

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Daarut Tauhid

1. Sejarah Singkat Daarut Tauhid Peduli

Daarut Tauhid Peduli adalah merupakan Amil Zakat Nasional serta merupakan lembaga nirlaba yang bergerak pada bidang pengelolaan serta penghimpunan dana zakat, infak, shadaqah dan wakaf. Dt Peduli didirikan oleh Kh Addullah Gimnastiar pada tanggal 16 Juni 1999 dengan nama Dompot peduli Ummat (DPU DT) dibawah naungan dari yayasan Daarut Tauhid dengan tujuan menjadi lembaga zakat yang profesional amanah dan jujur yang didasari pada Ukhuwah Islamiyah.

Latar belakang berdirinya Lembaga Amil Zakat Dt Peduli untuk memanfaatkan negara Indonesia yang dimana memiliki penganut agama Islam terbanyak didunia sehingga mempunyai potensi zakat yang besar. Namun penduduk Indonesia dinilai belum mempunyai kesadaran untuk membayar zakat yang sesuai dengan syariat, persentasenya masih kecil dibandingkan dengan potensi zakat pertahun untuk negara Indonesia dimana mencapai kurang lebih 18 trilyun rupiah.

DT Peduli hadir berusaha untuk menangani masalah yang ada, selain membangkitkan kesadaran penduduk Indonesia untuk masalah pembayaran zakat dan lainnya, DT Peduli berusaha mengelola dan menyalurkan dana kepada

masyarakat yang benar-benar membutuhkan, DT Peduli juga memiliki cita-cita mengubah nasib dari para penerima menjadi pemberi zakat.

Dari awal berdirinya DT Peduli, pemerintah memberikan apresiasi kepada Dt Peduli dalam waktu yang relatif cukup singkat. Menurut SK Menteri Agama No.410 Tahun 2004 pada tanggal 13 Oktober 2004 Dt Peduli berhasil menjadi Lembaga Amal Zakat Nasional (LAZNAS). Perubahan Dt Peduli menjadi LAZNAS membuat Dt Peduli menyebarkan dan mengembangkan jaringannya hingga mencapai delapan kota, diantaranya ialah, Jakarta, Semarang, Yogyakarta, Bogor, Lampung, Tasikmalaya, Garut, dan Palembang. Serta didukung oleh ratusan cabang dari sabang sampai papua, Daarut Tauhid mempunyai legal formal yaitu:

- a. S.K. MENTERI AGAMA RI No.257 Thn 2016, Tentang Legalitas DPU DT sebagai Lembaga Amil Zakat Nasional (LAZNAS)
- b. AKTA NOTARIS WIRATNI AHMAD, SH No.08, Tanggal 04 September 1990.
- c. BERITA NEGARA RI No.102, Tanggal 21 Desember 2004.
- d. KEMENKUMHAM RI No.AHU-AH.01.06-0010422, Tanggal 07 agustus 2018.

Pada Daarut Tauhid Peduli Sumatera Utara terletak dikota Medan dan didirikan pada tanggal 13 februari 2018. Pertama kali anggota Daarut Tauhid Peduli Medan hanya beranggotakan 3 orang dan dipimpin oleh Sutrisno sebagai kepala cabang pertama. Setelah dua tahun, posisi kepala cabang mengalami perubahan dan saat ini Daarut Tauhid Peduli cabang Sumatera Utara dipimpin

oleh Indra Firdaus. Saat ini Daarut Tauhid Peduli Medan memiliki 13 orang karyawan, 10 orang berada dikota Medan dan 3 orang menjadi wakil untuk unit program Daarut Tauhid Peduli dikota Pematang Siantar yaitu RPY (Rumah Yatim Peduli).

2. Visi dan Misi LAZ DT Peduli

a. Visi

Menjadi model Lembaga Amil Zakat Nasional (LAZNAS) yang amanah, profesional, akuntabel dan terkemuka dengan daerah operasi yang merata (Membersikan dan memberdayakan).

b. Misi

Mengoptimalkan potensi ummat melalui Zakat, Infak dan Sedekah (ZIS). Memberdayakan masyarakat dalam bidang ekonomi, pendidikan, dakwah dan sosial menuju masyarakat mandiri.

3. Logo LAZ DT Peduli



Gambar 4.1 Logo LAZ DT Peduli

Logo baru yang digunakan oleh Dt Peduli menampilkan bentuk Logotype bertuliskan nama lembaga yaitu Dt Peduli. Pada kata “dt” yang merupakan singkatan dari Daarut Tauhid terdapat aksesoris bentuk uluran tangan pada pemisah

kedua huruf tersebut, uluran tangan dapat diartikan sebagai bantuan, kasih sayang, dan juga harapan. Dt Peduli ingin memberikan kesan sebagai lembaga amil zakat yang penuh dengan kasih sayang dan juga memberi harapan kepada masyarakat yang membutuhkan.

Terdapat dua warna yang terkandung dalam logo Dt Peduli, yaitu warna orange dan juga biru. Warna orange melambangkan kehangatan, harapan dari energi. Sedangkan warna biru melambangkan profesional, ketenangan dan kenyamanan. Dt Peduli sebagai lembaga amal zakat ingin memberikan kesan sebagai lembaga yang profesional, dan juga memberikan kenyamanan bagi para donatur. Dt Peduli juga ingin memberikan kesan kehangatan dan memberikan harapan dan semangat bagi para penerima zakat.

Dt peduli menggunakan tipografi yang cenderung melengkung. Lengkungan dapat melambangkan keluwesan, ramah, dan sosial. Dt Peduli sebagai lembaga amil zakat ingin memberikan kesan yang tidak kaku pada masyarakat, keramahan, dan bersosial. Seperti pada tujuan barunya yaitu memberikan kebermanfaatan sebanyak-banyaknya dan seluas-luasnya tidak memandang dari segi suku, ras dan agama.

4. Program LAZ DT Peduli

Program-program penyaluran dan pemberdayaan dana zakat, infaq, shadaqah dan waqaf Daarut Tauhid Peduli terbagi menjadi beberapa, yaitu sebagai berikut:

a. Program Pendidikan

Pendidikan merupakan program dalam bidang pendidikan yang disalurkan kepada pelajar dari keluarga yang kurang mampu dan untuk memudahkan akses ilmu agama islam sehingga terciptanya masyarakat madani. Beberapa programnya yaitu:

1) Baitu Qur'an

Baitu qur'an merupakan program pemberian biaya *tahfidz al-qur'an* dan biaya asrama bagi peserta didik yang kurang mampu memiliki kapasitas menghafal al-qur'an dengan baik.

2) Orang Tua Asuh

Orang tua asuh merupakan program pengasuhan atau bimbingan terhadap anak yatim, piatu atau dhuafa.

3) Adzkia Islamic School (AIS)

Adzkia islamic school merupakan program bidang pendidikan berupa beasiswa untuk pelajar yang putus sekolah atau tidak mampu secara ekonomi.

4) Tebar Qur'an ke Pelosok Negeri

Tebar qur'an ke pelosok Negara adalah program kebaikan dengan membagikan Al-qur'an baru ke masjid, mushola, surau dan pesantren di pelosok negeri.

b. Program Sosial (kemausiaan)

Sosial (kemanusiaan) adalah program tanggap bencana wilayah bencana berupa bantuan bencana lokal maupun nasional, pembangunan

fasilitas umum, dan fasilitas sosial di wilayah terdampak bencana, recovery daerah dampak bencana, serta pembangunan hunian untuk para korban terdampak bencana. Beberapa programnya yaitu:

1) Peduli Banjir

Peduli banjir adalah program bantuan untuk korban bencana banjir yang terjadi diberbagai kota.

2) Peduli Yatim Palestina

Peduli yatim palestina adalah program penyaluran bantuan untuk anak-anak yatim dan fakir diPalestina.

3) Indonesia Bebas Asap

Indonesia bebas asap adalah program mendukung dalam mengatasi kebakaran hutan dan kabut asap seperti yang terjadi diRiau.

4) Dapur Umum untuk Gaza

Dapur umum untuk gaza merupakan program bantuan berupa pangan untuk gaza, salah satu daerah konflik yang paling banyak mengalami krisis kemanusiaan.

