

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Sesuai dengan penelitian yang telah dilakukan dan pembahasannya mengenai pengaruh promosi, *Brand Image* dan *Brand Trust* Terhadap Keputusan Berzakat di Lembaga Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kabupaten Bekasi di Cikarang Utara, peneliti memperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan penelitian pengaruh promosi terhadap keputusan berzakat secara parsial diperoleh hasil ditolak terhadap keputusan berzakat. Artinya promosi tidak berpengaruh terhadap keputusan berzakat masyarakat Cikarang Utara pada BAZNAS Kabupaten Bekasi.
2. Berdasarkan penelitian pengaruh *brand image* terhadap keputusan berzakat secara parsial diperoleh hasil data diterima terhadap keputusan berzakat. Artinya, *brand image* berpengaruh terhadap keputusan berzakat masyarakat Cikarang Utara pada BAZNAS Kabupaten Bekasi.
3. Berdasarkan penelitian pengaruh *brand trust* terhadap keputusan berzakat secara parsial diperoleh hasil ditolak terhadap keputusan berzakat. Artinya *brand trust* tidak berpengaruh terhadap keputusan berzakat masyarakat Cikarang Utara pada BAZNAS Kabupaten Bekasi.
4. Berdasarkan penelitian pengaruh promosi, *brand image* dan *brand trust* terhadap keputusan berzakat secara simultan diperoleh hasil hipotesa diterima dan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan berzakat. Artinya apabila lembaga bersungguh-sungguh berupaya dalam meningkatkan promosi, *brand image* dan *brand trust* maka akan meningkatkan keputusan berzakat di lembaga badan amil zakat nasional (BAZNAS) Kabupaten Bekasi di Cikarang.

Dengan demikian, secara umum dapat disimpulkan Keputusan Berzakat di pengaruhi secara positif dan signifikan oleh promosi, *brand image* dan *brand trust*.

5.2 Implikasi

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka peneliti memberikan implikasi praktis bagi lembaga:

Hasil penelitian ini di gunakan sebagai masukan untuk lembaga dan manajemen. Membenahi diri sehubungan dengan Promosi yang telah dilakukan, *Brand Image* dan *Brand Trust* yang di bangun oleh lembaga dengan memperhatikan kembali metode promosi yang sesuai dan tepat sasaran untuk meningkatkan jumlah muzakki yang berzakat di Lembaga Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS).

5.3 Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, dapat dikemukakan beberapa saran dalam meningkatkan keputusan berzakat masyarakat cikarang utara di BAZNAS kabupaten Bekasi cabang Cikarang, sebagai berikut:

1. Dari hasil yang didapat diketahui bahwa promosi yang dilakukan BAZNAS tidak sampai kepada para muzakki yang ada diCikarang Utara, sehingga banyak iklan dan pesan mulia BAZNAS tidak sampai kepada para muzakki. Sehingga BAZNAS harus meningkatkan promosi agar meningkatkan jumlah muzakki yang berzakat diBAZNAS.



Gambar 5.1 Halaman *website* BAZNAS

2. Dengan program-program yang sudah ada diBAZNAS jangan hanya mentargetkan pemberian ditempat terpencil saja, BAZNAS harus juga memberikan dikota-kota besar, karena masih banyak sekali masyarakat pinggiran dikota besar yang memenuhi syarat sebagai penerima(mustahik) zakat, baik individu dan tempat-tempat ibadah dan toilet yang tidak layak pakai. hal ini mengingat kekuatan media sosial diEra Digital saat ini sangat berpengaruh. Sehingga banyak masyarakat baik yang berpendidikan dan tidak mengetahui fungsi BAZNAS yaitu menerima dan mengelola dana zakat umat dengan baik yang diawasi oleh OJK dan menteri Agama dan pastinya Hukum yang berlaku, sehingga berzakat bisa dilakukan dengan rasa aman dan terpercaya.



Gambar 1. 2 BAZNAS TV
Sumber : Youtube/BAZNAS TV



Gambar 1. 1 Siaran di TV Nasional
Sumber : Facebook/TVRI Nasional

Gambar 4.4 Program Iklan TV BAZNAS

- Selain itu, BAZNAS juga telah melakukan berbagai cara untuk mempermudah masyarakat dalam menunaikan zakat dengan melakukan berbagai digitalisasi zakat, beberapa di antaranya ialah *Muzaki Corner*, pembukaan kerjasama dengan berbagai *e-commerce* dan lain sebagainya. Upaya-upaya tersebut dilakukan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat dalam menunaikan zakat di era digital ini.



