

SKRIPSI

ANALISIS POTENSI DONATUR ZAKAT PADA "RUMAH ZAKAT INDONESIA" DI SURABAYA (DITINJAU DARI PENDAPATAN PER BULAN CALON DONATUR).



No. INDUK	2629108
TGL TERIMA	05-08-2008
B S I	
P A B I H	
0 0 0 0 0 0	
K O P I K E	

Disusun Oleh :

ARI MURTININGTYAS

5303002006

**JURUSAN TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2007**

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi dengan Judul "Analisis Potensi Donatur Zakat Pada Rumah Zakat Indonesia Di Surabaya (Ditinjau Dari Pendapatan Per Bulan Calon Donatur)" yang disusun oleh mahasiswa :

Nama : Ari Murtiningtyas

Nomor Pokok : 5303002006

Tanggal : 3 Juli 2007

dinyatakan telah memenuhi sebagian persyaratan kurikulum Jurusan Teknik Industri guna memperoleh gelar Sarjana Teknik bidang Teknik Industri.

Surabaya, 10 Agustus 2007

Pembimbing I



Wahyono Kuntohadi, Msc.OM
NIK.531.LB.0470

Pembimbing II



Anastasia Lidya Maukar, ST.MSc
NIK.531.03.0564

Dewan Penguji

Ketua



Dian Retno S.D., ST., MT
NIK.531.97.0298
Anggota,




Dini Endah, ST., MT
NIK. 531.02.0539

Sekretaris



Anastasia Lidya Maukar, ST., MSc
NIK.531.03.0564
Anggota,



Ign. Joko Mulyono, STP., MT
NIK.531.98.0325

Mengetahui / Menyetujui :

Dekan Fakultas Teknik,



Ir. Rasional Sitepu, M.Eng
NIK. 514.89.0154

Ketua Jurusan Teknik,



Julius Mulyono, ST., MT.
NIK. 521.97.0299

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan Puji dan Syukur Kepada Allah S.W.T, atas kasih dan karunia dan penyertaan-Nya yang sungguh setia dan luar biasa, penulis dapat menyelesaikan tugas akhir dengan judul “ Eksplorasi Potensi Donatur Zakat Pada “Rumah Zakat Indonesia” Di Surabaya “.

Terselesainya tugas akhir ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu penulis menyampaikan rasa terima kasih yang dalam kepada pihak – pihak yang memberikan bantuan baik secara jasmani maupun rohani. Rasa terima kasih ini diperuntukkan :

1. Bapak Julius Mulyono , ST, MT selaku Ketua Jurusan Teknik Industri atas kesabaran, perhatian dan saran dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
2. Ibu Anastasia Lidya Maukar, ST., Msc selaku Sekretaris Jurusan Teknik Industri yang saya kasihi atas kesabaran, perhatian, dan saran dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
3. Bapak Joko Mulyono, STP, MT selaku dosen wali yang saya kasihi atas kesabaran, perhatian, dan saran dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
4. Bapak Wahyono Kuntohadi, MSc. QM selaku dosen pembimbing I dan Ibu Anastasia Lidya Maukar, ST .,Msc selaku dosen pembimbing II yang saya kasihi atas kesabarannya dalam membimbing dan menuntun saya dalam menyelesaikan tugas akhir ini, semua waktu dan perhatian yang telah diberikan kepada saya selama ini dalam menyelesaikan tugas akhir.
5. Segenap dosen Teknik Industri dan staf tata usaha serta sraf perpustakaan Fakultas Teknik yang saya kasihi atas saran dan waktu yang diberikan kepada saya dalam menyelesaikan tugas akhir.
6. Buat Mbak Tika yang banyak membantu, meluangkan waktu, tenaga dan dengan sabar menuntun saya dalam menyelesaikan tugas akhir ini dan untuk semua kakak – kakak yang ada di Rumah Zakat terima kasih atas bantuannya yang telah membantu saya dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
7. Buat temen – temen riset pasar Teknik Indusri’01,’02, ’03 atas bantuannya yang telah membantu dan memperlancar penyebaran angket.

14. Semua orang yang nggak bisa aku sebutkan satu per satu, sampai aku bisa nyelesaiin tugas akhirku.

Segala sesuatu tidak ada yang sempurna selain Dia yang Maha Sempurna. Demikian tugas akhir ini memiliki kekurangan dan keterbatasan yang perlu masukan dari pembaca sekalian sehingga dapat menambah khasanah pengetahuan kita sekalian.

Surabaya, Juli 2007

Penulis.