5) Qurban Peduli Negeri

Qurban peduli Negeri merupakan program penyembelihan dan pendistribusian daging qurban kepelosok negeri sesuai dengan tuntunan syariah.

c. Program Kesehatan

Program Kesehatan adalah program edukasi tentang kesehatan dan bantuan penanganan bagi masyarakat kurang mampu untuk pengobatan,

baik dalam bentuk pemberian bantuan obat, biaya perawatan, penanganan administratif ataupun rumah singgah untuk keluarga pasien saat menemani. Beberapa programnya yaitu:

1) Gerakan aksi peduli dampak Covi- 19

Gerakan aksi peduli dampak covid-19 merupakan program bantuan untuk korban dan membantu tenaga medis dalam melawan covid-19.

2) Cek Kesehatan Gratis

Cek kesehatan gratis merupakan program kesehatan untuk masyarakat pelosok dan kurang mampu.

3) Indonesia Darurat Kekeringan

Indonesia darurat kekeringan merupakan program membantu daerah yang mengalami kekeringan dan krisis air.

d. Program Ekonomi

Program ekonomi merupakan program pemberdayaan SDA dan SDM dalam rangka menciptakan dan mengembangkan pertumbuhan ekonomi masyarakat seperti pemberian edukasi, pelatihan, pembinaan, pendampingan, pemberian modal dan pemasarannya. Adapun beberapa programnya yaitu:

1) Ekonomi Tangguh

Ekonomi tangguh adalah program pemberdayaan masyarakat melalui pendayagunaan dana zakat untuk mewujudkan keberdayaan mustahik meliputi, pertanian, peternakan, keterampilan wirausaha, pendampingan dan penyaluran usaha *Micro Finance*.

2) Petani Tangguh

Petani tangguh adalah program bantuan modal melalui pendayagunaan dana zakat untuk para petani kecil dipedesaan.

e. Program Dakwah

Program dakwah merupakan program dan aktivitas menyampaikan ajaran agama islam yang benar, menyuruh untuk berbuat kebaikan dan menjauhi perbuatan munkar. Adapun beberapa programnya yaitu:

1) Kajian Online

Kajian online merupakan program menyebarkan dakwah yang dapat dilihat dan didengar secara online.

2) Tabligh Akbar

Tabligh akbar merupakan secara pengajian al-quran berskala besar atau pertemuan keagamaan massal yang diadakan diseluruh Indonesia.

3) Safari Dakwah

Safari dakwah merupakan program dakwah yang merangkul seluruh kaum Muslimin melalui rumah-rumah Allah *subhanahu wa ta'ala*, memperkenalkan sunnah Rasulullah SAW melalui obrolan-obrolan ringan, membaca buku-buku islam yang penting untuk diketahui oleh seluruh masyarakat.

4) Majelis Ta'lim Manajemen Qolbu

Majelis ta'lim manajemen qolbu merupakan program kajian keilmuan secara kolosal dengan konsep manajemen qolbu yang dilaksanakan di berbagai kota.

f. Program wakaf

Program wakaf pada Daarut Tauhid memberikan kemanfaatan kepada masyarakat telah melakukan langkah-langkah praktis untuk pengembangan dan peningkatan aset wakaf yang dikelolanya. Langkah-langkah tersebut dapat tergambarkan dengan dikelurkannya program-program yang dapat dirasakan oleh masyarakat. Selain itu masyarakat juga dapat mengambil kesempatan untuk memberikan wakaf sesuai dengan peruntukannya. Adapun beberapa program wakaf dalam rangka mengelola dan mengembangkan aset wakaf yaitu:

1) Wakaf sosial

Wakaf sosial merupakan program wakaf yang pengelolaan aset dan dana wakafnya langsung digunakan untuk kepentingan sosial. Program wakaf yang digulirkan adalah pembangunan sasaran yang manfaatnya langsung dan bisa dirasakan oleh semua kalangan masyarakat. Program ini diwujudkan dalam dua bentuk yaitu:

a) Wakaf masjid

Dana wakaf yang terhimpun digunakan untuk membangun masjid yang langsung bisa digunakan oleh umat, baik untuk shalat berjamaah maupun berbagai kajian keislaman. Adapun

program yang pernah digulirkan oleh wakaf Daarut Tauhid adalah wakaf lima Mihrab.

b) Wakaf Al-Qur'an

Program penghimpunan dana untuk penyediaan Al-qur'an yang disebarkan ke pelosok Sumatera Utara. Sudah beberapa masjid yang diberikan al-qur'an oleh wakaf Daarut Tauhid.

2) Wakaf Produktif

Wakaf produktif merupakan program wakaf yang pengelolaan asetnya diproduktifkan terlebih dahulu kemudian hasilnya digunakan untuk kepentingan sosial, dakwah, pendidikan, perawatan aset, dan pengembangan aset wakaf lainnya. Adapun program wakaf produktif yang digulirkan adalah sebagai berikut:

a) Wakaf ketahanan pangan

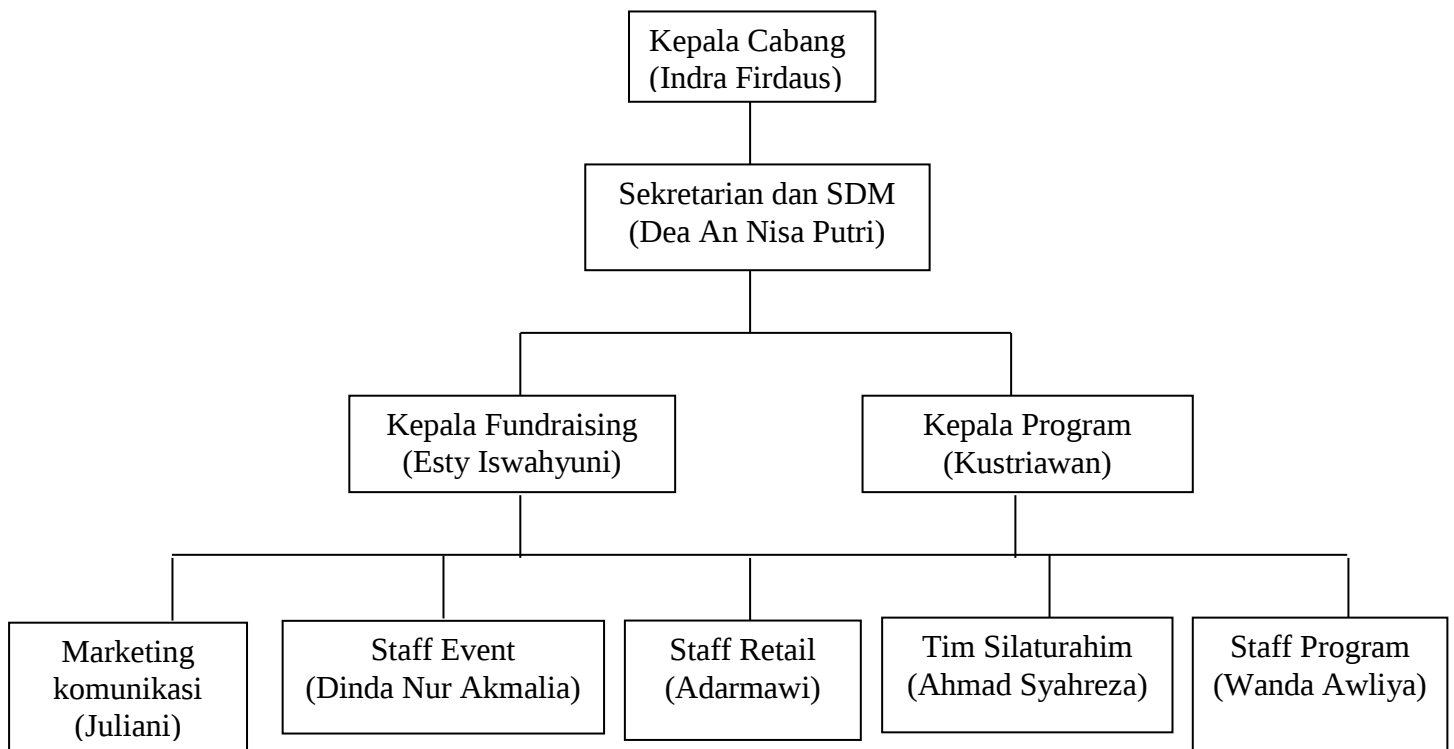
Program wakaf ketahanan pangan mulai diluncurkan pada tahun 2018. Program tersebut melibatkan para petani di Indonesia dengan wakaf Dt peduli yang menyediakan lahan-lahan persawahan agar dapat berkontribusi terhadap permasalahan pangan saat ini. Proses wakaf ini diawali dengan membebaskan lahan-lahan pertanian yang produktif. Setelah itu, lahan-lahan tersebut akan dikelola sehingga menghasilkan keuntungan.

b) Pertokoan bazar wakaf Daarut Tauhid

Pertokoan bazar wakaf produktif merupakan aset wakaf produktif yang dikelola oleh lembaga wakaf Daarut Tauhid

dengan menyewakan kepada masyarakat sekitar wakaf Dt Peduli dengan harga yang berbeda-beda sesuai dengan jaraknya.

