

Lampiran 1

Kuesioner Penelitian

Assalamualaikum Warahmatullah Wabarakatuh

Bapak Ibu yang terhormat, saya adalah mahasiswa program Pasca Sarjana PSKTTI UI jurusan Ekonomi Syariah yang sedang melakukan penelitian tentang Lembaga Amil zakat sebagai tema tesis saya. Untuk hal tersebut saya mohon kerjasama dari Bapak/Ibu sekalian untuk kiranya dapat berpartisipasi dalam kuesioner yang saya buat sebagai data penelitian saya.

Kuesioner ini adalah kuisisioner untuk penelitian sehingga saya akan menjunjung tinggi prinsip penelitian dengan memakai data ini untuk riset saya secara obyektif. Identitas dari Bapak/Ibu sekalian akan dirahasiakan dan tidak ada jawaban yang salah

Untuk itu, saya mohon kepada bapak/ibu /dr/I agar memberikan jawaban dengan benar an obyektif, agar hasil dari penelitian ini dapat lebih akurat.

Atas kerjasama dan kesediaan menjawab kuisisioner ini, saya ucapkan terima kasih.

Ttd

Ahmad Jaelani

Data Pemetaan responden (Lingkari jawaban yang cocok)

1. Jenis kelamin : a. Laki-laki b. Perempuan
2. Usia : a. <25 b. 25 - 35 c. 35 - 45
d. 45 - 55 e. > 55
3. Pendidikan terakhir : a. SD - SLTP b. SLTA c. Diploma/S1
d. S2/S3
4. Status pekerjaan : a. PNS b. Pegawai swasta
c. Wiraswasta
d. Profesional
e. Ibu rumah tangga f. Mahasiswa
5. Berapakah penghasilan Bapak/Ibu/sdr perbulan:
a. < 1,5 juta
b. 1,5- 3 juta
c. 3 - 5 juta
d. >5 juta
6. Selain di RZI, dimanakah anda berzakat? (jawaban boleh dari 1)
a. Lembaga amil zakat formal
b. Masjid
c. Perseorangan
d. lainnya.....
7. Sudah berapa lamakah anda menjadi muzakki di lembaga yang anda pilih (RZI)?
a. < 1 tahun
b. 1- 2 tahun
c. 2-3tahun
d. >3 tahun
8. Pembayaran zakat anda dilakukan
a. perbulan
b. Per 3 bulan
c. Per 6 bulan

- d. Pertahun
- e. Lainnya.....
- 9. Jenis-jenis zakat apa sajakah yang anda bayarkan (boleh lebih dari 1)
 - a. Zakat fitrah
 - b. Zakat mal/harta
 - c. Zakat profesi
 - d. Zakat perdagangan
 - e. Zakat Pertanian
 - f. Zakat peternakan
 - e. Zakat barang temuan/hadiah

NO	PERNYATAAN	STS	TS	KS	S	SS
Variabel <i>Social Marketing</i>						
	Produk					
1	RZI mempunyai program-program zakat yang variatif, tepat guna, dan tepat sasaran					
2	RZI selalu melakukan inovasi dan perbaikan disetiap produk dan layanan					
	Harga					
3	RZI tidak memungut biaya apapun untuk pelayanan zakat					
	Distribusi					
4	Kantor-kantor RZI sudah tersebar diseluruh Indonesia					
5	Layanan jemput zakat memberikan kemudahan bagi muzakki untuk berzakat					
6	Layanan zakat dengan memanfaatkan teknologi (transfer, autodebet, m-banking, credit card) yang dilakukan oleh RZI memberikan kemudahan dalam berzakat					
	Promosi					
7	Promosi melalui iklan di televisi, media cetak dan radio yang dilakukan RZI efektif untuk memberikan informasi kepada masyarakat					
8	Keberadaan website RZI sangat membantu mempromosikan RZI					
9	RZI melakukan sosialisasi melalui kegiatan formal maupun non formal, seperti pengajian, kegiatan sponsorship, pameran					
Variabel Kualitas Pelayanan Rumah Zakat Indonesia (RZI)						
	Reliabilitas					
10	Prosedur penerimaan zakat di RZI telah sesuai dengan ketentuan berlaku					
11	Prosedur pemanfaatan zakat di RZI telah sesuai dengan ketentuan berlaku					
12	Pelayanan kepada muzakki mudah, cepat, dan					

	profesional						
	Responsiveness						
13	Petugas amil RZI memberikan informasi zakat yang cepat dan tepat						
14	Petugas amil RZI memberikan informasi, konsultasi zakat yang tepat dan mudah dimengerti						
15	Peran RZI dalam membantu mustahik sangat tanggap						
16	Peran RZI dalam membantu masyarakat yang kena bencana sangat tanggap						
	Assurance/Kepercayaan						
17	Amil zakat RZI mempunyai pengetahuan zakat yang cukup						
18	Amil zakat RZI amanah terhadap zakat yang saya titipkan						
19	RZI mengelola uang zakat yang saya bayarkan dengan baik dan benar						
20	RZI memberikan zakat yang dititipkan kepada mustahik yang tepat						
21	RZI adah LAZ yang berkembang dengan pesat						
22	RZI adalah lembaga amil zakat yang mempunyai kredibilitas yang tinggi						
23	Saya percaya kepada RZI sebagai LAZ tempat saya membayar zakat						
24	Amil zakat RZI menurut saya mempunyai moral yang baik						
25	RZI selalu transparan dalam hal pengelolaan zakat						
	EMPHATY						
26	Saya membayar zakat di RZI karena sangat mudah dan suasananya kekeluargaan						
27	Hubungan antara amil dan muzakki sangat baik						
28	Saya dilayani dengan tulus						
29	Saya bisa mendapatkan informasi yang saya butuhkan tentang zakat di RZI						
30	RZI selalau menjaga hubungan baik dengan muzakkinya						
31	RZI selalu mudah menerima masukan dari muzakki						
32	RZI selalu mencari terobosan baru dalam mengelola zakat						
	Tangible						
33	Ketika saya membayar langsung ke kantor/konter RZI saya merasa nyaman						
34	Kantor/konter RZI tertata sangat rapi						
35	Para amil zakat di RZI dapat berkomunikasi dengan baik, berpakaian rapi, dan penuh sopan santun.						
36	Kantor pelayanan RZI cukup representatif dan memenuhi standar kantor modern						
37	Fasilitas RZI untuk melayani mustahik seperti						

	ambulance mobil kesehatan, dokter dan perawat sudah cukup lengkap						
Variabel Keputusan Berzakat di RZI							
38	Saya Percaya sepenuhnya terhadap RZI						
39	Saya akan membayar zakat di RZI						
40	Saya akan membayar zakat di RZI walaupun banyak lembaga amil zakat lain						
41	Saya akan membayar zakat di RZI dibandingkan menyalurkan sendiri zakat saya						
42	Saya akan mengajak orang lain untuk membayar zakat di RZI						
43	Saya akan mensosialisasikan secara langsung atau tidak langsung tentang produk dan program zakat RZI						



Lampiran 2

COMPANY PROFILE RUMAH ZAKAT INDONESIA

Rumah Zakat Indonesia adalah sebuah lembaga swadaya masyarakat yang memfokuskan pada pengelolaan zakat, infaq, shodaqoh dan wakaf secara lebih profesional dengan menitikberatkan program pendidikan, kesehatan, pembinaan komunitas dan pemberdayaan ekonomi sebagai penyaluran program unggulan.

