

## DAFTAR ISI

Halaman Sampul Luar.....	i
Halaman Sampul Dalam .....	ii
Halaman Persetujuan.....	iii
Halaman Pengesahan .....	iv
Halaman Motto.....	v
Halaman Persembahan .....	vi
Kata Pengantar .....	vii
Daftar Isi.....	ix
Daftar Gambar.....	xiv
Daftar Lampiran .....	xv
Abstrak .....	xvi

### **BAB I: PENDAHULUAN**

A. Konteks Penelitian.....	1
B. Fokus Penelitian .....	9
C. Tujuan Penelitian.....	10
D. Batasan Masalah.....	11
E. Kegunaan Penelitian.....	12
F. Penegasan Istilah	
1. Secara Konseptual .....	13
2. Definisi Operasional.....	14
G. Sistematika Penulisan Skripsi.....	15

## **BAB II: KAJIAN PUSTAKA**

A. Konsep Zakat.....	18
1. Pengertian Zakat.....	18
2. Dasar Hukum Zakat.....	23
3. Undang-undang Zakat .....	26
4. Syarat Wajib Zakat.....	27
5. Macam-macam Zakat.....	28
6. Harta yang Wajib Dizakati.....	31
7. Golongan yang Berhak Menerima Zakat.....	38
8. Tujuan dan Hikmah Zakat.....	43
B. Pengertian Infaq.....	46
C. Konsep Manajemen	
1. Pengertian Manajemen .....	49
2. Fungsi Manajemen.....	51
D. Pengertian Marketing.....	53
E. Konsep Manajemen Marketing .....	55
F. Manajemen Marketing Zakat dan Infaq .....	58
G. Manajemen Zakat dan Infaq .....	61
H. Penelitian Terdahulu.....	66

## **BAB III: METODOLOGI PENELITIAN**

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	70
B. Lokasi Penelitian.....	72

C. Kehadiran Peneliti .....	73
D. Data dan Sumber Data.....	74
E. Teknik Pengumpulan Data .....	76
F. Teknik Analisis Data .....	79
G. Pengecekan Keabsahan Data.....	81
H. Tahap-Tahap Penelitian.....	87

#### **BAB IV: HASIL TEMUAN**

A. Deskripsi Objek Penelitian	
1. Profil Lembaga .....	89
2. Struktur Kepengurusan Lembaga Amil Zakat Infaq dan Shodaqoh Nahdlatu Ulama' (LAZISNU) Kabupaten Blitar .....	92
3. Susunan Kepengurusan Lembaga Amil Zakat Infaq dan Shodaqoh Nahdlatu Ulama' (LAZISNU) Kabupaten Blitar .....	93
4. Visi dan Misi Lembaga Amil Zakat Infaq dan Shodaqoh Nahdlatul Ulama' (LAZISNU) Kabupaten Blitar .....	94
5. Program-program Lembaga Amil Zakat Infaq dan Shodaqoh Nahdlatul Ulama' (LAZISNU) Kabupaten Blitar .....	95

B. Paparan Data.....	98
1. Konsep Manajemen Marketing Zakat dan Infaq di Lembaga Amil Zakat Infaq dan Shodaqoh Nahdlatul Ulama' (LAZISNU) Kabupaten Blitar .....	99
2. Model Manajemen Marketing Zakat dan Infaq di Lembaga Amil Zakat Infaq dan Shodaqoh Nahdlatul Ulama' (LAZISNU) Kabupaten Blitar .....	102
3. Faktor-faktor yang mempengaruhi manajemen marketing zakat dan infaq di di Lembaga Amil Zakat Infaq dan Shodaqoh Nahdlatul Ulama' (LAZISNU) Kabupaten Blitar .....	108
C. Temuan Penelitian	
1. Temuan Penelitian Konsep Manajemen Marketing Zakat dan Infaq di Lembaga Amil Zakat Infaq dan Shodaqoh Nahdlatul Ulama' (LAZISNU) Kabupaten Blitar .....	112
2. Temuan Penelitian Model Manajemen Marketing Zakat dan Infaq di Lembaga Amil Zakat Infaq dan Shodaqoh Nahdlatul Ulama' (LAZISNU) Kabupaten Blitar .....	113
3. Temuan Penelitian Mengenai Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Manajemen Marketing Zakat dan Infaq di Lembaga Amil Zakat Infaq dan Shodaqoh Nahdlatul Ulama' (LAZISNU) Kabupaten Blitar .....	114

## **BAB V: PEMBAHASAN**

A. Konsep Manajemen Marketing Zakat dan Infaq di Lembaga Amil Zakat Infaq dan Shodaqoh Nahdlatul Ulama' (LAZISNU) Kabupaten Blitar .....	117
B. Model Manajemen Marketing Zakat dan Infaq di Lembaga Amil Zakat Infaq dan Shodaqoh Nahdlatul Ulama' (LAZISNU) Kabupaten Blitar .....	123
C. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Manajemen Marketing Zakat dan Infaq di Lembaga Amil Zakat Infaq dan Shodaqoh Nahdlatul Ulama' (LAZISNU) Kabupaten Blitar .....	129

## **BAB VI: PENUTUP**

A. Kesimpulan .....	134
B. Saran .....	136

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN-LAMPIRAN**