

Preferensi Masyarakat dalam Penyaluran Zakat: Tinjauan pada Masyarakat di Kabupaten Banjar

Basyirah Ainun^a, Mahyuni^{b*}, Nifa Silvia^c

^{abc}Jurusan Akuntansi, Politeknik Negeri Banjarmasin, Indonesia

*Corresponding Author: mahyuni@akuntansipoliban.ac.id

Abstract

Zakat is a number of assets that must be issued by a Muslim or business entity to be given to those who are entitled to receive it in accordance with Islamic law. Banjar Regency is known as one of the districts in South Kalimantan whose community is predominantly Muslim and very religious so it should be able to optimize its zakat collection potential. This study aims to determine the preferences of people in Banjar Regency in distributing zakat funds and what factors influence it. The research method used was descriptive qualitative with primary data in the form of survey to 100 respondents. The results showed that as many as 60% of respondents preferred to distribute zakat directly to mustahiq because of their lack of knowledge about zakat management organizations, while 40% of respondents chose to distribute zakat through zakat management organizations with details of 30% choosing to distribute zakat through government-formed zakat collection organizations (BAZNAS) and 10% choosing to distribute zakat through community-formed zakat management organizations such as LAZISMU, Rumah Zakat, Dompot Dhuafa, and BSI Maslahat. Several factors affect public trust in zakat management organizations including openness, competent management, honesty, integrity, accountability, and respect for others.

Keywords: Banjar Regency; Community Preferences; Zakat Distribution

Abstrak

Zakat merupakan sejumlah harta yang wajib dikeluarkan oleh seorang muslim atau badan usaha untuk diberikan kepada pihak yang berhak menerimanya sesuai dengan syariat Islam. Kabupaten Banjar dikenal sebagai salah satu kabupaten di Kalimantan Selatan yang masyarakatnya mayoritas muslim dan sangat religius sehingga seharusnya dapat mengoptimalkan potensi pengumpulan zakatnya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui preferensi masyarakat di Kabupaten Banjar dalam menyalurkan dana zakat dan faktor apa saja yang mempengaruhinya. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan data primer berupa survei kepada 100 responden. Hasil penelitian menunjukkan sebanyak 60% responden lebih memilih menyalurkan zakat langsung kepada mustahik karena kurangnya pengetahuan mereka tentang organisasi pengelola zakat, sedangkan

40% dari responden memilih menyalurkan zakat melalui organisasi pengelola zakat dengan perincian 30% memilih menyalurkan zakat lewat organisasi pengumpul zakat bentukan pemerintah (BAZNAS) dan 10% memilih menyalurkan zakat lewat organisasi pengelola zakat bentukan masyarakat seperti LAZISMU, Rumah Zakat, Dompot Dhuafa, dan BSI Maslahat. Sejumlah faktor mempengaruhi kepercayaan masyarakat terhadap organisasi pengelola zakat di antaranya adanya keterbukaan, pengelolaan yang kompeten, kejujuran, integritas, akuntabilitas, dan penghargaan pada orang lain.

Kata Kunci: Kabupaten Banjar; Penyaluran Zakat; Preferensi Masyarakat

@IJAAF 2023 published by Politeknik Negeri Banjarmasin. All rights reserved

1. Pendahuluan

Disahkannya Undang-Undang Nomor 38 Tahun 1999 merupakan tonggak resminya pembentukan organisasi pengelola zakat atau disingkat OPZ di Indonesia (Budiman, 2003). Menurut Undang-Undang tersebut, OPZ yang dibentuk oleh pemerintah adalah Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) dan OPZ yang dikukuhkan oleh pemerintah namun dibentuk oleh masyarakat yang disebut dengan Lembaga Amil Zakat (LAZ). Seiring dengan bermunculannya OPZ-OPZ yang pengelolaannya semakin berkembang dinamis, pada tahun 2011 diterbitkan Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2011 tentang Pengelolaan Zakat. Undang-Undang ini kemudian ketentuan teknisnya dijelaskan dalam Peraturan Pemerintah Nomor 14 Tahun 2014 tentang Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2011 tentang Pengelolaan Zakat. Dalam Undang-Undang tersebut dijelaskan bahwa zakat merupakan sejumlah harta yang wajib dikeluarkan oleh seorang muslim atau badan usaha untuk diberikan kepada pihak yang berhak menerimanya sesuai dengan syariat Islam. Orang yang memiliki kewajiban untuk membayar zakat disebut muzaki dan orang yang berhak atas penerimaan tersebut disebut mustahik.