5. Struktur Organisasi LAZ DT Peduli Sumatera Utara



Tabel 4.1 Struktur Organisasi LAZ DT Peduli

Deskripsi Jabatan LAZ DT Peduli:

a. Kepala Cabang bertugas sebagai:

- 1) Melakukan perencanaan, pengelolaan, monitoring dan evaluasi fungsi dan pencapaian fundraising cabang dengan detail.
- 2) Menjalankan roda organisasi lembaga di kantor cabang, Memastikan berjalannya aktivitas lembaga di wilayah cabang yang diamanahkan, Menggerakkan tim yang dipimpinnya untuk bergerak aktif dan progresif dalam menguatkan peran lembaga di masyarakat,

Memastikan berjalannya fungsi-fungsi organisasi di cabang, Operasional dan HRD, Komunikasi, Fundraising dan Implementasi Program.

- 3) Melakukan koordinasi dengan LAZ DT Peduli Pusat untuk menyatukan visi pengembangan jejaring lembaga di masyarakat.
- 4) Memenuhi KPI untuk mencapai target fundraising, target pengembangan tata kelola organisasi cabang serta membangun reputasi lembaga dari sisi aktivasi program masterpiece atau lokal dan kesadaran kepada publik di wilayah masing-masing secara masif.

b. Sekretariat dan SDM bertugas sebagai:

- 1) Memilah pos, surat, paket kiriman, pemesanan
- 2) Menjawab dan menerima telepon, pengetikan, dokumen, dan surat menyurat.
- 3) Menyapa dan menanggapi klien
- 4) Membuat agenda kegiatan.
- 5) Mengelola buku harian.

c. Kepala Fundraising bertugas sebagai:

- 1) Menyusun program penggalangan dana yang berkesinambungan untuk penyelenggaraan kegiatan maupun program sosial organisasi.
- 2) Menginisiasi kegiatan yang ditujukan untuk menghimpun dana, guna memenuhi kebutuhan keuangan internal organisasi.
- 3) Bekerja sama dengan perusahaan atau tempat usaha untuk menambah pemasukan.

- 4) Membuat laporan keuangan bulanan hingga tahunan dan dipublikasikan kepada masyarakat.

d. Kepala Program

- 1) Melakukan penyiapan bahan dan data rencana pelaksanaan kegiatan maupun program.
- 2) Melakukan penyusunan anggaran atau pembiayaan kegiatan maupun program sosial.
- 3) Melaporkan hasil pelaksanaan kegiatan maupun program sosial kepada pimpinan pengurus.

c. Marketing Komunikasi bertugas sebagai:

- 1) Merancang, membuat dan menjalankan iklan. Sebuah iklan memiliki kekuatan yang besar untuk menyampaikan informasi sebuah produk atau layanan terhadap pasar atau konsumen.
- 2) Membuat promosi yang beda dengan iklan sebuah promosi biasanya diadakan pada saat ada momen besar
- 3) Menjaga hubungan baik kepada semua pihak memiliki hubungan langsung ataupun tidak terhadap perkembangan perusahaan.

d. Staff Event bertugas sebagai:

- 1) Membantu klien untuk menyelenggarakan acara yang diinginkan dan sesuai dengan anggarannya.
- 2) Mengajukan konsep-konsep yang menarik kepada klien.
- 3) Memberikan usul dan saran mengenai vendor untuk acara kepada klien.

- 4) Mengorganisasi acara secara keseluruhan dalam berbagai aspek kebutuhan.
- e. Staff Retail bertugas sebagai:
- 1) Bertugas untuk menganalisa kebutuhan pelanggan dengan menemukan atau mencari produk-produk yang sesuai dengan keinginan pelanggan.
 - 2) Memberikan informasi dan menyakinkan pelanggan untuk membeli produk pada organisasi tersebut.
- f. Tim Silaturahmi bertugas sebagai:
- Membuat pertemuan atau acara untuk menjalin silaturahmi pada para donatur
- g. Pelayan Program bertugas sebagai:
- 1) Menyiapkan, pembinaan dan pelaksanaan kegiatan dibidang penyusunan program, penelitian dan pengembangan.
 - 2) Pengelolaan dan pelenggaraan kegiatan perencanaan pembangunan dibidang penyusunan program
 - 3) Pengoordinasian dan pengendalian pelaksanaan kegiatan perencanaan pembangunan dibidang penyusunan program, penelitian dan pengembangan.

B. Hasil Penelitian

1. Karakteristik Responden

Karakteristik responden diterapkan untuk mengetahui berbagai macam dari responden berdasarkan jenis kelamin, usia, dan pekerjaan. Hal tersebut diharapkan untuk memberikan sebuah gambaran yang cukup jelas mengenai kondisi dari responden dan hubungannya dengan masalah dan tujuan penelitian tersebut.

a. Berdasarkan Jenis Kelamin

Keragaman responden berdasarkan jenis kelamin dapat ditunjukkan pada tabel 4.2 sebagai berikut:

Tabel 4.1

Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki-laki	32	47%
Perempuan	36	53%
Total	68 orang	100%

Berdasarkan data responden jenis kelamin tersebut, untuk responden laki-laki sebanyak 32 orang dengan persentase 47%, sedangkan responden perempuan sebanyak 36 orang dengan persentase 53%. Dapat dilihat bahwa sebagian besar responden berjenis kelamin perempuan sebesar 53%. Hal tersebut disebabkan karena perempuan ingin memperluas dukungan terhadap kiprahnya kaum wanita dalam

perwakakafan yang tidak hanya memberikan harta wakaf, tetapi juga dapat mengelola untuk mengembangkan dan memberdayakan harta benda wakaf tersebut. Dan tingginya semangat kaum wanita dalam berbagi dikarenakan adanya yang mendorong kepulian untuk membantu dan menolong orang lain yang membutuhkan.

b. Berdasarkan Usia

Dari responden yang telah melakukan kegiatan wakaf pangan di LAZ DT Peduli Sumatera Utara, sangat memungkinkan untuk bervariasi berdasarkan usia. Dapat dilihat pada tabel 4.2 sebagai berikut:

Tabel 4.2

Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah	Persentase
20-30 tahun	22 orang	32%
31-40 tahun	27 orang	40%
41-50 tahun	12 orang	18%
Lebih dari 51 tahun	7 orang	10%
Total	68 orang	100%

Sumber: Data Primer

Berdasarkan karakteristik usia responden pada tabel tersebut, menyatakan bahwa responden yang berusia 20-30 tahun sebanyak 22 orang dengan persentase 32%, responden yang berusia 31-40 tahun sebanyak 27 orang dengan persentase 40%, responden yang berusia 41-50 tahun sebanyak 12 orang dengan persentase 18%, dan responden

yang berusia lebih dari 51 tahun sebanyak 7 orang dengan persentase 10%. Data responden berdasarkan usia sebagian besar responden berumur antara 31-40 tahun yaitu sebesar 40%. Hal ini disebabkan karena lokasi yang menjadi studi kasus tersebut adalah kompleks pemukiman warga yang sudah berumah tangga, sehingga sebagian besar usia responden sudah pada berumur yaitu antara 31-40 tahun.

c. Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan umumnya sangat memungkinkan bagi seseorang untuk mempengaruhi sikap dan perilaku seseorang dalam mengambil suatu keputusan. Hal tersebut dapat dilihat pada tabel 4.3 sebagai berikut:

Tabel 4.3

Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah	Persentase
Mahasiswa	8 orang	12%
Karyawan Swasta	21 orang	31%
PNS	16 orang	23%
Wiraswasta dan lain-lain	23 orang	34%
Total	68 orang	100%

Sumber: Data Primer

Berdasarkan data responden pekerjaan menunjukkan bahwa responden dengan pekerjaan sebagai mahasiswa sebanyak 8 orang dengan persentase 12%, responden pekerjaan sebagai karyawan swasta sebanyak 21 orang dengan persentase 31%, responden pekerjaan

sebagai PNS sebanyak 16 orang dengan persentase 23%, dan responden dengan pekerjaan sebagai wirausaha dan lain-lain sebanyak 23 orang dengan persentase 34%. Berdasarkan karakteristik pekerjaan sebagian besar responden adalah wirausaha dan lain-lain yaitu sebesar 34%. Hal tersebut dikarenakan lokasi yang menjadi studi kasus adalah pemukiman warga, sehingga sebagian besar yaitu kalangan ibu-ibu/bapak-bapak yang memiliki pekerjaan sebagai wiraswasta dan pekerjaan lainnya.