Memulai kiprahnya sejak Mei 1998 di Bandung, lembaga yang awalnya bernama Dompot Sosial Ummul Quro (DSUQ) dan dipelopori oleh Ustadz Abu Syauqi ini, semakin menguatkan eksistensinya sebagai lembaga amil zakat. Legalitas untuk melakukan ekspansi semakin kuat ketika lembaga ini telah mendapat sertifikasi pengukuhan sebagai lembaga amil zakat nasional berdasarkan SK Menteri Agama RI No. 157 pada tanggal 18 Maret 2003.

Semangat membumikan nilai spritualitas menjadi kesalehan sosial mbingkai gerak lembaga ini sebagai mediator antara nilai kepentingan muzakki dan mustahiq. Antara yang memberi dan menerima, antara para aghniya (orang kaya) dan mereka yang dhuafa sehingga kesenjangan sosial bisa semakin dikurangi jaraknya. Harmoni ini semakin hangat dengan dukungan para muzakki dan mitra lembaga. Merekalah yang menjadi tiang penyangga lembaga, selain tentu dukungan doa anak yatim dan para mustahiq yang menyuburkan gerakan sosial ini dilakukan.

Sembilan tahun sudah Rumah Zakat Indonesia berdiri menjadi jembatan harmoni antara para muzakki dan mustahik, menyambungkan empati dalam simpul pelayanan gratis hingga pemberdayaan. Atas rahmat Allah Yang Maha Kuasa, didukung simpati sobat zakat sekalian, Rumah Zakat Indonesia telah hadir di 24 jaringan kantor di 19 kota besar di Jawa dan Sumatera, 1 kantor perwakilan di Singapura. Dengan dukungan teknologi informasi, Alhamdulillah semua kantor (pusat-regional-cabang-kantor kas) telah terkoneksi secara online. Membuat pengelolaan lembaga lebih terintegrasi, transparan dan cepat.

Sebagai bentuk profesionalitas dan keamanan, Rumah Zakat Indonesia mengembangkan empat core/inti program, yaitu HealthCare, EduCare, EcoCare, dan YouthCare. Implementasi setiap core program pun diupayakan agar terarah, terpadu, dan terintegrasi di wilayah Integrated Community Development (ICD) yang tersebar di seluruh kantor dan jaringan Rumah Zakat Indonesia. Untuk setiap ICD dikelola oleh satu orang atau lebih Mustahik Relation Officer (MRO) yang tinggal di tengah-tengah masyarakat yang dibinanya sehingga pemantauan dan keberlangsungan program lebih terjaga.

Hingga November 2007 ini 53.404 donatur bergabung, 13,669 anak asuh tersantuni, 118.330 layanan kesehatan gratis dilaksanakan, 2.063 pedagang/wirausahawan kecil terbantu, ditunjang kehadiran 4 Rumah Bersalin Gratis, 2 Lembaga Keuangan Mikro Syariah "MOZAIK", 2 asrama yatim, 1

Sekolah Dasar Juara (sekolah gratis untuk yatim dan dhuafa), 32 armada mobil jenazah gratis, dengan 176 ICD yang siap memberdayakan komunitas. Sukses!

SEJARAH

1998

Abu Syaqui, salah satu tokoh da'i muda Bandung, bersama beberapa rekan di kelompok pengajian Majelis Ta'lim Ummul Quro sepakat membentuk lembaga sosial yang konsern pada bantuan kemanusiaan. 2 Juli 1998, terbentuklah organisasi bernama Dompot Sosial Ummul Quro (DSUQ). Sekretariat bertempat di Jl. Turangga 33 sekaligus sebagai tempat kajian. Jamaah pengajian semakin berkembang. Dipergunakanlah Masjid Al Manaar Jl. Puter Bandung sebagai tempat kajian rutin.

1999

Terjadi kerusuhan sosial dan konflik SARA pada pertengahan bulan Januari di Ambon dan Maluku Utara. Kasus tersebut mendorong DSUQ mulai memfokuskan kerja untuk rehabilitasi korban dan pengungsi konflik. Kantor sekretariat pindah ke Jl. Dederuk 30 Bandung. Mendekat ke forum pengajian di Masjid Al Manaar.

2000

Berkaca pada pengalaman menangani korban konflik dan kerusuhan di Ambon dan Maluku Utara, ternyata masyarakat memandang penting misi sosial ini diteruskan bahkan untuk kiprah yang lebih luas. Dirintislah program beasiswa pendidikan yatim dan dhuafa, layanan kesehatan, rehabilitasi masyarakat miskin kota, dll. Pemekaran mulai dilakukan dengan membuka kantor cabang Yogyakarta, Mei 2000 di Jl. Veteran 9. Cabang Bandung dipindah ke sekretariat awal di Jl. Turangga 33 Bandung

2001

Februari, Kantor cabang Jakarta resmi berdiri di Jl. Ekor Kuning Rawamangun, Jaktim

2002

Identitas lembaga sebagai lembaga amil zakat semakin dikuatkan. Kantor Cabang Jakarta pindah ke Jl. Taruna 43 Pulogadung

2003

DSUQ berubah nama menjadi Rumah Zakat Indonesia DSUQ seiring dengan turunnya SK Menteri Agama RI No. 157 pada tanggal 18 Maret 2003 yang mensertifikasi organisasi ini sebagai Lembaga Amil Zakat Nasional. Bulan Mei, Rumah Zakat Indonesia DSUQ hadir di ibukota Jawa Timur, Surabaya.

2004

Kantor cabang Tangerang berdiri. Ekspansi mulai melebar ke Sumatera dengan didirikannya kantor cabang Pekanbaru, Riau. Dimulainya pembangunan sistem Teknologi Informasi untuk peningkatan mutu pelayanan. Hampir seluruh kantor

cabang telah tersambung secara online. Website www.rumahzakat.org dirilis, menggantikan alamat situs sebelumnya di www.rumahzakat.net. Menguatkan branding lembaga dengan nama Rumah Zakat Indonesia

2005

Pertumbuhan cabang meningkat pesat. Kantor cabang Aceh, Medan, Padang, Palembang, Batam berdiri. Di Jawa, berdiri pula kantor cabang Semarang, ditambah jaringan kantor cabang pembantu di Bekasi, Bogor, Depok, Jakarta Selatan, Cirebon, Solo. Cabang Pekanbaru juga berekspansi dengan memiliki kantor cabang pembantu Duri dan Dumai. Sistem informasi lembaga mulai masuk ke jaringan on line. Mulai transaksi online, absensi on line, dan beberapa software keuangan.