Pemerintah Indonesia telah memberikan fasilitas kepada muzaki dalam menunaikan kewajibannya untuk membayar zakat dengan mendirikan Organisasi Pengelola Zakat (OPZ). Organisasi pengelola terdiri atas Badan Amil Zakat (BAZ) dan Lembaga Amil Zakat (LAZ). Badan Amil Zakat adalah lembaga yang dibentuk oleh pemerintah di bawah naungan Kementerian Agama, dan tersebar hampir di setiap tingkatan baik tingkat nasional, provinsi, hingga kabupaten/kota, sedangkan Lembaga Amil Zakat adalah lembaga yang dibentuk masyarakat (Budiman, 2006). Kedua organisasi pengelola zakat ini pada hakikatnya memiliki tugas yang sama, yaitu membantu untuk mengumpulkan, mendistribusikan, dan mendayagunakan dana zakat (Pindo, Aristi & Azhari, 2021).

Kabupaten Banjar terletak di bagian selatan Provinsi Kalimantan Selatan. Kabupaten Banjar terbagi ke dalam 20 wilayah kecamatan, 290 desa, dan 13 kelurahan. Jumlah penduduk Kabupaten Banjar pada tahun 2022 sebanyak 579,910 jiwa (BPS, 2023). Kabupaten Banjar dikenal sebagai kabupaten yang sangat banyak majelis agama para ulama dan habaib sehingga hal tersebut membentuk karakter masyarakat Kabupaten Banjar yang religius (MataBanua, 2022; Yusof, Budiman, Amin, 2019). Karakter masyarakat yang religius seharusnya dapat mendorong sikap patuh terhadap agama terlebih mengenai adanya kewajiban membayarkan zakat bagi umat muslim yang sudah mampu (Sadewa, Budiman, & Mairijani, 2016). Kabupaten Banjar sebagai salah satu kabupaten di Kalimantan Selatan yang masyarakatnya sangat terkenal religius seharusnya dapat mengoptimalkan potensi zakatnya sehingga sektor perekonomian dan sosial bisa jauh lebih baik lagi setelah terdampak pandemi.

Saat ini organisasi pengelola zakat yang ada di Kabupaten Banjar adalah organisasi pengelola zakat bentukan pemerintah yaitu BAZNAS Kabupaten Banjar yang membawahi banyak Unit Pengumpulan Zakat (UPZ) di bawahnya. BAZNAS Kabupaten Banjar merupakan salah satu lembaga untuk menghimpun dana zakat, infak, dan sedekah di Kalimantan Selatan. BAZNAS Kabupaten Banjar didirikan pada Maret tahun 2017. BAZNAS Kabupaten Banjar masih tergolong muda sehingga kebanyakan masyarakat masih belum mengetahui mengenai manajemen pengumpulan dan penyalurannya (Arifah, 2022).

Penelitian terkait preferensi masyarakat terhadap organisasi pengelola zakat sangat penting untuk memahami persepsi dan kebutuhan masyarakat terkait zakat dan organisasi pengelola zakat. Penelitian ini dapat membantu meningkatkan transparansi dan akuntabilitas dalam pengelolaan zakat dan membantu organisasi pengelola zakat dalam meningkatkan pelayanan dan kepercayaan masyarakat. Selain itu, penelitian ini juga dapat membantu pemerintah dalam merancang kebijakan yang lebih efektif dalam pengelolaan zakat dan mendukung pencapaian tujuan pembangunan berkelanjutan.

