



Pengaruh Promosi dan Kualitas Layanan terhadap Minat Masyarakat Membayar Zakat

*Erdani Murdani Nur^{1,a}

¹Kementrian Agama Kabupaten Indragiri Hilir, Riau, Indonesia

Email: ^aerdanimnur99@gmail.com

DOI:

<https://doi.org/10.46963/jam.v3i2.183>

How to cite this article:

Murdani Nur, E. (2020). Pengaruh Promosi dan Kualitas Layanan terhadap Minat Masyarakat Membayar Zakat. *AL-Muqayyad*, 3(2), 126-135.
<https://doi.org/10.46963/jam.v3i2.183>

ABSTRACT

Keywords:

Zakat, BAZNAS, Promotion, Quality Service

Kata Kunci:

Zakat, BAZNAS, Promosi, Kualitas Layanan.

Zakat is one of the pillars of Islam that every capable Muslim must do. One of the institutions that manage zakat funds is the National Zakat Agency (BAZNAS). This study aims to partially and simultaneously examine the effect of promotion and service quality on people's interest in paying zakat through BAZNAS, Indragiri Hilir Regency. This type of research is field research. The data used in this study were primary and secondary. 87 Respondents in this study were Muzakki in BAZNAS Indragiri Hilir Regency. The sampling technique used was simple random sampling. The data collection methods were questionnaires, interviews, and documentation. The data analysis technique partially used the t-test and simultaneously used the Anova test. The results showed that either partially or simultaneously, promotion and service quality had a significant influence on people's interest in paying zakat in BAZNAS, Indragiri Hilir Regency.

ABSTRAK

Article Info:

Diterima:
29/09/2020
Direvisi:
10/11/2020
Diterbitkan
25/12/2020

Corresponding*Author**

erdanimnur99@gmail.com

Zakat merupakan salah satu rukun Islam yang wajib dilakukan setiap muslim yang mampu. Salah satu lembaga yang mengelola dana zakat adalah Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS). Penelitian ini bertujuan untuk menguji secara parsial dan simultan pengaruh promosi dan kualitas layanan terhadap minat masyarakat membayar zakat melalui BAZNAS Kabupaten Indragiri Hilir. Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan. Data yang digunakan dalam adalah data primer dan sekunder. Responden yang dijadikan sampel dalam penelitian ini adalah para muzakki di BAZNAS Kabupaten Indragiri Hilir, sampel yang digunakan berjumlah 87 orang. Teknik sampling yang digunakan adalah simple random sampling. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah angket/kuisisioner, wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis data secara parsial menggunakan uji t dan secara simultan menggunakan uji Anova. Hasil penelitian menunjukkan bahwa, baik secara parsial maupun simultan, promosi dan kualitas layanan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap minat masyarakat membayar zakat di BAZNAS Kabupaten Indragiri Hilir.

PENDAHULUAN

Zakat merupakan salah satu rukun Islam yang wajib dilakukan oleh setiap muslim yang mampu, sebagaimana yang diterangkan dalam Al-Quran dan Hadist. Agar masyarakat muslim mudah dalam membayar zakat dan zakat dapat disalurkan lebih luas ke semua lapisan masyarakat, maka diperlukannya suatu badan pengelola dan penyalur zakat secara profesional dan transparan. Di Provinsi Riau khususnya Kabupaten Indragiri Hilir yang terdiri dari 20 Kecamatan terdapat beberapa badan atau lembaga pengelola



zakat di antaranya adalah : Badan Amil Zakat, Infaq, dan Sedekah (BAZNAS), Dompot Dhuafa, Gerai Zakat, Rumah Insan Mulia dan sebagainya. Dari semua lembaga atau pengelola zakat tersebut hanya BAZNAS Kabupaten Indragiri Hilir yang dibentuk oleh pemerintah daerah yang mana BAZNAS ini sebelumnya bernama BAZDA (Badan Amil Zakat Daerah) Kabupaten Indragiri Hilir.