2. Karakteristik Deskriptif

a. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan akan menjadi gambaran penilaian bagi para konsumen dalam melayani masyarakat yang berakaf pangan di LAZ DT Peduli Sumatera Utara. Tanggapan dari responden mengenai kualitas pelayanan ditunjukkan pada tabel 4.4 sebagai berikut:

Tabel 4.4

Tanggapan Responden Mengenai Kualitas Pelayanan

No.	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
1	Karyawan LAZ DT Peduli memberikan sambutan yang baik sebelum melayani.	4	6	13	26	19
2	Pelayan yang diberikan untuk wakif yang melakukan wakaf pangan sangat baik.	2	0	10	33	23
3	Karyawan LAZ DT Peduli Sumatera Utara sopan, baik dan ramah.	0	4	16	28	20
4	Karyawan melayani dengan teliti dan berusaha menghindari kesalahan dalam	1	3	8	35	21

	menjelaskan program wakaf Pangan.					
5	Karyawan memiliki pengetahuan yang baik tentang program wakaf pangan yang terdapat di LAZ DT Peduli Sumatera Utara.	2	2	4	24	36

Sumber: Data Primer

Berdasarkan tanggapan responden mengenai kualitas pelayanan pada tabel tersebut, dapat diketahui bahwa kualitas pelayanan yang peduli dalam memberikan sambutan yang baik sebesar 19 responden sangat setuju, 26 responden setuju, 13 responden kurang setuju, 6 responden tidak setuju, dan 4 responden sangat tidak setuju. Mengenai kualitas pelayanan yang diberikan wakif yang berwakaf pangan sangat baik sebesar 23 responden sangat setuju, 33 responden setuju, 10 responden kurang setuju, dan 2 responden yang sangat tidak setuju. Mengenai kualitas pelayanan karyawan sangat sopan, baik dan ramah sebesar 20 responden sangat setuju, 28 responden setuju, 16 responden kurang setuju, dan 4 responden tidak setuju. Mengenai karyawan yang melayani dengan teliti dan berusaha menghindari kesalahan dalam menjelaskan program wakaf Pangan sebesar 21 responden sangat setuju, 35 responden setuju, 8 responden kurang setuju, 3 responden tidak setuju, dan 1 responden sangat tidak setuju. Mengenai karyawan memiliki pengetahuan yang baik tentang program wakaf pangan yang terdapat di LAZ DT Peduli Sumatera Utara sebesar 36 responden sangat setuju, 24 responden setuju, 4 responden kurang setuju, 2 responden tidak setuju, dan 2 responden sangat tidak setuju.

b. Promosi

Promosi menggambarkan penilaian konsumen terhadap iklan dari program wakaf pangan. Adapun tanggapan dari responden mengenai promosi dari program wakaf pangan ditunjukkan pada tabel 4.5 sebagai berikut:

Tabel 4.5
Tanggapan Responden Mengenai Promosi

No.	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
1	LAZ DT Peduli melakukan promosi melalui instagram, facebook, secara langsung, dan lain-lain.	1	0	6	36	25
2	Banyak kegiatan yang ada didalam program wakaf pangan yang ditawarkan kepada anda membuat anda semakin termotivasi untuk memilih.	0	0	10	23	35
3	Saya memutuskan untuk memilih program wakaf pangan karena adanya transparansi didalamnya	0	0	3	28	37
4	Promosi yang dilakukan di LAZ DT Peduli sangat informatif, aktual, dan jelas	2	1	7	26	32
5	Informasi mengenai wakaf pangan pada Laz Dt Peduli dapat saya lihat melalui baliho spanduk	0	3	5	18	45

Sumber: Data Primer

Berdasarkan tanggapan responden mengenai promosi program wakaf pangan pada tabel 4.6 tersebut, dapat diketahui mengenai LAZ DT Peduli melakukan promosi melalui instagram, facebook, secara langsung, dan

lain-lain sebesar 25 responden sangat setuju, 36 responden setuju, 6 responden kurang setuju, dan 1 responden sangat tidak setuju. Mengenai banyak kegiatan yang ada didalam program wakaf pangan yang ditawarkan kepada anda membuat anda semakin termotivasi untuk memilih sebesar 35 responden sangat setuju, 23 responden setuju, 10 responden kurang setuju. Mengenai Saya memutuskan untuk memilih program wakaf pangan karena adanya transparansi didalamnya sebesar 37 responden sangat setuju, 28 responden setuju, dan 3 responden kurang setuju. Mengenai promosi yang dilakukan di LAZ DT Peduli sangat informatif, aktual, dan jelas sebesar 32 responden sangat setuju, 26 responden setuju, 7 responden kurang setuju, 1 responden tidak setuju, dan 2 responden sangat tidak setuju. Mengenai informasi mengenai wakaf pangan pada Laz Dt Peduli dapat saya lihat melalui baliho spanduk sebesar 45 responden sangat setuju, 18 responden setuju, 5 responden kurang setuju, 3 responden tidak setuju

c. Akuntabilitas

Akuntabilitas menggambarkan penilaian masyarakat terhadap tanggung jawab karyawan terhadap kinerjanya. Tanggapan dari responden mengenai akuntabilitas ditunjukkan pada tabel 4.6 sebagai berikut:

No.	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
1	Pemimpin dan pegawai mempertanggung jawabkan hasil dari suatu kegiatan dari program wakaf pangan yang telah dilakukan.	0	0	4	30	34

2	Program wakaf pangan dirancang dengan mempertimbangkan prinsip efisiensi bahwa penggunaan dana mencapai target.	2	2	10	39	15
3	Melakukan analisis keuangan setiap kegiatan atau program wakaf pangan selesai dilaksanakan.	0	4	14	24	30
4	Pemimpin dan pegawai selalu terlibat bersama-sama dalam mengevaluasi hasil suatu kegiatan wakaf pangan.	2	3	10	27	26
5	Pelaksanaan program wakaf pangan dirasakan manfaatnya oleh masyarakat.	1	1	6	26	34

Sumber: Data Primer

Berdasarkan tanggapan dari responden mengenai akuntabilitas pada tabel tersebut, dapat diketahui mengenai Pemimpin dan pegawai mempertanggung jawabkan hasil dari suatu kegiatan dari program wakaf pangan yang telah dilakukan sebesar 34 responden sangat setuju, 30 responden setuju, 4 responden kurang setuju. Mengenai program wakaf pangan dirancang dengan mempertimbangkan prinsip efisiensi bahwa penggunaan dana mencapai target sebesar 15 responden sangat setuju, 39 responden setuju, 10 responden kurang setuju, 2 responden tidak setuju, 2 responden sangat tidak setuju. Mengenai melakukan analisis keuangan setiap kegiatan atau program wakaf pangan selesai dilaksanakan sebesar 30 responden setuju, 24 setuju, 14 responden kurang setuju, 4 responden tidak setuju. Mengenai Pemimpin dan pegawai selalu terlibat bersama-sama dalam mengevaluasi hasil suatu kegiatan wakaf pangan sebesar 26 responden sangat setuju, 27 responden setuju, 14 responden kurang

setuju, 4 responden tidak setuju. Mengenai pelaksanaan program wakaf pangan dirasakan manfaatnya oleh masyarakat sebesar 34 responden sangat setuju, 26 responden setuju, 6 responden kurang setuju, 2 responden tidak setuju, 2 responden sangat tidak setuju.