Berdasarkan beberapa hasil penelitian terdahulu, diketahui bahwa preferensi masyarakat untuk menyalurkan zakat lewat organisasi pengelola zakat bentukan pemerintah (BAZNAS) masih lebih rendah jika dibandingkan dengan organisasi pengelola zakat bentukan masyarakat ataupun menyalurkan secara langsung kepada mustahik.

Dari uraian di atas, penulis terdorong untuk melakukan penelitian ini dengan menggunakan objek masyarakat yang terbatas hanya di Kabupaten

Banjar dengan judul penelitian “Preferensi Masyarakat Kabupaten Banjar terhadap Organisasi Pengelola Zakat”.

2. Metode Penelitian

Preferensi

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI, 2008), preferensi adalah hak untuk didahulukan dan diutamakan dari pada yang lain, prioritas, pilihan, kecenderungan, dan kesukaan. Simamora (2003) menyatakan bahwa preferensi merupakan konsep abstrak yang menggambarkan peta peningkatan kepuasan yang diperoleh dari kombinasi barang dan jasa sebagai cerminan dari selera pribadi seseorang. Dengan kata lain, preferensi merupakan gambaran tentang kombinasi barang dan jasa yang lebih disukai konsumen apabila ia memiliki kesempatan untuk memperolehnya. Dalam penjelasan lain preferensi adalah seperangkat objek yang dinilai sesuai atau mendekati kesesuaian dengan persyaratan yang dikehendaki oleh konsumen (Herawati, 2011). Dari beberapa penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa preferensi adalah sebuah gambaran mengenai kesesuaian keinginan dari tingkat kepuasan barang dan jasa yang diinginkan oleh konsumen.

Kotler (2005) menjelaskan bahwa preferensi dapat terbentuk melalui pola pikir konsumen yang didasari oleh beberapa alasan, antara lain:

- a. Pengalaman yang diperoleh sebelumnya
Konsumen yang merasakan kepuasan dalam membeli sebuah produk dan merasakan kecocokan dalam mengkonsumsi produk yang dibelinya. Konsumen akan terus menerus memakai atau menggunakan merek produk tersebut sehingga konsumen mengambil keputusan untuk membeli.
- b. Kepercayaan turun-temurun
Karena kebiasaan keluarga yang menggunakan produk tersebut, maka konsumen merasa puas dan ingin mengulangi membeli produk tersebut.

Kotler (2005) mengungkapkan ada beberapa cara yang harus dilalui oleh konsumen untuk membentuk preferensi. Langkah-langkah yang harus dilalui konsumen untuk membentuk proses evaluasi tersebut adalah sebagai berikut:

- a. Konsumen diasumsikan melihat suatu produk sebagai sekumpulan atribut. Konsumen yang berbeda memiliki atribut yang berbeda mengenai suatu produk yang relevan.
- b. Tingkat kepentingan berbeda-beda sesuai dengan kebutuhan dan keinginan masing-masing. Konsumen mempunyai penekanan yang berbeda-beda untuk menilai atribut mana yang paling penting.

- c. Konsumen mengembangkan sejumlah kepercayaan tentang kepentingan atribut pada setiap produk.
- d. Tingkat kepuasan konsumen terhadap produk akan beragam sesuai dengan perbedaan atribut.
- e. Konsumen akan sampai pada sikap terhadap produk yang berbeda melalui prosedur evaluasi.