Untuk mengetahui perkembangan dari BAZNAS di Kabupaten Indragiri Hilir, dapat dilihat dari perkembangan jumlah muzakki baik perorangan ataupun badan/lembaga dalam kurun 5 (lima) tahun terakhir, dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel I
Jumlah Muzakki di BAZNAS Kabupaten Indragiri Hilir

| No | Kategori Muzakki | T A H U N | | | | |
|--------|------------------|------------|------------|-----------|------------|------------|
| | | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 |
| 1. | Perorangan | 25 | 27 | 15 | 401 | 125 |
| 2. | Badan/Lembaga | 108 | 100 | 26 | 63 | 100 |
| JUMLAH | | 133 | 127 | 41 | 464 | 225 |

Sumber: Baznas Kabupaten Indragiri Hilir

Berdasarkan data tabel di atas dapat kita ketahui bahwa jumlah muzakki pada tahun 2014 berjumlah 133 muzakki, kemudian di tahun 2015 menurun sebanyak 6 muzakki menjadi 127 muzakki, pada tahun 2016 menurun kembali sebanyak 86 muzakki menjadi 41 muzakki, pada tahun 2017 terjadi peningkatan 423 muzakki menjadi 464 muzakki dan pada tahun 2018 sampai bulan Juli untuk sementara ini berjumlah 225 muzakki.

Berdasarkan dari tabel di atas dapat disimpulkan bahwa minat masyarakat Kabupaten Indragiri Hilir untuk membayar zakat melalui BAZNAS Kabupaten Indragiri Hilir berfluktuasi setiap tahunnya.

Minat masyarakat untuk membayar zakat dapat dilihat juga dari jumlah dana zakat yang diterima oleh BAZNAS Kabupaten Indragiri Hilir, pada tabel di bawah ini dapat dilihat jumlah dana yang diterima oleh BAZNAS Kabupaten Indragiri Hilir pada kurun 5 (lima) tahun terakhir:

Tabel II
Data Penerimaan/pengumpulan Dana Zakat

| NO | Jenis Dana | T A H U N | | | | |
|----|---------------------|-------------|-------------|---------------|---------------|---------------|
| | | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | Juni 2018 |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 1 | Zakat Badan/Lembaga | 634.875.462 | 830.769.339 | 4.629.295.560 | 3.474.107.824 | 1.981.323.425 |

| | | | | | | |
|---------------|------------|-------------------|-------------------|-------------------|--------------------|-------------------|
| 2 | Zakat | 1.513.660. | 3.572.961. | 41.216.86 | 54.149.254 | 92.610.00 |
| | Perorangan | 871 | 986 | 8 | | 0 |
| JUMLAH | | 2.148.536. | 4.403.731. | 4.670.512. | 3.528.257.0 | 2.073.933. |
| | | 333 | 325 | 428 | 78 | 425 |

Sumber : BAZNAS Kabupaten Indragiri Hilir

Berdasarkan data tabel di atas dapat kita ketahui bahwa penerimaan zakat pada tahun 2014 sebesar Rp 2.148.536.333,- (dua milyar seratus empat puluh delapan juta lima ratus tiga puluh enam ribu tiga ratus tiga puluh tiga rupiah), kemudian terjadi peningkatan penerimaan dana zakat di tahun 2015 yaitu sebesar Rp 2.255.194.992,- (dua milyar dua ratus lima puluh lima juta seratus sembilan puluh empat ribu sembilan ratus sembilan puluh dua rupiah) menjadi Rp 4.403.731.325,- (empat milyar empat ratus tiga juta tujuh ratus tiga puluh satu ribu tiga ratus dua puluh lima rupiah), kemudian pada tahun 2016 terjadi peningkatan penerimaan zakat sebesar Rp 266.781.103,- (dua ratus enam puluh enam juta tujuh ratus delapan puluh satu ribu seratus tiga rupiah) menjadi Rp 4.670.512.428,- (empat milyar enam ratus tujuh puluh juta lima ratus dua belas ribu empat ratus dua puluh delapan rupiah), kemudian pada tahun 2017 terjadi penurunan penerimaan zakat sebesar Rp 1.142.255.350,- (satu milyar seratus empat puluh dua juta dua ratus lima puluh lima ribu tiga ratus lima puluh rupiah) menjadi Rp 3.528.257.078,- (tiga milyar lima ratus dua puluh delapan juta dua ratus lima puluh tujuh ribu tujuh puluh delapan rupiah), sedangkan penerimaan zakat sampai Juni 2018 ini sebesar Rp 2.073.933.425,- (dua milyar tujuh puluh tiga juta sembilan ratus tiga puluh tiga ribu empat ratus dua puluh lima rupiah).

Dapat disimpulkan bahwa peningkatan minat masyarakat Kabupaten Indragiri Hilir untuk membayar zakat melalui BAZNAS Kabupaten Indragiri Hilir terjadi pada tahun 2015 dan 2016 dan terjadi penurunan di tahun 2017.