2006

Regenerasi puncak pimpinan diestafetkan dari Ustadz Abu Syauqi beralih ke Virda Dimas Ekaputra. Babak sejarah baru ' *Transformation From Traditional Corporate to Professional Corporate* ' dimulai.

Dewan Pembina

- Abu Syauqi, Ketua
- Auliya Ramadhini
- Acep Lu'luidin
- Yayan Sutarna, SH

Ketua Dewan Pengawas Syariah

- DR.Setiawan Budi Utomo, LBB, LC., MM

Board Of Directors

- Virda Dimas Ekaputra, CEO
- Novi Ariyani, Direktur Keuangan dan HR

Head of Region

- Gilang Mahesa, Head of Region I
- Alfath, Head of Region II
- Aries Setyo Priono, Head of Region III

Corporate Secretary

- Yeti Hertati

Retail and Corporate Funding Support Department

- Vika Dwiyana, RCFS General Admin Div. Head
- Awal Purnama, Training and Development Div. Head

Marketing Support Department

- Muhammad Trieha, Marketing Support Dept. Head
- Edwin Burhanudin, Marketing Communication Div. Head
- Solih, Event and Multimedia Div. Head

Finance Department

- Catur Sawistri Rankuti, Finance Dept. Head

Human Resource Department

- Yayan Sumantri, Human Resource Dept. Head
- Ira Novita, Human Capital Manager

Information Technology Department

- Astri Kristiyanti, IT Department Dept. Head
- Dang Heppy Hermawan Apriadi, Infrastructure and Technology Div. Head

Program Department

- Azlia Sovni, Empowering Senior Manager
- Zarah Erlianty, Program Development Manager
- Pamungkas Hendra Kusuma, Health Care Dept. Head
- Dian Chairani, Health Care Div. Head
- Heny Widiastuti, Training and Development for Children Div. Head
- Siti Kurniasih, Training and Development for Children Generan Admin Manager
- Monari Alwi Zein
- Suliastomo, Youth Care Div. Head
- Sri Nurmiyati, Edu and Youth Dept. Head

Foreign Burreau and E-Philantropi Department

- Arita Witanti, Foreign Burreau and E-Philantropi Dept. Head

Decision Support System Department

- Murni Alit Baginda, DSS Div. Head

Bussiness Alliance Department

- Dede Hilman, Sentra Ternak Indonesia Manager
- Sophi Chrisdiana, Bussiness Alliance

VISI dan MISI

Visi

Menjadi Lembaga Amil Zakat Taraf Internasional Yang Unggul dan Terpercaya

Misi

1. Membangun kemandirian masyarakat melalui pemberdayaan secara produktif
2. Menyempurnakan kualitas pelayanan masyarakat melalui keunggulan insani

LEGAL FORMAL

S.K. Menteri Agama RI No.157 Tahun 2003, tentang Pengukuhan Sebagai LAZNAS, SK.Menteri Hukum dan HAM RI No.C-1490. HT. 01.02. TH.2006

Akta Notaris : Irma Rachmawati, S.H., SP.1, No.17 tanggal 25-Oktober-2005

Terdaftar di Dinas Sosialis Pemprov Jabar : SK No.062/1394/PRKS/2006

Terdaftar di Kantor Sosial Pemkot Bdg : SK No.062/864/kansos

Izin Domisili : 05/I/2006

Data Perkembangan Program RZI per Februari 2007

No	Keterangan	Jumlah
1	Anak Asuh Tersantuni	12.427 Anak
2	Pengantaran Jenazah Gratis	5.220 Jenazah
3	Khitanan Massal Gratis	4.815 Pasien
4	Operasi Katarak Gratis	824 Pasien
5	Operasi Hernia Gratis	105 Pasien
6	Operasi Bibir Sumbing Gratis	38 Pasien
7	Pengobatan Massal	44.157 Pasien
8	Pasien Klinik Terlayani	28.796 Pasien
9	Pemberdayaan Ekonomi	673 Orang

SERVICES

Konsultasi Zakat & Keislaman

Jemput Zakat Gratis

Jangan ada ruang dan waktu yang menghalangi Anda menunaikan zakat, infaq, shadaqah. Tinggal hubungi kami, ZIS Consultant kami siap jemput ke lokasi Anda.

Transfer Zakat via ATM

Tunaikan kewajiban Anda dengan mudah, cepat, aman melalui kartu debit Anda di 21 juta merchant di seluruh dunia, 70 ribu merchant dan 11 ribu ATM (jaringan ATM BCA, ALTO, dan ATM Bersama) serta 900 ribu ATM (Visa/Plus) di seluruh Indonesia. Bisa juga melalui e-banking di bank kepercayaan Anda. Atau klik di www.rumahzakat.org

Gesek Zakat

Manfaatkan fasilitas EMA (EDC Mini ATM) di counter kami untuk berdonasi dari menu transfer kartu ATM maupun kartu kredit Anda. Bahkan layanan gesek zakat juga bisa Anda lakukan di unit SPBU-SPBU atau merchant belanja

yang dilengkapi fasilitas EMA. Selain zakat, Anda juga bisa melakukan pembayaran listrik, telepon, bahkan angsuran kredit kendaraan dari FIF dan ACC.

Auto Zakat

Tak perlu repot jika Anda tak cukup waktu bertemu dengan kami, cukup manfaat kartu kredit Anda, kirimkan sms berformat : Nomor Kartu Anda#Batas Masa Berlaku#Jenis Program#Jumlah Donasi kirim ke sms centre di nomor 0815 7300 1555. Card center kami akan mem-follow up untuk memastikan data Anda.

Layanan Pesan Anda

Sampaikan informasi dan masukan Anda melalui sms centre kami di nomor 0815 7300 1555.

Laporan Online

Anda bisa dengan mudah melihat rekam donasi sejak awal bergabung. Tinggal klik www.rumahzakat.org menu Lihat Transaksi Anda. Guna mengetahui username dan password silakan hubungi Customer Relation Officer kami atau ZIS Consultant kami akan menginformasikan kepada Anda.

Gerai Zakat

Dapatkan layanan dan konsultasi langsung seputar Program Ramadhan melalui Gerai Zakat kami di Kota Anda. Kunjungan Langsung Seluruh Kantor Rumah Zakat Indonesia yang ada di kota Anda dapat digunakan untuk menunaikan kewajiban zakat, Infaq, shadaqah, wakaf, atau donasi kemanusiaan lainnya.