Gambar 4.5 Program Pembayaran diBAZNAS

- Lembaga BAZNAS seharusnya memaksimalkan promosi yang ada dengan memanfaatkan teknologi yang sudah canggih diEra Digital 4.0 ini, mengingat jarang sekali masyarakat tidak memiliki handphone di

dalam satu keluarga. Sehingga seharusnya BAZNAS memaksimalkan potensi yang sangat luar biasa besar ini untuk menarik minat dari para muzakki untuk berzakat di BAZNAS. Seperti membuat aplikasi yang memudahkan muzakki untuk berzakat diBAZNAS, tidak hanya melalui web saja. Sehingga pembayaran dan informasi zakat berada dalam genggaman. Karena yang ada diBAZNAS saat ini hanya pembayaran via web dan aplikasi berbayar di luar BAZNAS. Mengingat masyarakat sudah melek akan teknologi baik yang berpendidikan ataupun tidak.

5. Promosi juga bisa dilakukan melalui media sosial yang menarik peminat banyak, seperti sering mengadakan *live* langsung dan update status atau upload foto kegiatan saat sedang memberikan bantuan kepada mustahik dan kegiatan sosial lainnya yang mampu meningkatkan keinginan masyarakat terhadap lembaga BAZNAS.
6. Semua itu harus dioptimalkan, bisa juga melakukan promosi dengan membangun hubungan masyarakat (*public relation*). seperti mengadakan *event social*, *event*, *sponsorship* dan jangan dilupakan pemberitaan di media.
7. Dengan promosi iklan yang menarik dan besar akan meningkatkan daya tarik lembaga BAZNAS itu sendiri, sehingga masyarakat setidaknya ingin tahu lebih dalam seperti apa dan bagaimana proses untuk berzakat diBAZNAS. Bahkan BAZNAS bisa menggunakan jasa endorsement artis, selebgram atau bahkan tiktokers sebagai media edukasi lembaga BAZNAS. Yang tujuannya agar masyarakat mengetahui apa itu BAZNAS dan apa fungsi dari BAZNAS itu sendiri.
8. Iklan yang dibawakan akan mendongkrak BAZNAS, tetapi harus dibarengi dengan kualitas yang sesuai dengan karakteristik lembaga BAZNAS. Menurut Kotler dan Keller (Poluan, Lumintang, & Untu, 2016), iklan mampu menjadi cara yang efektif untuk menyebarkan pesan, baik untuk membangun preferensi merek ataupun agar bisa mendidik masyarakat.

9. Meskipun BAZNAS sangat diterima baik oleh masyarakat cikarang utara, tetapi BAZNAS harus tetap meningkatkan nama baik dan karakteristik BAZNAS secara terus menerus, agar mampu menarik muzakki lebih banyak lagi untuk berzakat diBAZNAS.
10. Perlunya sosialisasi kebijakan, program-program, website, media sosial dan pengelolaan dana zakat yang dilakukan oleh BAZNAS agar meningkatkan tingkat kepercayaan muzakki guna meningkatkan jumlah muzakki berzakat diBAZNAS.
11. Lembaga BAZNAS perlu melakukan strategi-strategi untuk meningkatkan kesadaran dan kepercayaan masyarakat dalam berzakat dilembaga zakat yang kedepannya dapat meningkatkan jumlah penghimpunan zakat setiap tahunnya. Didalam keputusan orang dalam melakukan sesuatu termasuk membayar zakat.

5.4 Keterbatasan/ Limitasi

1. Pada penelitian ini tidak adanya *focus group discussion* untuk membahas masalah-masalah yang muncul pada penelitian, karena kondisi pandemi Covid-19, hal ini menyebabkan diskusi-diskusi terkait dengan hasil penelitian tidak di bahas bersama untuk memecahkan solusi, sehingga diskusi dan pembahsan mengenai hasil penelitian ini hanya di konsultasikan lewat email dan media sosial saja.
2. Adanya keterbatasan penelitian dengan menggunakan kuisioner, yaitu terkadang jawaban yang di berikan oleh reponden tidak menyatakan keadaan sebenarnya atau sesungguhnya.
3. hasil pengujian koefisien determinasi R mendapatkan hasil 5,8% kurang dari 10%, artinya semua variabel X berpengaruh terhadap variabel Y. Tetapi hasil ini menunjukkan angka yang sangat kecil. hal ini dikarena banyak faktor, yang terutama keterbatasan waktu, keadaan pandemi Covid-19, karakteristik yang berbeda-beda dan tempat pun berbeda.

5.5 Novelty Penelitian

Meskipun sudah ada penelitian yang dilakukan oleh peneliti yang lain dengan beberapa variabel yang sama, tetapi dalam penelitian ini ada kebaruan sebagai berikut:

1. Pertama diteliti di Lembaga Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kabupaten Bekasi dengan tempat, waktu yang berbeda.
2. Implikasi dari penelitian ini bisa digunakan di Lembaga Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kabupaten Bekasi, sehingga kegiatan dan program yang sudah ada bisa ditingkatkan.
3. Dari hasil survey dan kuisioner banyak masyarakat yang dijadikan responden dalam penelitian ini menjadi mengetahui berzakat bisa melalui lembaga BAZNAS.