d. Keputusan Wakif

Keputusan wakif merupakan Keputusan Wakif merupakan strategi organisasi dalam mempertahankan para donatur/wakif yang setia. Pada tahapan ini masyarakat dihadapkan dalam memilih atau tidak terhadap program tersebut. Tanggapan responden mengenai keputusan wakif ditunjukkan pada tabel 4.7 sebagai berikut:

No.	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
1	Saya memilih program wakaf pangan karena adanya kebutuhan.	2	0	7	20	39
2	Saya memutuskan untuk memilih program wakaf pangan di LAZ DT Peduli Sumatera Utara setelah membandingkan dengan lembaga lainnya.	3	2	14	39	10
3	Anda sebagai konsumen setuju bahwa wakaf pangan di LAZ DT Peduli sangat membantu.	0	0	5	23	40
4	Saya memutuskan untuk memilih wakaf pangan berdasarkan pengalaman orang lain.	4	2	15	20	27
5	Saya akan melakukan kegiatan wakaf pangan terus-menerus atau berulang-ulang.	0	2	6	32	28

Sumber: Data Primer

Berdasarkan tanggapan responden mengenai keputusan wakif dalam memilih wakaf pangan pada tabel 4.8 tersebut, dapat diketahui mengenai

masyarakat memilih program wakaf pangan karena adanya kebutuhan sebesar 39 responden sangat setuju, 20 responden setuju, 7 responden kurang setuju, dan 2 responden sangat tidak setuju. Mengenai memutuskan untuk memilih program wakaf pangan di LAZ DT Peduli Sumatera Utara setelah membandingkan dengan lembaga lainnya sebesar 10 responden sangat setuju, 39 responden setuju, 14 responden kurang setuju, 2 responden tidak setuju, dan 3 responden sangat tidak setuju. Mengenai Anda sebagai konsumen setuju bahwa wakaf pangan di LAZ DT Peduli sangat membantu sebesar 40 responden sangat setuju, 23 responden setuju, dan 5 responden kurang setuju. Mengenai memutuskan untuk memilih wakaf pangan berdasarkan pengalaman orang lain sebesar 27 responden sangat setuju, 20 responden setuju, 15 responden kurang setuju, 2 responden tidak setuju, dan 4 responden sangat tidak setuju. Mengenai akan melakukan kegiatan wakaf pangan terus-menerus atau berulang-ulang sebesar 28 responden sangat setuju, 32 responden setuju, 6 responden kurang setuju, dan 2 responden tidak setuju.

3. Metode Analisis Data

Tujuan dilakukannya metode analisis data adalah sebagai upaya mencari dan menata secara sistematis catatan hasil observasi, wawancara dan lainnya untuk meningkatkan pemahaman peneliti tentang kasus yang diteliti dan menyajikannya sebagai temuan bagi orang lain. Analisis data yang dilakukan antara lain:

a. Uji Validitas dan Reliabilitas

Penelitian tersebut menggunakan data primer dari LAZ DT Peduli Sumatera Utara. Dimana data primer diperoleh dari penyebaran kuesioner kepada responden yaitu para wakif yang berwakaf pangan pada LAZ DT Peduli Sumatera Utara.

1) Variabel Dependen

Variabel dependen merupakan suatu variabel yang telah dipengaruhi oleh adanya variabel bebas. Variabel dependen yang digunakan adalah keputusan wakif dalam memilih wakaf pangan pada LAZ DT Peduli Sumatera Utara

a) Keputusan Wakif (Y)

Keputusan Wakif merupakan strategi organisasi dalam mempertahankan para donatur/wakif yang setia. Data dalam tabel yang telah dirangkum dalam tabel frekuensi dibawah ini menunjukkan seberapa besar frekuensi yang menjawab pertanyaan tentang variabel Keputusan Wakif. Adapun hasil uji validitas dan reliabilitas untuk variabel keputusan wakif adalah sebagai berikut:

Tabel 4.8

Hasil Uji Validitas Keputusan Wakif

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
p1	10,76	20,242	,935	,972
p2	10,94	20,325	,937	,971
p3	11,00	20,478	,934	,972
p4	11,01	20,164	,930	,973
p5	11,04	20,640	,934	,972

Sumber: Data diolah

Dengan menggunakan jumlah responden 68, maka nilai r tabel dapat diperoleh melalui tabel r product moment pearson dengan df (degree of freedom) = n-2, maka df = 68-2 = 66, jadi r tabel menjadi = 0.201 bukti pertanyaan dikatakan valid jika nilai r hitung > r tabel. Dan dapat dilihat dari corrected Item Total Correlation, analisis output bisa dilihat dibawah ini:

No Butir	r hitung	r tabel	Keterangan	Hasil
1	0.935	0.201	r hitung > r tabel	Valid
2	0.937	0.201	r hitung > r tabel	Valid
3	0.934	0.201	r hitung > r tabel	Valid
4	0.930	0.201	r hitung > r tabel	Valid
5	0.934	0.201	r hitung > r tabel	Valid

Data dalam tabel yang telah di rangkum dalam tabel hasil uji realibilitas dengan menggunakan SPSS versi 23 tentang Kualitas Pelayanan:

Tabel 4.9

Uji Reliabilitas Keputusan Wakif

Cronbach's Alpha	N of Items
,977	5

Pada Uji Realibilitas dilihat dari nilai Cronbach's Alpha, dimana jika nilai Alpha, > 0.60 maka butiran pertanyaan yang merupakan dimensi variabel adalah reliabel. Hal ini Nilai Cronbach's Alpha dari keputusan wakif adalah 0.977 maka dikatakan reliabilitas sangat tinggi.

2) Variabel Independen

Variabel independen merupakan variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Variabel independen pada penelitian ini adalah kualitas pelayanan, promosi, dan akuntabilitas.

a) Kualitas Pelayanan (X1)

Kualitas Pelayanan merupakan faktor dan akar penting yang mampu memberikan kepuasan bagi pelanggannya terkait dengan hasil perilaku dari mulut kemulut seperti keluhan, rekomendasi, dan pertukaran atau perpindahan. Data dalam tabel yang telah dirangkum dalam tabel frekuensi dibawah ini menunjukkan seberapa besar frekuensi yang menjawab pertanyaan tentang variabel Kualitas Pelayanan. Adapun hasil uji validitas dan reliabilitas untuk variabel kualitas pelayanan adalah sebagai berikut:

Tabel 4.10
Uji Validitas Kualitas Pelayanan

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
p1	9,84	18,973	,931	,976
p2	10,06	19,131	,950	,973
p3	10,13	18,982	,939	,975
p4	10,16	18,794	,950	,973
p5	10,22	18,891	,929	,976

Dengan menggunakan jumlah responden 68, maka nilai r tabel dapat diperoleh melalui tabel r product moment pearson dengan df (degree of freedom) = n-2, maka df = 68-2 = 66, jadi r tabel menjadi = 0.201. bukti pertanyaan dikatakan valid jika nilai r hitung > r tabel. Dan dapat dilihat dari corrected Item Total Correlation, analisis output bisa dilihat dibawah ini:

No Butir	r hitung	r tabel	Keterangan	Hasil
1	0.931	0.201	r hitung > r tabel	Valid
2	0.950	0.201	r hitung > r tabel	Valid
3	0.939	0.201	r hitung > r tabel	Valid
4	0.950	0.201	r hitung > r tabel	Valid
5	0.929	0.201	r hitung > r tabel	Valid

Data dalam tabel yang telah di rangkum dalam tabel hasil uji realibilitas dengan menggunakan SPSS versi 23 tentang Kualitas Pelayanan:

Tabel 4.12
Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan

Cronbach's Alpha	N of Items
,980	5

Pada Uji Realibilitas dilihat dari nilai Cronbach's Alpha, dimana jika nilai Alpha, > 0.60 maka butiran pertanyaan yang

merupakan dimensi variabel adalah reliabel. Hal ini Nilai Cronbach's Alpha dari kualitas pelayanan adalah 0.980 maka dikatakan reliabilitas sangat tinggi.

b) Promosi (X2)

Promosi adalah suatu usaha dari pemasaran dalam menginformasikan dan memengaruhi orang atau pihak lain sehingga tertarik untuk melakukan transaksi atau pertukaran produk barang atau jasa yang dipasarkannya. Data dalam tabel yang telah dirangkum dalam tabel frekuensi dibawah ini menunjukkan seberapa besar frekuensi yang menjawab pertanyaan tentang variabel Promosi. Adapun hasil uji validitas dan reliabilitas untuk variabel promosi adalah sebagai berikut:

Tabel 4.13
Uji Validitas Promosi

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
p1	10,35	18,053	,919	,971
p2	10,54	17,565	,931	,969
p3	10,65	17,724	,938	,968
p4	10,66	17,809	,926	,970
p5	10,74	18,526	,933	,970

Dengan menggunakan jumlah responden 68, maka nilai r tabel dapat diperoleh melalui tabel r product moment pearson dengan df (degree of freedom) = n-2, maka df = 68-2 = 66, jadi r tabel menjadi = 0.201. bukti pertanyaan dikatakan valid jika

nilai r hitung $>$ r tabel. Dan dapat dilihat dari corrected Item

Total Correlation, analisis output bisa dilihat dibawah ini:

No Butir	r hitung	r tabel	Keterangan	Hasil
1	0.919	0.201	r hitung $>$ r tabel	Valid
2	0.931	0.201	r hitung $>$ r tabel	Valid
3	0.938	0.201	r hitung $>$ r tabel	Valid
4	0.926	0.201	r hitung $>$ r tabel	Valid
5	0.933	0.201	r hitung $>$ r tabel	Valid

Data pada tabel yang di rangkum dalam tabel tersebut hasil

uji realibilitas dengan menggunakan SPSS versi 23 tentang

Promosi sebagai berikut:

Tabel 4.14
Uji Reliabilitas Promosi

Cronbach's Alpha	N of Items
.976	5

Pada Uji Realibilitas dilihat dari nilai Cronbach's Alpha, dimana jika nilai Alpha, $>$ 0.60 maka butiran pertanyaan yang merupakan dimensi variabel adalah reliabel. Hal ini Nilai Cronbach's Alpha dari Promosi adalah 0.976 maka dikatakan reliabilitas sangat tinggi.

c) Akuntabilitas (X3)

akuntabilitas merupakan suatu evolusi kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh seorang petugas baik masih berada pada jalur otoritasnya atau sudah keluar jalur dari tanggung jawab dan kewenangannya. Data dalam tabel yang telah dirangkum dalam tabel frekuensi dibawah ini menunjukkan seberapa besar frekuensi yang menjawab pertanyaan tentang variabel

Akuntabilitas. Adapun hasil uji validitas dan reliabilitas untuk variabel akuntabilitas adalah sebagai berikut:

Tabel 4.15
Uji Validitas Akuntabilitas

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
p1	12,49	22,642	,928	,972
p2	12,53	22,432	,958	,967
p3	12,71	22,778	,934	,971
p4	12,71	22,808	,930	,971
p5	12,69	23,082	,908	,975

Dengan jumlah responden 68, maka nilai r tabel dapat diperoleh melalui tabel r product moment pearson dengan df (degree of freedom) = $n-2$, maka $df = 68-2 = 66$, jadi r tabel menjadi = 0.201. Maka bukti pertanyaan dikatakan valid jika nilai r hitung > r tabel. Hal ini dapat dilihat dari corrected Item Total Correlation, analisis output bisa dilihat dibawah ini sebagai berikut:

No Butir	r hitung	r tabel	Keterangan	Hasil
1	0.928	0.201	r hitung > r tabel	Valid
2	0.958	0.201	r hitung > r tabel	Valid
3	0.934	0.201	r hitung > r tabel	Valid
4	0.930	0.201	r hitung > r tabel	Valid
5	0.908	0.201	r hitung > r tabel	Valid

Data pada tabel yang di rangkum dalam tabel tersebut hasil uji realibilitas dengan menggunakan SPSS versi 23 tentang Promosi sebagai berikut:

Tabel 4.16
Uji Reliabilitas Akuntabilitas

Cronbach's Alpha	N of Items
,977	5

Pada Uji Reliabilitas dilihat dari nilai Cronbach's Alpha, dimana jika nilai Alpha, > 0.60 maka butiran pertanyaan yang merupakan dimensi variabel adalah reliabel. Hal ini Nilai Cronbach's Alpha dari akuntabilitas adalah 0.977 maka dikatakan reliabilitas sangat tinggi.

b. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik bertujuan untuk mengetahui kondisi data yang dipergunakan dalam penelitian. Model uji asumsi klasik dalam penelitian ini untuk mengetahui apakah data berdistribusi normal, tidak terdapat multikolinearitas, dan tidak terdapat heterokedastisitas.

1) Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinieritas di dalam model regresi digunakan matriks korelasi variabel-variabel bebas, dan melihat nilai Variance Inflation Factor (VIF) dan Tolerance. Hasil untuk uji multikolinearitas ditunjukkan pada tabel 4.17 ialah sebagai berikut:

Tabel 4.17
Uji Multikolinearitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	2,269	1,096		2,070	,043		
X1	,075	,068	,073	1,103	,274	,726	1,377
X2	,942	,066	,886	14,190	,000	,804	1,243
X3	-,124	,057	-,132	-2,165	,034	,841	1,189

a. Dependent Variable: Y

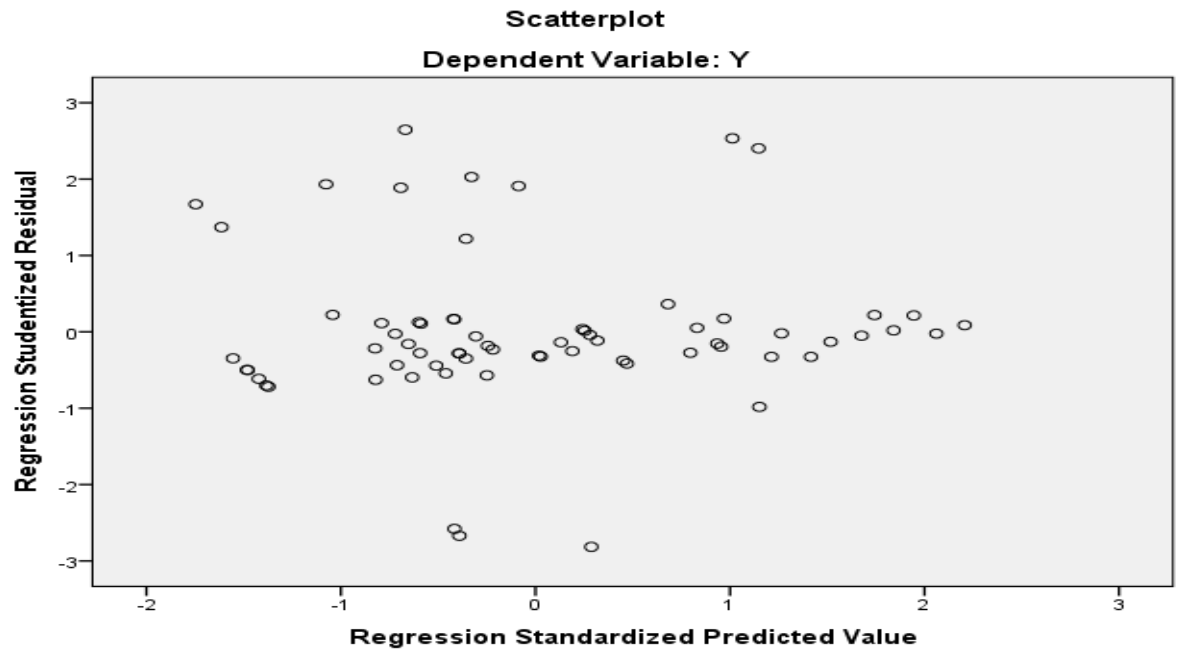
Cara menentukan adanya multikolinearitas dilakukan dengan menggunakan *variance inflation Factor* (VIF) atau *Tolerance* ($1/VIF$). Jika nilai VIF yang dihasilkan antara 1-10. Dan untuk *Tolerance* lebih dari 0.10. Berdasarkan tabel tersebut nilai VIF dari hasil uji asumsi klasik masih diantara 1-10, maka tidak terdapat gejala multikolinearitas antar variabel independen dalam model regresi.

