

**PENGARUH BIAYA PROMOSI DAN TINGKAT INFLASI  
TERHADAP *FUNDRAISING* LEMBAGA AMIL ZAKAT  
NASIONAL**

**SKRIPSI**

**Diajukan Kepada  
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam  
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta  
Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna  
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi**



**Oleh :**

**DAYYANA QOTHRUN NADA**

**NIM. 19.52.31.278**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN MAS SAID  
SURAKARTA**

**2023**

**PENGARUH BIAYA PROMOSI DAN TINGKAT INFLASI  
TERHADAP *FUNDRAISING* LEMBAGA AMIL ZAKAT  
NASIONAL**

**SKRIPSI**

**Diajukan Kepada  
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam  
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta  
Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna  
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi**



**Oleh :**

**DAYYANA QOTHRUN NADA**

**NIM. 19.52.31.278**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN MAS SAID  
SURAKARTA**

**2023**

**PENGARUH BIAYA PROMOSI DAN TINGKAT INFLASI TERHADAP  
FUNDRAISING LEMBAGA AMIL ZAKAT NASIONAL**

**SKRIPSI**

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam  
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta  
Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna  
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi  
Dalam Bidang Ilmu Perbankan Syariah

Oleh :

**DAYYANA QOTHRUN NADA**  
**NIM. 19.52.31.278**

Sukoharjo, 17 April 2023

Disetujui dan disahkan oleh:

Dosen Pembimbing Skripsi



**Rais Sani Muharrami, S.E.I, M.E.I**

NIP. 19870828 201403 1 002

## SURAT PERNYATAAN BUKAN PLAGIASI

*Assalamu'alaikum Wr. Wb*

Yang bertanda tangan dibawah ini :

NAMA : DAYYANA QOTHRUN NADA  
NIM : 19.52.31.278  
PROGRAM STUDI : PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Menyatakan bahwa skripsi berjudul “PENGARUH BIAYA PROMOSI DAN TINGKAT INFLASI TERHADAP *FUNDRAISING* LEMBAGA AMIL ZAKAT NASIONAL”. Benar – benar bukan merupakan plagiasi dan belum pernah diteliti sebelumnya. Apabila dikemudian hari diketahui bahwa skripsi ini merupakan plagiasi, saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku.

Demikian surat ini dibuat dengan sesungguhnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb*

Sukoharjo, 15 April 2023



Dayyana Qothrun Nada

## SURAT PERNYATAAN TELAH MELAKUKAN PENELITIAN

*Assalamu'alaikum Wr. Wb*

Yang bertanda tangan dibawah ini :

NAMA : DAYYANA QOTHRUN NADA  
NIM : 19.52.31.278  
PROGRAM STUDI : PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Terkait penelitian skripsi yang berjudul “PENGARUH BIAYA PROMOSI DAN TINGKAT INFLASI TERHADAP *FUNDRAISING* LEMBAGA AMIL ZAKAT NASIONAL”, dengan ini saya menyatakan bahwa saya benar – benar telah melakukan penelitian dan pengambilan. Apabila dikemudian hari bahwa skripsi ini menggunakan data yang tidak sesuai dengan data sebenarnya, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Demikian surat ini dibuat dengan sesungguhnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb*

Sukoharjo, 15 April 2023



Dayyana Qothrun Nada

Rais Sani Muharrami, S.E.I., M.E.I  
Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta

NOTA DINAS

Hal : Skripsi  
Sdri : Dayyana Qothrun Nada

Kepada Yang Terhormat  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Mas  
Said Surakarta  
Di Surakarta

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Dengan hormat, bersama ini kami sampaikan bahwa setelah menelaah dan mengadakan perbaikan seperlunya, kami memutuskan bahwa skripsi saudara Dayyana Qothrun Nada NIM: 19.52.31.278 yang berjudul "PENGARUH BIAYA PROMOSI DAN TINGKAT INFLASI TERHADAP *FUNDRAISING* LEMBAGA AMIL ZAKAT NASIONAL"

Sudah dapat dimunaqasahkan sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) dalam bidang ilmu Perbankan Syariah. Oleh karena itu kami memohon agar skripsi tersebut segera dimunaqasahkan dalam waktu dekat.

Demikian, atas dikabulkannya permohonan ini disampaikan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Sukoharjo, 17 April 2023

Dosen Pembimbing Skripsi



Rais Sani Muharrami, S.E.I., M.E.I

NIP. 19870828 201403 1 002

**PENGESAHAN**

**PENGARUH BIAYA PROMOSI DAN TINGKAT INFLASI TERHADAP  
FUNDRAISING LEMBAGA AMIL ZAKAT NASIONAL**

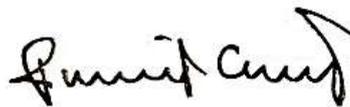
Oleh:

**DAYYANA QOTHRUN NADA**  
NIM. 19.52.31.278

Telah dinyatakan lulus dalam ujian munaqosah  
pada hari Jumat tanggal 05 Mei 2023 M / 14 Syawal 1444 H dan dinyatakan  
telah memenuhi persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

Dewan Penguji:

Penguji I (Merangkap Ketua Sidang)  
Dr. M. Rahmawan Arifin, M.Si.  
NIP. 19720304 200112 1 004



Penguji II  
Alvin Yahya, MH.  
NIK. 19821113 201701 1 1091

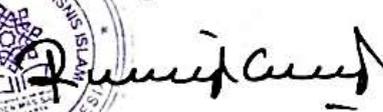


Penguji III  
Meilana Widyaningsih, M.E.Sy.  
NIP. 19920518 202012 2 013



Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta



Dr. M. Rahmawan Arifin, M.Si.  
NIP. 19720304 200112 1 004

## **MOTTO**

“Benar, target memang tidak selalu harus tercapai. Akan tetapi harus mengupayakan yang terbaik, tahap selanjutnya adalah husnudzon kepada Allah untuk hasilnya”

“Allah Ta’ala berfirman : Aku sesuai persangkaan hamba-Ku. Aku bersamanya Ketika ia mengingat-Ku.” (H.R. Bukhari No. 6970 dan Muslim No.2675)

“Do it now, or never know!”

## **PERSEMBAHAN**

Saya persembahkan dengan segenap cinta dan doa

Karya yang sederhana ini untuk:

Ibu dan Bapak tercinta

Kakak dan adik tersayang

Yang selalu memberikan doa, semangat dan kasih sayang

yang tulus dan tiada ternilai besarnya

Terimakasih dengan tulus, saya haturkan

## KATA PENGANTAR

*Assalamu'alaikum Wr.Wb*

Segala puji dan syukur bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, karunia dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Biaya Promosi Dan Tingkat Inflasi Terhadap *Fundraising* Lembaga Amil Zakat Nasional”. Skripsi ini disusun untuk menyelesaikan Studi Jenjang Strata 1 (S1) Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Mas Said Surakarta

Penulis menyadari sepenuhnya, telah banyak mendapatkan dukungan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak yang telah menyumbangkan pikiran, waktu, tenaga dan sebagainya. Oleh karena itu, pada kesempatan ini dengan setulus hati penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Dr. Mudofir, S.Ag.,M.Pd, selaku Rektor Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta
2. Dr. M. Rahmawan Arifin, S.E., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Budi Sukardi, S.E.I., M.S.I selaku Ketua Jurusan Ekonomi dan Keuangan Syariah.
4. Usnan, S.E.I., M.E.I. selaku Sekretaris Jurusan Ekonomi dan Keuangan Syariah
5. Rais Sani Muharrami, S.E.I., M.E.I selaku Koordinator Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

6. Yulfan Arif Nurrohman. MM selaku Dosen Pembimbing Akademik Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
7. Rais Sani Muharrami, S.E.I., M.E.I selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan banyak perhatian dan bimbingan selama penulis menyelesaikan skripsi.
8. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Mas Said Surakarta yang telah memberikan bekal ilmu yang bermanfaat bagi penulis.
9. Keluarga 5D, Mbah Kus, Bu Uki, Mas Adam serta keluarga besar atas doa, cinta, dan pengorbanan yang tak terhingga, kasih sayang kalian tak akan pernah kulupakan.
10. Sahabat – sahabatku dan teman – teman Angkatan 2019 yang telah memberikan keceriaan dan semangat kepada penulis selama menempuh studi di UIN Raden Mas Said Surakarta.
11. Dan seluruh pihak yang terlibat

Terhadap semuanya tiada kiranya penulis dapat membalasnya. Hanya doa serta puji syukur kepada Allah SWT, semoga memberikan balasan kebaikan kepada semuanya. Aamiin.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb*

Sukoharjo, 15 April 2023

Penulis

## **ABSTRACT**

*This study aims to determine the effect of promotion costs and inflation rates on the fundraising of national amil zakat institutions. The method used is quantitative with the panel data regression analysis technique which is processed using E-Views 10 software. The data source in this study is secondary data, namely the financial reports of amil zakat institutions and inflation reports published by Bank Indonesia in 2017-2021.*

*The research sample was taken using a purposive sampling technique, so that 6 national amil zakat institutions were found. There are 3 variables in this study, including Promotional Costs (X1) and Inflation Rate (X2), and Fundraising (Y). The results showed that there was a positive and significant influence between Promotional Costs (X1) and Fundraising (Y) for amil zakat institutions, while the Inflation Rate (X2) had no effect on Fundraising.*

*Keywords: Amil Zakat Institutions, Fundraising, Promotion, Inflation*

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh biaya promosi dan tingkat inflasi terhadap *fundraising* lembaga amil zakat nasional. Metode yang digunakan adalah kuantitatif dengan teknik analisa regresi data panel yang diolah menggunakan perangkat lunak E-Views 10. Sumber data dalam penelitian ini adalah data sekunder yakni laporan keuangan lembaga amil zakat dan laporan inflasi yang dipublikasikan oleh Bank Indonesia pada tahun 2017-2021.

Pengambilan sampel penelitian menggunakan Teknik *purposive sampling*, sehingga didapati 6 lembaga amil zakat nasional yang diteliti. Variabel dalam penelitian ini berjumlah 3, diantaranya Biaya Promosi (X1) dan Tingkat Inflasi (X2), dan *Fundraising* (Y). Hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya pengaruh positif dan signifikan antara Biaya Promosi (X1) dengan *Fundraising* (Y) lembaga amil zakat, sedangkan Tingkat Inflasi (X2) tidak berpengaruh terhadap *Fundraising*.

Kata kunci : Lembaga Amil Zakat, *Fundraising*, Promosi, Inflasi

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING .....	ii
SURAT PERNYATAAN BUKAN PLAGIASI .....	iii
SURAT PERNYATAAN TELAH MELAKUKAN PENELITIAN .....	iv
HALAMAN NOTA DINAS .....	v
HALAMAN PENGESAHAN.....	vi
HALAMAN MOTTO .....	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	viii
KATA PENGANTAR .....	ix
ABSTRACT.....	xi
ABSTRAK.....	xii
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xviii
DAFTAR GAMBAR .....	xix
DAFTAR LAMPIRAN .....	xx
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1

1.2 Identifikasi Masalah .....	11
1.3 Rumusan Masalah .....	11
1.4 Tujuan Penelitian.....	12
1.5 Batasan Penelitian .....	12
1.6 Jadwal Penelitian .....	12
1.7 Sistematika Penulisan Skripsi .....	12

## BAB II KAJIAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori .....	14
2.1.1 Zakat .....	14
a. Pengertian Zakat.....	14
b. Subjek dan Pembagian Zakat .....	15
c. Jenis Zakat .....	19
2.1.2 Organisasi Pengelola Zakat.....	20
a. Pengertian Organisasi Pengelola Zakat.....	20
b. Tujuan Pengelolaan Zakat .....	20
c. Lembaga Pengelola Zakat.....	20
d. Jenis Dana yang Dikelola Lembaga Pengelola Zakat.....	25
2.1.3 Kinerja Keuangan .....	27
a. Definisi Kinerja Keuangan.....	27
b. Laporan Keuangan Lembaga Pengelola Zakat .....	29
2.1.4 <i>Good Corporate Governance</i> .....	30
a. Pengertian <i>Good Corporate Governance</i> .....	30
b. Manfaat <i>Good Corporate Governance</i> .....	31

c	Tujuan <i>Good Corporate Governance</i> .....	32
d	Faktor – Faktor <i>Good Corporate Governance</i> .....	33
2.1.5	Biaya Promosi.....	34
a.	Pengertian Biaya Promosi .....	34
b.	Bentuk Promosi Lembaga Amil Zakat.....	35
2.1.6	Tingkat Inflasi.....	36
a.	Pengertian Inflasi.....	36
b.	Disagregasi Inflasi.....	36
c.	Penyebab Inflasi .....	37
2.1.7	Religiusitas.....	38
a.	Pengertian Religiusitas .....	38
b.	Dimensi Religiusitas .....	39
c.	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Religiusitas.....	40
2.1.8	<i>Fundraising</i> .....	40
a.	Pengertian <i>Fundraising</i> .....	40
b.	Model <i>Fundraising</i> .....	41
c.	Tujuan <i>Fundraising</i> .....	42
2.2	Penelitian yang Relevan .....	42
2.3	Kerangka Berpikir .....	48
2.4	Pengembangan Hipotesis .....	48

### BAB III METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian .....	50
3.2. Tempat dan Waktu Penelitian .....	50
3.3. Populasi dan Sampel .....	50
3.4. Teknik Pengambilan Sampel .....	51
3.5. Variabel Penelitian .....	51
3.6. Definisi Operasional Variabel .....	52
3.7. Analisis Data .....	52

### BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Lembaga Amil Zakat Nasional .....	55
4.2 Hasil Analisis Data .....	55
4.2.1 Statistik Deskriptif .....	55
4.2.2 Estimasi Data Panel .....	57
4.2.3 Uji Asumsi Klasik .....	58
4.2.4 Analisis Regresi Data Panel .....	60
4.2.5 Uji Hipotesis .....	61
4.3 Pembahasan Hasil Analisis Data .....	63
4.3.1 Pengaruh Biaya Promosi Terhadap <i>Fundraising</i> .....	63
4.3.2 Pengaruh Tingkat Inflasi Terhadap <i>Fundraising</i> .....	67

### BAB V KESIMPULAN

5.1 Kesimpulan .....	71
5.2 Saran .....	71

DAFTAR PUSTAKA .....	73
LAMPIRAN.....	78

## DAFTAR TABEL

1.1	Jumlah Lembaga Amil Zakat (LAZ) di Indonesia.....	5
1.2	Perbandingan Muzaki Tahun 2019 dan 2020 .....	7
2.1	Daftar Lembaga Amil Zakat Nasional .....	24
2.2	Perbedaan Zakat, Infak, dan Sedekah .....	27
2.3	Penelitian yang Relevan.....	42
3.1	Definisi Operasional Variabel.....	52
4.1	Hasil Statistik Deskriptif.....	56
4.2	Hasil Uji Chow.....	57
4.3	Hasil Uji Hausman .....	58
4.4	Hasil Uji Multikolinieritas .....	58
4.5	Hasil Uji Autokolerasi .....	59
4.6	Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	60
4.7	Hasil Analisis Regresi Data Panel .....	60
4.8	Hasil Uji T.....	61
4.9	Hasil T Tabel.....	62
4.10	Hasil Uji Determinan R.....	63

## **DAFTAR GAMBAR**

1.1 Tingkat Kemiskinan Penduduk Indonesia .....	2
1.2 Tingkat Inflasi Tahun 2017-2021.....	9
2.1 Kerangka Berpikir.....	48

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Jadwal Penelitian .....	78
Lampiran 2 Data Penelitian.....	79
Lampiran 3 Hasil Output Deskriptif .....	80
Lampiran 4 Hasil Regresi Common Effect Model .....	80
Lampiran 5 Hasil Output Random Effect .....	81
Lampiran 6 Hasil Output Lagrange Multiplier (LM).....	82
Lampiran 7 Hasil Output Multikolinieritas.....	83
Lampiran 8 Hasil Uji Normalitas .....	83
Lampiran 9 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	83
Lampiran 10 Hasil Uji Autokolerasi .....	84
Lampiran 11 Hasil Uji T .....	85
Lampiran 12 Hasil Uji F .....	85
Lampiran 13 Hasil Uji R.....	86
Lampiran 14 Output Regresi Data Panel .....	86
Lampiran 15 <i>CAF World Giving Index 2022</i> .....	87
Lampiran 16 Daftar Riwayat Hidup.....	88

## **BAB I**

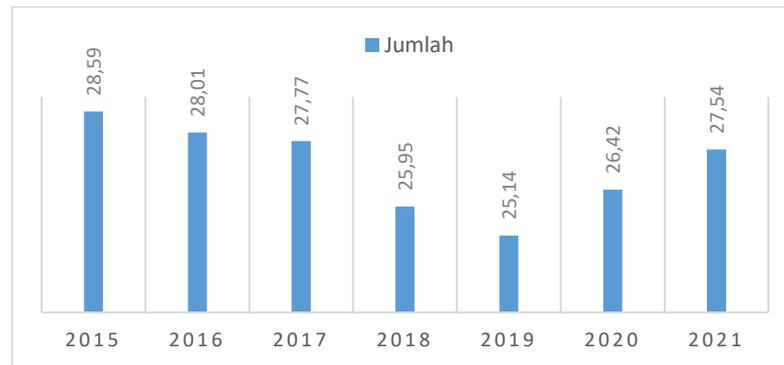
### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Kemiskinan merupakan indikator penting untuk melihat keberhasilan pembangunan suatu negara. Sehingga tiap – tiap negara berusaha untuk menurunkan angka kemiskinan di negaranya. Kemiskinan disebabkan karena adanya kondisi alamiah dan ekonomi, kondisi struktural dan sosial, serta kondisi kultural atau budaya (Jonaidi, 2012)

Kemiskinan dibagi menurut model waktu: 1) kemiskinan berkelanjutan, yaitu kemiskinan kronis atau keturunan, yang merupakan wilayah kritis sumber daya alam atau terisolasi, 2) kemiskinan siklis, yaitu. kemiskinan mengikuti pola siklus ekonomi secara umum. . (Trimo Yulianto, n.d.)

Di Indonesia, kemiskinan telah lama menjadi masalah nasional. Pergerakan statistik angka kemiskinan Indonesia antara tahun 2015 dan 2019 mengalami penurunan yang signifikan. Namun hingga tahun 2020, ketika fenomena Covid-19 merajalela di Indonesia, kemiskinan penduduk semakin meningkat. Hal ini disebabkan adanya pengurangan tenaga kerja, penurunan kegiatan ekonomi dan sebagainya selama Covid-19. (BPS, 2020)



Gambar 1.1 Tingkat Kemiskinan Penduduk Indonesia

Sumber : Badan Pusat Statistik Indonesia

Berdasarkan grafik tingkat kemiskinan di Indonesia per tahun 2019 hingga 2020 mengalami kenaikan sejumlah 1,28 juta penduduk. Hingga pada puncaknya pada tahun 2021 meningkat sejumlah 1,12 juta penduduk dari tahun sebelumnya yakni tercatat sejumlah 27,54 Juta Penduduk Miskin pada tahun 2021 di Indonesia. Kemiskinan dan kesenjangan sosial masyarakat sangat jelas terlihat pada masa ini.