ABSTRAK

Zakat sebagai media *silaturahmi* umat, antara mereka yang berkemampuan secara ekonomi dengan kaum dhu'afa, yang sudah seharusnya berperan aktif sejak dahulu. Namun kenyataan tersebut belum terwujud karena ada persolan bagaimana cara lembaga zakat tersebut mengelolanya. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui seberapa dalam pengetahuan masyarakat tentang zakat dan pengelolanya serta mengetahui karakteristik dari calon donatur, Dengan menganalisa kondisi Masyarakat, ternyata masih banyak responden yang belum menjadi donatur di suatu lembaga zakat. Kemudian, dari responden yang belum menjadi donatur dianalisa untuk melihat seberapa besar frkuensi responden terhadap zakat dan lembaga zakat. Kemudian Untuk mengetahui sikap responden terhadap faktor penting yang harus ada dalam LAZ dianalisis dengan menggunakan ANOVA. Kemudian dilakukan analisis marketing dengan menentukan segmentasi pasar yang berdasarkan belanja per bulan responden, dan menentukan *targetting* yang berdasarkan belanja per bulan responden antara Rp 1.000.000 atau lebih. Selanjutnya untuk menarik konsumen agar mau mendonaturkan dananya ke Rumah Zakat maka diperlukan empat unsur strategis (4P) diantaranya produk, harga, tempat dan promosi.

Kata Kunci : Statistik dekriptif, ANOVA, Marketing Mix 4P.

ABSTRACT

Zakat (donation to homeless people) is silaturahmi (shaking hand) media between the one who availability in economical with dhu'afa people that should be active role since previously. The problem is arises how zakat institution handle all the things. This research is knowing how far research do about zakat and the organizer knows the characteristics of future donator. Analyzing people condition, therefore there are many respondent haven't to be donator yet. The people who hasn't donator yet will analyze how is the huge frequency for respondent about zakat and institution. Respondents attitude will knowing by analyze LAZ by using ANOVA. Then it's continuing marketing analysis and market segment according to respondent budget in month between Rp. 1.000.000 or more. Trying to attract consume by donating part of their money in zakat home therefore it's need four strategy (4P) such as product, price, place and promotion.

Key words: descriptive statistic, ANOVA, Mix 4P marketing

DAFTAR ISI

Judul.....	i
Lembar Pengesahan.....	ii
Kata Pengantar	iii
Abstrak.....	vi
Abstack.....	vii
Daftar Isi	vii
Lampiran	xi
Daftar tabel	xii
Daftar Gambar	xiv

BAB I : PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah.....	3
1.3 Batasan Masalah.....	3
1.4 Tujuan Penelitian.....	3
1.5 Sistematika Penelitian.....	3

BAB II : LANDASAN TEORI

2.1 Definisi Zakat	5
2.2 Macam Zakat	5
2.2.1 Macam Zakat	5
2.2.1.1 Pengertian Zakat Fitra.....	5
2.2.1.2 Waktu Zakat	6
2.2.2 Pengertian Zakat Maal	6
2.2.2.1 Syarat Zakat Maal	6
2.3 Barang Yang wajib Dizakatkan	7
2.4 Orang-orang Yang Berhak Menerima Zakat	7
2.5 Manfaat Zakat Fitrah Dan Zakat Maal Dalam Kehidupan	8
2.6 Analisis Marketing	9

2.7 Merancang Riset	9
2.8 Teknik Sampling	9
2.9 Skala Pemeringkat Terperinci	10
2.10 Skala Likert	10
2.11 Uji Validitas Dan Reliabilitas	11
2.11.1 Uji Validitas Responden dengan <i>Hierarki Cluster Analysis</i>	11
2.11.2 <i>Hierarhical Cluster</i>	12
2.12 Kecukupan Jumlah Data Sampel	13
2.13 Uji Reliabilitas Item Angket	13
2.14 Analisis Statik Deskriptif	14
2.15 Analisis Tabulasi Silang	14
2.16 ANOVA	15

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Tinjauan Pustaka	16
3.2 Pembuatan kuesioner dan Identifikasi Variabel Penelitian.....	16
3.3 Teknik Sampling.....	18
3.4 Tahap Pengumpulan Data Data	19
3.4.1 Perencanaan Dan Penyebaran Kuesioner	19
3.5 Uji Kecukupan Data	19
3.6 Uji Validitas Dan reliabilitas	19
3.7 Uji Validitas Responden	20
3.8 Uji Reliabilitas Item Angket	20
3.9 Analisis Deskriptif	20
3.10 Analisis Marketing	20
3.11 Analisis Tabulasi Silang	20
3.12 ANOVA.....	20
3.13 Kesimpulan	21
FlowChart Tahapan Penelitian	23

BAB IV : PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

4.1 Sejarah Umum Rumah Zakat Indonesia	25
4.2 Simbol lembaga	25
4.3 Maskot	26
4.5 Pembuatan dan penyebaran kuesioner.....	26
4.6 Uji Validitas	26
4.7 Uji Reliabilitas	27
4.8 Uji kecukupan Data	27
4.9 Tabel Frekuensi	28