Produk Zakat

Rumah Zakat Indonesia menerima zakat Anda. Zakat yang bisa disalurkan antara lain :

1. Zakat Mall
 - Zakat Profesi
 - Zakat Perniagaan
 - Zakat Simpanan
 - Zakat Emas
 - Zakat Pertanian
 - Zakat Investasi
 - Zakat Hadiah
 - Zakat Saham dan Obligasi
2. Zakat Fitriah

Infaq-Shodaqoh

Jika zakat terbatas pada ketentuan nishab dan haul, infaq dan shodaqoh

dapat dilakukan kapan saja tanpa batasan jumlah. Rasulullah Muhammad SAW selalu mendorong umatnya berinfaq dan shodaqoh baik di kala lapang maupun sempit. Donasi yang terkumpul dikelola secara amanah dan profesional untuk dikembalikan ke masyarakat yang membutuhkan dalam program-program populis dan pemberdayaan, seperti pendidikan, kesehatan, pemberdayaan ekonomi, maupun aksi sosial.

Superqurban

Ini adalah program optimalisasi pelaksanaan ibadah qurban dengan mengolah dan mengemas daging qurban menjadi kornet. Produk inovatif ini sebagai solusi yang mampu menjawab permasalahan pendistribusian daging qurban sampai ke daerah-daerah pelosok. Kornet awet hingga 3 tahun, dapat didistribusikan sepanjang tahun, dan efektif untuk pembinaan gizi dan aqidah.

Cukup dengan Rp 795.000,-/ekor (Domba) Rp 7.500.000,-/ekor (Sapi) atau Angsuran qurban (min) Rp 100.000 / bulan Meskipun masih beberapa bulan lagi, ibadah qurban tentu bisa dipersiapkan sejak sekarang. Program kami jelas beda. Daging qurban tak dibagikan langsung habis sehari tapi kami kornetkan dalam bentuk kaleng @ 200 gram. Disembelih saat hari Qurban, sesuai syar'i, diolah dengan mesin canggih tetap klinis dan higienis. Distribusi bisa lebih panjang dan simpel menjangkau setiap pelosok nusantara. Tak perlu khawatir hewan sakit atau cacat saat tiba di lokasi. Paket ini telah tersebar mulai pengungsi konflik Ambon, Maluku Utara, korban tsunami Aceh, longsor Banjarnegara, gempa Yogya, tsunami Pangandaran, dan program bina desa lainnya.

Siaga Gizi Nusantara

- Indonesia terletak di atas tiga lempeng utama dunia, yaitu Lempeng Euroasia, Lempeng Indo-Australia dan Lempeng Pasifik. Akibatnya negeri ini memiliki jalur tektonik sepanjang 7.000 km dan kaya akan gunung api (tercatat 400 gunung api dan 130 di antaranya aktif). Potensi terjadinya bencana sangat tinggi.
- Realita bencana yang terjadi menyisakan masalah kurang terbinanya pemenuhan gizi untuk para korban dan pengungsi. Suplai makanan sering tidak siap saji, merepotkan karena keterbatasan alat masak
- Belum banyak lembaga yang fokus dalam pembinaan gizi untuk korban bencana
- Setelah cukup banyak belajar dari 8 tahun pengalaman aksi rehabilitasi bencana, Rumah Zakat Indonesia memandang perlunya program inovasi sebagai reaksi cepat atas krisis pangan.
- Program tersebut haruslah unik, easy caring (mudah dibawa), dan mampu menjangkau seluruh Indonesia. Menjawab tantangan tersebut akhirnya diluncurkanlah program SIAGA GIZI NUSANTARA. Sebuah program pengemasan makanan siap saji dalam kemasan kaleng. Pengungsi tak perlu repot dengan alat masak dan bahan bakar yang terbatas. Sangat memudahkan karena bisa langsung dimakan.

Keunggulan Program

- Sangat inovatif. Tak perlu repot dengan keterbatasan alat masak. Korban bencana, pengungsi atau masyarakat rawan gizi tinggal buka paket karena telah siap saji.
- Rasa tetap asli meski mampu bertahan hingga 2 tahun.
- Aman. Produk yang sama telah diekspor untuk kebutuhan konsumsi masyarakat Indonesia/Asia di Eropa.
- Siap dalam lima menu masakan; sosis ikan, tumis jamur, tumis tahu tempe, sayur lodeh, dan sayur asem.
- Lebih praktis dalam kemasan kaleng @ 200 gram, per paket berisi 12 kaleng.
- 42.000 kaleng telah terdistribusikan efektif untuk korban gempa Yogya. 6.720 kaleng tersalurkan bagi korban tsunami di Pangandaran dan Tasikmalaya.

>> Brand

”SIAGA GIZI NUSANTARA” Nama ini sengaja dipilih sebagai merk produk dengan pertimbangan belum banyak lembaga yang fokus dalam program rehabilitasi gizi saat bencana. Diharapkan dengan brand ini Rumah Zakat Indonesia mampu menjadi salah satu lembaga terdepan yang selalu siap siaga mencegah terjadinya krisis pangan di setiap pelosok nusantara.

Selain dialokasikan untuk membantu korban bencana atau pengungsi, SIAGA GIZI NUSANTARA juga disiagakan untuk mencegah terjadinya rawan gizi khususnya di daerah minus.

>> Harga

- Paket ini dibagikan gratis sebagai bantuan korban bencana maupun rawan gizi buruk. Jadi yang berlaku adalah sistem donasi dimana setiap mitra dapat membeli sejumlah paket melalui Rumah Zakat Indonesia untuk didistribusikan.
- Investasi donasi yang ditawarkan adalah sebesar Rp 100.000,-/paket. Setiap paket terdiri dari 12 kaleng.
- Setiap mitra dapat memilih menu-menu yang diinginkan. Harga ini sudah mencakup biaya distribusi dan pengadaan aksi siaga bencana.

PROGRAM

KSAB (Kembalikan Senyum Anak bangsa)

Kembalikan Senyum Anak Bangsa (KSAB), merupakan program beasiswa bagi siswa SD, SMP dan SMA baik yatim maupun dhuafa, untuk menjamin keberlangsungan pendidikan mereka selama minimal 1 (satu) tahun. Beasiswa yang berasal dari donatur perorangan dan/atau instansi diberikan secara rutin sebulan sekali disertai dengan pembinaan baik untuk anak asuh maupun orang tuanya.