Pemerintah telah melakukan berbagai upaya untuk mengatasi masalah kemiskinan di kalangan masyarakatnya, yaitu melalui program pemenuhan kebutuhan dasar, pengembangan sistem jaminan sosial dan pengembangan budaya usaha. Salah satu program pengentasan kemiskinan yang dicanangkan oleh pemerintah adalah Program Keluarga Harapan (PKH).

Program Keluarga Harapan atau yang disingkat PKH merupakan program pemberian bantuan sosial bersyarat kepada keluarga dan/atau individu miskin dan rentan yang terdaftar dalam pendataan terpadu program penanganan fakir miskin yang diolah oleh Pusat Data dan Informasi Kesejahteraan Sosial dan ditetapkan sebagai keluarga penerima manfaat PKH. (Pemerintah Pusat, 2018)

Tujuan program ini adalah untuk, 1) Meningkatkan taraf hidup keluarga penerima, 2) Mengurangi beban pengeluaran dan meningkatkan pendapatan keluarga penerima, 3) Mendorong terciptanya perubahan perilaku dan kemandirian keluarga penerima dalam memperoleh pelayanan kesehatan, pendidikan, dan kesejahteraan sosial, 4) Memperkenalkan manfaat produk dan jasa keuangan formal, serta 5) Mengurangi kemiskinan dan kesenjangan. (Pemerintah Pusat, 2018)

Faktanya selain peran pemerintah dalam mengatasi kemiskinan, masyarakat juga perlu berperan dalam mengatasi kemiskinan. Hal ini dapat dilakukan dalam bentuk pemerataan pendapatan melalui pendistribusian pendapatan dari masyarakat golongan mampu kepada yang tidak mampu. Dalam ajaran Islam sebagai upaya dalam pemerataan pendapatan dapat diamalkan melalui berzakat, berinfaq dan bersedekah. (Wardayanti, 2015)

Islam adalah agama multi-dimensional, karena Islam memberikan pandangan, keyakinan, dan jalan hidup bagi seluruh umat manusia untuk mengatasi segala permasalahan di dunia dan membimbing pemeluknya menuju kehidupan yang kekal dan bahagia di akhirat. Agama Islam memiliki 5 Rukun, diantaranya 1) Syahadat, 2) Sholat, 3) Puasa, 4) Zakat, 5) Beribadah Haji.

Sebagai Rukun Islam yang ke – 4, Zakat merupakan kewajiban yang harus dikeluarkan oleh umat Islam. Zakat memiliki fungsi vertikal dan horizontal. vertikal berkaitan dengan hubungan manusia dengan Allah SWT sedangkan horizontal berkaitan dengan hubungan manusia dengan sesamanya. Zakat berperan sebagai

upaya kepedulian sosial kepada sesama makhluk ciptaan Allah SWT. (Prasetyoningrum, 2015)

Dalam implementasinya zakat memiliki efek domino dalam kehidupan masyarakat, diantaranya produksi, lapangan kerja, investasi, pengurangan dan kesenjangan sosial, pertumbuhan ekonomi, serta pendidikan. Dengan demikian, zakat berperan sebagai alat strategis pengentasan kemiskinan yang berpengaruh pada tingkah laku ekonomi masyarakat. Pasalnya, penyaluran zakat tidak hanya untuk keperluan konsumtif masyarakat akan tetapi memiliki tujuan permanen. (Lulu syifa, 2018)

Dengan demikian dapat ditegaskan bahwa keutamaan zakat adalah meningkatkan kesejahteraan rakyat dan mengurangi kesenjangan sosial dalam masyarakat. Dengan tujuan tersebut, negara Indonesia dengan mayoritas masyarakat muslim dapat menjadikan zakat sebagai potensi untuk mengentaskan kemiskinan dan mengurangi ketimpangan sosial di masyarakat. Sehingga diperlukan Organisasi Pengelola Zakat (OPZ) untuk mencapai tujuan yang maksimal.

Widodo dan Kustiawan (2001) menyatakan bahwa Organisasi Pengelola Zakat (OPZ) adalah lembaga yang mengelola dana zakat, infaq, dan shadaqah. Dalam Keputusan Menteri Agama No. 373 Tahun 2003, terdapat dua jenis Organisasi Pengelola Zakat (OPZ) yaitu Badan Amil Zakat (BAZ) dan Lembaga Amil Zakat (LAZ). Keduanya memiliki fungsi dan tujuan yang sama, yang membedakan

hanyalah pihak yang mendirikan. Pemerintah mendirikan Badan Amil Zakat sedangkan masyarakat yang mendirikan Lembaga Amil Zakat.

Keputusan Menteri Agama No 333 Tahun 2015 menyebutkan bahwa Lembaga Amil Zakat di Indonesia terbagi menjadi tiga skala, diantaranya 1) Lembaga Amil Zakat Nasional, 2) Lembaga Amil Zakat Provinsi, 3) Lembaga Amil Zakat Kabupaten / Kota. Situs resmi milik Pejabat Pengelola Informasi dan Dokumentasi (PPID) Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) mendata bahwa sejumlah 113 Lembaga Amil Zakat yang sudah berizin resmi dari Badan Amil Zakat Nasional. Berikut rinciannya:

**Tabel 1.1**  
**Jumlah Lembaga Amil Zakat (LAZ) di Indonesia**

Skala LAZ	Nasional	Provinsi	Kab. / Kota
Jumlah LAZ	34	28	51

Sumber : PPID BAZNAS RI

Badan Amil Zakat memproyeksi penghimpunan dana muzakki mencapai Rp 5 Triliun pada tahun 2016. Sehingga dapat disimpulkan bahwa zakat berpotensi besar, berkontribusi dalam pembangunan dan pertumbuhan ekonomi nasional, serta mengurangi kemiskinan. Oleh sebab itu, tentu dibutuhkan sebuah pengelolaan zakat yang baik dan profesional. (Lulu syifa, 2018)

Pengelolaan dana zakat meliputi kegiatan penghimpunan dan penggunaan. Terutama dalam penggalangan dana/pembiayaan karena Lembaga Pengelola Zakat tidak dapat melakukan distribusi jika tidak memiliki dana yang cukup untuk

melaksanakan program tersebut. Penghimpunan dana ini disebut dengan *fundraising*. *Fundraising* merupakan kegiatan menghimpun dana baik dari individu, kelompok, organisasi dan pemerintah yang ditujukan untuk membiayai program kegiatan dan operasional lembaga untuk mencapai suatu tujuan. (Juwaini, 2005)

Untuk memperoleh dana tersebut secara optimal, diperlukan sebuah usaha penghimpunan. Dalam hal ini, lembaga amil zakat melakukan kegiatan promosi. Kotler dan Keller (2019) menyatakan bahwa promosi merupakan segala bentuk komunikasi yang digunakan untuk menginformasikan (*to inform*), membujuk (*to persuade*) dan mengingatkan (*to remind*) produk yang dihasilkan oleh organisasi, individu atau rumah tangga kepada pasar sasaran. Dengan terlaksananya kegiatan tersebut, tentu sebuah lembaga menyediakan biaya yang harus dikeluarkan. Biaya ini disebut dengan biaya promosi.

Kegiatan promosi ini sangat penting. Sebab dalam implementasinya promosi memberikan keuntungan bagi lembaga terkait. Bentuk promosi yang dapat dilakukan oleh lembaga amil zakat meningkatkan perolehan dana zakat infak, dan sedekah antara lain: Surat, publikasi, iklan, penyelenggaraan acara. Sehingga dengan diaplikasikannya berbagai bentuk promosi ini diharapkan dapat mempengaruhi minat donatur untuk berdonasi melalui lembaga amil zakat yang bersangkutan.

Hal ini selaras dengan meningkatnya jumlah donatur atau muzaki di lembaga zakat. Artinya kepercayaan masyarakat untuk mengalokasikan dana yang ditujukan

untuk kepentingan sosial semakin tinggi. Berdasarkan Laporan Kinerja Badan Amil Zakat Nasional Tahun 2020, pertumbuhan muzaki individu secara global meningkat sebesar 111% dari tahun sebelumnya dan pertumbuhan muzaki badan sebesar 10,4%. (BAZNAS, 2019)

**Tabel 1.2**  
**Perbandingan Muzaki Tahun 2019 dan 2020**

<b>Jenis Muzaki</b>	<b>Realisasi 2019</b>	<b>Realisasi 2020</b>
Muzaki Individu	37.2051	78.5148
Muzaki Badan	781	862

Sumber : (BAZNAS, 2019)

Biaya promosi pada lembaga amil zakat dapat ditinjau dari laporan keuangan masing-masing lembaga. Laporan keuangan memberi gambaran posisi keuangan dan hasil usaha sebuah perusahaan dalam periode tertentu. Tujuan laporan keuangan untuk memberikan informasi yang menyangkut posisi keuangan, kinerja, serta perubahan posisi keuangan suatu perusahaan, dimana informasi yang disajikan dapat dimanfaatkan oleh pengguna untuk pertimbangan dalam pengambilan keputusan di masa mendatang. (Bahri et al., 2017)

Standar Akuntansi Keuangan No. 109 tentang Akuntansi Zakat dan Infak / Sedekah menyatakan bahwa terdapat 5 komponen dalam laporan keuangan Lembaga Zakat, diantaranya Laporan Posisi Keuangan, Laporan Perubahan Saldo Dana, Laporan Perubahan Aset Kelolaan. Laporan Arus Kas, dan Laporan Atas Laporan Keuangan. (SAK.No 109)

Selain permasalahan kemiskinan, inflasi juga menjadi titik fokus pemerintah untuk menstabilkan perekonomian. Mengingat permasalahan kemiskinan yang mempengaruhi kondisi perekonomian sehingga mengakibatkan Krisis ekonomi di tahun 1990. Puncaknya adalah tahun 1998 yang diawali dengan terjadinya krisis moneter. Krisis moneter ini berpengaruh terhadap menurunnya kepercayaan global terhadap Indonesia, selain itu juga menyebabkan melemahnya nilai tukar rupiah terhadap dollar hingga menyebabkan inflasi yang tinggi.(Afendi, 2018)

Hal demikian menyebabkan melemahnya daya beli masyarakat akibat kenaikan harga yang tidak terkendali dan biaya hidup yang semakin tinggi. Bahkan tercatat dalam Bank Indonesia bahwa tingkat inflasi mencapai 45,4% dan pada angka ini jelas akan meningkatkan persentase penduduk miskin semakin bertambah. (Afendi, 2018)

Dalam tataran teknis, pada tahun 2005, Bank Indonesia dengan Pemerintah membentuk sebuah Tim Koordinasi Penetapan Sasaran, Pemantauan, dan Pengendalian Inflasi (TPI). Anggota TIM TPI ini terdiri dari Kementerian Keuangan, Kementerian Dalam Negeri, Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian, Kementerian Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat, Kementerian Perdagangan, Kementerian Perhubungan, Kementerian Energi dan Sumber Daya Mineral, Kementerian Pertanian, Badan Perencanaan Pembangunan Nasional, Kementerian Badan Usaha Milik Negara, Sekretaris kabinet, dan Kepolisian Negara Republik Indonesia. (Indonesia, n.d.-a)

Menyadari pentingnya koordinasi tersebut, pembentukan TPI diperluas jaringannya hingga ke tingkat daerah mulai tahun 2008. Pembentukan lanjutan ini diharapkan dapat menciptakan koordinasi antara pemerintah dan Bank Indonesia kedepannya semakin efektif sehingga dapat menciptakan inflasi yang rendah dan stabil dan mengarah pada pembangunan serta pertumbuhan ekonomi yang berkesinambung serta berkelanjutan. (Indonesia, n.d.-a). Hal ini selaras dengan realisasi tingkat inflasi tahunan yang semakin menurun.



**Gambar 1.2**

**Tingkat Inflasi Tahun 2017-2021**

Akan tetapi dalam faktanya Inflasi mempengaruhi fluktuasi harga barang dan jasa. Dampak inflasi menyebar secara menyeluruh dibidang perekonomian. Salah satunya adalah menurunkan tingkat pendapatan akan tetapi harga kebutuhan masyarakat mengalami peningkatan. Sehingga hal ini juga akan mempengaruhi kemampuan seseorang untuk membayar zakat, sebab pada umumnya masyarakat akan mendahulukan kepentingan konsumtif.

Penelitian mengenai pengaruh biaya promosi dan tingkat inflasi terhadap *fundraising* lembaga amil zakat telah dilakukan oleh peneliti terdahulu. Penelitian tersebut diantaranya:

1. Intan Pratiwi (2019) Analisis Pengaruh Inflasi, Nilai Tukar Rupiah, dan Jumlah Penduduk Terhadap Jumlah Penghimpunan Dana Zakat, Infaq, dan Shadaqah (ZIS) di Indonesia Tahun 2013-2017.
2. Dwitama & Widiastuti (2017) Pengaruh Indikator Makroekonomi: Inflasi dan Nilai Tukar Rupiah Terhadap Jumlah Zakat Terkumpul Di Lembaga Amil Zakat Dompot Dhuafa Periode 1977-2013
3. Sudardi Waluyo, Efri Syamsul Bahri, dan Endang Ahmad Yani (2015) Pengaruh Promosi Terhadap Perolehan Dana Zakat, Infaq dan Shadaqah (Studi Kasus pada Yayasan Imdadt Mustadh'afin)
4. Putriani Yustisia (2011) Pengaruh Biaya Promosi, Tipe Kantor Akuntan Publik, dan Pembangunan Asset Publik Terhadap Penerimaan Infak, Sedekah, dan Wakaf (Penelitian pada Lembaga Amil Zakat Nasional)

Maka berdasarkan latar belakang tersebut, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dalam bentuk skripsi dengan judul “**Pengaruh Biaya Promosi dan Tingkat Inflasi terhadap *Fundraising* Lembaga Amil Zakat Nasional**”

## 1.2 Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah inflasi mempengaruhi kenaikan harga barang dan jasa dalam sektor perekonomian. Dalam implementasinya di masyarakat, kenaikan harga tentu membuat masyarakat mengutamakan kebutuhan pokoknya terlebih dahulu sehingga mempengaruhi motivasi masyarakat untuk melakukan zakat, infak, dan sedekah. Sedangkan permasalahan kemiskinan penduduk masih menjadi problematik negara.

Sebagai bentuk kepedulian terhadap sesama, zakat infak dan sedekah memiliki potensi yang sangat besar, oleh karenanya dibutuhkan sebuah lembaga pengelola zakat yang profesional guna memaksimalkan pengelolaan ZIS mulai dari kegiatan penghimpunan hingga pendayagunaan. Sebuah lembaga tentu tidak bisa melakukan seluruh kegiatannya apabila tidak adanya perolehan dana. Dengan latar belakang ini dibutuhkan sebuah upaya promosi untuk memperluas jaringan dan informasi kepada masyarakat mengenai lembaga tersebut.

## 1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, maka penulis menyimpulkan identifikasi masalah pada penelitian ini adalah

- a. Apakah biaya promosi berpengaruh terhadap *fundraising* Lembaga Amil Zakat Nasional (LAZNAS)?
- b. Apakah tingkat inflasi berpengaruh terhadap *fundraising* Lembaga Amil Zakat Nasional (LAZNAS)?

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka penelitian ini bertujuan untuk :

- a. Untuk mengetahui adanya pengaruh biaya promosi terhadap *fundraising* pada Lembaga Amil Zakat Nasional (LAZNAS)
- b. Untuk mengetahui adanya pengaruh tingkat inflasi terhadap *fundraising* pada Lembaga Amil Zakat Nasional (LAZNAS)

#### **1.5 Batasan Penelitian**

Penelitian ini berfokus pada pengaruh biaya promosi dan tingkat inflasi terhadap *fundraising* (perolehan dana) lembaga amil zakat nasional. Penelitian ini menganalisis 6 lembaga dari 34 lembaga amil zakat skala nasional.

#### **1.6 Jadwal Penelitian**

Terlampir

#### **1.7 Sistematika Penulisan Skripsi**

Penelitian ini disusun dengan sistematika secara berurutan. Kerangka akan disusun dengan sistematika, sebagai berikut :

##### **BAB I                    PENDAHULUAN**

Pada bab ini dikemukakan mengenai Latar Belakang Masalah, Identifikasi Masalah, Batasan Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, serta Sistematika Penulisan Penelitian

## BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini menguraikan secara ringkas mengenai landasan teori yang menjelaskan tentang Zakat, Organisasi Pengelola Zakat, Kinerja Keuangan, *Good Corporate Governance*, Biaya Promosi, Tingkat Inflasi, Religiusitas dan *Fundraising*. Kemudian Penelitian yang Relevan, Kerangka Berpikir, dan Pengembangan Hipotesis

## BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini berisi informasi mengenai Jenis Penelitian, Tempat dan Waktu Penelitian, Populasi dan Sampel, Teknik Pengambilan Sampel, Variabel Penelitian, Definisi Operasional Variabel, dan Analisis Data

## BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi uraian Hasil Penelitian.

## BAB V PENUTUP

Bab ini berisi Kesimpulan, Keterbatasan Penelitian, dan Saran–Saran

## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA

#### 2.1 Landasan Teori

##### 2.1.1 Zakat

###### a. Pengertian Zakat

Zakat adalah rukun Islam keempat dan menjadi kewajiban umat Islam untuk menunaikannya. Karena zakat dapat mensucikan dan membersihkan harta dan jiwa bagi yang menunaikannya. Zakat bertujuan untuk mengatasi ketimpangan sosial dan dapat mempererat hubungan antara manusia dengan Sang Pencipta untuk melindungi kekayaan dari kehancuran. (Fiza Hariani, Husni Thamrin, 2022)

Secara bahasa zakat berarti tumbuh (*nammuw*) dan bertambah (*ziyadah*). Sedang bila diucapkan, *zaka al-zar* berarti tanaman yang tumbuh dan bertambah. Bila diucapkan zakat alnafaqah, berarti nafkah tumbuh dan bertambah jika diberkati. Adapun zakat menurut syara' memiliki arti sebagai hak yang wajib (dikeluarkan dari harta). (Al-Zuhaily, 1995)

Secara bahasa, zakat memiliki beberapa arti, antara lain *Al – Baraktu* (keberkahan), *Al-Namaa* (pertumbuhan dan perkembangan), *Ath Thaharatu* (kesucian), dan *Ash Shalalu* (keberesan). Sedangkan dari segi istilah, zakat merupakan bagian dari harta dengan persyaratan tertentu yang diwajibkan oleh Allah SWT kepada pemilik harta untuk memberikan sebagian harta miliknya kepada yang berhak menerima. (Hafidhuddin, 1998)

Sebagaimana yang dijelaskan dalam Undang – Undang Nomor 23 Tahun 2011 Tentang Pengelolaan Zakat, definisi Zakat adalah harta yang wajib dikeluarkan oleh

seorang muslim atau badan usaha untuk diberikan kepada yang berhak menerimanya sesuai dengan syariat Islam. (Undang - Undang Republik Indonesia Nomor 23 Tahun 2011 Tentang Pengelolaan Zakat, 2011)

## **b. Subjek dan Pembagian Zakat**

### **1) Subjek Zakat**

Terdapat istilah pihak yang terlibat dalam zakat, 1) Amil (pengelola zakat), 2) Muzzaki (orang yang membayar zakat), 3) Mustahik (orang yang menerima zakat). Dalam pemberian zakat, terdapat 8 golongan yang berhak menerimanya. (Firdaningsih et al., 2019)

#### a) Fakir

Golongan yang tidak memiliki barang berharga dan pendapatan atas usaha yang dilakukan sehingga memerlukan pertolongan untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. BAZNAS RI menyatakan bahwa Fakir adalah mereka yang hampir tidak memiliki apa – apa sehingga tidak mampu memenuhi kebutuhan pokok hidupnya.

