

ABSTRAK

Dalam hal perkembangan syariah di Indonesia selain sektor perbankan, pengelolaan zakat dan infaq/ shadaqah juga mengalami perkembangan yang pesat. Salah satu Lembaga Amil Zakat (LAZ) yang mengelola zakat dan infaq/ shadaqah contohnya adalah Dompot Dhuafa Bandung. Dan salah satu tujuan dari lembaga tersebut adalah untuk memperoleh pendapatan. Pendapatan merupakan hasil dari suatu perusahaan. Pada umumnya pembentukan pendapatan dalam suatu lembaga diklasifikasikan sebagai pendapatan operasi dan non operasi. Untuk meningkatkan pendapatan, diperlukan suatu upaya pemasaran yang aktif, efektif, dan agresif misalnya dengan mengeluarkan biaya promosi. Biaya promosi merupakan sejumlah biaya yang dikeluarkan untuk kegiatan promosi.

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui berapa besar biaya promosi yang dikeluarkan oleh Dompot Dhuafa Bandung pada tahun 2006 s/d 2009. Untuk mengetahui bagaimana tingkat pertumbuhan pendapatan pada Dompot Dhuafa Bandung pada tahun 2006 s/d 2009. Dan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh biaya promosi dalam meningkatkan pendapatan pada Dompot Dhuafa Bandung pada tahun 2006 s/d 2009.

Metode penelitian yang penulis gunakan dalam menyusun skripsi ini adalah metode korelasional dan studi kasus pada Dompot Dhuafa yang berlokasi di Bandung Jl. Pasirkaliki No. 143 Bandung. Metode ini bertujuan untuk dapat mengetahui berapa besar kontribusi variabel-variabel bebas terhadap variabel terikat serta arah hubungan yang terjadi, serta didukung dengan melakukan pengujian regresi linear sederhana.

Dari penelitian yang telah dilakukan di Dompot Dhuafa Bandung dapat diperoleh hasil sebagai berikut, pertumbuhan Biaya Promosi pada Dompot Dhuafa Bandung dari tahun 2006 sampai dengan 2009 berpengaruh secara signifikan, dimana besarnya pengaruh biaya promosi terhadap peningkatan pendapatan tersebut yaitu sebesar 96,49%. Dan berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis pertumbuhan biaya promosi mengalami peningkatan dan penurunan di setiap tahunnya. Selain itu, dalam hal pendapatan pun sama yaitu mengalami peningkatan dan penurunan sesuai dengan biaya promosi yang dikeluarkan setiap tahunnya.

Dalam skripsi ini penulis memberikan saran dari segi kegiatannya, diharapkan Dompot Dhuafa Bandung tetap terus meningkatkan pelayanan, seperti adanya SDM (Sumber Daya Manusia) yang memiliki pengetahuan yang tinggi dalam lembaga tersebut, berperilaku sopan dan ramah, dapat memahami dan memenuhi keinginan para *mustahiq*, serta kepercayaan atas apa yang telah diamanatkan oleh *muzzaqi*. Selain itu, sebaiknya pihak Dompot Dhuafa Bandung menambah program pendirian rumah susun. Dengan program ini diharapkan manfaat yang besar bagi *mustahiq* benar-benar tidak mampu dan tidak memiliki tempat tinggal yang layak.