Untuk penyaluran dana zakat pada BAZNAS Kabupaten Indragiri Hilir dalam kurun 5 (lima) tahun terakhir dapat di lihat pada tabel di bawah ini :

Tabel III
Data Penyaluran Dana Zakat Berdasarkan Asnaf

| NO | ASNAF | T A H U N | | | | |
|----|--------|-----------------|-------------------|-------------------|-----------------|-----------------|
| | | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | Juni 2018 |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 1 | Fakir | 48.000.00 0 | 1.254.806. 000 | 1.744.184. 000 | 426.790.5 00 | 9.300.000 |
| 2 | Miskin | 419.800.0 00 | 86.000.00 0 | 564.700.0 00 | 249.500.0 00 | 208.284.00 0 |

Pengaruh Promosi dan Kualitas Layanan terhadap Minat Masyarakat Membayar Zakat

| | | | | | | |
|---------------|--------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
| 3 | Amil | 187.425.00 | 309.200.00 | 555.754.615 | 47.278.000 | 0 |
| 4 | Muallaf | 1.800.000 | 2.800.000 | 0 | 0 | 0 |
| 5 | Riqab | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 6 | Gharim | 0 | 0 | 0 | 0 | 6.900.000 |
| 7 | Fisabilillah | 750.700.00 | 2.122.300.000 | 1.976.500.000 | 280.000.000 | 1.612.550.000 |
| 8 | Ibnu Sabil | 1.400.000 | 1.800.000 | 1.050.000 | 15.950.000 | 20.000.000 |
| JUMLAH | | 1.409.125.000 | 3.776.906.000 | 4.842.188.615 | 1.019.518.500 | 1.857.034.000 |

Sumber : BAZNAS Kabupaten Indragiri Hilir

Berdasarkan data tabel di atas dapat diketahui bahwa penyaluran zakat pada tahun 2014 sebesar Rp 1.409.125.000,- (satu milyar empat ratus sembilan juta seratus dua puluh lima ribu rupiah), kemudian pada tahun 2015 meningkat sebesar Rp 2.367.781.000,- (dua milyar tiga ratus enam puluh tujuh juta tujuh ratus delapan puluh satu ribu rupiah) menjadi Rp 3.776.906.000,- (tiga milyar tujuh ratus tujuh puluh enam juta sembilan ratus enam ribu rupiah), kemudian pada tahun 2016 meningkat sebesar Rp 1.065.282.615,- (satu milyar enam puluh lima juta dua ratus delapan puluh dua ribu enam ratus lima belas rupiah) menjadi Rp 4.842.188.615,- (empat milyar delapan empat puluh dua juta seratus delapan puluh delapan ribu enam ratus lima belas rupiah), kemudian pada tahun 2017 menurun sebesar Rp 3.822.670.115,- (tiga milyar delapan ratus dua puluh dua juta enam ratus tujuh puluh ribu seratus lima belas rupiah) menjadi Rp 1.019.518.500 (satu milyar sembilan belas juta lima ratus delapan belas ribu lima ratus rupiah) dan untuk penyaluran pada tahun 2018 sampai bulan Juli ini sebesar Rp 1.857.034.000,- (satu milyar delapan ratus lima puluh tujuh juta tiga puluh empat ribu rupiah).

Dapat disimpulkan bahwa peningkatan dan penurunan penyaluran zakat di BAZNAS Kabupaten Indragiri Hilir sama dengan penerimaan zakatnya, yang mana peningkatan penyaluran dana zakat terjadi di tahun 2015 dan tahun 2016 kemudian terjadi penurunan kembali di tahun 2017.

Dari tabel di atas kita dapat melihat juga bahwa dana zakat lebih banyak di salurkan kepada asnaf fakir, miskin, amil, fisabilillah dan ibnu sabil. Untuk asnaf ibnu sabil pernah di salurkan pada tahun 2014 dan 2015 dan asnaf gharim hanya di tahun 2018. Sedangkan untuk asnaf riqab belum pernah sama sekali.

Berdasarkan data-data tersebut, diketahui bahwa muzakki kurang berminat untuk membayar zakatnya melalui BAZNAS Kabupaten Indragiri Hilir, hal ini disebabkan oleh beberapa faktor atau kemungkinan, untuk itu penulis tertarik untuk meneliti apakah promosi dan kualitas layanan menjadi faktor yang mempengaruhi minat muzakki untuk membayar zakat melalui BAZNAS Kabupaten Indragiri Hilir.