BAB V : ANALISA DAN PEMBAHASAN

5.1 Analisis Kondisi Masyarakat	35
5.2 Potensi umum masyarakat sebagai donatur	37
5.3 Profil Demografi.....	38
5.4 Sarana Informasi Mengenai Lembaga Zakat	41
5.5 Cara Penyaluran Zakat Yang Tepat	41
5.6 Analisis Menyeluruh Berdasarkan Data Diskriptif	42
5.7 Analisis Potensi Calon Donatur Zakat Berdasarkan Data Diskriptif.....	43
5.8 Uji Statistik ANOVA Untuk Mengetahui Sikap Responden Terhadap Fasilitas Penting Yang Ada Dalam Asebuah LAZ	43
5.9 Uji Tabulasi Silang Untuk Manajemen Rumah Zakat Indonesia	59
5.10 Analisis <i>Marketing</i> Untuk Rumah Zakat Indonesia	60

BAB VI : KESIMPULAN.....63

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

Lampiran A1 Angket

Lampiran B1 Rekapitulasi Data Kuesioner Awal

Lampiran C1 Rekapitulasi Data Kuesioner Akhir

Lampiran D1 Dendogram

Lampiran E1 Reliabilitas

Lampiran F1 ANOVA

Lampiran G1 Tabulasi Silang

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Uji Validitas	23
Tabel 4.2 Uji Kecukupan Data	24
Tabel 4.3 Frekuensi untuk setiap variabel	26
Tabel 5.1 Frekuensi status donatur	33
Tabel 5.2 Frekuensi pengetahuan tentang keberadaan LAZ	34
Tabel 5.3 Frekuensi Banyak LAZ yang diketahui	35
Tabel 5.4 Frekuensi Mengetahui Hukum Dan Aturan Dalam Berzakat	35
Tabel 5.5 Frekuensi Jenis Kelamin	36
Tabel 5.6 Frekuensi Umur	36
Tabel 5.7 Frekuensi Status	36
Tabel 5.8 Frekuensi Pendidikan Terakhir	37
Tabel 5.9 Frekuensi Pekerjaan	37
Tabel 5.10 Frekuensi Belanja Per Bulan	37
Tabel 5.11 Frekuensi Sarana Informasi	38
Tabel 5.12 Frekuensi Cara Penyaluran Zakat	39
Tabel 5.13 Tabel 5.13 Perbandingan Uji ANOVA untuk Kedua Belas Fasilitas Penting Dalam Sebuah LAZ Dengan Treatment Jenis Kelamin Responden	41
Tabel 5.14 Perbandingan Uji ANOVA untuk Kedua Belas Fasilitas Penting Dalam Sebuah LAZ Dengan Treatment Usia Responden	43
Tabel 5.15 Perbandingan Uji ANOVA untuk Kedua Belas Fasilitas Penting Dalam Sebuah LAZ Dengan Treatment Status Responden	45
Tabel 5.16 Perbandingan Uji ANOVA untuk Kedua Belas Fasilitas Penting Dalam Sebuah LAZ Dengan Treatment Pendidikan Terakhir Responden	46
Tabel 5.17 Perbandingan Uji ANOVA untuk Kedua Belas Fasilitas Penting Dalam Sebuah LAZ Dengan Treatment Pekerjaan Terakhir Responden	48
Tabel 5.18 Perbandingan Uji ANOVA untuk Kedua Belas Fasilitas Penting Dalam Sebuah LAZ Dengan Treatment Belanja Per bulan Responden	50
Tabel 5.19 Perbandingan uji Tabulasi Silang Ke Dua Belas Fasilitas Penting Dalam Sebuah LAZ Dengan Treatment Profil Demografi Responden	60

DAFTAR GAMBAR

Gambar 5.1 Bar Chart Sudah menjadi donatur di salah satu LAZ	32
Gambar 5.2 Gambar 5.2 Bar Chart Jenis kelamin Dengan tingkat kepentingan dalam LAZ	46
Gambar 5.3 Bar Chart Yang Memiliki Kesamaan Fasilitas Dalam LAZ.....	46
Gambar 5.4 Chart Umur Responden Dengan tingkat kepentingan dalam LAZ.....	48
Gambar 5.5 Bar Chart Yang Memiliki Kesamaan Fasilitas dalam LAZ	49
Gambar 5.6 Bar Chart Yang Memiliki Kesamaan Tingkat Kepentingan Dalam LAZ.....	50
Gambar 5.7 Bar Chart Pendidikan Terakhir Responden Dengan Tingkat Kepentingan Dalam LAZ.....	52
Gambar 5.8 Bar Chart Yang Memiliki Kesamaan Fasilitas Dalam LAZ.....	52
Gambar 5.9 Bar Chart Jenis Pekerjaan Responden Dengan Tingkat Kepentingan Dalam LAZ	54
Gambar 5.10 Bar Chart Yang Memiliki Kesamaan Fasilitas Dalam LAZ.....	55
Gambar 5.11 Bar Chart Belanja Per Bulan Responden Dengan Tingkat Kepentingan Dalam LAZ.....	57
Gambar 5.12 Bar Chart Yang Memiliki Kesamaan Fasilitas Dalam LAZ.....	59

DAFTAR ISTILAH