#### b) Miskin

Golongan yang memiliki barang berharga dan pendapatan atas usaha (pekerjaan) nya namun baru bisa mencukupi Sebagian dari kebutuhannya. Adapun definisi oleh BAZNAS RI, Miskin adalah mereka yang memiliki harta namun tidak cukup untuk memenuhi kebutuhan dasar hidupnya.

c) *Amil Zakat*

Golongan yang melaksanakan segala urusan zakat, baik dari pengumpulan hingga pembagian kepada *mustahiq* zakat. Adapun definisi oleh BAZNAS RI, Amil adalah mereka yang mengumpulkan dan mendistribusikan zakat.

d) *Muallaf*

Golongan selanjutnya yakni orang – orang yang diharapkan hati dan keyakinannya dapat bertambah terhadap Islam. Biasanya, kata ini digunakan untuk menunjuk seseorang yang baru memeluk agama Islam. Adapun definisi oleh BAZNAS RI, Muallaf adalah mereka yang baru masuk Islam dan membutuhkan bantuan untuk menguatkan dalam tauhid dan syariah.

e) *Riqab*

*Riqab* berarti budak / hamba sahaya. Dalam era saat ini, prakata budak sudah tidak relevan. Di era saat ini budak lebih cenderung kepada mereka yang mengalami eksploitasi dan tertindas oleh golongan lainnya baik secara personal maupun kelompok. Adapun definisi oleh BAZNAS RI, *Riqab* atau Hamba Sahaya adalah budak yang ingin memerdekakan dirinya.

f) *Gharim*

*Gharim* berarti orang yang memiliki hutang, orang yang tidak dapat membayar hutangnya karena telah jatuh fakir. Adapun definisi oleh

BAZNAS RI, *Gharimin* adalah mereka yang berhutang untuk kebutuhan hidup dalam mempertahankan jiwa dan izzahnya.

g) *Fisabilillah*

*Fisabilillah* adalah golongan orang yang melakukan segala bentuk kebaikan yang mendekatkan manusia dengan Tuhannya. Adapun definisi oleh BAZNAS RI, *Fisabilillah* adalah mereka yang berjuang di jalan Allah dalam bentuk kegiatan dakwah, jihad, dan sebagainya. Contohnya pengurus masjid, pengajar, tenaga Kesehatan, dan lain sebagainya.

h) Ibnu Sabil

Ibnu Sabil adalah golongan yang melakukan perjalanan dari satu daerah ke daerah lainnya, dan dalam perjalannya ia tidak memiliki bekal. Adapun definisi oleh BAZNAS RI, Ibnu Sabil adalah mereka yang kehabisan biaya di perjalanan dalam ketaatan kepada Allah SWT. (Baznas RI.)

## 2) Pembagian Zakat

Proporsi pendistribusian dana zakat kepada 8 golongan penerimanya masih menjadi perdebatan dari tahun ke tahun sebab sejauh ini belum ada fatwa mengenai proporsi pendistribusian zakat. Meninjau Q.S At – Taubah ayat 60 para ulama sepakat bahwa terdapat 8 golongan yang berhak menerima zakat, diantaranya *Fuqara* (fakir), *Masakin* (miskin), *Amilin* (panitia zakat), *Mualaf* (orang yang baru masuk Islam), *Dzur Riqab* (budak), *Gharim* (orang yang terlilit hutang), *Fisabilillah* (orang yang berjuang di jalan Allah), Dan Ibnu Sabil (musyafir dan para pelajar dalam perantauan).Meskipun demikian,

belum tertuang mengenai proporsi atau prosentase bagian dalam penyaluran dana zakat.

Para ulama berbeda pendapat dalam hal penyaluran zakat kepada *mustahiq*.

Berikut rinciannya :

- a) Zakat wajib disalurkan kepada delapan golongan baik zakat fitrah maupun zakat mal. Namun menurut Imam Syafi'I, jika tidak semua golongan ada, maka zakat boleh diberikan hanya kepada kelompok yang ada. MUI Nomor 8 Tahun 2011, menyatakan bahwa porsi Amil Zakat sebagai petugas yang mendata, mencatat, mengumpulkan, dan membagi harta zakat sebesar 1/8 bagian (12,5%) dari harta zakat yang diperoleh.
- b) Dana perolehan disalurkan hanya kepada fakir, miskin, *fisabilillah*, dan amil. Hal ini mengacu pada pandangan Imam Malik dan Abu Hanifah yang didasari akan perkembangan situasi dan kondisi yang berbeda dari zaman Rasulullah SAW. Sehingga, beliau tidak mewajibkan penyaluran / pendistribusian zakat kepada 8 golongan *mustahiq*. (Kompasiana, 2020)

Atas dasar perubahan situasi serta kondisi yang dipaparkan maka sebagian dari Amil Zakat memberikan porsi pembagiannya dengan rincian: 1) Golongan Fakir dan Miskin menerima 60% bagian, Golongan *Sabilillah* menerima 30% bagian, dan Amil sebesar 10% bagian.

Berdasarkan informasi yang peneliti dapatkan secara langsung dari Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kab. Karanganyar, proporsi pembagian zakat per wilayah berbeda. Hal ini disebabkan karena pembagian / penyaluran dana zakat menyesuaikan kondisi di daerahnya masing – masing.

### c. Jenis Zakat

Zakat terbagi atas 2 jenis, Zakat Fitrah dan Zakat Mal (Widiastuti et al., 2019).

Berikut rinciannya :

#### 1) Zakat Fitrah

Adalah zakat yang wajib ditunaikan setiap muslim setahun sekali sebelum Idul Fitri atau pada hari – hari terakhir Bulan Ramadhan. Dapat ditunaikan berupa makanan yang mengenyangkan sejumlah satu sha' kepada golongan yang berhak menerima.

#### 2) Zakat Maal

Adalah zakat atas harta / kekayaan. Zakat Maal mencakup zakat profesi, zakat hasil niaga, zakat pertanian, zakat uang, zakat emas dan perak, zakat investasi saham, dan zakat peternakan.

Berdasarkan Undang – Undang No.23 Tahun 2011, Zakat maal meliputi :

- a) Emas, perak, dan logam mulia lainnya
- b) Uang dan surat berharga lainnya
- c) Perniaga
- d) Pertanian, perkebunan, dan kehutanan
- e) Peternakan dan perikanan
- f) Pertambangan
- g) Perindustrian
- h) Pendapatan dan jasa
- i) Rikaz

## **2.1.2 Organisasi Pengelola Zakat**

### **a. Pengertian Organisasi Pengelola Zakat**

Pendirian Organisasi Pengelola Zakat didasarkan pada Firman Allah SWT dalam Q.S. At – Taubah ayat 103, yang artinya : *“Ambilah zakat dari sebagian harta mereka, dengan zakat itu kamu membersihkan dan mensucikan mereka dan mendoalah untuk mereka. Sesungguhnya doa kamu itu (menjadi) ketentraman jiwa bagi mereka. Dan Allah Maha mendengar lagi Maha mengetahui.”*(Bahri et al., 2017)

Sesuai dengan Undang – Undang Nomor 23 Tahun 2011 Tentang Pengelolaan Zakat, pengertian pengelolaan zakat adalah aktivitas perencanaan, pelaksanaan, dan pengoordinasian dalam pengumpulan, pendistribusian, dan pendayagunaan zakat. (Undang - Undang Republik Indonesia Nomor 23 Tahun 2011 Tentang Pengelolaan Zakat, 2011)

### **b. Tujuan Pengelolaan Zakat**

Pengelolaan Zakat bertujuan untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi pelayanan dalam pengelolaan zakat serta meningkatkan kemanfaatan zakat untuk mewujudkan kesejahteraan masyarakat dan pengentasan kemiskinan. (Undang - Undang Republik Indonesia Nomor 23 Tahun 2011 Tentang Pengelolaan Zakat, 2011)

### **c. Lembaga Pengelola Zakat**

Berdasarkan pemaparan oleh Widodo dan Kustiawan, lembaga zakat merupakan organisasi yang aktivitas utamanya adalah mengelola dana zakat, infaq, dan shadaqah. Pengertian lain oleh SAK 2017, Lembaga zakat adalah unit

pengelola zakat yang dikukuhkan berdasarkan peraturan undang – undang untuk mengumpulkan dan menyalurkan dana zakat dan infaq/sedekah. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa Lembaga Pengelola Zakat termasuk dalam kelompok organisasi yang bersifat *non profit oriented* atau organisasi nirlaba.

Lembaga Pengelola Zakat di Indonesia dalam Keputusan Menteri Agama No. 373 Tahun 2003 terbagi menjadi 2 jenis yakni Badan Amil Zakat Nasional (BAZ) dan Lembaga Amil Zakat (LAZ). Adapun Keputusan Menteri Agama No. 333 Tahun 2015, terdapat 3 pembagian skala Lembaga Pengelola Zakat, yakni nasional, provinsi, dan kabupaten / kota.

#### **1) Badan Amil Zakat (BAZ)**

Badan Amil Zakat (BAZ) merupakan Lembaga Pengelola Zakat yang dibentuk oleh pemerintah untuk melakukan pengelolaan zakat. Badan Amil Zakat (BAZ) Indonesia memiliki 3 skala ruang lingkup wilayahnya, yakni Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS), Badan Amil Zakat Provinsi, dan Badan Amil Zakat Kab/Kota.

##### **a) Badan Amil Zakat Nasional**

Dalam upaya melaksanakan pengelolaan zakat, maka pemerintah membentuk Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS). Pasal 6 UU. No. 23 Tahun 2011 menyatakan bahwa BAZNAS merupakan Lembaga yang berwenang melakukan tugas pengelolaan zakat secara nasional. Adapun fungsi BAZNAS yang tertuang dalam UU No. 23 Tahun 2011 sebagai berikut :

- Perencanaan, pengumpulan, pendistribusian, dan pendayagunaan zakat
- Pelaksanaan, pengumpulan, pendistribusian, dan pendayagunaan zakat
- Pelaporan dan pertanggungjawaban pelaksanaan pengelolaan zakat.

b) Badan Amil Zakat Provinsi dan Badan Amil Zakat Kab/Kota

Dalam pelaksanaan pengelolaan zakat tingkat provinsi dan kabupaten/kota, maka dibentuk sebuah Lembaga yang disebut dengan BAZNAS Provinsi dan BAZNAS Kabupaten/Kota. BAZNAS Provinsi dan BAZNAS Kab/Kota melaksanakan tugas dan fungsi BAZNAS di wilayahnya masing – masing.

Berdasarkan UU. No 23 Tahun 2011 Pasal 5 Tentang Pengelolaan Zakat, BAZNAS Provinsi dibentuk oleh Menteri atas usul gubernur setelah mendapat pertimbangan dari Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS). Sedangkan BAZNAS Kabupaten/Kota dibentuk oleh Menteri atau pejabat terpilih atas usul bupati / walikota setelah mendapat pertimbangan dari Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS).

Pasal 16 UU. No 23 Tahun 2011 tentang Pengelolaan Zakat disebutkan bahwa dalam melaksanakan tugas dan fungsinya, BAZNAS, BAZNAS Provinsi dan BAZNAS kabupaten/kota dapat membentuk Unit Pengumpulan Zakat (UPZ) baik tingkat kecamatan / kelurahan pada instansi pemerintah, badan usaha milik negara, badan usaha milik daerah, perusahaan swasta, dan perwakilan Republik Indonesia di luar negeri.

## 2) Lembaga Amil Zakat

Guna membantu Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) dalam penghimpunan, pendistribusian, dan pendayagunaan zakat, pemerintah memberikan kewenangan kepada masyarakatnya untuk mendirikan Lembaga Amil Zakat (LAZ). LAZ merupakan Lembaga yang dibentuk masyarakat yang memiliki tugas membantu pengumpulan, pendistribusian, dan pendayagunaan zakat. LAZ wajib menyampaikan laporan audit kepada BAZNAS secara berkala.

Sesuai dengan Pasal 18 UU. No 23 Tahun 2011 tentang Pengelolaan Zakat, Pembentukan LAZ wajib memperoleh izin Menteri atau pejabat yang ditunjuk oleh Menteri dengan memenuhi persyaratan berikut :

- a) Terdaftar sebagai organisasi kemasyarakatan Islam yang mengelola bidang Pendidikan, dakwah, serta sosial
- b) Berbentuk Lembaga berbadan hukum
- c) Memperoleh rekomendasi dari BAZNAS
- d) Memiliki pengawas syariat
- e) Memiliki kemampuan teknis, administratif, dan keuangan dalam melaksanakan kegiatannya
- f) Bersifat nirlaba
- g) Memiliki program pendayagunaan zakat bagi kesejahteraan umat
- h) Bersedia diaudit syariat dan keuangan secara berkala

LAZ di Indonesia terbagi dalam 3 skala wilayah, 1) LAZ Nasional, 2) LAZ Provinsi, 3) LAZ Kab/Kota. Dan memiliki tugas dan fungsi yang sama dengan BAZNAS berkenaan dengan pengelolaan zakat. Adapun LAZ Nasional yang

memiliki izin resmi berdasarkan data yang diperoleh dari laman resmi Pejabat Pengelola Informasi dan Dokumentasi Badan Amil Zakat Nasional (PPID BAZNAS), sebagai berikut :

**Tabel 2.1**  
**Daftar Lembaga Amil Zakat Nasional**

1	Rumah Zakat	10	Darut Tauhid
2	Baitul Maal Hidayatullah	11	Dompot Dhuafa Republika
3	Nurul Hayat	12	Inisiatif Zakat Indonesia
4	Lembaga Manajemen Infaq Ukhuwah Islamiyah	13	Dewan Da'wah Islamiyah Indonesia
5	Perkumpulan Persatuan Islam (Persis)	14	Rumah Yatim Ar-Rohman Indonesia
6	Kesejahteraan Madani	15	Griya Yatim Dan Dhuafa
7	Daarul Qur'an Nusantara	16	Baitul Ummah Banten
8	Pusat Peradaban Islam	17	Mizan Amanah
9	Panti Yatim Indonesia Al Fajr	18	Wahdah Islamiyah

Tabel berlanjut..

Lanjutan Tabel 2.1

19	Hadji Kalla	27	Wakaf Djalaludin Pane
20	Lagzis Peduli	28	Telaga Bijak
21	Perkumpulan Al Irsyad Al Islamiyah	29	Lazis Muhammadiyah
22	Sahabat Yatim Indonesia	30	Membangun Keluarga Utama
23	Bangun Sejahtera Mitra Umat	31	Mandiri Amal Insani
24	Global Zakat	32	Lazis Nu
25	Baitul Maal Muamalat	33	Dana Sosial Al Falah Surabaya
26	Pesantren Islam Al – Azhar	34	Yatim Mandiri Surabaya

Sumber : PPID BAZNAS RI

#### **d. Jenis Dana yang dikelola Lembaga Pengelola Zakat**

Dana yang dikelola oleh Lembaga Pengelola Zakat adalah dana atas zakat, dana atas infaq, dan dana atas sedekah. UU. No. 11 Tahun 2011 Pasal 1 menjelaskan definisi dari ketiga jenis dana yang dikelola oleh Lembaga Pengelola Zakat, berikut penjelasannya:

- 1) Zakat, artinya harta yang wajib dikeluarkan oleh seorang muslim atau badan usaha untuk diberikan kepada yang berhak menerima sesuai dengan syariat Islam
- 2) Infaq, artinya harta yang dikeluarkan oleh seseorang atau badan usaha diluar zakat untuk kemaslahatan umum

3) Sedekah, artinya harta atau non harta yang dikeluarkan oleh seseorang atau badan usaha diluar zakat untuk kemaslahatan umum.

Dalam jurnal oleh Widiastuti, dkk (2019), Dana atas zakat bersifat khusus dan spesifik antara dana atas infaq dan shadaqah. Sebab dalam zakat terdapat unsur utama yaitu ketentuan pembayaran zakat, ketentuan kelompok yang berhak menerima zakat, dan ketentuan waktu pembayaran. Sedangkan infaq dan shadaqah dalam penggunaannya diperuntukan:

1) Infak

Infak memiliki arti sebagai penggunaan harta untuk memenuhi kebutuhan.

Berikut penggunaan dana atas infak :

- a) Kebutuhan pribadi
- b) Kebutuhan orang lain
- c) Kebutuhan mubah (diperbolehkan)
- d) Kebutuhan wajib (zakat)
- e) Kebutuhan wajib (maskawin)
- f) Kebutuhan wajib (nafkah keluarga)
- g) Kebutuhan sunnah
- h) Kebutuhan haram

2) Sedekah

Shadaqah memiliki arti membenarkan, membuktikan, serta menegaskan dengan sesuatu yang lain. Sedekah bersifat umum dan tidak terbatas pada harta, tetapi dapat dipraktikkan melalui perbuatan yang baik. Berikut rincian penggunaan shadaqah:

- a) Pemberian maaf
- b) Pembebasan tanggungan
- c) Adil, menolong, senyum, sholat, dzikir, serta menunaikan ibadah lainnya
- d) Pemberian harta sunnah
- e) Pemberian harta wajib (zakat, maskawin, fidyah, dan nafkah keluarga)

Dengan demikian, dapat dilihat bahwa zakat, infak, dan shadaqah memiliki perbedaan. Dengan rincian sebagai berikut :

**Tabel 2.2**  
**Perbedaan Zakat, Infak, dan Sedekah**

<b>Perbedaan</b>	<b>Zakat</b>	<b>Infak</b>	<b>Shadaqah</b>
Bentuk / Objek	Harta	Harta	Harta dan non harta
Hukum	Wajib apabila telah memenuhi syarat	Wajib dan sunnah	Sunah
Penerima	8 golongan	Bebas	Bebas

Sumber : Wahdah Inspirasi Zakat

### 2.1.3 Kinerja Keuangan

#### a. Pengertian Kinerja

Kinerja adalah singkatan dari Kinetika Energi Kerja. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) menyatakan definisi kinerja meliputi, 1) sesuatu yang ingin dicapai, 2) prestasi yang ingin diperlihatkan, dan 3) kemampuan kerja

(tentang peralatan). Sedangkan berkinerja memiliki arti memperlihatkan prestasi dan berkemampuan (dengan menggunakan tenaga). (KBBI)

Anwar Prabu Mangkunegara (2006) menyatakan bahwa kinerja artinya hasil kerja secara kualitas dan kuantitas yang dicapai oleh seorang pegawai dalam melaksanakan tugasnya sesuai tanggung jawabnya. Pencapaian tujuan perusahaan atau organisasi ini sangat ditentukan oleh kinerja baik internal maupun eksternal. Menurut Mahmudi (2010) terdapat faktor – faktor yang mempengaruhi kinerja, diantaranya :

1) Faktor Personal

Mencakup pengetahuan, keterampilan fisik, kemampuan kepercayaan diri, motivasi, dan komitmen yang dimiliki oleh diri.