Kemungkinan pertama rendahnya minat masyarakat di Kabupaten Indragiri Hilir disebabkan kurangnya sosialisasi dan promosi yang dilakukan oleh pihak BAZNAS tentang produk dan jasa yang ada di BAZNAS Kabupaten Indragiri Hilir sehingga menyebabkan kurangnya pengetahuan masyarakat tentang produk dan jasa yang ada di BAZNAS tersebut.

Fandy Tjiptono (Tjiptono, 2008), menyatakan bahwa promosi merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan suatu program pemasaran. Promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran. Komunikasi pemasaran adalah aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi/ membujuk, dan meningkatkan pasar sasaran atau perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli, dan loyal terhadap produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan, sehingga perusahaan harus melakukan kegiatan promosi dengan memakai berbagai media misalnya iklan, brosur, publisitas, dan *personal selling*.

Potensi zakat di Indonesia bisa menembus angka Rp 217 triliun. Karena itu, ia menekankan perlunya promosi zakat yang lebih masif, perlu penyadaran kepada umat Islam mengenai kewajiban mereka mengeluarkan zakat. Ia meyakini, promosi membantu meningkatkan zakat terhimpun dari tahun ke tahun. Pada 2011, capaian zakat mencapai Rp 1,73 triliun dan pada 2012 capaian zakat terus meningkat hingga Rp 2,73 triliun. Dengan demikian, promosi harus terus ditempuh agar potensi zakat dapat tercapai.

Islam mengajarkan kepada kita untuk memberikan layanan yang baik dan berkualitas kepada orang lain dari usaha yang kita jalankan baik itu berupa produk barang atau jasa. Kualitas layanan mutlak menjadi perhatian penting bagi BAZNAS, terutama bagi BAZNAS Kabupaten Indragiri Hilir karena saat ini telah berdiri banyak lembaga zakat di tengah-tengah masyarakat. Dengan kualitas layanan yang baik dan diharapkan oleh konsumen, membuat para konsumen puas sehingga konsumen bertahan, loyal dan bisa menarik konsumen yang baru.

Lebih lanjut ditambahkan oleh Moenir (Moenir, 1995), dalam pelayanan kepada masyarakat terdapat beberapa faktor pendukung yang penting seperti kesadaran petugas yang melaksanakan pekerjaan, aturan yang melandasi tugas pekerjaan, organisasi sebagai sistem, alat kerja dan sarana prasarana yang memadai untuk menunjang pelaksanaan pelayanan.

Mengingat pentingnya peranan BAZNAS sebagai jembatan penghubung antara muzakki dengan mustahik dalam mengumpulkan dana zakat, kemudian mengelola serta mendistribusikan dana zakat tersebut secara benar dan tepat sasaran kepada para asnaf penerima zakat yang telah disebutkan dalam Al-Quran. Maka dari itu BAZNAS harus meningkatkan jumlah penerimaan zakat dari muzakki. Berdasarkan dari uraian di atas nampak minat muzakki untuk membayar zakat melalui BAZNAS Kabupaten Indragiri Hilir masih rendah dan diketahui bahwa adanya kemungkinan promosi dan kualitas layanan yang dapat mempengaruhi minat muzakki untuk membayar zakat di BAZNAS,

oleh sebab itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian di BAZNAS Kabupaten Indragiri Hilir.

METODE

Jenis penelitian ini termasuk dalam kategori jenis penelitian lapangan dengan menggunakan pendekatan kuantitatif, dikarenakan data yang dikumpulkan adalah data kuantitatif dari hasil angket.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif yaitu bertujuan untuk menggambarkan karakter suatu variabel, kelompok atau gejala sosial yang terjadi di masyarakat. (Sugiyono, 2010) yang berlokasi di Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kabupaten Indragiri Hilir pada rentang waktu Agustus sampai November 2018. obyek penelitian, adalah hal yang menjadi sasaran penelitian (M. Moeliono, 1999).