Mobil Jenazah

Program ini merupakan solusi atas masalah yang banyak dihadapi setiap keluarga dhuafa. Ketika biaya pengobatan rumah sakit telah cukup memberatkan mereka, ujian kematian ditinggalkan orang tercinta masih harus dihadapi ditambah dengan biaya penyewaan mobil jenazah yang mahal. Program ini menawarkan solusi masalah pengantaran jenazah secara gratis. Baik pengantaran dari rumah sakit ke rumah duka bahkan hingga ke pemakaman. Adapun biaya yang digunakan untuk operasional mobil jenazah ini merupakan dana sumbangan dari masyarakat baik dari perorangan maupun instansi.

Mobil Klinik

Selain membantu dalam pengantaran jenazah gratis, Rumah Zakat Indonesia juga menyediakan fasilitas program mobil klinik keliling gratis yang akan membantu pelayanan baksos siaga sehat di lokasi umum, seperti sekolah, pasar, lokasi aksi sosial, dan sebagainya, sehingga masyarakat tidak perlu terlalu jauh datang ke klinik / poliklinik atau rumah sakit. Adapun biaya yang digunakan untuk operasional ini dari dana sumbangan masyarakat baik yang perorangan maupun instansi.

Bantuan Modal Usaha Kecil dan Mikro

Rumah Zakat Indonesia menjalin sinergi untuk mengoptimalkan zakat secara produktif khususnya dalam pembiayaan usaha mikro. Rumah Zakat Indonesia mengajak kerjasama kemitraan seluas-luasnya dengan para donatur dan mitra usaha membantu memberdayakan saudara kita seiman. Program ini berorientasi pada 3 jenis bantuan yang digulirkan dengan sistem syariah, yaitu :

1. Bantuan pinjaman dana usaha
2. Bantuan pinjaman pembelanjaan sarana usaha
3. Membantu pengembangan jaringan usaha

Program pendayagunaan produktif ini diluncurkan sebagai salah satu alternatif pemecahan masalah ekonomi umat, khususnya membebaskan pedagang kecil dari jeratan rentenir dan membangun kemandirian usaha.

Lampiran 4

Tes Validitas Variabel

Correlations

		p38	p39	p40	p41	p42	p43	keputusan berzakat
p38	Pearson Correlation	1	.798**	.722**	.479**	.622**	.374**	.799**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
p39	Pearson Correlation	.798**	1	.809**	.608**	.617**	.568**	.874**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
p40	Pearson Correlation	.722**	.809**	1	.670**	.706**	.566**	.893**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
p41	Pearson Correlation	.479**	.608**	.670**	1	.603**	.627**	.794**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
p42	Pearson Correlation	.622**	.617**	.706**	.603**	1	.756**	.862**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
p43	Pearson Correlation	.374**	.568**	.566**	.627**	.756**	1	.781**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
keputusan berzakat	Pearson Correlation	.799**	.874**	.893**	.794**	.862**	.781**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Correlations

		p1	p2	p3	p4	p5	p6	p7	p8	p9	social marketing
p1	Pearson Correlation	1	.741**	.267**	.494**	.384**	.301**	.268**	.278**	.184	.717*
	Sig. (2-tailed)		.000	.007	.000	.000	.002	.007	.005	.067	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
p2	Pearson Correlation	.741**	1	.278**	.523**	.372**	.280**	.296**	.290**	.387**	.761**
	Sig. (2-tailed)	.000		.005	.000	.000	.005	.003	.003	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
p3	Pearson Correlation	.267**	.278**	1	.150	.383**	.262**	-.048	.372**	.274**	.502**
	Sig. (2-tailed)	.007	.005		.135	.000	.009	.632	.000	.006	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
p4	Pearson Correlation	.494**	.523**	.150	1	.342**	.020	.120	.331**	.093	.630**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.135		.000	.841	.235	.001	.355	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
p5	Pearson Correlation	.384**	.372**	.383**	.342**	1	.399**	-.037	.272**	.251*	.597**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.713	.006	.012	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
p6	Pearson Correlation	.301**	.280**	.262**	.020	.399**	1	.364**	.215*	.424**	.573**
	Sig. (2-tailed)	.002	.005	.009	.841	.000		.000	.032	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
p7	Pearson Correlation	.268**	.296**	-.048	.120	-.037	.364**	1	.298**	.095	.471**
	Sig. (2-tailed)	.007	.003	.632	.235	.713	.000		.003	.346	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
p8	Pearson Correlation	.278**	.290**	.372**	.331**	.272**	.215*	.298**	1	.360**	.642**
	Sig. (2-tailed)	.005	.003	.000	.001	.006	.032	.003		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
p9	Pearson Correlation	.184	.387**	.274**	.093	.251*	.424**	.095	.360**	1	.515**
	Sig. (2-tailed)	.067	.000	.006	.355	.012	.000	.346	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
social marketing	Pearson Correlation	.717**	.761**	.502**	.630**	.597**	.573**	.471**	.642**	.515**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Lampiran 5

Tes Reliabilitas

Butir-butir Pertanyaan Variabel Social Marketing

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.762	9

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
p1	33.36	7.425	.629	.717
p2	33.43	7.116	.674	.707
p3	33.54	7.988	.368	.750
p4	34.06	6.724	.415	.756
p5	33.15	7.664	.474	.736
p6	33.21	7.602	.429	.742
p7	33.55	7.765	.272	.771
p8	33.50	7.242	.500	.730
p9	33.56	8.087	.401	.747

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
37.67	9.233	3.039	9

Tes Reliabilitas Butir-butir Pertanyaan Variabel Kualitas Pelayanan

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.927	26

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
106.05	52.795	7.266	26

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
p10	101.92	50.802	.390	.927
p11	101.92	50.438	.367	.927
p12	102.02	50.383	.358	.927
p13	101.90	50.051	.415	.927
p14	101.87	49.448	.421	.927
p16	101.90	47.222	.713	.922
p18	101.88	49.662	.461	.926
p19	101.84	47.813	.687	.923
p20	101.88	48.511	.617	.924
p21	101.96	48.968	.647	.924
p22	101.96	48.907	.658	.923
p23	102.04	47.372	.748	.922
p24	101.99	49.242	.656	.924
p25	101.92	49.084	.488	.926
p26	102.18	48.856	.546	.925
p27	101.96	49.251	.500	.925
p28	102.00	47.919	.615	.924
p29	102.08	48.074	.615	.924
p30	102.00	49.434	.518	.925
p31	102.12	49.844	.563	.925
p32	101.99	48.899	.511	.925
p33	102.08	49.347	.501	.925
p34	101.99	49.222	.540	.925
p35	101.90	47.828	.751	.922
p36	102.08	49.226	.586	.924
p37	101.87	47.003	.579	.925

