

The Influence of Islamic Brand Image and ZMO's Ambassador on the Interest of DKI Jakarta People in Paying Zakat

By Derina Anbar

Abstract

The potential for zakat collection in the DKI Jakarta area is significantly greater compared to other provinces, yet its realization rate remains low. The establishment of the Zakat Management Organization is highly crucial to enhancing zakat collection. Consequently, the ZMO must ensure its performance is optimal and aligned with Sharia principles. The aim of this research is to identify the partial and simultaneous influence of Islamic Brand Image and Duta OPZ on the interest in paying zakat. The research methodology employs a quantitative approach involving a population consisting of individuals who act as muzakki at ZMO DKI Jakarta. Sample selection is done using purposive sampling techniques, obtaining data from questionnaires with a total of 125 respondents. The data will be analyzed using multiple linear regression techniques. The findings reveal that 1) Islamic brand image significant positive influences the interest in paying zakat; 2) Duta OPZ also significant positive influences the interest in paying zakat; and 3) Islamic brand image combined with duta OPZ significant positive impacts the interest in paying zakat.

Keywords: *interest, islamic brand image, and ZMO's ambassador*

Pengaruh Citra Merek Islami Dan Duta OPZ terhadap Minat Masyarakat DKI Jakarta dalam Membayar Zakat

Oleh Derina Anbar

Abstrak

Potensi pengumpulan zakat di wilayah DKI Jakarta jauh lebih besar dibandingkan dengan provinsi lainnya, namun tingkat realisasinya masih rendah. Pendirian Organisasi Pengelola Zakat menjadi hal yang sangat penting guna meningkatkan pengumpulan zakat. Oleh karena itu, OPZ harus memastikan kinerjanya optimal dan berprinsip syariah. Tujuan penelitian ini untuk mengidentifikasi pengaruh citra merek islami dan duta OPZ secara parsial maupun simultan terhadap minat membayar zakat. Pendekatan metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan populasi yang terdiri dari masyarakat yang berperan sebagai muzakki di OPZ DKI Jakarta. Pengambilan sampel dilakukan melalui teknik *purposive sampling* dengan memperoleh data dari kuesioner dan memperoleh sebanyak 125 responden. Data akan dianalisis dengan teknik regresi linear berganda. Peneliti menemukan bahwa 1) Citra merek islami memiliki pengaruh signifikan terhadap minat membayar zakat, 2) Duta OPZ juga memiliki pengaruh signifikan terhadap minat membayar zakat, 3) Citra merek islami bersama duta OPZ secara signifikan berpengaruh terhadap minat membayar zakat.

Kata kunci: citra merek islami, duta OPZ, dan minat