Simamora (2003) menyatakan ada beberapa faktor yang mempengaruhi preferensi konsumen di antaranya sebagai berikut:

- a. Atribut
Diasumsikan konsumen telah melihat suatu produk sebagai sekumpulan atribut karena setiap konsumen mempunyai tanggapan yang berbeda mengenai atribut yang relevan dengan keperluan masing-masing.
- b. Kepentingan
Tingkat kepentingan atribut yang beragam sesuai dengan keperluan dan keinginan masing-masing. Hal ini dikarenakan konsumen yang mempunyai penekanan berbeda-beda dalam menilai atribut yang mempunyai tingkat kepentingan tertinggi.
- c. Kepuasan
Tingkat kepuasan konsumen akan berbeda-beda sesuai dengan perbedaan atribut yang ditunjukkan suatu produk.
- d. Kepercayaan
Konsumen akan mengembangkan berbagai kepercayaan mengenai letak produk pada setiap atribut yang biasa disebut dengan *brand image*.

Zakat

Ditinjau dari segi bahasa, kata zakat mempunyai beberapa arti, yaitu *al-barakatu* 'keberkahan', *al-namaa* 'pertumbuhan dan perkembangan', *ath-thaharatu* 'kesucian', dan *ash-shalahu* 'keberesan'. Sedangkan secara istilah, zakat adalah bagian dari harta dengan persyaratan tertentu, yang Allah SWT mewajibkan kepada pemiliknya untuk diserahkan kepada yang berhak menerimanya dengan persyaratan tertentu pula (Hafidhuddin, 2002).

Secara etimologi, zakat adalah menyucikan, memperbaiki, berkembang, dan memuji. Zakat merupakan salah satu rukun Islam yang wajib dilaksanakan oleh seorang muslim. Hikmah dari kewajiban melaksanakannya adalah penyucian harta bagi pemiliknya dan saling memberikan pertolongan antar sesama muslim (Depag RI, 2009). Berdasarkan sudut pandang sistem ekonomi, zakat merupakan upaya untuk menciptakan distribusi pendapatan agar menjadi lebih merata. Selain untuk tujuan distribusi, zakat juga sebagai sumber pendapatan dan pembiayaan kegiatan ekonomi. Hikmah dari kewajiban melaksanakan zakat adalah

penyucian harta bagi pemiliknya dan saling memberikan pertolongan antara sesama muslim.

Ada beberapa pendapat ulama mazhab mengenai definisi zakat (Al-Zuhayly, 2008):

- a. Mazhab Hanafi, zakat merupakan sebagian harta yang khusus dari harta khusus sebagai milik orang yang khusus yang ditentukan oleh syariat Allah dan dikeluarkan untuk mengharapkan ridha Allah semata.
- b. Mazhab Maliki, zakat yaitu mengeluarkan sebagian yang khusus dari harta yang khusus yang telah mencapai *nisab* (batas kuantitas yang mewajibkan zakat) kepada orang-orang yang berhak menerimanya jika harta kepemilikan tersebut penuh dan telah mencapai *haul* (setahun).
- c. Mazhab Hambali, zakat adalah hak yang wajib dikeluarkan dari harta yang khusus untuk kelompok yang khusus pula.
- d. Mazhab Syafi'i, zakat merupakan sebuah ungkapan keluarnya harta secara khusus.

Secara umum zakat terbagi menjadi dua, yaitu:

- a. Zakat *nafs*/zakat fitrah, yaitu kewajiban zakat bagi setiap muslim baik yang sudah baligh maupun belum, dan pembayarannya pada bulan Ramadan sebelum dilaksanakannya shalat Idul Fitri.
- b. Zakat harta/zakat maal, zakat yang wajib dikeluarkan dari harta seorang muslim apabila sudah mencapai jumlah tertentu (*nisab*). Dalam bahasa Arab, *maal* artinya adalah kecenderungan hati. Adapun makna secara syara adalah sebagai sesuatu yang dikuasai dan dapat digunakan seperti mencakup hasil perniagaan, pertanian, pertambangan, dan hasil kerja (profesi).