Tes Reliabilitas Butir-butir Pertanyaan Variabel Keputusan Berzakat

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.909	6

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
p38	19.41	5.982	.695	.902
p39	19.48	6.252	.823	.885
p40	19.47	5.706	.835	.880
p41	19.57	6.248	.704	.899
p42	19.54	6.029	.798	.886
p43	19.58	6.044	.670	.906

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
23.41	8.547	2.924	6

Lampirann 6

Regresi Linier Berganda

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
keputusan berzakat	23.41	2.924	100
kualitas pelayanan	106.05	7.266	100
social marketing	37.67	3.039	100

Correlations

		keputusan berzakat	kualitas pelayanan	social marketing
Pearson Correlation	keputusan berzakat	1.000	.427	.371
	kualitas pelayanan	.427	1.000	.445
	social marketing	.371	.445	1.000
Sig. (1-tailed)	keputusan berzakat	.	.000	.000
	kualitas pelayanan	.000	.	.000
	social marketing	.000	.000	.
N	keputusan berzakat	100	100	100
	kualitas pelayanan	100	100	100
	social marketing	100	100	100

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	social marketing, kualitas pelayanan ^a	.	Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: keputusan berzakat

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics					Durbin-Watson
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	.472 ^a	.223	.207	2.603	.223	13.937	2	97	.000	1.764

a. Predictors: (Constant), social marketing, kualitas pelayanan

b. Dependent Variable: keputusan berzakat

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	188.881	2	94.441	13.937	.000 ^a
	Residual	657.309	97	6.776		
	Total	846.190	99			

a. Predictors: (Constant), social marketing, kualitas pelayanan

b. Dependent Variable: keputusan berzakat

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	95% Confidence Interval for B		Correlations			Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Lower Bound	Upper Bound	Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.297	4.197		.309	.758	-7.033	9.627					
	kualitas pelayanan	.131	.040	.326	3.265	.002	.051	.211	.427	.315	.292	.802	1.248
	social marketing	.217	.096	.226	2.260	.026	.026	.408	.371	.224	.202	.802	1.248

a. Dependent Variable: keputusan berzakat

Collinearity Diagnostics^a

Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions		
				(Constant)	kualitas pelayanan	social marketing
1	1	2.994	1.000	.00	.00	.00
	2	.003	29.551	.23	.14	.99
	3	.002	35.990	.77	.86	.01

a. Dependent Variable: keputusan berzakat

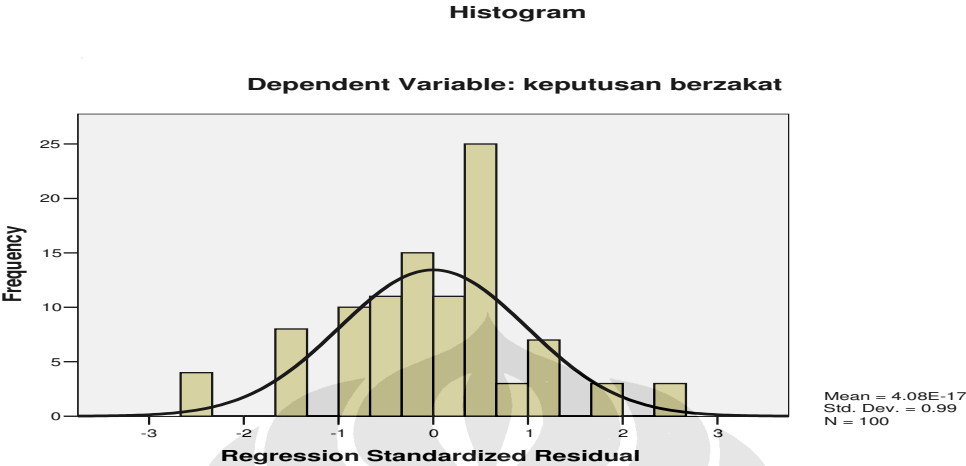
Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	20.46	26.35	23.41	1.381	100
Std. Predicted Value	-2.139	2.132	.000	1.000	100
Standard Error of Predicted Value	.268	.977	.423	.156	100
Adjusted Predicted Value	20.86	26.76	23.44	1.379	100
Residual	-6.355	6.267	.000	2.577	100
Std. Residual	-2.441	2.407	.000	.990	100
Stud. Residual	-2.518	2.447	-.005	1.011	100
Deleted Residual	-6.763	6.477	-.027	2.690	100
Stud. Deleted Residual	-2.592	2.514	-.006	1.026	100
Mahal. Distance	.059	12.952	1.980	2.621	100
Cook's Distance	.000	.136	.015	.031	100
Centered Leverage Value	.001	.131	.020	.026	100

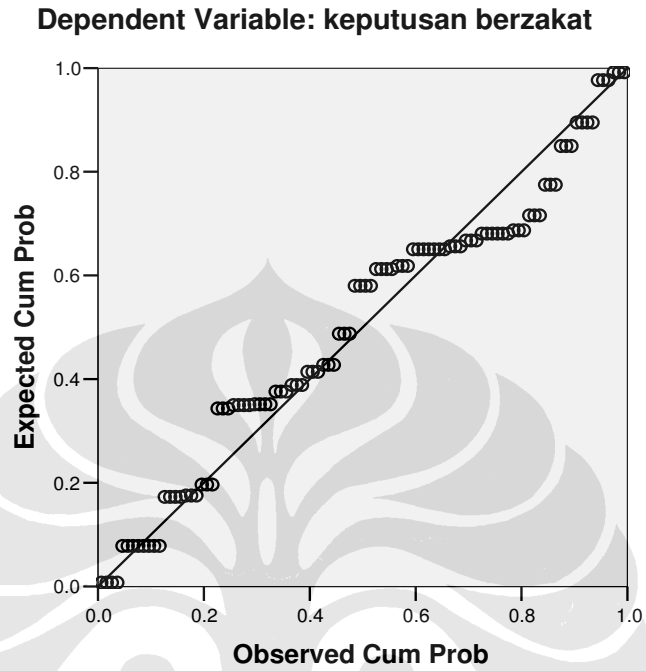
a. Dependent Variable: keputusan berzakat

Lampiran 7

Uji Normalitas Regresi Linier Berganda



Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Lampiran 8
Regresi Linier dengan 1 Variabel Bebas (social marketing)

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
keputusan berzakat	23.41	2.924	100
social marketing	37.67	3.039	100

Correlations

		keputusan berzakat	social marketing
Pearson Correlation	keputusan berzakat	1.000	.371
	social marketing	.371	1.000
Sig. (1-tailed)	keputusan berzakat	.	.000
	social marketing	.000	.
N	keputusan berzakat	100	100
	social marketing	100	100

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	social marketing ^a	.	Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: keputusan berzakat

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics					Durbin-Watson
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	.371 ^a	.138	.129	2.728	.138	15.668	1	98	.000	1.497

- a. Predictors: (Constant), social marketing
 b. Dependent Variable: keputusan berzakat