Obyek penelitian, adalah pokok persoalan yang hendak diteliti untuk mendapatkan data secara lebih terarah. Adapun Obyek penelitian dalam penelitian ini meliputi: (X1) Promosi (X2)Kualitas Layanan, dan (Y) Minat Masyarakat Membayar Zakat Melalui BAZNAS.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh muzakki (orang yang pernah membayar zakat) melalui BAZNAS Kabupaten Indragiri Hilir. Jumlahnya sebanyak 689 muzakki, yang mana sudah terdata dalam aplikasi SIMBA (Sistem Informasi BAZNAS) Kabupaten Indragiri Hilir. Sampel adalah bagian dari populasi yang diperoleh dengan cara-cara tertentu untuk menjadi wakil dari populasi yang akan diteliti. (Muhammad, 2018)

Teknik yang di gunakan adalah *Probability Sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Metode yang digunakan adalah *Simple Random Sampling* yaitu pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu. (Sugiyono, 2010) Penelitian ini menggunakan *simple random sampling* dikarenakan penarikan sampelnya lebih efisien. Ukuran sampel penelitian ini ditentukan dengan menggunakan rumus teknik pengambilan sampel menggunakan rumus dari Slovin.

Dari hasil perhitungan tersebut sampel yang dihasilkan adalah 87,32 maka dibulatkan menjadi 87 responden. Responden tersebut diambil dari para muzakki yang telah membayar zakatnya melalui BAZNAS Kabupaten Indragiri Hilir.

Metode pengumpulan data adalah bagian dari instrumen pengumpulan data yang menentukan hasil atau tidaknya suatu penelitian. Pada penelitian kuantitatif dikenal beberapa metode, antara lain metode kuesioner (angket), wawancara, observasi, dan dokumentasi. (Bungin, 2008). Dalam mengumpulkan data penelitian, penulis menggunakan data sebagai berikut:

1. Angket atau kuesioner yaitu pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. (Sugiyono, 2010)

2. Observasi yaitu penyaksian dengan cara melihat, mendengarkan, merasakan yang kemudian dicatat seobyektif mungkin. (Gulo, 2002)
3. Wawancara tidak terstruktur yaitu wawancara yang bebas dimana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis dan lengkap untuk pengumpulan datanya. (Sugiyono, 2010)

Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif, yaitu bentuk analisis data penelitian untuk menguji generalisasi hasil penelitian berdasarkan atas satu sampel. (Hasan, 2005) Studi ini bertujuan untuk menjelaskan karakteristik, fenomena atau masalah yang terjadi dan diteliti. Penelitian ini mengacu pada data-data berupa angka-angka yang didapatkan dari pengolahan kuesioner sehingga dikategorikan dalam penelitian kuantitatif. Oleh karena itu penelitian ini juga digolongkan dalam penelitian deskriptif kuantitatif. Statistik deskriptif digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud menarik kesimpulan. Analisis ini dilakukan untuk mengidentifikasi karakteristik masing-masing variabel. Pengukuran variabel-variabel yang terdapat pada dalam model analisis penelitian ini yang bersumber dari jawaban atas pertanyaan yang terdapat dalam angket. Karena semua jawaban tersebut bersifat deskriptif, sehingga diberi nilai agar menjadi data kuantitatif. Penentuan nilai jawaban untuk setiap pertanyaan menggunakan metode Skala Likert. Menurut Sugiyono. (Suprpto, 2003), Skala likert adalah skala yang berisi lima tingkat preferensi jawaban.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Pengaruh Promosi Terhadap Minat Masyarakat Membayar Zakat Melalui BAZNAS Kabupaten Indragiri Hilir.

Berdasarkan dari hasil olah data dapat diketahui bahwa nilai koefisien regresi untuk variabel promosi sebesar 0,185 dan memiliki nilai t hitung = $4,372 > t$ table (1,988), serta memiliki nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa promosi memiliki pengaruh secara signifikan terhadap minat masyarakat untuk membayar zakat melalui BAZNAS Kabupaten Indragiri Hilir.

Berdasarkan wawancara yang peneliti lakukan, diketahui bahwa BAZNAS Kabupaten Indragiri Hilir telah melakukan berbagai promosi untuk meningkatkan minat masyarakat membayar zakat melalui BAZNAS. Promosi yang dilakukan BAZNAS Kabupaten Indragiri Hilir diantaranya adalah membuat iklan, menyebarkan brosur, membuat spanduk, membuat stand informasi pada berbagai Event, menghimbau melalui da'i, penyuluh dan duta zakat.