Organisasi Pengelola Zakat

Di Indonesia, organisasi pengelolaan untuk lembaga zakat diatur dalam Undang-Undang RI Nomor 23 Tahun 2011 tentang Pengelolaan Zakat dan Peraturan Pemerintah Nomor 14 Tahun 2014 tentang pelaksanaan Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2011. Organisasi Pengelola Zakat (OPZ) didefinisikan sebagai perencanaan, pengelolaan, dan pengendalian dana masyarakat baik berupa dana zakat, infak, maupun sedekah (Fadilah, 2012). Organisasi pengelola zakat di Indonesia terdiri dari dua macam yaitu, Badan Amil Zakat (BAZ) dan Lembaga Amil Zakat (LAZ).

Badan Amil Zakat Nasional merupakan badan resmi yang dibentuk oleh pemerintah berdasarkan Keputusan Presiden RI No. 8 Tahun 2001 yang memiliki tugas dan fungsi untuk menghimpun dan menyalurkan zakat, infak, dan sedekah (ZIS) secara nasional dan berkedudukan di Ibukota

Negara, serta bersifat mandiri dan bertanggung jawab kepada Presiden melalui Menteri. Kepengurusan Badan Amil Zakat terdiri dari 11 (sebelas) orang anggota yang dimana 8 (delapan) orang dari unsur masyarakat dan 3 (tiga) orang dari unsur pemerintah. Unsur masyarakat terdiri atas unsur ulama, tenaga professional, dan tokoh masyarakat Islam, sedangkan unsur pemerintah ditunjuk dari kementerian/instansi yang berkaitan dengan pengelolaan zakat.

Lembaga Amil Zakat adalah institusi pengelolaan zakat yang dibentuk oleh masyarakat atau organisasi masyarakat yang dikukuhkan, dibina, dan dilindungi oleh pemerintah. Dalam menjalankan tugasnya lembaga amil zakat bersifat independen, namun juga tetap koordinasi dengan pemerintah dan antar lembaga zakat lainnya, terutama kepada lembaga yang berada dalam satu wilayah lingkup yang sama. Dengan harapan agar terjadi sinergi antar lembaga dalam penyaluran zakat sebagai upaya pemerataan dan perbaikan ekonomi di masyarakat.

Menurut Wibowo (2006), kepercayaan adalah nilai yang paling dihargai dalam suatu hubungan. Kepercayaan adalah kemauan seseorang untuk bertumpu pada orang lain dimana orang tersebut memiliki keyakinan pada orang yang dipercayai tersebut. Kepercayaan memiliki fungsi untuk meningkatkan kemampuan konsumen menentukan pilihan dan sebuah hubungan. Kepercayaan terhadap OPZ merupakan suatu keinginan seorang muzaki untuk menggunakan OPZ dalam menyalurkan zakatnya terhadap mustahik. Hal tersebut dikarenakan muzaki yakin dan percaya jika organisasi pengelola zakat tersebut professional, amanah, dan transparan. Semakin tinggi kepercayaan muzaki terhadap suatu organisasi pengelola zakat, maka akan semakin tinggi pula tingkat penghimpunan dana organisasi tersebut.

Menurut Wibowo (2006), untuk membangun sebuah kepercayaan diperlukan tujuh *core values* di antaranya adalah sebagai berikut:

- a. Keterbukaan
Keterbukaan kedua belah pihak sangatlah dibutuhkan agar dapat menumbuhkan sikap saling percaya antara satu dengan yang lain.
- b. Kompetensi
Kemampuan dan kecakapan yang dimiliki oleh seseorang dalam bidangnya merupakan syarat agar dapat dianggap mampu oleh masyarakat dalam menjalankan tugasnya.
- c. Kejujuran
Kejujuran dalam memberikan informasi yang sesuai dengan fakta dan kebenarannya harus diterapkan. Secara hukum tingkat kejujuran dapat

dinilai dari kesesuaian pengakuan maupun apa yang dibicarakan dengan kenyataan yang sebenarnya.

d. **Integritas**

Integritas merupakan suatu keadaan dimana satu kesatuan yang utuh antara niat, pikiran, perkataan, dan perbuatan. Seseorang yang mempunyai integritas tinggi akan mempunyai sikap yang tulus, jujur, berperilaku konsisten serta menjunjung tinggi kebenaran secara bertanggung jawab.