2) Faktor Kepemimpinan

Mencakup kualitas dalam motivasi, antusiasme, arahan, dan dukungan yang diberikan oleh para pemimpin

3) Faktor Tim

Mencakup kualitas semangat dan dukungan, kekompakan dan kedekatan, serta kepercayaan antar rekan satu tim

4) Faktor Sistem

Mencakup fasilitas, sistem kerja operasional, proses dan budaya kerja di perusahaan

5) Faktor Kontekstual / Situasional

Mencakup dampak tekanan dan perubahan lingkungan baik internal maupun eksternal.

Pengukuran kinerja suatu perusahaan / organisasi dapat dilihat dari laporan keuangan yang diaudit. Dalam jurnal yang berjudul Analisis Rasio Keuangan untuk Menilai Kinerja Keuangan Perusahaan Farmasi PT. Indofarma,tbk Tahun 2011 – 2018 (Abdurrahman & Munandar, 2020), definisi kinerja keuangan sebagai berikut:

Agnes Sawir (2005) menyampaikan bahwa kinerja keuangan adalah penilaian terhadap kondisi keuangan yang menjadi prestasi perusahaan yang memerlukan analisis dengan beberapa tolak ukur rasio dan indeks. Sedangkan menurut Mahsun (2009), kinerja keuangan artinya prospek atau masa depan, pertumbuhan, dan potensi perkembangan yang baik bagi perusahaan. Selanjutnya oleh Martono (2004), kinerja keuangan dari suatu perusahaan sangat bermanfaat bagi berbagai pihak. Antara lain : investor, kreditur, analis, konsultan keuangan, makelar atau pialang, pemerintah, dan pihak manajemen perusahaan itu sendiri.

#### **b. Laporan Keuangan Lembaga Pengelola Zakat**

Kinerja suatu perusahaan dapat dianalisis menggunakan laporan keuangan. Beberapa definisi laporan keuangan menurut para ahli dalam jurnal Hasanah (2020), sebagai berikut :

Harahap (2015) menyatakan bahwa laporan keuangan merupakan alat yang paling penting untuk menilai kinerja dan kondisi ekonomis suatu perusahaan. Namun, menurut Kasmir (2013), laporan keuangan adalah laporan yang menunjukkan posisi keuangan perusahaan saat ini atau periode berikutnya.

Analisis laporan keuangan merupakan aktivitas membandingkan kinerja suatu perusahaan dalam bentuk angka – angka keuangan dengan perusahaan sejenis atau dengan angka – angka keuangan periode sebelumnya, atau juga dengan angka–

angka anggaran. Pengertian lain, laporan keuangan adalah hasil aktivitas operasi perusahaan yang disajikan dalam bentuk angka – angka keuangan. (Dewi Utari, Ari Purwanti, 2014)

Mengutip dari Jurnal Bahri, dkk (2017) berdasarkan Standar Akuntansi Keuangan (SAK) Entitas Tanpa Akuntabilitas Publik (ETAP), bagian – bagian laporan keuangan perusahaan terdiri atas 1) Laporan Posisi Keuangan, 2) Laporan Laba Rugi, 3) Laporan Perubahan Posisi Keuangan, 4) Laporan Arus Kas, Dan 5) Laporan Catatan Atas Laporan Keuangan.

Lembaga Pengelola Zakat merupakan organisasi nirlaba, oleh karenanya tidak tersaji laporan laba rugi. Lembaga Pengelola Zakat dalam melaporkan keuangannya menurut Standar Akuntansi Keuangan (SAK) No. 109 tentang Akuntansi Zakat dan Infak/Sedekah wajib melengkapi komponen berikut :

- 1) Laporan Posisi Keuangan
- 2) Laporan Perubahan Dana
- 3) Laporan Perubahan Aset Kelolaan
- 4) Laporan Arus Kas
- 5) Catatan Atas Laporan Keuangan

#### **2.1.4 Good Corporate Governance**

##### **a. Definisi Good Corporate Governance**

*Corporate Governance* memiliki arti tata kelola perusahaan. Secara umum *Good Corporate Governance* merupakan rangkaian proses terstruktur yang digunakan untuk mengelola dan mengarahkan suatu perusahaan dan aktivitas bisnis

dengan tujuan meningkatkan nilai – nilai perusahaan serta kontinuitas usaha.(Muchlisin Riadi, 2019)

Secara umum *Good Corporate Governance* merupakan pengendalian perusahaan yang dapat dilihat dari mekanisme hubungan antara berbagai pihak dalam perusahaan (*hard definition*) dan dari nilai – nilai yang terkandung dalam mekanisme pengelolaan itu sendiri (*self definition*). (Kusmayadi et al., 2015)

#### **b. Manfaat *Good Corporate Governance***

Adapun manfaat *Good Corporate Governance* dalam buku Kusmayadi et al., (2015) sebagai berikut :

- 1) Hasil penelitian oleh Solomon (2004), menyatakan bahwa praktik *Good Corporate Governance* memiliki manfaat sebagai berikut :
  - a) Mengurangi *agency cost* yang merupakan biaya yang harus dibayar oleh pemegang saham sebagai akibat dari pendelegasian wewenang kepada pihak manajemen.
  - b) Mengurangi biaya modal (*cost of capital*) yang merupakan dampak dari pengelolaan perusahaan yang baik. Hal ini menyebabkan tingkat bunga atas dana / sumber daya yang dipinjam oleh perusahaan menurun seiring dengan turunnya tingkat risiko perusahaan
  - c) Meningkatkan nilai saham dan citra perusahaan kepada publik dalam jangka panjang
  - d) Menciptakan dukungan dari pihak yang berkepentingan (*stakeholder*)

- 2) Wilson Arafat (2008) menyebutkan bahwa *Good Corporate Governance* akan memberikan manfaat besar, seperti:
  - a) Memberikan peningkatan terhadap kinerja perusahaan melalui terciptanya proses pengambilan keputusan yang baik, meningkatkan efisiensi operasional perusahaan, serta meningkatkan pelayanan kepada *stakeholders*.
  - b) Meningkatkan nilai perusahaan atau *corporate value*
  - c) Meningkatkan kepercayaan investor
  - d) Pemegang saham merasa puas dengan kinerja perusahaan.

**c. Tujuan *Good Corporate Governance***

Disampaikan secara rinci dalam buku yang berjudul *Good Corporate Governance* oleh Kusmayadi et al., (2015), *Good Corporate Governance* memiliki tujuan sebagai berikut :

- 1) Meningkatkan efisiensi, efektivitas dan kesinambungan organisasi sehingga memberikan kontribusi akan terciptanya kesejahteraan pemegang saham, pegawai, dan *stakeholders* lainnya serta menjadi solusi yang elegan dalam menghadapi tantangan organisasi di masa depan.
- 2) Meningkatkan legitimasi organisasi yang dikelola secara terbuka, adil, dan bertanggungjawab
- 3) Mengakui dan melindungi hak serta kewajiban para *stakeholders*
- 4) Meningkatkan nilai perusahaan dan para pemegang saham.
- 5) Meningkatkan kualitas hubungan antara dewan *Board of Directors* dan manajemen puncak perusahaan. (Kusmayadi et al., 2015)

**d. Faktor – Faktor *Good Corporate Governance***

Keberhasilan penerapan *Good Corporate Governance*, dipengaruhi oleh dua faktor yakni :

1) Faktor Internal

- a) Adanya budaya perusahaan *corporate culture* yang mendukung penerapan *Good Corporate Governance*
- b) Peraturan dan kebijakan perusahaan mendukung penerapan nilai – nilai *Good Corporate Governancex*
- c) Manajemen pengendalian risiko perusahaan yang didasarkan atas prinsip – prinsip standar *Good Corporate Governance*
- d) Adanya sistem pengendalian yang efektif
- e) Informasi terbuka untuk umum.

2) Faktor Eksternal

- b) Adanya sistem hukum yang baik
- c) Adanya sektor publik atau lembaga pemerintah yang mendukung pelaksanaan *Good Corporate Governance*
- d) Contoh penerapan *Good Corporate Governance* yang *best practices* yang baik
- e) Terbangunnya sistem tata nilai sosial yang mendukung penerapan *Good Corporate Governance* di masyarakat
- f) Adanya semangat anti korupsi di lingkungan masyarakat.(Kusmayadi et al., 2015)

## 2.1.5 Biaya Promosi

### a. Pengertian Biaya Promosi

Mulyadi (2015) menyatakan bahwa biaya merupakan pengorbanan sumber ekonomi yang diukur dalam satuan uang dan yang kemungkinan akan terjadi atau telah terjadi untuk tujuan tertentu. Sehingga berdasarkan definisi terdapat empat unsur pokok biaya diantaranya : biaya merupakan pengorbanan sumber ekonomi, biaya diukur dalam satuan uang, biaya bersifat potensial akan terjadi atau telah terjadi, dan biaya untuk tujuan tertentu.

Kotler dan Keller (2019), menyatakan bahwa promosi merupakan segala bentuk komunikasi yang digunakan untuk menginformasikan (*to inform*), membujuk (*to persuade*) dan mengingatkan (*to remind*) pasar sasaran tentang produk yang dihasilkan oleh organisasi, individu atau rumah tangga.

Alma dalam Wulandari (2018) menyatakan bahwa promosi merupakan suatu bentuk komunikasi pemasaran yang mencakup kegiatan pemasaran yang ditujukan untuk menyebarkan informasi, mempengaruhi atau membujuk, dan mengingatkan target atau sasaran atas perusahaan serta produknya agar bersedia menerima pembeli dan loyal terhadap produk yang ditawarkan oleh perusahaan terkait.

Berdasarkan definisi diatas, dapat disimpulkan bahwa biaya promosi dalam lembaga amil zakat adalah biaya yang dikeluarkan oleh lembaga untuk menyebarkan informasi, memperkenalkan dan membentuk citra lembaga kepada

masyarakat luas dengan tujuan utamanya adalah adanya transaksi penyerahan dana zakat, infak, dan sedekah.

#### **b. Bentuk Promosi Lembaga Amil Zakat**

Kegiatan promosi sangat penting bagi lembaga, termasuk lembaga amil zakat. Kegiatan ini memberikan keuntungan bagi lembaga terkait. Bentuk promosi yang dapat dilakukan oleh lembaga amil zakat meningkatkan perolehan dana zakat infak, dan sedekah antara lain: Surat, publikasi, iklan, penyelenggaraan acara. Bentuk promosi ini diharapkan dapat mempengaruhi minat donatur untuk berdonasi melalui lembaga amil zakat yang bersangkutan. (Waluyo et al., 2015)

Menurut Syafrudin Arif (2010) dalam jurnal Yustisia Putriani (2011), bentuk promosi yang dapat dilakukan oleh lembaga amil zakat diantaranya:

- 1) Surat penawaran atau ajakan untuk berdonasi
- 2) Presentasi oleh perwakilan / sebuah tim dari lembaga
- 3) Brosur, *flyer*, poster, dan iklan cetak lainnya
- 4) Iklan media cetak seperti televisi, radio, dan internet
- 5) Program kegiatan / *event* seperti seminar, pelatihan, ajang perlombaan, festival, dan kegiatan amal. Dalam pelaksanaannya dapat menyisipkan branding kepada masyarakat
- 6) Aksesoris dan hadiah, berupa sticker, gantungan kunci, kalender, kaos, dan sejenisnya
- 7) Penerbitan berupa buku, bulletin, majalah, koran, dan media sejenisnya
- 8) Pengabdian kepada masyarakat.

## 2.1.6 Tingkat Inflasi

### a. Pengertian Inflasi

Inflasi adalah kenaikan harga-harga umum ekonomi dari musim ke musim. Inflasi adalah salah satunya Indikator Stabilitas Ekonomi Indonesia. Inflasi selalu terlibat gejolak sosial, politik dan ekonomi baik di dalam maupun di luar negeri. (Meita, 2016)

Badan Pusat Statistik atau disingkat menjadi BPS, menyatakan bahwa inflasi ialah kecenderungan terus-menerus dalam meningkatkan harga barang serta jasa secara umum. Apabila harga barang dan jasa naik di negara itu, maka inflasi juga ikut naik. Harga barang dan jasa yang naik tersebut menyebabkan penurunan nilai uang. Oleh karena itu, inflasi dapat diartikan sebagai penurunan nilai uang secara relatif terhadap nilai barang dan jasa secara umum. (Badan Pusat Statistik Indonesia, n.d.)

### b. Disagregasi Inflasi

Bank Indonesia (n.d) dalam website resminya menyatakan Badan Pusat Statistik mempublikasi inflasi berdasarkan pengelompokkan disegregasi inflasi. Tujuan dari Disegrasi inflasi yaitu untuk menghasilkan indikator inflasi yang menggambarkan pengaruh dari faktor yang bersifat fundamental.

#### 1) Inflasi Inti

Merupakan komponen inflasi yang cenderung stabil atau konstan (*constant component*) baik pada pergerakannya dan dipengaruhi oleh faktor fundamental.

Berikut adalah faktor-faktor yang mempengaruhi inflasi inti:

#### a) Hubungan antara permintaan dan penawaran

- b) Lingkungan eksternal, antara lain nilai tukar, harga komoditi internasional, dan perkembangan ekonomi global.
- c) Ekspektasi terhadap inflasi masa depan.

## 2) Inflasi Non Inti

Inflasi non-inti merupakan komponen inflasi yang cenderung memiliki volatilitas yang tinggi sebab ditimbulkan adanya pengaruh selain fundamental.

Komponen inflasi non inti diantaranya:

- a) Inflasi Komponen Bergejolak (*Volatile Food*), adalah inflasi yang dominan dipengaruhi oleh kejutan dalam kelompok bahan makanan yang disebabkan oleh panen, gangguan alam, dan faktor perkembangan harga komoditas pangan domestic maupun internasional.
- b) Inflasi Komponen Harga yang Diatur oleh Pemerintah (*Administered Prices*), yaitu inflasi yang dominan dipengaruhi oleh kejutan dalam hal kebijakan harga pemerintah, diantaranya: tarif listrik, tarif angkutan, BBM bersubsidi, dan sejenisnya.

## c. Penyebab Inflasi

Inflasi dapat disebabkan oleh faktor-faktor diantaranya:

- 1) Tekanan dari sisi penawaran (*cost push inflation*), yaitu terjadinya inflasi ditimbulkan oleh adanya tekanan dari sisi penawaran atau peningkatan biaya produksi.
- 2) Tekanan dari sisi permintaan (*demand pull inflation*), yaitu terjadinya inflasi disebabkan tekanan dari sisi permintaan atau meningkatnya permintaan barang dan jasa relative terhadap ketersediaannya. Kondisi ini

apabila dalam konteks makroekonomi digambarkan dengan permintaan total (*aggregate demand*) lebih besar dari kapasitas perekonomian, sehingga mendorong kenaikan harga.

- 3) Ekspetasi Inflasi, merupakan inflasi yang dipengaruhi oleh persepsi dan harapan masyarakat, dan pelaku ekonomi terhadap tingkat inflasi dimasa depan. Faktor yang disebutkan dapat mempengaruhi keputusan investor, konsumen, dan pelaku ekonomi lainnya.

### **2.1.7 Religiusitas**

#### **a. Pengertian Religiusitas**

Religiusitas dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) artinya pengabdian terhadap agama dan ke-salehan. Kaye & Raghavan (2000) dalam jurnal Thontowi (2003) menyatakan bahwa religiusitas ialah sebuah ekspresi spiritual seseorang yang berkaitan dengan sistem keyakinan, nilai, hukum, dan ritual yang berlaku.

Secara mendalam Chaplin (1997) dalam buku Mayasari (2014) menyatakan bahwa religi merupakan sistem yang terdiri dari kepercayaan serta keyakinan yang tercermin dalam sikap dan pelaksanaan upacara – upacara keagamaan yang dimaksudkan supaya dapat berhubungan dengan Tuhan. penjabaran ini dikuatkan oleh definisi oleh Majid (1922), religiusitas merupakan tingkah laku manusia yang sepenuhnya dibentuk oleh kepercayaan terhadap fenomena supra-empiris atau alam ghaib.

Mangunjiwa dalam jurnal Thontowi (2003) menyatakan bahwa religiusitas adalah aspek yang telah dihayati oleh individu didalam hatinya, getaran hati nurani,

dan perilaku personal. Hal serupa diungkapkan oleh Mayasari (2014), religiusitas adalah bentuk hubungan manusia dengan penciptanya melalui ajaran agama yang telah dihayati dalam diri seseorang dan tercermin dalam sikap serta perilaku seseorang dikehidupan sehari-harinya.

#### **b. Dimensi Religiusitas**

Menurut R. Stark dan C. Y. Glock dalam bukunya yang berjudul "*American Piety : The Nature of Religious*" yang dikutip oleh Mayasari (2014) terdapat lima dimensi religiusitas, diantaranya:

- 1) Dimensi Keyakinan atau Ideologi, yaitu dimensi yang berkaitan dengan kepercayaan adanya Tuhan, malaikat, surga, dan sebagainya. Keyakinan ini adalah dimensi yang paling fundamental atau dasar.
- 2) Dimensi Peribadatan, yaitu dimensi yang berkaitan dengan sejumlah perilaku yang telah ditetapkan oleh agama, seperti: tata cara beribadah, berpuasa, shalat, dan sebagainya.
- 3) Dimensi Penghayatan, yaitu dimensi yang berkaitan dengan perasaan penganut agama atau seberapa jauh seseorang bisa menghayati pengalaman spiritual keagamaan yang dilakukannya, contohnya adalah rasa khusyuk waktu melaksanakan shalat.
- 4) Dimensi Pengetahuan, yaitu dimensi yang berkaitan dengan pengetahuan serta pemahaman seseorang terhadap ajaran agama yang di anutnya.
- 5) Dimensi Pengalaman, yaitu dimensi yang berkaitan dengan akibat dari ajaran agama yang dianutnya yang diamalkan melalui perilaku serta sikap pada kehidupan sehari – hari.

### c. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Religiusitas

Religiusitas seseorang dipengaruhi oleh faktor internal dan faktor eksternal, berikut rinciannya (Thouless, 2000):

#### 1) Faktor Interen

Faktor intern adalah faktor yang dipengaruhi dari diri seseorang. Faktor internal dipengaruhi oleh: faktor heriditas (faktor kegamaan secara langsung yang bukan dari bawaan atau warisan secara turun-temurun), tingkat usia, kepribadian, dan kondisi kejiwaan.

#### 2) Faktor Eksternal

Faktor eksternal adalah faktor yang dipengaruhi dari luar, diantaranya faktor keluarga, lingkungan institusional, dan lingkungan masyarakat.