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	116.640	1	116.640	15.668	.000 ^a
	Residual	729.550	98	7.444		
	Total	846.190	99			

- a. Predictors: (Constant), social marketing
 b. Dependent Variable: keputusan berzakat

Coefficients^b

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	5% Confidence Interval for B		Correlations			Collinearity Statistics		
		B	Std. Error	Beta			Lower Bound	Upper Bound	Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF	
1	(Constant)	9.954	3.410		2.919	.004	3.186	16.722						
	social marketing	.357	.090	.371	3.958	.000	.178	.536	.371	.371	.371	1.000	1.000	

- a. Dependent Variable: keputusan berzakat

Coefficient Correlations^a

Model		social marketing
1	Correlations	social marketing
	Covariances	social marketing

a. Dependent Variable: keputusan berzakat

Collinearity Diagnostics^a

Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions	
				(Constant)	social marketing
1	1	1.997	1.000	.00	.00
	2	.003	24.959	1.00	1.00

a. Dependent Variable: keputusan berzakat

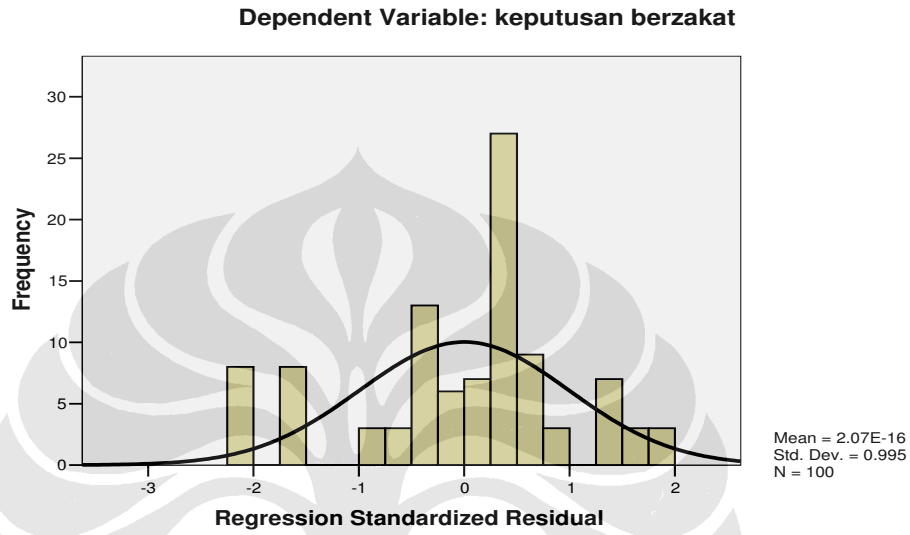
Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	21.74	25.67	23.41	1.085	100
Std. Predicted Value	-1.537	2.083	.000	1.000	100
Standard Error of Predicted Value	.274	.633	.371	.106	100
Adjusted Predicted Value	21.77	25.99	23.42	1.101	100
Residual	-5.671	5.400	.000	2.715	100
Std. Residual	-2.079	1.979	.000	.995	100
Stud. Residual	-2.137	2.002	-.002	1.008	100
Deleted Residual	-5.994	5.523	-.012	2.788	100
Stud. Deleted Residual	-2.177	2.033	-.004	1.019	100
Mahal. Distance	.012	4.340	.990	1.225	100
Cook's Distance	.000	.130	.014	.028	100
Centered Leverage Value	.000	.044	.010	.012	100

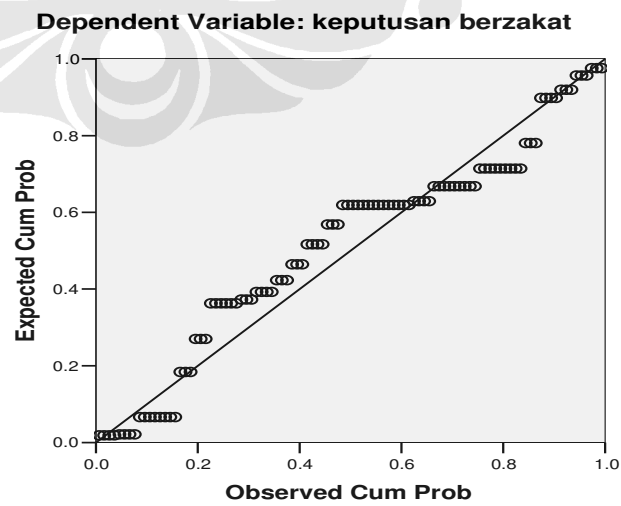
a. Dependent Variable: keputusan berzakat

Lampiran 9
Uji Normalitas

Histogram



Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Lampiran 10

Regresi Linier dengan 1 Variabel Bebas (kualitas pelayanan)

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
keputusan berzakat	23.41	2.924	100
kualitas pelayanan	106.05	7.266	100

Correlations

		keputusan berzakat	kualitas pelayanan
Pearson Correlation	keputusan berzakat	1.000	.427
	kualitas pelayanan	.427	1.000
Sig. (1-tailed)	keputusan berzakat	.	.000
	kualitas pelayanan	.000	.
N	keputusan berzakat	100	100
	kualitas pelayanan	100	100

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	kualitas pelayanan ^a	.	Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: keputusan berzakat

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics					Durbin-Watson
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	.427 ^a	.182	.174	2.657	.182	21.849	1	98	.000	1.790

a. Predictors: (Constant), kualitas pelayanan

b. Dependent Variable: keputusan berzakat

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	154.267	1	154.267	21.849	.000 ^a
	Residual	691.923	98	7.060		
	Total	846.190	99			

a. Predictors: (Constant), kualitas pelayanan

b. Dependent Variable: keputusan berzakat

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	95% Confidence Interval for B		Correlations			Collinearity
		B	Std. Error	Beta			Lower Bound	Upper Bound	Zero-order	Partial	Part	Tolerance
1	(Constant)	5.191	3.907		1.329	.187	-2.562	12.944				
	kualitas pelayanan	.172	.037	.427	4.674	.000	.099	.245	.427	.427	.427	1.000

a. Dependent Variable: keputusan berzakat

Coefficient Correlations^a

Model		kualitas pelayanan	
1	Correlations	kualitas pelayanan	1.000
	Covariances	kualitas pelayanan	.001

a. Dependent Variable: keputusan berzakat

Collinearity Diagnostics^a

Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions	
				(Constant)	kualitas pelayanan
1	1	1.998	1.000	.00	.00
	2	.002	29.372	1.00	1.00

