Kab. Bandung)

Lembaga Amil Zakat Persatuan Islam (LAZ PERSIS) adalah sebuah lembaga pengelola zakat, infaq, dan shadaqah yang berkhidmat untuk meningkatkan kesejahteraan umat dalam bidang pendidikan, dakwah, sosial, ekonomi, dan kesehatan. Maka dengan hal ini LAZ PERSIS Rancaekek memerlukan strategi pemasaran untuk memberikan pemahaman kepada masyarakat mengenai perlunya menitipkan zakat, infaq dan shadaqoh (ZIS) kepada lembaga, agar masyarakat mengetahui fungsi dari lembaga masyarakat sehingga tergerak untuk menitipkan ZIS pada Laz Persis Rancaekek. Dalam mewujudkan hal tersebut perlu adanya konsep berkenaan dengan kepercayaan muzaki.

Metode Penelitian yang digunakan Penulis ini adalah Penelitian kualitatif. Metode yang dimanfaatkan oleh Penulis adalah wawancara, observasi dan pemanfaatan dokumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana perencanaan pemasaran, pelaksanaan pemasaran dan faktor-faktor meningkatnya kepercayaan muzaki.

Laz Persis Rancaekek yang terbilang masih tahap perintisan dan belum banyak diketahui oleh masyarakat terkait keberadaannya, maka langkah awal yang dilakukan adalah agar mengetahui fungsi dan peran Laz Persis Rancaekek dalam pengelolaan ZIS, sosialisasi keberadaan Laz Persis Rancaekek kepada anggota, simpatisan dan Otonom Persis juga masyarakat umum, sosialisasi keberadaan Laz Persis kepada Lembaga lain di wilayah rancaekek seperti perusahaan, pertokoan dan jenis usaha lainnya.

Dengan demikian fungsi dan peran Laz Persis Rancaekek bisa tersampaikan dan dapat dipahami oleh masyarakat. Selanjutnya jangan lupa pula bahwasanya prinsip utama dalam menitipkan ZIS itu adalah menyampaikan ZIS kepada orang yang tepat atau dalam hal ini disebut mustahik. Sehingga lebih dianjurkan untuk menitipkan ZIS ini melalui amil zakat seperti Baznas termasuk juga Laz Persis Rancaekek ini, karena lembaga-lembaga zakat ini tentu akan lebih fokus lagi dalam menentukan mustahiknya.

Kata kunci : *Strategi Pemasaran, Lembaga Amil Zakat, Kepercayaan Muzaki*

ABSTRACT

Kholfan Faiz Mufidi: *Marketing Strategy of the Amil Zakat Institution (LAZ) in Increasing Muzaki's Trust (Descriptive Study at the Islamic Association Amil Zakat Institution (LAZ PERSIS) Auxiliary Services Office (KLP) Rancaekek Kab. Bandung)*

The Islamic Association Amil Zakat Institute (LAZ PERSIS) is a zakat, infaq and shadaqah management institution dedicated to improving the welfare of the people in the fields of education, da'wah, social, economic and health. So with this, LAZ PERSIS Rancaekek needs a marketing strategy to provide understanding to the public regarding the need to entrust zakat, infaq and shadaqoh (ZIS) to institutions, so that people know the function of community institutions so they are moved to entrust ZIS to Laz Persis Rancaekek. In order to realize this, there needs to be a concept regarding muzaki beliefs.

The research method used by this researcher is qualitative research. The methods used by researchers are interviews, observation and use of documents. This research aims to find out how marketing planning, marketing implementation and factors increase muzaki trust.

Laz Persis Rancaekek is considered to be still in the pioneering stage and not many people know about its existence, so the first step taken is to find out the function and role of Laz Persis Rancaekek in the processing of ZIS, socialize the existence of Laz Persis Rancaekek to members, sympathizers and Otonom Persis as well as the community In general, socializing the existence of Laz Persis to other institutions in the Rancaekek area such as companies, shops and other types of business.

In this way, the function and role of Laz Persis Rancaekek can be conveyed and understood by the public. Furthermore, don't forget that the main principle in entrusting ZIS is to convey ZIS to the right person or in this case called mustahik. So it is more advisable to entrust this ZIS through amil zakat such as Baznas including Laz Persis Rancaekek, because these zakat institutions will of course be more focused in determining mustahik.

Keywords: *Marketing Strategy, Amil Zakat Institution, Muzaki Trust*