### 2.1.8 *Fundraising*

#### a. Pengertian *Fundraising*

*Fundraising* secara bahasa artinya penghimpunan dana atau penggalangan dana. Aktivitas *fundraising* bisa diartikan sebagai suatu aktivitas dalam rangka menghimpun atau menggalang dana dari masyarakat baik kelompok, organisasi, pemerintah, maupun perorangan yang dananya ditujukan untuk membiayai program kegiatan dan operasional lembaga dalam rangka mencapai tujuan tertentu. (Juwaini, 2005)

*Fundraising* adalah suatu cara yang dilakukan untuk memberikan pengaruh kepada masyarakat agar berkenan memberikan sedikit dari pendapatannya untuk diberikan kepada masyarakat yang berhak menerimanya. *Fundraising* juga dapat

diartikan sebagai proses mensugesti masyarakat supaya menyalurkan dananya kepada sebuah organisasi. (Susilawati, 2018)

**b. Metode *Fundraising***

Dalam buku Membangun Peradaban Zakat oleh Didin Hafidhuddin dan Ahmad Juwaini (2006) pada pelaksanaan kegiatan *fundraising*, ada dua metode yang dapat diterapkan, diantaranya :

1) Metode *Fundraising* Langsung (*Direct Fundraising*)

Metode ini melibatkan partisipasi muzakki secara langsung. Artinya bentuk kegiatan *fundraising* dilakukan dengan adanya interaksi, daya akomodasi, kemudahan dan ketersediaan terhadap respon muzakki yang ingin melakukan donasi setelah mendapatkan promosi dari fundraiser lembaga. Contoh penerapan model ini adalah *direct mail* (email langsung), *telefundraising* (penggalangan dana melalui telepon), dan presentasi langsung.

2) Metode *Fundraising* Tidak Langsung (*Indirect Fundraising*)

Metode ini tidak melibatkan partisipasi muzakki secara langsung. artinya bentuk kegiatannya tidak dengan memberikan daya akomodasi langsung terhadap respon muzakki. Metode ini dilakukan dengan memprioritaskan promosi yang mengarah terhadap pembentukan citra lembaga, dan muzakki tidak diwajibkan untuk melakukan donasi pada saat itu juga. Contoh penerapan metode ini adalah advertorial, iklan dengan gaya bahasa jurnalistik. (A. Didin Hafidhuddin, 2006)

### **Tujuan *Fundraising***

Ahmad Juwaini dalam bukunya yang berjudul “Panduan Direct Mail untuk *Fundraising*”, menyatakan bahwa *Fundraising* bertujuan untuk :

- 1) Menghimpun atau mengumpulkan dana
- 2) Menghimpun atau mengumpulkan Muzakki
- 3) Menghimpun Simpatisan dan Pendukung
- 4) Membangun Citra Lembaga
- 5) Memberi Kepuasan kepada Muzakki dalam hal pelayanan.

### **2.2 Penelitian yang Relevan**

Adapun penelitian yang relevan dengan penelitian ini sebagai berikut :

**Tabel 2.3**  
**Penelitian yang Relevan**

<b>No</b>	<b>Nama Peneliti</b>	<b>Judul Penelitian</b>	<b>Metode Penelitian</b>	<b>Hasil Penelitian</b>
1	Intan Pratiwi (2019)	Analisis Pengaruh Inflasi, Nilai Tukar Rupiah, dan Jumlah Penduduk Terhadap Jumlah Penghimpunan Dana Zakat, Infaq, dan Shadaqah	Inflasi (X1), Nilai Tukar Rupiah (X2), Jumlah Penduduk (X3), dan Jumlah Penghimpunan Dana ZIS (Y). Penelitian ini menggunakan	Variabel Inflasi (X1) tidak berpengaruh signifikan terhadap jumlah penghimpunan dana ZIS, sedangkan variabel nilai tukar (X2) dan jumlah

		(ZIS) di Indonesia Tahun 2013-2017.	metode kuantitatif dengan metode analiss regresi data panel.	penduduk (X3) berpengaruh positif terhadap jumlah penghimpunan dana ZIS di Indonesia tahun 2013-2017.
2.	Dwitama & Widiastuti (2017)	Pengaruh Indikator Makroekonomi: Inflasi dan Nilai Tukar Rupiah Terhadap Jumlah Zakat Berkumpul Di Lembaga Amil Zakat Dompot Dhuafa Periode 1977-2013.	Inflasi (X1), Nilai Tukar (X2), dan Kemampuan Muzakki Membayar Zakat (Y). Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan metode analiss regresi linier berganda.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai tukar rupiah (X1) dan Inflasi (X2) tidak berpengaruh signifikan terhadap penerimaan jumlah zakat di Lembaga Amil Zakat Dompot Dhuada pada tahun 1997-2013.
3.	Sudardi Waluyo, Efri Syamsul Bahri, dan Endang Ahmad Yani	Pengaruh Promosi Terhadap Perolehan Dana Zakat, Infaq dan Shadaqah (Studi Kasus pada	Biaya promosi (X) dan Dana ZIS (Y). Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan metode	Biaya promosi (X) berpengaruh signifikan terhadap perolehan dana ZIS (Y)

	(2015)	Yayasan Imdadt Mustadh'afin)	analisis regresi menggunakan aplikasi spss.	
4.	Arif Afendi (2018)	Pengaruh Variabel Makroekonomi terhadap Jumlah Penerimaan Zakat di Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Pusat Tahun 2012-2016	Inflasi (X1), Kurs (X2), Harga Emas (X3), dan Jumlah Penerimaan Zakat (Y)	Inflasi (X1) dan Harga Emas (X3) berpengaruh negatif atau tidak signifikan terhadap Penerimaan Zakat (Y). sedangkan Kurs (X2) berpengaruh signifikan terhadap Penerimaan Zakat (Y)
5.	Kiki Novitasari dan Suherman Rosyidi (2019)	Jumlah Dana Zakat dan Faktor- Faktor Makroekonomi yang Mempengaruhinya	Variabel independent terdiri atas jumlah uang beredar, indeks produksi industri, inflasi, dan harga emas. Sedangkan variabel dependent	Variabel jumlah uang beredar dan indeks produksi industri berpengaruh signifikan positif terhadap jumlah dana zakat. Sedangkan inflasi dan harga emas tidak

			adalah jumlah dana zakat Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan Teknik Analisa regresi linier menggunakan aplikasi SPSS.	berpengaruh signifikan terhadap jumlah dana zakat.
6.	Dina Islamiyati & Ira Humaira Hany (2021)	Pengaruh Inflasi, Indeks Produksi Industri, dan Kurs Terhadap Penghimpunan Zakat, Infaq, dan Sedekah	Inflasi (X1), Kurs (X2), Indeks Produksi Industri (X3), dan Penghimpunan ZIS (Y). penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan analisis deskriptif yang menggunakan metode <i>Vector Auto Regression</i> (VAR).	Indeks Produksi Industri (X3) berpengaruh signifikan terhadap penghimpunan ZIS. Sedangkan Inflasi (X1) dan Kurs (X2) tidak berpengaruh terhadap penghimpunan ZIS.

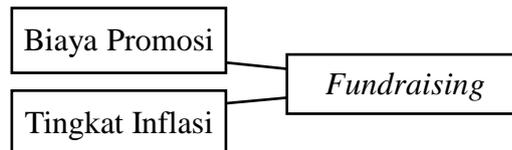
7.	Putriani Yustisia (2011)	Pengaruh Biaya Promosi, Tipe Kantor Akuntan Publik, dan Pembangunan Asset Publik Terhadap Penerimaan Infak, Sedekah, dan Wakaf (Penelitian pada Lembaga Amil Zakat Nasional)	Biaya promosi (X1), Tipe KAP (X2), pembangunan aset publik (X3), dan penerimaan infak, sedekah dan wakaf (Y). Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan metode analiss regresi linier berganda menggunakan SPSS.	Biaya promosi (X1) dan KAP (X2) berpengaruh signifikan terhadap penerimaan infak, sedekah, dan wakaf. Sedangkan pembangunan aset publik (X3) tidak berpengaruh terhadap penerimaan infak, sedekah, dan wakaf.
8.	Adilia Rahayu, Prayogo P. Harto, & Efri Syamsul Bahri (2021)	<i>The Impact of Macroeconomic Indicators on Zakah Receipt during the Covid-19 Pandemic Era</i>	Inflasi (X1), nilai tukar (X2), harga emas (X3), jumlah uang beredar (X4), dan penerimaan zakat (Y)	Inflasi (X1) dan jumlah uang beredar (X4) berpengaruh signifikan terhadap penerimaan zakat pada masa pandemic covid-19. Sedangkan nilai tukar (X2) dan harga emas (X3)

				tidak berpengaruh terhadap penerimaan zakat pada masa pandemic covid-19.
9.	Firmansyah, Aas Nurasyah, M.Kamal Muzakki, & Romi Hardiansyah (2021)	<i>The Impact of Inflation Zakah</i>	Metode Kualitatif	Inflasi berdampak pada penerimaan zakat, tepatnya jumlah zakat yang diterima berkurang karna adanya pengaruh inflasi.
10.	Pertiwi Utami, Tulus Suryanto, M. Nasor, & Ruslan Abdul Ghofur (2020)	<i>The Effect Digitalization Zakat Payment Against Potential of Zakat Acceptance in National Amil Zakat Agency</i>	Digitalisasi pembayaran zakat (X) dan potensi penerimaan zakat (Y)	Pembayaran zakat melalui digital berpengaruh signifikan terhadap penerimaan zakat, potensi digitalisasi ini sebesar 55,9%, sedangkan sisanya dipengaruhi faktor lain.

Sumber : diolah peneliti, 2023

### 2.3 Kerangka Berpikir

Adapun kerangka berpikir dalam penelitian ini sebagai berikut :



Gambar 2.1 Kerangka Berpikir

Sumber : Diolah peneliti

### 2.4 Pengembangan Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban awal atas rumusan masalah pada penelitian, hal ini dikarenakan jawaban yang diberikan hanya berdasar pada teori – teori yang signifikan dan belum pada fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. (Sugiyono,2010) Adapun hipotesis dalam penelitian ini antara lain:

#### 1. Pengaruh Biaya Promosi Terhadap *Fundraising*

Biaya promosi adalah biaya yang dikeluarkan oleh lembaga untuk memberikan informasi dan membentuk citra lembaga kepada masyarakat luas. Dari kegiatan yang dilakukan tersebut, tujuan utama adalah terjadinya transaksi penyerahan dana zakat, infak, dan sedekah.

Penelitian ini selaras dengan penelitian oleh Waluyo et al., (2015) bahwa biaya promosi dengan perolehan dana ZIS memiliki hubungan yang searah dan positif. Nilai determinan biaya promosi sebesar 63%, artinya biaya promosi yang dikeluarkan oleh lembaga menjadi penentu perolehan dana ZIS sebesar 63%,

sedangkan sisanya sebesar 27% ditentukan oleh faktor lainnya. Berdasarkan penjelasan tersebut, hipotesis dalam penelitian ini adalah :

H1 : Biaya Promosi berpengaruh terhadap *fundraising* Lembaga Amil Zakat Nasional.

## 2. Pengaruh Tingkat Inflasi Terhadap *Fundraising*

Dalam buku Seri Kebanksentralan oleh Bank Indonesia, Inflasi merupakan kenaikan harga barang dan jasa secara terus menerus. Faktanya Inflasi mempengaruhi fluktuasi harga barang dan jasa. Dampak inflasi menyebar secara menyeluruh dibidang perekonomian. Salah satunya adalah menurunkan tingkat pendapatan dan harga kebutuhan masyarakat mengalami peningkatan. Sehingga akan mempengaruhi kemampuan individu untuk membayar zakat. Sebab, umumnya masyarakat akan mencukupi kebutuhan pokok sehari-harinya terlebih dahulu. Berdasarkan uraian tersebut,hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H2 : Tingkat Inflasi berpengaruh terhadap *fundraising* Lembaga Amil Zakat Nasional.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan sumber data laporan keuangan lembaga. Metode kuantitatif adalah metode yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme yang mana digunakan untuk meneliti kondisi objek secara alamiah berupa angka-angka, kuantitatif atau evaluasi informasi statistik. (Sugiyono, 2013)

#### **3.2 Tempat dan Waktu Penelitian**

Tempat penelitian adalah lingkungan atau wilayah yang direncanakan sebagai objek penelitian. Tempat pada penelitian ini adalah Lembaga Amil Zakat Nasional dengan waktu penelitian pada Bulan Februari sampai Bulan April 2023.

#### **3.3 Populasi dan Sampel**

##### **3.3.1 Populasi**

Sesuai dengan Keputusan Menteri Agama No. 333 Tahun 2005, Badan Amil Zakat (BAZ) dan Lembaga Amil Zakat (LAZ) di Indonesia terbagi atas tiga skala yakni Skala Nasional, Skala Provinsi, dan Skala Kabupaten atau Kota. Lembaga Amil Zakat (LAZ) yang sudah memiliki izin resmi oleh Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) sebanyak 113.

##### **3.3.2 Sampel**

Sampel dalam penelitian ini adalah 5 Lembaga Amil Zakat (LAZ) Nasional yakni Dompot Dhuafa Republika, Rumah Zakat, Rumah Yatim Arrohman, Al – Azhar, Griya Yatim & Dhuafa, dan LAZISMU.

### 3.4 Teknik Pengambilan Sampel

Metode yang digunakan untuk pengumpulan sampel pada penelitian ini adalah *purposive sampling*. Metode *purposive sampling* (Arikunto, 2006) merupakan teknik pengambilan sampel tidak berdasarkan acak atas daerah atau strata, melainkan berdasarkan pertimbangan yang berfokus pada tujuan tertentu. Singkatnya Sugiyono (2015) menyatakan bahwa *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Adapun kriteria sampel dalam penelitian ini sebagai berikut :

- a Lembaga Amil Zakat (LAZ) Nasional yang telah terdaftar resmi pada Badan Amil Zakat Nasional
- b Lembaga Amil Zakat (LAZ) Nasional yang melakukan publikasi laporan keuangan secara periodik pada tahun 2017 sampai 2021 pada masing – masing website resmi lembaganya.
- c Enam Lembaga Amil Zakat (LAZ) dengan perolehan dana ZIS terbesar pada tahun 2020.

### 3.5 Variabel Penelitian

Variabel penelitian merupakan sesuatu yang menjadi objek penelitian. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan 2 variabel yakni variabel dependen dan variabel independen.

#### 3.5.1 Variabel Dependen (Y)

Variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat yang disebabkan oleh variabel bebas (Sugiyono, 2013). Variabel dependen dalam penelitian ini adalah *Fundraising*.

### 3.5.2 Variabel Independen (X)

Variabel independen merupakan variabel yang mempengaruhi dan menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen. Variabel independent dalam penelitian ini adalah Biaya Promosi (X1) dan Tingkat Inflasi (X2)

### 3.6 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel merupakan pengertian dari masing – masing variabel secara operasional mencakup indikator – indikator didalamnya. Berikut disajikan dalam tabel definisi operasional variabel dalam penelitian ini:

**Tabel 3.1**  
**Definisi Operasional Variabel**

<b>Variabel</b>	<b>Definisi</b>	<b>Indikator</b>	<b>Satuan</b>
Biaya Promosi (X1)	Biaya Promosi merupakan biaya yang dikeluarkan untuk kegiatan pengenalan, perluasan jaringan lembaga	Jumlah biaya Promosi / <i>Fundraising Expense</i>	Nominal
Tingkat Inflasi (X2)	Inflasi adalah kenaikan harga yang terjadi secara umum dan terus menerus	Persentase inflasi	Nominal
<i>Fundraising</i> (Y)	<i>Fundraising</i> merupakan kegiatan menghimpun dana dari masyarakat yang ditujukan untuk membiayai program kegiatan dan operasional lembaga untuk mencapai suatu tujuan.	Jumlah penerimaan dana zakat, Infak, dan Sedekah	Nominal

### 3.7 Analisis Data

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Dengan rincian menggunakan angka serta menghitung menggunakan

metode statistik menggunakan perangkat lunak olah data statistik yaitu Eviews 10 dengan metode analisis regresi data panel. Data Panel merupakan gabungan data cross section dan time series.

### **3.7.1 Asumsi Klasik**

Pada uji asumsi klasik hanya menggunakan Uji Multikolinieritas dan Uji Heteroskedastisitas. Sedangkan Uji Normalitas dan Uji Autokorelasi tidak diterapkan.

### **3.7.2 Regresi Data Panel**

Pada analisis regresi data panel, terdapat tiga teknik yang digunakan, antara lain Common Effect, Fixed Effect, dan Random Effect:

#### **a. Metode Common Effect**

Common Effect adalah metode pendekatan yang tidak memperhatikan dimensi individu dan waktu. Artinya metode ini merupakan teknik yang paling sederhana untuk mengestimasi data panel. Yaitu hanya mengkombinasikan data time series dan cross section. (Ghozali, 2012)

#### **b. Metode Fixed Effect**

Metode fixed effect adalah teknik mengestimasi data panel menggunakan dummy untuk menangkap adanya perbedaan intersep. Pengertian ini didasarkan adanya perbedaan intersep antar perusahaan namun sama antar waktu. (Ghozali, 2012)

#### **c. Metode Random Effect**

Metode ini mengasumsikan bahwa setiap perusahaan mempunyai perbedaan intersep, tepatnya pada variabel random. Metode ini sangat bermanfaat bagi

peneliti yang mengambil sampel dengan acak dan mewakili populasi. Metode ini juga memperhitungkan bahwa eror mungkin berkorelasi sepanjang cross section dan data series.

### **3.7.3 Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)**

Untuk mengetahui kecocokan garis regresi yang terbentuk dalam mewakili kelompok data hasil observasi, harus memperhatikan sejauh mana Model yang terbentuk mampu menjelaskan kondisi yang sebenarnya. Di dalam Analisis regresi dikenal sebagai koefisien determinasi (R<sup>2</sup>). Uji koefisien determinasi jika nilai mendekati angka satu (1) mengindikasikan bahwa variabel – variabel independent menyampaikan hampir seluruh informasi yang diperlukan untuk memprediksi variabel dependen. Akan tetapi, model ini bias terhadap jumlah variabel independent yang dimasukkan kedalam model, dan hal ini merupakan kelemahannya. (Ghozali, 2012)

### **3.7.4 Uji Hipotesis**

Uji Parsial (Uji t) merupakan uji yang digunakan untuk melihat seberapa jauh pengaruh variabel independent secara parsial terhadap variabel dependen. Derajat keabsahan pada uji ini adalah jika  $\alpha > 5\%$  maka disimpulkan signifikan. (Ghozali, 2012)

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1 Gambaran Umum Lembaga Amil Zakat Nasional**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kinerja fiskal 1, kinerja fiskal 2, dan efisiensi penghimpunan dana terhadap *fundraising* lembaga amil zakat nasional pada tahun 2017-2021. Adapun lembaga yang diteliti berjumlah 6, diantaranya Rumah Zakat, Dompot Dhuafa Republika, LAZISMU, Rumah Yatim Arrohman, Al – Azhar, dan Griya Yatim dan Dhuafa. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan menggunakan data sekunder berupa laporan keuangan tahunan lembaga amil zakat nasional periode 2017-2021.

Penelitian ini berbentuk data panel. Data diperoleh dari website masing-masing lembaga dari tahun 2017-2021, yang kemudian diolah didalam excel. Untuk menganalisis variabel - variabel tersebut, peneliti menggunakan metode statistik melalui program olah data Eviews 10.