a. Dependent Variable: keputusan berzakat

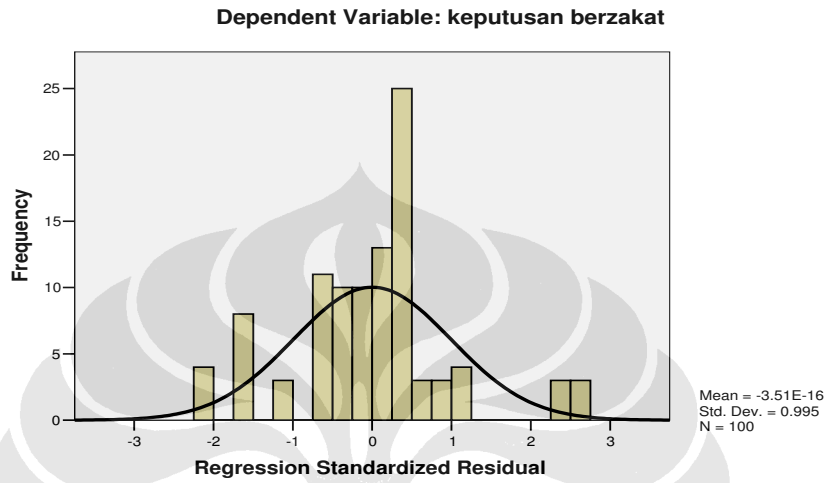
Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	19.45	25.46	23.41	1.248	100
Std. Predicted Value	-3.172	1.645	.000	1.000	100
Standard Error of Predicted Value	.266	.888	.351	.134	100
Adjusted Predicted Value	19.63	25.67	23.43	1.239	100
Residual	-5.463	7.114	.000	2.644	100
Std. Residual	-2.056	2.677	.000	.995	100
Stud. Residual	-2.095	2.693	-.003	1.005	100
Deleted Residual	-5.675	7.199	-.017	2.697	100
Stud. Deleted Residual	-2.133	2.784	-.001	1.021	100
Mahal. Distance	.000	10.063	.990	2.033	100
Cook's Distance	.000	.085	.010	.019	100
Centered Leverage Value	.000	.102	.010	.021	100

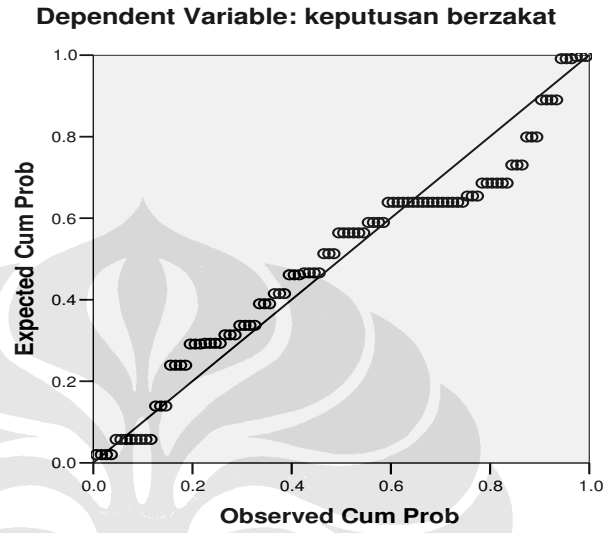
a. Dependent Variable: keputusan berzakat

Lampiran 11
Uji Normalitas

Histogram



Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

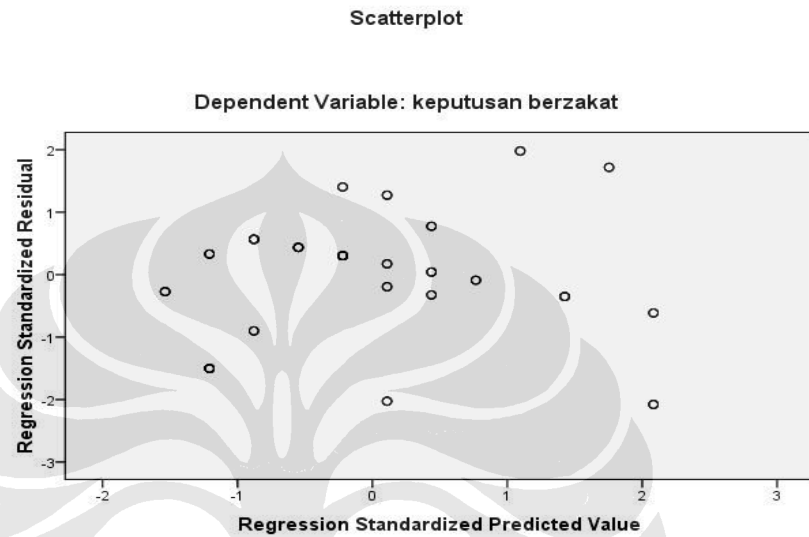


Lampiran 12

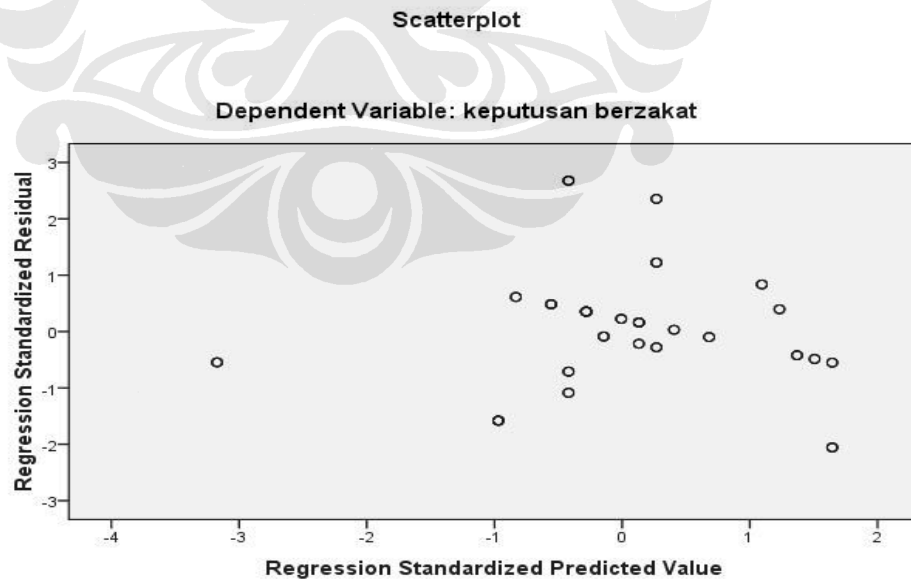
Uji Heteroskedastik

Uji Heteroskedastis dengan metode grafik

1. Regresi Linier Sederhana dengan variabel bebas “*Social Marketing*”



2. Regresi Linier Sederhana dengan variabel bebas “*Kualitas Pelayanan*”



3. Regresi Linier Berganda dengan variabel bebas “Social Marketing & Kualitas Pelayanan

Scatterplot