2) Uji Heterokedastisitas

Dalam uji Heterokedastisitas dilakukan bertujuan untuk menguji apakah didalam model regresi terdapat ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Cara untuk mengambil keputusan dengan melihat grafik *scatterplot* dan uji *glejser* sebagai berikut:

Gambar 4.2

Uji Heterokedastisitas



Berdasarkan gambar *scatterplot* diatas dapat dilihat bahwa:

- 1) Titik-titik data menyebar diatas dan dibawah atau disekitaran angka 0
- 2) Titik-titik data tidak mengumpul hanya dibawah atau diatas saja
- 3) Penyebaran titik data membentuk pola bergelombang melebar kemudian menyempit dan melebar kembali.
- 4) Penyebaran titik-titik data tidak berpola maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heterokedastisitas dalam model regresi.

Tabel 4.18**Hasil Pengujian Heterokedastisitas *Glejser***

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3,431	,817		4,201	,000
X1	-,009	,051	-,026	-,182	,856
X2	-,067	,049	-,180	-1,348	,182
X3	-,055	,043	-,167	-1,280	,205

a. Dependent Variable: Abs_Res

Jika nilai sig > 0.05 maka hal ini tidak terjadinya gejala heterikedastisitas. Berdasarkan hasil uji heterokedastisitas pada tabel 4.18 semua variabel dalam model regresi yang digunakan dalam penelitian tersebut menunjukkan tidak adanya gejala heterokedastisitas, dikarenakan nilai signifikan lebih dari 0.05.

3) Uji Normalitas

sebuah uji yang dilakukan dengan tujuan untuk menilai sebaran data pada sebuah kelompok data atau variabel, apakah sebaran data tersebut berdistribusi normal ataukah tidak. Adapun cara untuk mengetahuinya yaitu dengan melihat grafik normal *probability plot* uji *kolmogorov-smirnov* pada tabel 4.19 sebagai berikut:

Tabel 4.19
Uji Normalitas

		X1	X2	X3	Y
N		68	68	68	68
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	12,60	13,21	15,82	13,69
	Std. Deviation	5,428	5,296	6,010	5,626
Most Extreme Differences	Absolute	,101	,105	,095	,103
	Positive	,101	,105	,068	,103
	Negative	-,081	-,066	-,095	-,061
Test Statistic		,101	,105	,095	,103
Asymp. Sig. (2-tailed)		,080 ^c	,062 ^c	,200 ^{c,d}	,068 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Berdasarkan hasil *output* pada tabel uji normalitas tersebut diperoleh nilai (*Asymp. Sig. 2-tailed*) sebesar 0.093, 0.070, 0.096, dan 0.078. karena signifikansi lebih besar dari 5% (0.05) maka residual terdistribusi dengan normal

c. Persamaan Regresi Linier Berganda

Persamaan regresi linier berganda bertujuan untuk membuat perkiraan nilai suatu variabel yang berhubungan dengan variabel lainnya. Berdasarkan hasil persamaan regresi linier berganda diperoleh hasilnya seperti pada tabel 4.20 sebagai berikut:

Tabel 4.20
Persamaan Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2,269	1,096		2,070	,043
X1	,075	,068	,073	1,103	,274
X2	,942	,066	,886	14,190	,000
X3	-,124	,057	-,132	-2,165	,034

a. Dependent Variable: Y

Persamaan regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian adalah sebagai berikut:

$$Y = 2,269 + 0,075 + 0,942 - 0,124 + e$$

Dari persamaan regresi diatas dapat diartikan sebagai berikut:

- 1) Koefisien regresi keputusan wakif (Y) adalah 2.269 yang artinya apabila nilai dari variable lainnya tetap (konstan), maka keputusan pembelian adalah sebesar 2.269
- 2) Koefisien regresi kualitas pelayanan (X1) adalah 0.075 yang artinya setiap kenaikan ataupun penurunan nilai kualitas pelayanan sebesar 1 satuan dan nilai dari variabel lainnya tetap (konstan), maka keputusan wakif akan mengalami kenaikan ataupun penurunan 0.075 satuan.
- 3) Koefisien regresi promosi (X2) adalah 0.942 yang artinya setiap kenaikan ataupun penurunan nilai promosi sebesar 1 satuan dan nilai dari variabel lainnya tetap (konstan), maka keputusan wakif akan mengalami kenaikan ataupun penurunan sebesar 0.942 satuan.
- 4) Koefisien regresi akuntabilitas (X3) adalah -0.124 yang artinya setiap kenaikan ataupun penurunan nilai akuntabilitas sebesar 1 satuan dan nilai dari variabel lainnya tetap (konstan), maka keputusan pembelian akan mengalami kenaikan ataupun penurunan sebesar - 0.124 satuan.

d. Uji Hipotesis

1) Uji T (Uji Parsial)

Uji T menyatakan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara parsial dalam menerapkan variabel dependen. Pengambilan keputusan terhadap uji t dapat dilakukan dengan dua cara yaitu sebagai berikut:

a) Jika $\text{sig} > 0.05$ maka H_0 diterima

Jika $\text{sig} < 0.05$ maka H_0 ditolak

b) Jika $-t_{\text{hitung}} < t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$ maka H_0 diterima

Jika $t_{\text{hitung}} < -t_{\text{tabel}}$ dan $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ maka H_0 ditolak

Tabel 4.21
Uji T (Uji Parsial)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2,269	1,096		2,070	,043
X1	,075	,068	,073	1,103	,274
X2	,942	,066	,886	14,190	,000
X3	-,124	,057	-,132	-2,165	,034

a. Dependent Variable: Y

Berikut hasil yang didapat dari tabel 4.21 dapat dilihat pengaruh secara parsial atau secara sendiri-sendiri antara X1, X2, X3 terhadap Y.

a) Kualitas pelayanan (X1) terhadap Keputusan wakif memilih wakaf pangan.

(1) Dari penelitian ini bahwa sig adalah $0.274 > 0.05$ maka H_0 diterima

(2) Untuk t hitung = 1.103 dan t tabel = 1.668, jadi $1.103 < 1.668$ maka H_0 diterima

Secara parsial isi dari kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap kualitas pelayanan, sehingga kenaikan sebesar 0.075 tidak mempengaruhi dengan asumsi variabel lain konstan. Hal ini dikarenakan kurangnya kualitas pelayanan yang diberikan tidak kompetitif sehingga kualitas pelayanan mengurangi keputusan dalam memilih produk/program pada pelanggan. Dimana untuk meningkatkan keputusan pemilihan lembaga harus lebih meningkatkan kualitas pelayanan yang kompetitif, Seperti mana yang dikatakan oleh Wyckof, kualitas pelayanan adalah sebagai tingkat kesempurnaan yang diharapkan dan pengendalian akan kesempurnaan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Memberikan pelayanan yang baik sudah menjadi tanggung jawab lembaga tanpa adanya pelayanan yang baik, lembaga tidak mungkin bisa mendapatkan banyak konsumen dalam bisnisnya

b) Promosi (X_2) terhadap keputusan wakif memilih wakaf pangan.

(1) Dari penelitian ini bahwa sig adalah $0.000 < 0.05$ maka H_0 ditolak

(2) Untuk t hitung = 14.190 dan t tabel = 1.668, jadi $14.190 > 1.668$ maka H_0 ditolak.

Secara parsial promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan wakif dalam memilih wakaf pangan, pengaruhnya sebesar 0.942 artinya jika promosi naik 1 satuan maka keputusan wakif memilih wakaf pangan akan naik sebesar 0.942 dengan asumsi variabel lain konstan. Hal ini dikarenakan promosi sangat penting dilakukan dalam usaha merebut pangsa pasar yang semakin kompetitif. Menurut Daryani dengan melakukan promoi melalui media cetak/elektronik yang menarik, Semakin tinggi dan menariknya promosi yang dilakukan oleh lembaga maka akan semakin tinggi pula keputusan konsumen dalam melakukan pemilihan pada produk/jasa tersebut, maka hal itu akan mempengaruhi konsumen dalam memutuskan pemilihan produk/program.

c) Akuntabilitas (X3) terhadap keputusan wakif dalam memilih wakaf pangan

(1) Dari penelitian ini bahwa sig adalah $0.034 < 0.05$ maka H_0 ditolak

(2) Untuk t hitung = -2.165 dan $-t$ tabel = 1.668, jadi $-2.165 < -1.668$ maka H_0 ditolak.