#### **4.2 Hasil Analisis Data**

##### **4.2.1 Statistik Deskriptif**

Statistik deskriptif digunakan untuk mengetahui jumlah data (n) yang digunakan dalam penelitian. Selain itu, statistik deskriptif juga menunjukkan nilai maksimum, minimum, rerata, dan standar deviasi. Berikut, Statistik Deskriptif dalam penelitian ini:

**Tabel 4.1**  
**Hasil Statistik Deskriptif**

	X1	X2
Mean	3.31E+09	2.600000
Median	3.41E+09	2.710000
Maximum	1.41E+10	3.610000
Minimum	9369900.	1.680000
Std. Dev.	3.03E+09	0.746357
Observations	30	30

Sumber : data diolah E-Views, 2023

Sesuai dengan tabel diatas, dapat dilihat bahwa data statistik menunjukkan hasil nilai minimum, maximum, rata-rata dan standar devisi pada masing-masing variabel penelitian yang dilakukan pada periode 2017–2021. Berikut penjabarannya:

#### 1. Biaya Promosi

Nilai rata-rata (mean) pada Biaya Promosi Lembaga Amil Zakat Nasional periode 2017-2021 yaitu sebesar 3.31E+09 dan mempunyai nilai tengah (median) sebesar 3.41E+09 . Hal tersebut menggambarkan bahwa nilai rata-rata lebih kecil dari nilai median atau nilai tengah. Artinya Biaya Promosi pada *Fundraising* lembaga memiliki nilai yang mendekati tinggi.

Nilai standar devisi Biaya Promosi sebesar 3.03E+09 yang lebih kecil dari nilai rata-rata, sehingga data dalam variabel ini memiliki sebaran yang belum meluas. Kemudian untuk nilai minimum terdapat pada LAZ Al-Azhar dengan nilai 9369900 dan biaya promosi maksimum terdapat pada Dompot Dhuafa Republika dengan nilai 1.41E+10.

## 2. Tingkat Inflasi

Nilai rata-rata (mean) pada tingkat inflasi tahun 2017-2021 sebesar 2.6, sedangkan nilai tengahnya (median) sebesar 2.71. berdasarkan hasil ini menunjukkan bahwa nilai rata-rata lebih kecil dari nilai median atau nilai tengah. Artinya tingkat inflasi pada *Fundraising* lembaga memiliki nilai yang mendekati tinggi.

Untuk nilai standar deviasi dari inflasi mempunyai nilai 0.746357 yang lebih kecil dari nilai rata-rata, sehingga berdasarkan hal tersebut dalam variabel ini memiliki sebaran yang belum meluas. Selanjutnya nilai minimum terdapat pada tahun 2019 sebesar 2.71 dan nilai maksimum terdapat pada tahun 2017 dengan nilai 3.61.

### 4.2.2 Estimasi Data Panel

#### a. Uji Chow

Uji Chow adalah uji untuk membandingkan model common effect dan fixed effect. Chow test dalam penelitian ini menggunakan program Eviews. Ketentuan dalam uji ini adalah nilai signifikansi > dari 0, 05 (5%), maka diterima. Hasil uji chow adalah:

**Tabel 4.2**

#### Hasil Uji Chow

Effects Test	Statistic	d.f.	Prob.
Cross-section F	6.183544	(5,22)	0.0010
Cross-section Chi-square	26.330873	5	0.0001

Sumber : data diolah E-Views, 2023

Berdasarkan hasil uji Chow-Test dengan menggunakan Eviews, dikatakan signifikan cross-section F dan cross-section chi- square sebesar 0.0010 dan 0.0001. Nilai signifikan cross-section ch-square lebih kecil dari pada level signifikan ( $\alpha = 0,05$ ) sehingga dapat disimpulkan bahwa diterima.

#### b. Uji Hausmant

Pengujian ini membandingkan model fixed effect dengan random effect dalam menentukan model terbaik yang digunakan sebagai model regresi data panel. Uji Hausmant menggunakan program yang serupa dengan chow-test yaitu program Eviews. Ketentuan uji ini apabila nilai signifikansi > dari 0,05 (5%)

**Tabel 4.3**

#### Uji Hausmant

Test Summary	Chi-Sq. Statistic	Chi-Sq. d.f.	Prob.
Cross-section random	0.000000	2	1.0000

Sumber : olah data Eviews, 2023

Berdasarkan hasil Hausmant test menggunakan Eviews, didapatkan nilai signifikansi sebesar 1.0000 nilai signifikansi lebih besar dari level signifikan 0,05.

### 4.2.3 Uji Asumsi Klasik

#### a. Uji Multikolinieritas

**Tabel 4.4**

#### Hasil Uji Multikolonieritas

	X1	X2
X1	1	0.1188581031653173
X2	0.1188581031653173	1

Sumber : olah data E-Views, 2023

Berdasarkan tabel diatas, menunjukkan bahwa nilai centered VIF masing-masing dibawah dari angka 10, sehingga dapat dinyatakan bahwa variabel independent tidak terdapat masalah multikolonieritas dalam model prediksi.

## b. Uji Autokolerasi

**Tabel 4.5**  
**Hasil Uji Autokolerasi**

R-squared	0.258174	Mean dependent var	7.22E+10
Adjusted R-squared	0.203224	S.D. dependent var	7.67E+10
S.E. of regression	6.85E+10	Hannan-Quinn criter.	1.27E+23
F-statistic	4.698341	Durbin-Watson stat	1.649418
Prob(F-statistic)	0.017745		

Sumber : olah data E-views, 2023

Berdasarkan table output diatas diketahui nilai durbin-watson sebesar 1.649418 selanjutnya nilai ini akan kita bandingkan dengan nilai table durbin Watson pada  $n = 30$ ,  $k = 3$  signifikansi = 5% ( $DL = 1.258$ ) dan ( $DU = 1.651$ ), berikut kriteria uji autokorelasi:

$D < DL$  : terdapat autokorelasi positif  $1.649418 > 1.258$

$D < Du$  : terdapat autokorelasi positif  $1.649418 < 1.651$

Berdasarkan hasil penelitian diatas diketahui durbin- watson sebesar 1.649418. Berdasarkan hal tersebut dapat diketahui bahwa semua kriteria terpenuhi, artinya berarti tidak terjadi autokorelasi.

### c. Uji Heteroskedastisitas

Residual merupakan selisih antara nilai variabel Y dan nilai prediksi variabel Y, serta nilai absolut adalah nilai absolut (semua nilai positif). Jika nilai signifikansi antara variabel independen dan residual absolut  $> 0,05$  maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

**Tabel 4.6**  
**Hasil Uji Heteroskedastisitas**

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	1.21E+11	3.42E+10	3.536768	0.0015
X1	2.855120	3.085437	0.925353	0.3630
X2	-2.48E+10	1.25E+10	-1.980148	0.0580

Sumber : olah data E-Views, 2023

Nilai prob. Variabel biaya promosi sebesar 0.3630 dan tingkat inflasi sebesar 0.0580. Dapat dinyatakan semua variabel memiliki nilai lebih dari 0.05 artinya dengan menggunakan uji gletjser data variabel independent pada penelitian ini terhindar dari gejala heteroskedastisitas serta layak digunakan untuk menguji penelitian model regresi berganda.

#### 4.2.4 Analisis Regresi Data Panel

Berikut hasil output evIEWS 10 analisis regresi data panel :

**Tabel 4.7**  
**Hasil Analisis Regresi Data Panel**

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	2.25E+11	6.02E+10	3.735604	0.0009
X1	17.84508	5.428038	3.287576	0.0028
X2	-5.34E+10	2.20E+10	-2.422257	0.0224

Sumber : data diolah E-Views, 2023

Berdasarkan tabel diatas, berikut ini merupakan persamaan data panel yang disajikan dalam penelitian ini :

$$Y = Y = 224767167069 + 17.845084727 * X1 - 53387212144.2 * X2$$

Berikut ini merupakan penjelasan dari persamaan pada tabel diatas :

- a. Nilai konstanta sebesar 224767167069 yang artinya bahwa jika variabel independent konstan, maka nilai dari variabel dependen (*fundraising*) apabila variabel Biaya Promosi (X1) dan Inflasi 2 (X2) bernilai nol (0) atau nilainya tetap, maka variabel konstanta sebesar 224767167069.
- b. Koefesien regresi variabel independent Biaya Promosi (X1) sebesar 17.845084727 yang berarti bahwa, apabila variabel independen lainnya bernilai konstan dan biaya promosi mengalami kenaikan 1% maka *fundraising* akan mengalami peningkatan sebesar 17.845084727.
- c. Koefesien regresi variabel independent Inflasi (X2) sebesar -53387212144.2 yang berarti bahwa, apabila variabel independent lainnya bernilai konstan dan inflasi mengalami kenaikan 1% maka *fundraising* akan mengalami peningkatan -53387212144.2, jika koefesien bernilai positif maka terjadi hubungan positif antara inflasi dengan *fundraising*

#### 4.2.5 Uji Hipotesis

##### d. Uji Parsial (Uji T)

**Tabel 4.8**  
**Hasil Uji T**

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	2.25E+11	6.02E+10	3.735604	0.0009
X1	17.84508	5.428038	3.287576	0.0028
X2	-5.34E+10	2.20E+10	-2.422257	0.0224

Sumber : olah data E-Views, 2023

**Tabel 4.9**  
**Hasil T Tabel**

<b>Model</b>	<b>T Hitung</b>		<b>T Tabel</b>	<b>Keterangan</b>
Consta nt	3.735604			
Biaya Promosi	3.287576	>	2.048407	Diterima
Inflasi	-2.422257	<	2.048407	Ditolak

Sumber : olah data E-Views, 2023

a. Biaya Promosi

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan pengaruh variabel biaya promosi terhadap variabel *fundraising* sebagai berikut, diperoleh nilai t hitung sebesar 3.287576 yang lebih besar dari t table 2,048407 menunjukkan bahwa biaya promosi berpengaruh positif atau signifikan terhadap *fundraising* pada Lembaga Amil Zakat Nasional.

b. Inflasi

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan pengaruh variabel inflasi terhadap variabel *fundraising* sebagai berikut, diperoleh nilai t hitung -2.422257 yang lebih kecil dari t table 2,048407 menunjukkan bahwa inflasi berpengaruh negatif atau tidak signifikan terhadap *fundraising* pada Lembaga Amil Zakat Nasional.

**b. Uji Determinan R**

Koefisiensi Determinasi digunakan untuk mengetahui ketetapan regresi yang terbentuk dalam data hasil observas. Dalam analisis regresi dikenal dengan nama Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) selain itu Koefisien Determinasi menggambarkan ragam varian naik turunnya Y yang diterangkan karena pengaruh linear X (berapa bagian keragaman pada variabel Y yang dapat dijelaskan oleh beragamnya nilai-nilai variabel X).

**Tabel 4.10**  
**Hasil Uji Determinan R**

R-squared	0.357055
Adjusted R-squared	0.309430
S.E. of regression	8.80E+10
Sum squared resid	2.09E+23
Log likelihood	-796.9913
F-statistic	7.497145
Prob(F-statistic)	0.002572

Sumber : olah data E-Views, 2023

Berdasarkan hasil perhitungan uji koefisien determinasi atau Adjusted R<sup>2</sup> diperoleh nilai sebesar 0.309430 atau 30.9430 %. Nilai koefisien determinasi menunjukkan bahwa variabel independent Biaya Promosi dan Inflasi mampu menjelaskan Variabel *Fundraising* Lembaga Amil Zakat Nasional sebesar 30.9430%, sedangkan sisanya yaitu 69.057 (100% - 30.9430%) dijelaskan oleh variabel lain yang tidak di asumsikan dalam penelitian ini.

### 4.3 Pembahasan Hasil Analisis Data

#### 4.3.1 Pengaruh Biaya Promosi Terhadap *Fundraising* Pada Lembaga Amil Zakat Nasional

Hasil analisis data menunjukkan bahwa variabel biaya promosi terhadap *fundraising* menunjukkan nilai probalitas signifikan sebesar 0.0028. nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 atau  $0.0028 < 0,05$  dan nilai t hitung sebesar 3.287576 dengan probabilitas sebesar 0.0028 Jika dibandingkan dengan t table 2,04840 maka t hitung  $3.287576 > t$  tabel 2,04840. Hal ini disimpulkan bahwa biaya promosi berpengaruh signifikan terhadap *fundraising* pada Lembaga Amil Zakat Nasional.

Mulyadi (2015) menyatakan bahwa biaya merupakan pengorbanan sumber ekonomi yang diukur dalam satuan uang dan yang kemungkinan akan terjadi atau

telah terjadi untuk tujuan tertentu. Sehingga berdasarkan definisi terdapat empat unsur pokok biaya diantaranya : biaya merupakan pengorbanan sumber ekonomi, biaya diukur dalam satuan uang, biaya bersifat potensial akan terjadi atau telah terjadi, dan biaya untuk tujuan tertentu.

Kotler dan Keller (2019), menyatakan bahwa promosi merupakan segala bentuk komunikasi yang digunakan untuk menginformasikan (*to inform*), membujuk (*to persuade*) dan mengingatkan (*to remind*) pasar sasaran tentang produk yang dihasilkan oleh organisasi, individu atau rumah tangga. Berdasarkan definisi keduanya, dapat disimpulkan bahwa biaya promosi merupakan biaya yang dikeluarkan oleh lembaga untuk memperkenalkan dan membentuk citra lembaga kepada masyarakat luas. Dari kegiatan yang dilakukan tersebut, tujuan utama adalah terjadinya transaksi penyerahan dana zakat, infak, dan sedekah.

Melalui kegiatan promosi tersebut diharapkan lembaga amil zakat dapat memaksimalkan potensi zakat sehingga dapat berperan dalam pengetasan kemiskinan selaras dengan tujuan pembentukannya. Berkenaan dengan itu, dibutuhkan sebuah upaya *good corporate governance* yang berperan sebagai sistem pengendalian perusahaan sehingga diharapkan dapat menciptakan *value* atau nilai tambah perusahaan untuk semua pihak yang berkait.

Konsep *good corporate governance* pada lembaga amil zakat adalah menekankan kepada pentingnya peranan dan tanggungjawab amil dalam mengelola zakat juga untuk menambah integritas serta keyakinan masyarakat. Terdapat lima dimensi *good corporate governance* pada lembaga amil zakat, diantaranya:

*Transparency, Accountability, Responsibility, Indepedency, dan Fairness.*  
(Tahliani, 2019)

Berdasarkan penelitian, dalam dimensi *transparency* lembaga amil zakat nasional telah memenuhi kriteria. Salah satunya adalah transparansi keuangan lembaga. Laporan keuangan bisa di akses oleh seluruh masyarakat melalui website resmi masing-masing lembaga. Artinya, lembaga amil zakat nasional yang diteliti telah menerapkan *transparency* dengan menempatkan laporan keuangan yang dihasilkan di internet (website resmi).

Selaras dengan dimensi ini, peneliti memperoleh laporan keuangan dari masing-masing website resminya Diantaranya: LAZ Rumah Zakat dalam <https://www.rumahzakat.org/id/annual-report>, LAZ Dompot Dhuafa Indonesia dalam <https://publikasi.dompetdhuafa.org/laporan-publik-tahunan/>, LAZ ISMU dalam <https://lazismu.org/content/pdf?tag=Laporan%20Keuangan>, LAZ Rumah Yatim Arrohman dalam <https://rumah-yatim.org/tentang-kami/laporan-keuangan>, LAZ Al-Azhar dalam <https://alazharpeduli.or.id/publikasi/laporan-keuangan>, dan LAZ <https://griyayatim.com/laporan-keuangan/>.

Dimensi *good corporate governance* selanjutnya adalah *accountability*, penerapan dalam lembaga amil zakat nasional yang diteliti mencakup adanya kejelasan fungsi dan struktur lembaga, dan pemberlakuan audit oleh eksternal auditor. Selain itu, penerapan dimensi ini dibuktikan dengan adanya Dewan Pengawas Khusus yang bertugas untuk memastikan bahwa lembaga amil zakat sepenuhnya taat pada hukum syariat dan peraturan perundang-undangan yang

berlaku. Berdasarkan data laporan tahunan, seluruh lembaga yang diteliti memiliki dewan pengawas khusus.

Dimensi *good corporate governance* selanjutnya adalah *responsibility*. Penerapan dalam lembaga amil zakat dibuktikan dengan tersedianya data, informasi kepatuhan terhadap perundang-undangan yang berlaku. Informasi ini disajikan oleh lembaga amil zakat dalam website resmi dan laporan tahunannya. Informasi ini disajikan dalam konteks legalitas lembaga mencakup akta pendirian lembaga, pengukuhan melalui Surat Keputusan Menteri Agama Republik Indonesia, Pemberian Izin, dan sejenisnya.

Dimensi *good corporate governance* selanjutnya adalah *Independency*. Dimensi ini dibuktikan dengan pengelolaan yang professional lembaga amil zakat, tidak adanya tekanan dari pihak yang melanggar peraturan yang berlaku, dan pengambilan keputusan pada lembaga amil zakat harus secara objektif dan bebas dari segala tekanan dari pihak manapun. Dimensi selanjutnya adalah *Fairness*. Dimensi ini dibuktikan dengan adanya perlakuan yang adil bagi semua pihak yang terlibat dan pemberian kesempatan kepada seluruh pihak untuk memberikan masukan dan pendapat bagi kepentingan lembaga. (Tahliani, 2019)

Hasil dari penelitian ini relevan dengan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Sudardi Waluyo, dkk (2015) dan Santi Aprilianti (2015) dimana hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya pengaruh positif dan signifikan antara biaya promosi terhadap *fundraising* lembaga amil zakat.

Kesimpulan akhir menunjukkan bahwa variabel biaya promosi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *fundraising* pada lembaga amil zakat

nasional. Hal ini didukung oleh hasil olah data yang telah diolah dalam penelitian, sesuai dengan hasil olah data menyatakan bahwa adanya pengaruh yang signifikan,

#### **4.3.2 Pengaruh Tingkat Inflasi Terhadap *Fundraising* Pada Lembaga Amil Zakat Nasional**

Hasil analisis data menunjukkan bahwa variabel tingkat inflasi terhadap *fundraising* menunjukkan nilai probabilitas signifikan sebesar 0.0224. nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 atau  $0.0224 < 0,05$  dan nilai t hitung sebesar -2.422257 dengan probabilitas sebesar 0.0224. Jika dibandingkan dengan t table 2,04840 maka t hitung  $-2.422257 < t$  tabel 2,04840. Hal ini disimpulkan bahwa tingkat inflasi tidak berpengaruh signifikan terhadap *fundraising* pada Lembaga Amil Zakat Nasional.

Bank Indonesia menyatakan bahwa inflasi merupakan kenaikan harga barang dan jasa secara umum serta terus menerus dari waktu ke waktu. Kenaikan harga hanya satu atau dua barang tidak dapat diklaim sebagai inflasi kecuali jika kenaikan itu meluas atau mengakibatkan kenaikan harga barang lain. Antomin dari inflasi disebut dengan deflasi.

Hubungan antara inflasi dan *fundraising* pada lembaga amil zakat dilatarbelakangi dampak terjadinya inflasi. Dampak inflasi menyebar secara menyeluruh dibidang perekonomian. Salah satunya adalah menurunkan tingkat pendapatan dan harga kebutuhan masyarakat menjadi meningkat. Sehingga hal ini juga akan mempengaruhi kemampuan seseorang untuk membayar zakat, sebab pada umumnya masyarakat akan mendahulukan kepentingan konsumtif. (Novitasari & Rosyidi, 2019)

Kendati demikian, fakta menunjukkan bahwa meskipun tingkat inflasi mengalami peningkatan, beberapa lembaga dalam kurun waktu tertentu berkenaan dengan penerimaan dana lembaga (*fundraising*) tidak mengalami penurunan, justru jumlahnya meningkat dari tahun sebelumnya. Begitupun sebaliknya, meskipun tingkat inflasi mengalami penurunan akan tetapi beberapa lembaga yang diteliti juga mengalami penurunan pada jumlah *fundraising*nya.

