



DAFTAR ISI

PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.	
KATA PENGANTAR	3
DAFTAR TABEL	8
DAFTAR GAMBAR	9
DAFTAR LAMPIRAN	10
ABSTRAK	11
<i>ABSTRACT</i>	12
BAB I PENDAHULUAN	13
1.1 Latar Belakang	13
1.2 Rumusan Masalah	25
1.3 Pertanyaan Penelitian	27
1.4 Tujuan Penelitian	27
1.5 Manfaat Penelitian	27
1.6 Keaslian Penelitian	28
1.7 Sistematika Kepenulisan	31
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	33
2.1 Zakat	33
2.2 Lembaga Amil Zakat (LAZ)	35
2.3 <i>Good Corporate Governance</i>	36
2.4 <i>Good Zakat Governance</i>	39
2.5 Industri Halal	42
2.6 Masterplan Pengembangan Industri Halal di Indonesia	45
2.7 Hubungan antara <i>Good Zakat Governance</i> dan Pengembangan Industri Halal	47
2.8 Kerangka Pemikiran	48
BAB III METODE PENELITIAN	49
3.1 Desain Penelitian	49
3.1.1 Jenis Penelitian	49
3.1.2 Objek Penelitian	51
3.1.3 Sumber Data	51
3.1.4 Teknik Pengumpulan Data	52



3.2	Populasi dan Sampel	54
3.3	Definisi Operasional Variabel.....	56
3.3.1	<i>Good Zakat Governance</i>	56
3.3.2	Pengembangan Industri Halal	57
3.4	Teknik Analisis Data.....	59
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		64
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	64
4.1.1	Profil Lembaga Amil Zakat, Infak dan Sedekah Muhammadiyah (LAZISMU) Jawa Timur	65
4.1.2	Struktur Lembaga Lembaga Amil Zakat, Infak dan Sedekah Muhammadiyah (LAZISMU) Jawa Timur 2022-2027	68
4.1.3	Program-Program Lembaga Amil Zakat, Infak dan Sedekah Muhammadiyah (LAZISMU) Jawa Timur	69
4.2	Profil Responden, Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.....	73
4.3	Penilaian Penerapan <i>Good Zakat Governance</i> di LAZISMU Jawa Timur	83
4.3.1	Transparansi (<i>Transparency</i>)	86
4.3.2	Akuntabilitas (<i>Accountability</i>)	87
4.3.3	Responsibilitas (<i>Responsibility</i>)	87
4.3.4	Independensi (<i>Independence</i>).....	88
4.3.5	Keadilan (<i>Fairness</i>).....	88
4.4	Pemetaan bentuk penerapan <i>Good Zakat Governance</i> terhadap Pengembangan Industri Halal	91
4.4.1	Peningkatan Produktivitas dan Daya Saing	91
4.4.2	Penguatan Kebijakan dan Regulasi	94
4.4.3	Penguatan keuangan dan infrastruktur	97
4.4.4	Penguatan Halal Brand and Awareness	99
BAB V SIMPULAN DAN SARAN		102
5.1	Simpulan	102
5.2	Implikasi Kebijakan	103
5.3	Keterbatasan dan Saran Penelitian Selanjutnya	104
DAFTAR PUSTAKA		106
DAFTAR LAMPIRAN.....		117