Promosi yang dilakukan BAZNAS Kabupaten Indragiri Hilir ini memberikan informasi kepada masyarakat mengenai kemudahan dan berbagai program-program unggulan BAZNAS Kabupaten Indragiri Hilir. Dengan informasi tersebut, masyarakat menjadi lebih paham dan mengetahui bagaimana proses dan penyaluran dana zakat yang mereka berikan melalui BAZNAS.

Hal ini sesuai dengan teori yang dikatakan oleh (Alma, 2004) yang menyatakan promosi adalah salah satu unsur dalam *marketing mix* yang tidak dapat diabaikan dalam suatu proses penjualan, dalam usaha menunjang penjualan suatu produk dan memperkenalkannya kepada orang lain atau konsumen, serta menarik konsumen untuk membeli produk, maka diperlukannya suatu usaha untuk mempromosikan produk tersebut. Fandy Tjiptono, (Tjiptono, 2008), menyatakan bahwa promosi merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan suatu program pemasaran. Ketika suatu promosi yang diberikan mampu memberikan informasi dan pemahaman kepada masyarakat akan pentingnya membayar zakat melalui BAZNAS Kabupaten Indragiri Hilir maka akan mempengaruhi minat masyarakat untuk membayar zakat melalui BAZNAS tersebut.

Hasil penelitian ini juga mendukung penelitian yang pernah dilakukan oleh Baruna Hadi Brata, Shilvana Husani dan Hapzi Ali dengan judul jurnal “The Influence of Quality Products, Price, Promotion, and Location to Product Purchase Decision on Nitchi At PT. Jaya Swarasa Agung in Central Jakarta”. Hasil penelitiannya mengatakan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara promosi terhadap Keputusan Pembelian Produk pada Nitchi Di PT. Jaya Swarasa Agung di Jakarta Pusat.

B. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Masyarakat Membayar Zakat Melalui BAZNAS Kabupaten Indragiri Hilir.

Berdasarkan hasil olah data yang dilakukan, dapat diketahui bahwa koefisien regresi diperoleh nilai untuk variabel kualitas layanan sebesar 0,365 dan memiliki nilai t hitung $8,596 > t$ table 1,988 serta memiliki nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, dengan demikian dapat dikatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh secara signifikan terhadap minat masyarakat untuk membayar zakat melalui BAZNAS Kabupaten Indragiri Hilir.

Dari hasil wawancara dengan responden, diketahui bahwa pelayanan yang diberikan BAZNAS Kabupaten Indragiri Hilir sudah baik. Walaupun bangunan BAZNAS Kabupaten Indragiri Hilir sudah tua, tetapi terlihat bersih dan nyaman. Ruangannya ditata rapi dan bersih, karyawan juga berpakaian seragam yang rapi. Para karyawan BAZNAS menerima konsultasi zakat baik secara langsung, maupun melalui telepon.

Hal ini sesuai dengan pernyataan yang dikemukakan oleh Hermawan Kertajaya dan Syakir Sula (Sula, 2006), bahwa dalam Syariah Marketing, pelayanan adalah merupakan salah satu sikap, pekerjaan dan tanggung jawab yang harus dilakukan oleh seorang marketing (pemasar atau dapat juga disebut penjual). Ketika suatu pelayanan yang diberikan mampu memenuhi kebutuhan masyarakat maka akan mempengaruhi minat masyarakat untuk membayar zakat melalui BAZNAS Kabupaten Indragiri Hilir.

Hasil penelitian yang signifikan ini mendukung penelitian yang pernah dilakukan oleh Azy Athoillah Yazid dalam jurnalnya yang berjudul “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Muzakki Dalam Menunaikan Zakat Di Nurul Hayat Cabang Jember”. Hasil penelitian tersebut menyimpulkan bahwa terdapat pengaruh signifikan kualitas pelayanan terhadap minat muzakki untuk menunaikan zakat di Nurul Hayat Cabang Jember.

C. Pengaruh Promosi dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Masyarakat Membayar Zakat Melalui BAZNAS Kabupaten Indragiri Hilir

Berdasarkan hasil olah data yang dilakukan, dapat diketahui bahwa hasil uji F, yang mana nilai F hitung sebesar 137,2019 sedangkan nilai F table sebesar 2,709 maka dapat diketahui $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan nilai probabilitas signifikansi $0,000 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa promosi dan kualitas layanan secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat masyarakat untuk membayar zakat melalui BAZNAS Kabupaten Indragiri Hilir. Berdasarkan hasil olah data tersebut dapat disimpulkan bahwa BAZNAS Kabupaten Indragiri Hilir telah memberikan promosi dan pelayanan yang baik kepada masyarakat Kabupaten Indragiri Hilir sehingga mendorong minat masyarakat untuk membayar zakat melalui BAZNAS tersebut.