Berdasarkan data yang diperoleh peneliti, nilai inflasi pada tahun 2017 ke 2018 mengalami penurunan sebesar 0.48, akan tetapi pada *fundraising* Rumah Zakat mengalami penurunan dana sebesar Rp31.526.933.045. Hal ini terjadi juga pada *fundraising* Dompot Dhuafa Republika, dimana penurunan inflasi pada tahun 2019-2020 sebesar 1.03, nilai penerimaan lembaga ikut turun dengan selisih jumlah dana Rp26.360.704.837.

Selanjutnya berkenaan dengan peningkatan *fundraising* lembaga yang diiringi dengan peningkatan inflasi sebesar 0,19 pada tahun 2020-2021 terjadi pada lima lembaga yang diteliti, diantaranya: Rumah Zakat dengan peningkatan *fundraising* sebesar Rp14.303.824.361, Dompot Dhuafa Republika dengan peningkatan *fundraising* sebesar Rp15.798.897.705, LAZISMU dengan peningkatan *fundraising* sebesar Rp168.497.108.713, Rumah Yatim Arrohman dengan peningkatan *fundraising* sebesar Rp20.022.472.376, dan Griya Yatim & Dhuafa dengan peningkatan *fundraising* sebesar Rp4.835.247.716

Berkenaan dengan penjabaran diatas, meskipun nilai inflasi mengalami kenaikan akan tetapi jumlah *fundraising* 5 dari 6 lembaga yang diteliti justru mengalami peningkatan. Artinya, meskipun inflasi mengakibatkan harga barang

dan jasa mengalami kenaikan, amalan berzakat, berinfaq, dan bersedekah sudah menginternalisasi dengan masyarakat Indonesia. Hal ini berkaitan dengan teori religiusitas.

Mayasari (2014), religiusitas adalah bentuk hubungan manusia dengan penciptanya melalui ajaran agama yang telah dihayati dalam diri seseorang dan tercermin dalam sikap serta perilaku seseorang dikehidupan sehari-harinya. Zakat merupakan harta yang wajib dikeluarkan oleh umat Islam apabila telah memenuhi syaratnya. Sedang hukum infak dan sedekah adalah sunnah.

Ketiga amalan ini merupakan sebuah gerakan kepedulian sesama mahluk sekaligus sebagai upaya beribadah dan berhubungan dengan penciptanya. Zakat dan infak berupa pemberian harta, sedangkan sedekah tidak selalu tentang harta. Sedekah bisa diwujudkan dengan pemberian pertolongan, senyuman, pemberian maaf, beribadah, dan bentuk amalan baik lainnya. Apabila seseorang tidak dapat bersedekah melalui harta, maka ia dapat mengamalkan sholat dhuha, sebab sholat dhuha juga bernilai sedekah.

Kepedulian yang terbentuk dari religiusitas ini menggerakkan masyarakat untuk melakukan filantropi. Sehingga dapat dilihat perbandingan antara nilai inflasi dengan *fundraising* lembaga amil zakat nasional bahwa masyarakat Indonesia memiliki rasa kepedulian tinggi. Fakta ini diperkuat dengan penobatan Indonesia sebagai negara paling dermawan di dunia pada dua tahun berturut berdasarkan *Charities Aid Foundation (CAF) World Giving Index 2021 & 2022*.

Sehingga berdasarkan penjabaran diatas, dapat dikatakan bahwa naik atau turunnya tingkat inflasi di Indonesia tidak mempengaruhi penerimaan dana atau

*fundraising* lembaga amil zakat nasional dalam kurun waktu 5 tahun. Hasil dari penelitian ini relevan dengan penelitian oleh Intan Pratiwi (2019) dan Rio Budi Dwitama (2016). Dimana dari hasil penelitian keduanya menunjukkan bahwa Tingkat Inflasi berpengaruh negatif atau tidak signifikan terhadap *fundraising* pada lembaga amil zakat.

Kesimpulan akhir menunjukkan bahwa variabel inflasi memiliki pengaruh negatif atau tidak signifikan terhadap *fundraising* pada lembaga amil zakat nasional. Hal ini didukung oleh hasil olah data yang telah diolah dalam penelitian, sesuai dengan hasil olah data menyatakan bahwa hasil negatif dan sehingga tidak memiliki pengaruh yang signifikan.

## BAB V

### KESIMPULAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Biaya Promosi berpengaruh positif terhadap *fundraising* lembaga amil zakat nasional. Berdasarkan hasil uji t, diketahui bahwa t hitung sebesar  $3.287576 > t$  tabel sebesar  $2.048407$ , berdasarkan hasil ini maka dinyatakan bahwa adanya signifikansi hubungan antara pengaruh biaya promosi terhadap *fundraising* lembaga amil zakat nasional.
2. Tingkat Inflasi berpengaruh negatif terhadap *fundraising* lembaga amil zakat nasional. Berdasarkan hasil uji t, diketahui bahwa t hitung tingkat inflasi sebesar  $-2.422257 < t$  tabel sebesar  $2.048407$ , berdasarkan hasil ini maka dinyatakan bahwa tidak ada signifikansi hubungan antara pengaruh tingkat inflasi terhadap *fundraising* lembaga amil zakat nasional.

#### 5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas dan pembahasan yang telah dipaparkan dalam bab empat, maka saran dari penulis sebagai berikut :

##### 5.2.1 Bagi Lembaga Amil Zakat

Hasil kinerja keuangan yang baik merupakan hal yang wajib dipertahankan oleh Lembaga Amil Zakat. Berdasarkan penjabaran pada penelitian ini, Lembaga Amil Zakat diharapkan:

- a. Mengingat potensi penerimaan Zakat , Infak, dan Sedekah (ZIS) di Indonesia sangat besar, diharapkan Lembaga Amil Zakat dapat meningkatkan manajemen penerimaan supaya penyaluran dana semakin optimal.
- b. Diharapkan Lembaga Amil Zakat dapat secara konsisten mempublikasi Laporan Keuangan dan mengunggah di laman web supaya memudahkan masyarakat dalam memperoleh informasi dan dapat dijadikan sebagai pengembangan penelitian oleh pihak akademisi.

#### 5.2.2 Bagi Akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan ide pengembangan penelitian serta memberikan kontribusi pada pengembangan ilmu manajemen dan keuangan selanjutnya yang fokus membahas penelitian mengenai lembaga amil zakat.

Peneliti berharap penelitian selanjutnya dapat menambah objek penelitian, baik dengan menambahkan sampel lembaga maupun jumlah laporan keuangan tahunan, dan sampel penelitian semakin meluas tidak hanya pada Lembaga Amil Zakat Nasional saja namun juga pada Lembaga Amil Zakat Provinsi dan Kabupaten.

## DAFTAR PUSTAKA

- Afendi, A. (2018). Pengaruh Variabel Makroekonomi Terhadap Jumlah Penerimaan Zakat di Badan Amil Zakat Nasional (Baznas) Pusat Tahun 2012 – 2016. *Muqtasid: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 9(1), 54. <https://doi.org/10.18326/muqtasid.v9i1.54-69>
- Ahmad, Z. A., & Rusdianto, R. (2018). The Analysis of Amil Zakat Institution/Lembaga Amil Zakat (LAZ) Accountability toward Public Satisfaction and Trust. *Muqtasid: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 9(2), 109. <https://doi.org/10.18326/muqtasid.v9i2.109-119>
- Al-Azhar Peduli. (n.d.-a). *Al - Azhar Peduli*. Al - Azhar Peduli. Retrieved April 5, 2023, from <https://www.alazharpeduli.or.id/>
- Al-Azhar Peduli. (n.d.-b). *Sejarah Singkat Al - Azhar Peduli*. Al - Azhar Peduli. Retrieved April 5, 2023, from <https://alazharpeduli.or.id/sejarah>
- Alma, Buchari. (2018). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Amri, M. (2022). Komparasi Kinerja Lembaga Amil Zakat Sebelum Dan Di Masa Pandemi Covid-19. *Journal of Islamic Philanthropy and Disaster (JOIPAD)*, 2(1), 1–22. <https://doi.org/10.21154/joipad.v2i1.4500>
- Ardani, R., Kosim, A., & Yuniartie, E. (2019). Analisis Kinerja Lembaga Amil Zakat Pada Badan Amil Zakat Nasional (Baznas) Kabupaten Ogan Ilir Dengan Metode Indonesia Magnificence Zakat (Imz). *Akuntabilitas*, 13(1), 19–32. <https://doi.org/10.29259/ja.v13i1.9526>
- Auliani, F., Setiawan, I., & Kristianingsih, K. (2022). Dampak Kinerja Keuangan Lembaga Zakat Terhadap Tingkat Kemiskinan Melalui Penyaluran Zakat. *Journal of Applied Islamic Economics and Finance*, 2(2), 317–324. <https://doi.org/10.35313/jaief.v2i2.2964>
- Ayu, D. (2017). *Analisis Pengaruh Reputasi Organisasi dan Kinerja Keuangan Terhadap Kontribusi Organisasi Nirlaba*. Universitas Diponegoro.
- Badan Pusat Statistik Indonesia. (n.d.). *Inflasi*. <https://www.bps.go.id/subject/3/inflasi.html#subjekViewTab1>
- Bastiar, Y., & Bahri, E. S. (2019). Model Pengukuran Kinerja Lembaga Zakat di Indonesia. *ZISWAF: Jurnal Zakat Dan Wakaf*, 6(1), 43. <https://doi.org/10.21043/ziswaf.v1i1.5609>
- Baznas. (2015). *Fiqh Zakat Indonesia (II)*.
- Baznas RI. (n.d.). *8 Asnaf yang Menerima Manfaat Zakat*. Retrieved January 14, 2023, from <https://baznas.go.id/asnaf>
- BAZNAS. (2019). Laporan Kinerja Badan Amil Zakat Nasional Tahun 2020. *Laporan*, 53(9), 1689–1699. [www.baznas.go.id](http://www.baznas.go.id)

- Cholid Narbuko, A. A. (1999). *Metodologi Penelitian*. Bumi Aksara
- Dewi Utari, Ari Purwanti, D. P. (2014). *Manajemen Keuangan : Kajian Praktik dan Teori dalam Mengelola Keuangan*. Mitra Wacana Media.
- Dwitama, R. B., & Widiastuti, T. (2017). Pengaruh Indikator Makro Ekonomi: Infasi Dan Nilai Tukar Rupiah Terhadap Jumlah Zakat Terkumpul Di Lembaga Amil Zakat Dompot Dhuafa Periode 1997-2013. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, 3(7), 584. <https://doi.org/10.20473/vol3iss20167pp584-599>
- Elvira, R. (2022). *Pengukuran Kinerja Pengelolaan Zakat Nasional menggunakan Indeks Zakat Nasional ( IZN ) 2 . 0 dan Dampaknya terhadap Pengentasan Kemiskinan di Indonesia Periode 2021 Rini Elvira A . Pendahuluan Pembukaan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun. 5(2)*
- Firdaningsih, F., Wahyudi, M. S., & Hakim, R. (2019). Delapan Golongan Penerima Zakat Analisis Teks Dan Konteks. *Equilibrium: Jurnal Ekonomi Syariah*, 7(2), 316. <https://doi.org/10.21043/equilibrium.v7i2.5843>
- Firmansyah, Nurasyiah, A., Muzakki, M. K., & Hardiansyah, R. (2021). The impact of inflation on zakah. *Cartographic Journal*, 4(1), 85–88. <https://doi.org/10.1179/caj.1976.13.1.85>
- Griya Yatim & Dhuafa. (n.d.-b). *Profil Griya Yatim dan Duafa*. Griya Yatim & Dhuafa. Retrieved April 5, 2023, from <https://griyayatim.com/profil-gyd/>
- Indonesia, B. (n.d.-a). *Inflasi*. Bank Indonesia. <https://www.bi.go.id/id/fungsi-utama/moneter/inflasi/default.aspx>
- Indonesia, B. P. S. (2020). *Jumlah Tingkat Kemiskinan 2009 - 2020*. Bps.Go.Id. <https://jogjakota.bps.go.id/indicator/154/101/1/jumlah.html>
- Islamiyati, D., & Hany, I. H. (2021). Pengaruh Inflasi, Indeks Produksi Industri dan Kurs terhadap Penghimpunan Zakat, Infaq dan Sedekah. *Telaah Bisnis*, 20(2), 25. <https://doi.org/10.35917/tb.v20i2.167>
- Jonaidi, A. (2012). Analisis Pertumbuhan Ekonomi Dan Kemiskinan. *Kajian Ekonomi*, 1(April), 140–164.
- Juwaini, A. (2005). *Panduan Direct Mail untuk Fundraising* (Piramedia (ed.)). Piramedia.
- Kotler, P. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Terjemahan: Warnadi, & Triyono, A. Yogyakarta: Deepublish (Grup Penerbitan cv. Budi Utama)
- Kusmayadi, D., Rudiana, D., & Badruzaman, J. (2015). *Good corporate governance* (Irman Firmansyah (ed.); Issue September 2015). LPPM Universitas Siliwangi.
- Lazismu. (2021). Laporan Tahunan Lazismu 2020, Filantropi Islam, Krisis dan Ketahanan Hidup Di Era Pandemi Covid-19. In *Lazsimu.Org*.

- Madjid, R. (1997). *Kemoderenan dan Ke-Indonesiaan*. Mizan Pustaka.
- Mangkunegara, A. P., & Prabu, A. (2006). Perencanaan dan pengembangan manajemen sumber daya manusia. *PT Refika Aditama*
- Mangunjiwa, Y. B. (1968). *Menumbuhkan Sikap Religiusitas Anak*. Gramedia
- Mayasari, R. (2014). Religiusitas Islam dan Kebahagiaan (Sebuah Telaah dengan Perspektif Psikologi). *Al-Munzir*, 7(2).
- Mubtadi, N. A. (2019). Analysis of Islamic Accountability and Islamic Governance in Zakat Institution. *Hasanuddin Economics and Business Review*, 3(1), 1. <https://doi.org/10.26487/hebr.v3i1.1544>
- Muchlisin Riadi. (2019). *Good Corporate Governance (GCG)*. Kajianpustaka.Com. <https://www.kajianpustaka.com/2019/11/good-corporate-governance-gcg.html>
- Mulyadi. 2015. Akuntansi Biaya Edisi ke 5. Yogyakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN
- Novitasari, K., & Rosyidi, S. (2019). Jumlah Dana Zakat Dan Faktor-Faktor Makroekonomi Yang Mempengaruhinya. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, 5(9), 743. <https://doi.org/10.20473/vol5iss20189pp743-758>
- PPID BAZNAS RI. (n.d.). *LAZ Resmi Nasional/Provinsi/Kab.Kota*. Retrieved October 30, 2022, from <https://pid.baznas.go.id/laz-kab-kota/>
- Priyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Zifatama Publishing.
- Pratiwi, I. (2019). Analisis Pengaruh Inflasi, Nilai Tukar Rupiah dan Jumlah Penduduk Terhadap Penghimpunan Dana Zakat Infaq dan Shadaqah(ZIS) di Indonesia Tahun 2003-2015. *Publikasi Ilmiah*, 1–15
- PT. INDOFARMA, Tbk TAHUN 2011 – 2018. *Motivasi Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 5(2), 859–870.
- Pusat, P. (2018). *Peraturan Menteri Sosial Republik Indonesia Nomor 1 Tahun 2018 Tentang Program Keluarga Harapan* (Vol. 63, Issue 2). [http://forschungsunion.de/pdf/industrie\\_4\\_0\\_umsetzungsempfehlungen.pdf%0Ahttps://www.dfki.de/fileadmin/user\\_upload/import/9744\\_171012-KI-Gipfelpapier-online.pdf%0Ahttps://www.bitkom.org/sites/default/files/pdf/Presse/Anhaenge-an-PIs/2018/180607-Bitkom](http://forschungsunion.de/pdf/industrie_4_0_umsetzungsempfehlungen.pdf%0Ahttps://www.dfki.de/fileadmin/user_upload/import/9744_171012-KI-Gipfelpapier-online.pdf%0Ahttps://www.bitkom.org/sites/default/files/pdf/Presse/Anhaenge-an-PIs/2018/180607-Bitkom)
- Putriani, Y. (2011). Pengaruh Biaya Promosi, Tipe Kantor Akuntan Publik, dan Pembangunan Asset Publik Terhadap Penerimaan Infak, Sedekah, dan Wakaf (Penelitian pada Lembaga Amil Zakat Nasional). *Phys. Rev. E*. <http://www.ainfo.inia.uy/digital/bitstream/item/7130/1/LUZARDO-BUIATRIA-2017.pdf>

- Rahayu, A., Harto, P. P., & Bahri, E. S. (2021). The Impact of Macroeconomic Indicators on Zakah Receipt during the Covid-19 Pandemic Era. *Falah: Jurnal Ekonomi Syariah*, 6(2), 60–74. <https://doi.org/10.22219/jes.v6i1.16394>
- Republika, Y. D. D. (2021). *Laporan Tahunan Dompot Dhuafa Replubika “Berbagi Inspirasi, Kolaborasi Membangun Negeri.”*
- Rindang Ayu. (2020). *Proporsi dan Hak Amil dalam Pengelolaan Dana Zakat*. Kompasiana. <https://thr.kompasiana.com/rindangayu/5ec317ecd541df08184eaa2/proporsi-dan-hak-amil-dalam-pengelolaan-dana-zakat?page=3>
- Sawir, A. (2005). Analisis kinerja keuangan dan perencanaan keuangan perusahaan. Jakarta : Gramedia Pustaka.
- Simanjuntak, Payaman J. 2011, Manajemen dan Evaluasi Kinerja, Jakarta, Lembaga Penerbit FE UI.
- Sugiyono (2015). Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods). Bandung: Alfabeta.
- Suharsimi arikunto. (2002) Prosedur Penelitian (suatu pendekatan praktek) Edisi Revisi V. Jakarta : Rineka Cipta.
- Susilawati, N. (2018). Analisis Model Fundraising Zakat, Infak, dan Sedekah di Lembaga Zakat. *Al-Intaj*, 6(1), 1–8. <http://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1120700020921110%0Ahttps://doi.org/10.1016/j.reuma.2018.06.001%0Ahttps://doi.org/10.1016/j.arth.2018.03.044%0Ahttps://reader.elsevier.com/reader/sd/pii/S1063458420300078?token=C039B8B13922A2079230DC9AF11A333E295FCD8>
- Tahliani, H. (2019). Good Governance Di Lembaga Pengelola Zakat. *Syar'ie*, 109–128. <https://stai-binamadani.e-journal.id/Syarie/article/download/99/77>
- Thontowi, A. (2003). *Hakekat Religiusitas*.
- Thouless, R. . (2000). *Pengantar Psikologi Agama (terjemahan)*. PT Raja Grafindo Persada.
- Trimu Yulianto. (n.d.). *Memahami Kembali Strategi Pengentasan Kemiskinan Di Indonesia*. Kemenkeu RI. Retrieved November 10, 2022, from <https://djpb.kemenkeu.go.id/kanwil/sulteng/id/data-publikasi/berita-terbaru/2830-memahami-kembali-strategi-pengentasan-kemiskinan-di-indonesia-sebagai-sumber-penerimaan-negara.html>
- Undang - Undang Republik Indonesia Nomor 23 Tahun 2011 Tentang Pengelolaan Zakat, 2 (2011).