e. **Akuntabilitas**

Akuntabilitas merupakan sikap seseorang yang mempertanggung-jawabkan sesuatu yang telah dikerjakan kepada lingkungannya ataupun orang lain.

f. **Sharing** (kepedulian)

Sebuah pengakuan atau ungkapan diri terhadap orang lain yang berfungsi untuk berbagi sesuatu untuk meringankan sebuah masalah.

g. **Menghargai orang lain**

Untuk mendorong sebuah kepercayaan, maka harus terdapat aspek saling menghargai antara satu sama lain.

3. Metode Penelitian

Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan menggunakan pendekatan deskriptif. Pendekatan deskriptif dilakukan untuk mengetahui keberadaan variabel mandiri, baik hanya satu variabel atau lebih tanpa membuat perbandingan variabel itu sendiri dan mencari hubungan dengan variabel lain. Penelitian kualitatif merupakan penelitian mengenai riset yang sifatnya deskriptif dan cenderung menggunakan analisis proses dan makna lebih diperlihatkan pada penelitian ini. Landasan teori digunakan sebagai pemandu agar fokus penelitian sesuai dengan fakta yang ada di lapangan. Landasan teori juga digunakan sebagai gambaran umum tentang latar belakang penelitian dan sebagai bahan pembahasan (Sugiyono, 2011).

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat Kabupaten Banjar yang berdasarkan data Badan Statistik Kabupaten Banjar pada tahun 2022 berjumlah sebanyak 579,910 jiwa.

Penentuan besaran sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah dengan menggunakan metode Slovin dengan tingkat kesalahan 10% dan menghasilkan jumlah sampel sebanyak 100 (jumlah sampel minimal) dari masyarakat Kabupaten Banjar, berdasarkan perhitungan berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$n = \frac{579.910}{1 + 579.910 (0,01)}$$

$$n = 99,90 \text{ (dibulatkan menjadi 100)}$$

Keterangan:

n = Besaran sampel

N = Populasi

e = Tingkat kesalahan yang dapat ditolerir (ditentukan 10%)

Selanjutnya, dari jumlah sampel yang ditentukan, peneliti membagi sesuai dengan proporsi wilayah administrasi seperti ditampilkan pada Tabel 1.

Tabel 1. Perincian Jumlah Sampel Penelitian

No.	Kecamatan	Populasi Penduduk	Persentase	Jumlah Sampel
1	Aluh-aluh	28.655	4,94%	5
2	Beruntung Baru	14.511	2,50%	3
3	Gambut	46.815	8,07%	8
4	Kertak Hanyar	47.014	8,11%	8
5	Tatah Makmur	12.909	2,23%	2
6	Sungai Tabuk	66.751	11,51%	12
7	Martapura Kota	125.722	21,68%	22
8	Martapura Timur	29.483	5,08%	5
9	Martapura Barat	19.269	3,32%	3
10	Astambul	34.929	6,02%	6
11	Karang Intan	35.894	6,19%	6
12	Aranio	9.157	1,58%	2
13	Sungai Pinang	139.765	2,41%	2
14	Paramasan	3.765	0,65%	1
15	Pengaron	16.761	2,89%	3
16	Sambung Makmur	12.139	2,09%	2
17	Mataraman	24.837	4,28%	4
18	Simpang Empat	23.285	4,02%	4
19	Telaga Beuntung	3.373	0,58%	0
20	Cintapuri Darussalam	10.655	1,84%	2
Total		579.910	100%	100

Metode Pengumpulan Data

Alat yang digunakan pada penelitian ini adalah kuesioner (angket), yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberi seperangkat

pernyataan atau pernyataan tertulis kepada responden guna dijawab. Kuesioner yang digunakan pada penelitian ini merupakan jenis kuesioner semi terbuka, yaitu jawaban sudah tersedia berupa beberapa pilihan tetapi peneliti juga memberikan lainnya yang dapat diisi oleh responden sesuai dengan kondisi ataupun keadaan responden yang tidak terdapat pada pilihan jawaban. Penyebaran kuesioner dilakukan peneliti secara online dan secara langsung, yaitu dengan turun ke lapangan.