Dari hasil wawancara dengan responden, diketahui bahwa minat masyarakat membayar zakat di BAZNAS Kabupaten Indragiri Hilir, dikarenakan adanya ajakan dari teman, himbuan dari sekretaris daerah pemerintah Kabupaten Indragiri Hilir dan penyuluh, informasi dari brosur yang diberikan oleh BAZNAS dan spanduk-spanduk yang di pajang oleh BAZNAS di jalan-jalan. Dan minat responden untuk membayar zakat di BAZNAS Kabupaten Indragiri Hilir dipengaruhi juga oleh keramahan kerapian dari karyawan BAZNAS, kenyamanan ruangan BAZNAS, karyawan BAZNAS memberikan informasi yang jelas, benar dan mudah di fahami.

Hal ini sesuai dengan yang disampaikan oleh Lupiyoadi yang menyatakan bahwa promosi merupakan salah satu variabel dalam bauran pemasaran yang sangat penting dilaksanakan oleh suatu perusahaan dalam memasarkan produk maupun jasa. Dan yang disampaikan oleh Kotler (Kotler, 2009), bahwa faktor-faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian, salah satunya adalah kualitas pelayanan yang diberikan.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Feti Rukmanasari tentang pengaruh pengetahuan, promosi dan kualitas pelayanan terhadap minat nasabah menggunakan jasa pegadaian syariah pada pegadaian syariah majapahit Semarang, yang menyatakan bahwa pengetahuan, promosi dan kualitas pelayanan berpengaruh secara bersama-sama dan signifikan terhadap minat nasabah untuk menggunakan jasa pegadaian syariah pada pegadaian Majapahit Semarang.

SIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat masyarakat membayar zakat melalui BAZNAS Kabupaten Indragiri Hilir. Kesimpulan dari hasil penelitian adalah berdasarkan analisis data menggunakan uji t, disimpulkan bahwa promosi secara signifikan mempengaruhi minat masyarakat membayar zakat melalui BAZNAS Kabupaten Indragiri Hilir sebesar 31,8%.

Berdasarkan analisis data menggunakan uji t, disimpulkan bahwa kualitas pelayanan secara signifikan mempengaruhi minat masyarakat membayar zakat melalui BAZNAS Kabupaten Indragiri Hilir sebesar 62,5%.

Berdasarkan perhitungan nilai koefisien determinasi (R^2) disimpulkan bahwa promosi dan kualitas layanan secara bersama-sama mempengaruhi minat masyarakat membayar zakat melalui BAZNAS Kabupaten Indragiri Hilir sebesar 76,6% dan sisanya sebesar 23,4 % dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini.

REFERENSI

- Alma, B. (2004). Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung: CV. Alfabeta.
- Bungin, B. (2008). Metodologi Penelitian Kuantitatif, Ekonomi dan Kebijakan Publik serta Ilmu-ilmu Lainnya. Jakarta: Kencana.
- Gulo, W. (2002). Metodologi Penelitian. Jakarta: Grasindo.
- Hasan, I. (2005). Pokok-pokok Materi Statiska, Edisi. Ke-2, Cet. 3 . Jakarta: Bumi Aksara.
- Kotler, P. (2009). Manajemen Pemasaran. Jakarta: Erlangga.
- M. Moeliono, A. (1999). Kamus besar bahasa. Jakarta: Balai Pustaka.
- Moenir. (1995). Manajemen Pelayanan Umum. Jakarta: Bumi Aksara.
- Muhammad. (2018). Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif. Jakarta: Rajawali Pres.
- Priyatno, D. (2016). SPSS Hanbook, Analisis Data, Olah Data dan Penyelesaian Kasus-kasus Statistik. Yogyakarta: Mediakom.
- Sugiyono. (2010). Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D). Bandung: Alfabeta.
- Sula, H. K. (2006). Syariah Marketing. Bandung: Mizan.
- Suprpto. (2003). Metode Riset dan Aplikasinya dalam Pemasaran, Edisi. Ke-7. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Tjiptono, F. (2008). Strategi Pemasaran. Yogyakarta: Andi Offset.