- Utami, P., Suryanto, T., Nasor, M., & Ghofur, R. A. (2020). The Effect Digitalization Zakat Payment Against Potential of Zakat Acceptance in National Amil Zakat Agency. *Iqtishadia*, 13(2), 216. <https://doi.org/10.21043/iqtishadia.v13i2.7809>
- Waluyo, S., Bahri, E. S., & Yani, E. A. (2015). *Pengaruh Promosi terhadap Perolehan Dana Zakat , Infaq , dan Shadaqah ( Studi Kasus Pada Yayasan Imdadt Mustadh'afin)*. January 2015.
- Wardayanti , Siti Maria dan Siska Putri Imaroh, 2015, Analisis Pengendalian Intern COSO Pada Pengelolaan Dana Zakat, Infaq dam Shadaqah (ZIS) , Journal of Social and Science Religion Vol.22 hal 227-238
- Widiastuti, T., Soeroto, W. M., Zaki, I., & Herianingrum, S. (2019). *HANDBOOK ZAKAT* (Issue June). Airlangga University Press.
- Widodo, Hertanto dan Teten Kustiawan, 2001, Akuntansi dan Manajemen Keuangan Untuk Organisasi Pengelola Zakat, Institut Manajemen Zakat
- Widyanata, F., Nasirun, N., & Kusumawardani, M. (2022). Institutional Performance of The Amil Zakat Institution in Palembang City: National Zakat Index (NZI) Approach. *Al-Uqud : Journal of Islamic Economics*, 6(1), 149–169. <https://doi.org/10.26740/aluqud.v6n1.p149-169>
- Zakat, W. I. (n.d.). *Tabel Perbedaan Zakat, Infaq, dan Sedekah*. Wahdah Inspirasi Zakat. Retrieved January 9, 2023, from <https://wiz.or.id/tabel-perbedaan-zakat-infaq-dan-sedekah/>

## DAFTAR LAMPIRAN

### Lampiran 1

#### Jadwal Penelitian

No	Bulan	Januari				Februari				Maret				April				Mei			
	Kegiatan	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Penyusunan Proposal	X	X	X	X																
2	Konsultasi	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
3	Revisi Proposal					X	X														
4	Pengumpulan Data							X	X	X											
5	Analisis Data									X	X	X									
6	Penulisan Akhir Naskah Skripsi													X	X	X					
7	Pendaftaran Munaqasah															X					
8	Munaqasah																	X			
9	Revisi Skripsi																		X	X	X

## Lampiran 2

## Data Penelitian

Cross Section	Periode	Biaya Promosi	Nilai Inflasi	<i>FUNDRAISING</i>
		X1	X2	Y
Rumah Zakat	2017	3421412398	3.61	240991425763
	2018	4129019234	3.13	209464492718
	2019	4079683688	2.71	265180187882
	2020	4503294757	1.68	295475205203
	2021	4105728293	1.87	309779029564
Dompot Dhuafa	2017	9024835458	3.61	208012152185
	2018	14050465000	3.13	218864769513
	2019	3889366507	2.71	310992819799
	2020	4171151445	1.68	284632114962
	2021	1359676267	1.87	300431012667
LAZISMU	2017	584115391	3.61	40794092605
	2018	684641785	3.13	75200256612
	2019	1734727892	2.71	116145249319
	2020	1739291820	1.68	156910956015
	2021	3877515738	1.87	325408064728
Rumah Yatim Arrohman	2017	3399198569	3.61	89467706748
	2018	4901056955	3.13	120505531455
	2019	6579907222	2.71	169232435356
	2020	6676309302	1.68	186387372862
	2021	4865879958	1.87	206409845238
AL – Azhar	2017	700002700	3.61	43464539003
	2018	504333000	3.13	48939959880
	2019	390924000	2.71	51459591271
	2020	9369900	1.68	54754491321
	2021	140040000	1.87	53400109434
Griya Yatim & Dhuafa	2017	1188735464	3.61	26469269201
	2018	4866744464	3.13	30902490998
	2019	1453315831	2.71	37747586657
	2020	969928394	1.68	41336810574
	2021	1428665369	1.87	46172058290

### Lampiran 3

#### Hasil Output Deskriptif

	X1	X2
Mean	3.31E+09	2.600000
Median	3.41E+09	2.710000
Maximum	1.41E+10	3.610000
Minimum	9369900.	1.680000
Std. Dev.	3.03E+09	0.746357
Skewness	1.624980	0.006481
Kurtosis	6.437172	1.462288
Jarque-Bera	27.97048	2.955907
Probability	0.000001	0.228104
Sum	9.94E+10	78.00000
Sum Sq. Dev.	2.66E+20	16.15440
Observations	30	30

### Lampiran 4

#### Hasil Regresi Common Effect Model

Redundant Fixed Effects Tests

Equation: Untitled

Test cross-section fixed effects

Effects Test	Statistic	d.f.	Prob.
Cross-section F	6.183544	(5,22)	0.0010
Cross-section Chi-square	26.330873	5	0.0001

Cross-section fixed effects test equation:

Dependent Variable: Y

Method: Panel Least Squares

Date: 05/23/23 Time: 20:52

Sample: 2017 2021

Periods included: 5

Cross-sections included: 6

Total panel (balanced) observations: 30

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	2.25E+11	6.02E+10	3.735604	0.0009
X1	17.84508	5.428038	3.287576	0.0028
X2	-5.34E+10	2.20E+10	-2.422257	0.0224
R-squared	0.357055	Mean dependent var	1.45E+11	
Adjusted R-squared	0.309430	S.D. dependent var	1.06E+11	
S.E. of regression	8.80E+10	Akaike info criterion	53.33276	
Sum squared resid	2.09E+23	Schwarz criterion	53.47288	
Log likelihood	-796.9913	Hannan-Quinn criter.	53.37758	
F-statistic	7.497145	Durbin-Watson stat	1.297239	
Prob(F-statistic)	0.002572			

## Lampiran 5

### Hasil Output Random Effect

Correlated Random Effects - Hausman Test

Equation: Untitled

Test cross-section random effects

Test Summary	Chi-Sq. Statistic	Chi-Sq. d.f.	Prob.
Cross-section random	0.000000	2	1.0000

\* Cross-section test variance is invalid. Hausman statistic set to zero.

Cross-section random effects test comparisons:

Variable	Fixed	Random	Var(Diff.)	Prob.
X1	2.125635	8.574928	6.864183	0.0138
	-	-	159880303	
	458007311	489132727	383353760	
X2	39.421176	04.738624	0	0.0138

Cross-section random effects test equation:

Dependent Variable: Y

Method: Panel Least Squares

Date: 05/23/23 Time: 20:53

Sample: 2017 2021

Periods included: 5  
 Cross-sections included: 6  
 Total panel (balanced) observations: 30

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	2.57E+11	4.38E+10	5.871278	0.0000
X1	2.125635	5.635938	0.377157	0.7097
X2	-4.58E+10	1.59E+10	-2.886599	0.0086

#### Effects Specification

Cross-section fixed (dummy variables)

R-squared	0.732702	Mean dependent var	1.45E+11
Adjusted R-squared	0.647653	S.D. dependent var	1.06E+11
S.E. of regression	6.28E+10	Akaike info criterion	52.78839
Sum squared resid	8.68E+22	Schwarz criterion	53.16205
Log likelihood	-783.8259	Hannan-Quinn criter.	52.90793
F-statistic	8.615037	Durbin-Watson stat	2.157474
Prob(F-statistic)	0.000043		

## Lampiran 6

### Hasil Output Lagrange Multiplier (LM)

Lagrange multiplier (LM) test for panel data

Date: 05/23/23 Time: 20:05

Sample: 2017 2021

Total panel observations: 30

Probability in ()

Null (no rand. effect) Alternative	Cross-section	Period	Both
	One-sided	One-sided	
Breusch-Pagan	5.277055 (0.0216)	0.805255 (0.3695)	6.082310 (0.0137)
Honda	2.297184 (0.0108)	-0.897360 (0.8152)	0.989825 (0.1611)
King-Wu	2.297184 (0.0108)	-0.897360 (0.8152)	0.862603 (0.1942)
GHM	-- --	-- --	5.277055 (0.0287)

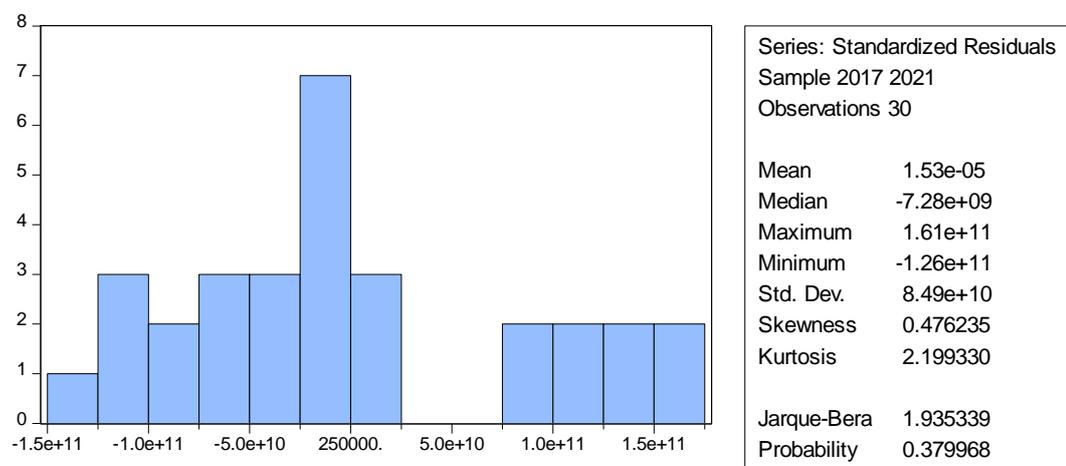
## Lampiran 7

### Hasil Output Multikolinieritas

	X1	X2
X1	1	0.1188581031653173
X2	0.1188581031653173	1

## Lampiran 8

### Hasil Uji Normalitas



## Lampiran 9

### Hasil Uji Heteroskedastisitas

Dependent Variable: RESABS

Method: Panel Least Squares

Date: 05/23/23 Time: 21:16

Sample: 2017 2021

Periods included: 5

Cross-sections included: 6

Total panel (balanced) observations: 30

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	1.21E+11	3.42E+10	3.536768	0.0015
X1	2.855120	3.085437	0.925353	0.3630
X2	-2.48E+10	1.25E+10	-1.980148	0.0580
R-squared	0.140234	Mean dependent var	6.59E+10	
Adjusted R-squared	0.076548	S.D. dependent var	5.20E+10	
S.E. of regression	5.00E+10	Akaike info criterion	52.20299	
Sum squared resid	6.75E+22	Schwarz criterion	52.34311	

Log likelihood	-780.0448	Hannan-Quinn criter.	52.24781
F-statistic	2.201952	Durbin-Watson stat	1.186290
Prob(F-statistic)	0.130056		

## Lampiran 10

### Hasil Uji Auto Kolerasi

Dependent Variable: Y

Method: Panel EGLS (Cross-section random effects)

Date: 05/23/23 Time: 21:19

Sample: 2017 2021

Periods included: 5

Cross-sections included: 6

Total panel (balanced) observations: 30

Swamy and Arora estimator of component variances

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	2.44E+11	4.78E+10	5.097420	0.0000
X1	8.574928	4.989951	1.718439	0.0972
X2	-4.89E+10	1.58E+10	-3.092603	0.0046

#### Effects Specification

	S.D.	Rho
Cross-section random	4.90E+10	0.3779
Idiosyncratic random	6.28E+10	0.6221

#### Weighted Statistics

R-squared	0.258174	Mean dependent var	7.22E+10
Adjusted R-squared	0.203224	S.D. dependent var	7.67E+10
S.E. of regression	6.85E+10	Sum squared resid	1.27E+23
F-statistic	4.698341	Durbin-Watson stat	1.649418
Prob(F-statistic)	0.017745		

#### Unweighted Statistics

R-squared	0.287601	Mean dependent var	1.45E+11
Sum squared resid	2.31E+23	Durbin-Watson stat	0.901855

## Lampiran 11

### Hasil Uji T

Dependent Variable: Y  
 Method: Panel Least Squares  
 Date: 05/23/23 Time: 21:28  
 Sample: 2017 2021  
 Periods included: 5  
 Cross-sections included: 6  
 Total panel (balanced) observations: 30

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	2.25E+11	6.02E+10	3.735604	0.0009
X1	17.84508	5.428038	3.287576	0.0028
X2	-5.34E+10	2.20E+10	-2.422257	0.0224
R-squared	0.357055	Mean dependent var	1.45E+11	
Adjusted R-squared	0.309430	S.D. dependent var	1.06E+11	
S.E. of regression	8.80E+10	Akaike info criterion	53.33276	
Sum squared resid	2.09E+23	Schwarz criterion	53.47288	
Log likelihood	-796.9913	Hannan-Quinn criter.	53.37758	
F-statistic	7.497145	Durbin-Watson stat	1.297239	
Prob(F-statistic)	0.002572			

## Lampiran 12

### Hasil Uji F

R-squared	0.357055
Adjusted R-squared	0.309430
S.E. of regression	8.80E+10
Sum squared resid	2.09E+23
Log likelihood	-796.9913
F-statistic	7.497145
Prob(F-statistic)	0.002572

### Lampiran 13

#### Hasil Uji R

R-squared	0.357055
Adjusted R-squared	0.309430
S.E. of regression	8.80E+10
Sum squared resid	2.09E+23
Log likelihood	-796.9913
F-statistic	7.497145
Prob(F-statistic)	0.002572

### Lampiran 14

#### Output Regresi Data Panel`

Dependent Variable: Y  
 Method: Panel Least Squares  
 Date: 05/23/23 Time: 22:33  
 Sample: 2017 2021  
 Periods included: 5  
 Cross-sections included: 6  
 Total panel (balanced) observations: 30

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	2.25E+11	6.02E+10	3.735604	0.0009
X1	17.84508	5.428038	3.287576	0.0028
X2	-5.34E+10	2.20E+10	-2.422257	0.0224
R-squared	0.357055	Mean dependent var	1.45E+11	
Adjusted R-squared	0.309430	S.D. dependent var	1.06E+11	
S.E. of regression	8.80E+10	Akaike info criterion	53.33276	
Sum squared resid	2.09E+23	Schwarz criterion	53.47288	
Log likelihood	-796.9913	Hannan-Quinn criter.	53.37758	
F-statistic	7.497145	Durbin-Watson stat	1.297239	
Prob(F-statistic)	0.002572			

## Lampiran 15

### CAF World Giving Index full table

#### Ranking and scores

COUNTRY								
	RANKING	SCORE	RANKING	SCORE	RANKING	SCORE	RANKING	SCORE
Indonesia	1	68%	76	58%	1	84%	1	63%
Kenya	2	61%	7	77%	20	55%	2	52%
United States of America	3	59%	4	80%	9	61%	7	37%
Australia	4	55%	34	69%	6	64%	20	33%
New Zealand	5	54%	46	66%	10	61%	14	34%
Myanmar	6	52%	83	55%	2	73%	36	28%
Sierra Leone	7	51%	1	83%	76	27%	3	44%
Canada	8	51%	50	65%	13	59%	33	29%
Zambia	9	50%	18	74%	53	35%	4	43%
Ukraine	10	49%	13	75%	29	47%	54	24%
Ireland	11	49%	87	55%	14	59%	21	32%
Thailand	12	48%	58	64%	8	62%	75	19%
Czech Republic	13	48%	54	64%	21	55%	52	24%
Nigeria	14	48%	5	79%	73	29%	13	35%
United Arab Emirates	15	47%	48	65%	18	56%	70	21%
Poland	16	47%	45	66%	26	50%	45	25%
United Kingdom	17	47%	97	52%	5	65%	55	24%
Brazil	18	47%	11	76%	38	41%	48	25%
Guinea	19	47%	26	72%	52	35%	15	33%
Philippines	20	47%	15	75%	79	26%	6	39%
Argentina	21	47%	12	76%	56	33%	24	31%
Uganda	22	46%	8	77%	78	27%	12	35%
Iceland	23	46%	109	50%	4	67%	69	22%
Denmark	24	46%	74	60%	22	55%	61	23%
Mongolia	25	46%	107	50%	24	52%	11	36%
Honduras	26	46%	37	68%	47	36%	17	33%
Serbia	27	46%	39	68%	11	60%	116	9%
Jamaica	28	46%	3	80%	95	20%	9	36%
Netherlands	29	46%	114	43%	3	68%	43	26%

## **Lampiran 16**

### **Daftar Riwayat Hidup**

Nama : Dayyana Qothrun Nada  
Tempat, Tanggal Lahir : Jakarta, 30 Agustus 2001  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Agama : Islam  
Nama Ayah : Dadan Hikmat Gandana  
Nama Ibu : Dwi Astuti  
No. Handphone : 0813 2599 5910  
Email : dayyananada20@gmail.com

#### **Riwayat Pendidikan**

1. TK Darul Ilmi
2. SDN Padurenan VI
3. SMP Muhammadiyah Borobudur
4. SMK Muhammadiyah 1 Borobudur
5. UIN Raden Mas Said Surakarta

# Skripsi\_Dayyana\_Rev

## ORIGINALITY REPORT

<b>30%</b> SIMILARITY INDEX	<b>30%</b> INTERNET SOURCES	<b>20%</b> PUBLICATIONS	<b>18%</b> STUDENT PAPERS
--------------------------------	--------------------------------	----------------------------	------------------------------

## PRIMARY SOURCES

<b>1</b>	<a href="http://eprints.iain-surakarta.ac.id">eprints.iain-surakarta.ac.id</a> Internet Source	<b>5%</b>
<b>2</b>	<a href="http://www.bi.go.id">www.bi.go.id</a> Internet Source	<b>2%</b>
<b>3</b>	<a href="http://repository.radenintan.ac.id">repository.radenintan.ac.id</a> Internet Source	<b>2%</b>
<b>4</b>	<a href="http://www.scribd.com">www.scribd.com</a> Internet Source	<b>2%</b>

**58** Internet Source **<1%**

**59** Muh Juan Suam Toro, Hasim Hasim, M Amien Gunadi, Indah Piliyanti. "ZAKAT UNTUK SEKTOR PRODUKTIF: STUDI PADA ORGANISASI PENGELOLA ZAKAT DI SURAKARTA", INFERENSI, 2013  
Publication **<1%**

**60** Submitted to Universitas Jember  
Student Paper **<1%**

**61** [etheses.uinmataram.ac.id](http://etheses.uinmataram.ac.id)  
Internet Source **<1%**

**62** [lib.ibs.ac.id](http://lib.ibs.ac.id)  
Internet Source **<1%**

Exclude quotes  On  
Exclude bibliography  On

Exclude matches  < 20 words