Secara parsial akuntabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan wakif dalam memilih wakaf

pangan, pengaruhnya sebesar -0.129 artinya jika akuntabilitas naik 1 satuan maka keputusan wakif memilih wakaf pangan akan menurun sebesar 0.129 begitu sebaliknya dengan asumsi variabel lain konstan. Hal ini didukung oleh banyaknya jawaban responden yang menyatakan setuju terhadap beberapa indikator. Serta unit organisasi mampu menjelaskan dan mempertanggung jawabkan setiap kebijakan yang telah dibuat secara proposional. Menurut Lucy Auditya diperjelas pelaksanaan akuntabilitas yang baik dapat dilihat dari tanggung jawab dan strategi dalam melaksanakan program secara optimal untuk mewujudkan target yang ditentukan.

2) Uji F (Uji Simultan)

Uji F bertujuan untuk menguji signifikan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan wakif dalam memilih wakaf pangan secara simultan dan parsial. Pengambilan keputusan uji F dapat dilakukan dengan dua cara yaitu:

a) Jika $\text{sig} > 0.05$ maka H_0 diterima

Jika $\text{sig} < 0.05$ maka H_0 ditolak

b) Jika $F_{\text{hitung}} < F_{\text{tabel}}$ maka H_0 diterima

Jika $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$ maka H_0 ditolak

Tabel 4.22
Uji F (Uji Simultan)

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1694,572	3	564,857	84,873	,000 ^b
	Residual	425,943	64	6,655		
	Total	2120,515	67			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X3, X2, X1

f.tabel = $n-k-1 = 68 - 3 - 1 = 64$ adalah **2.75**
f.hitung = **84.873**
f.tabel = **2.75**

Hasilnya yang diterima dari output regresi linier berganda dari tabel 4.22 diatas yaitu:

- a) Dari penelitian diatas bahwa sig adalah $0.000 < 0.05$ maka H_0 ditolak
- b) Untuk F hitung = 84.873 dan F tabel = 2.75, jadi $84.873 > 2.75$ maka H_0 ditolak

Dengan demikian, dari analisis diatas maka dapat disimpulkan bahwa secara simultan terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan, promosi, dan akuntabilitas terhadap keputusan wakif dalam memilih wakaf pangan.

3) Koefisien Determinasi (R^2)

Analisis R^2 (*Adjusted Square*) atau koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui proporsi keragaman total dalam variabel tak bebas Y yang dapat dijelaskan atau diterapkan oleh variabel-variabel bebas X yang ada didalam model persamaan regresi linier berganda secara bersama-sama. Nilai koefisien

determinasi yaitu antara nol sampai dengan satu ($0 < R^2 < 1$). Variabel independen yang hampir semua memberikan informasi yang dibutuhkan dalam memprediksi variasi variabel dependen akan menunjukkan *Adjusted R Square* atau nilai R^2 yang mendekati satu. Hasil dari uji Koefisien Determinasi (R^2) ditunjukkan pada tabel 4.23 sebagai berikut:

Tabel 4.23
Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.894 ^a	.799	.790	2,580

a. Predictors: (Constant), X3, X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi (R^2) pada tabel 4.23 tersebut variabel independen sebanyak 3 variabel sehingga koefisien determinasi menggunakan nilai *adjusted R square* sebesar 0.790. hal ini menyatakan bahwa kualitas pelayanan, promosi, dan akuntabilitas mampu menerapkan variasi keputusan wakif memilih wakaf pangan sebesar 79%. Sedangkan sisanya sebesar 21% dijelaskan oleh variabel-variabel lainnya diluar model seperti *self actualization*, *emotional buying motives*, *brand preference*.

C. Pembahasan

1. Kualitas Pelayanan Mempengaruhi Keputusan Wakif Memilih Wakaf Pangan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, maka dapat diperoleh bahwa secara simultan terdapat pengaruh signifikan antara variabel dependen terhadap variabel independen, secara parsial kualitas pelayanan tidak memiliki pengaruh yang positif signifikan terhadap keputusan wakif memilih wakaf pangan. Kenaikan sebesar 0.075 tidak mempengaruhi dengan asumsi variabel lain konstan.

Apabila kualitas pelayanan rendah maka keputusan konsumen dalam memilih keinginannya juga rendah. Hal ini sesuai dengan teori Wyckoff yang menyatakan jika kualitas pelayanan yang diberikan tidak kompetitif akan mengakibatkan kualitas pelayanan dapat mengurangi keputusan dalam memilih produk/program pada pelanggan. Hal ini dikarenakan kualitas pelayanan sebagai tingkat kesempurnaan yang diharapkan dan pengendalian akan kesempurnaan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Memberikan pelayanan yang baik sudah menjadi tanggung jawab lembaga tanpa adanya pelayanan yang baik, lembaga tidak mungkin bisa mendapatkan banyak konsumen dalam bisnisnya.

Penelitian ini berbanding terbalik terhadap penelitian terdahulu, dimana penelitian terdahulu kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap keputusan dalam memilih wakaf sedangkan penelitian ini tidak berpengaruh positif.

2. Promosi Mempengaruhi Keputusan Wakif Memilih Wakaf Pangan

Berdasarkan pengujian yang dilakukan, maka dapat diperoleh bahwa secara simultan terdapat pengaruh signifikan antara variabel dependen terhadap variabel independen, sedangkan secara elastisitas terdapatnya perbedaan antara variabel independen dan variabel diluar model, dimana variabel independen memilih wakaf pangan sebesar 79% sedangkan variabel diluar model 21%.

secara parsial promosi memiliki pengaruh yang positif signifikan terhadap keputusan wakif memilih wakaf pangan. Pengaruhnya sebesar 0.942 artinya jika promosi naik 1 satuan maka keputusan wakif memilih wakaf pangan akan naik sebesar 0.942 dengan asumsi variabel lain konstan. Sehingga ketika tingkat promosi naik, maka keputusan wakif memilih wakaf pangan juga rendah.

Sesuai dengan teori Daryani yang menyatakan bahwa dengan melakukan promosi melalui media cetak/elektronik yang menarik, Semakin tinggi dan menariknya promosi yang dilakukan oleh lembaga maka akan semakin tinggi pula keputusan konsumen dalam melakukan pemilihan pada produk/jasa tersebut, maka hal itu akan mempengaruhi konsumen dalam memutuskan pemilihan produk/program. Hal ini akan berdampak kepada perkembangan lembaga tersebut.

Penelitian ini sejalan penelitian yang dilakukan Yusroni Akhmad Syahrial, bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel promosi terhadap keputusan wakif memilih wakaf pangan. Dengan

demikian penelitian ini menyimpulkan bahwa semakin tinggi promosi maka semakin tinggi tingkat keputusan wakif memilih wakaf pangan.

3. Akuntabilitas Mempengaruhi Keputusan Wakif Memilih Wakaf Pangan

Berdasarkan pengujian yang dilakukan, maka dapat diperoleh bahwa secara simultan terdapat pengaruh signifikan antara variabel dependen terhadap variabel independen, sedangkan secara elastisitas terdapatnya perbedaan antara variabel independen dan variabel diluar model, dimana variabel independen memilih wakaf pangan sebesar 79% sedangkan variabel diluar model 21%.

secara parsial akuntabilitas terhadap keputusan wakif memilih wakaf pangan. Pengaruhnya sebesar -0.129 artinya jika akuntabilitas naik 1 satuan maka keputusan wakif memilih wakaf pangan akan menurun sebesar 0.129 begitu sebaliknya dengan asumsi variabel lain konstan. Hal ini dikarenakan akuntabilitas dapat dipercaya untuk memberi revitalisasi, memberi kekuatan bersaing, memperbaiki kualitas produk dan produk pelayanan organisasi.

Seperti teori dari Ledvina V. Carino mengatakan bahwa akuntabilitas suatu tanggung jawab atas pelaksanaan suatu kegiatan program dan tanggung jawab atas implementasi oleh seorang petugas baik yang masih berada pada jalur otoritasnya atau sudah keluar jauh dari tanggung jawab dan kewenangannya. Dimana maksudnya sebagai perwujudan pertanggung jawaban seseorang atau unit organisasi, dalam mengelola sumber daya yang telah diberikan dan dikuasai, dalam rangka pencapaian tujuan melalui suatu media berupa laporan akuntabilitas kinerja secara periodik.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian Lucy Auditya dimana akuntabilitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan dalam memilih program. Dengan demikian penelitian ini menyimpulkan bahwa akuntabilitas yang baik dapat dilihat dari tanggung jawab dan strategi dalam melaksanakan program secara optimal untuk mewujudkan target yang ditentukan.