Teknis Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan model Miles dan Huberman (Sugiyono, 2011). Adapun langkah-langkah yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Mengumpulkan data lewat penyebaran kuesioner kepada sampel penelitian.
- b. Mereduksi data, dimana pada penelitian ini data direduksi dengan memilah dan merangkum hasil kuesioner responden yang telah sesuai dengan kriteria-kriteria yang telah ditentukan secara sistematis agar lebih mudah dipahami.
- c. Menyajikan data, dengan menggunakan bentuk teks yang bersifat naratif.
- d. Membuat kesimpulan berdasarkan hasil pengolahan data.

4. Hasil dan Pembahasan

Berikut adalah pembahasan hasil penelitian yang didapatkan melalui proses penyebaran kuesioner, dari beberapa pertanyaan terarah yang penulis sebarakan pada bagian kedua. Dari 100 responden yang mengisi kuesioner yang telah penulis sebarakan semuanya telah mengetahui kewajiban membayar zakat bagi seorang muslim yang sudah mampu, rata-rata zakat yang dibayarkan responden adalah berupa zakat *maal* dan sisanya adalah zakat profesi yang telah dipotong melalui potongan gaji di tempat ataupun instansi responden bekerja. Penyaluran zakat *maal* dilakukan responden dalam kurun waktu satu tahun sekali. Sedangkan bagi responden yang membayarkan zakat profesi membayarkan zakatnya dicicil satu bulan sekali melalui pemotongan gaji. Selain menyalurkan zakat responden juga menyalurkan infak dan sedekah dengan kurun waktu yang tidak terbatas atau tidak bisa ditentukan kapan waktunya.

Selanjutnya, berdasarkan data yang berasal dari 100 orang responden, diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 2. Pemilihan Cara Penyaluran Dana Zakat

<i>Penyaluran Dana Zakat</i>	<i>Jumlah Responden</i>	<i>%</i>
Penyaluran secara langsung ke mustahik	60 orang	60%
Penyaluran lewat OPZ Pemerintah (BAZNAS)	30 orang	30%
Penyaluran lewat OPZ bentukan masyarakat	10 orang	10%
Total	100 orang	100%

Pada Tabel 2 terlihat bahwa dari 100 orang responden, ada sebanyak 60 orang (60%) dari jumlah sampel yang memilih untuk membayar atau menyalurkan zakatnya langsung kepada mustahik. Adapun beberapa alasan yang melatarbelakangi pemilihan penyaluran dana zakat langsung kepada mustahik, dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3. Alasan Penyaluran Zakat Langsung kepada *Mustahik*

<i>Alasan penyaluran zakat langsung kepada mustahik</i>	<i>Jumlah</i>
Tempat/lokasi OPZ yang jauh	15
Tidak mengetahui prosedur penyaluran zakat di OPZ	20
Sudah terbiasa menyalurkan langsung kepada mustahik	25
Total	60

Sedangkan jumlah responden yang memilih untuk menyalurkan dana zakat lewat OPZ adalah sebanyak 40 orang (40%) dengan perincian sebanyak 30 orang (30%) menyalurkan zakat melalui OPZ bentukan pemerintah seperti BAZNAS dan sisanya 10 orang (10%) membayarkan zakatnya melalui OPZ bentukan masyarakat.

Ada beberapa faktor yang membuat responden memilih untuk menyalurkan zakat, infak dan sedekahnya melalui organisasi pengelola zakat (OPZ) yang dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4. Tanggapan Responden dalam Memilih OPZ

<i>Core Value</i>	<i>Jumlah</i>	<i>%</i>
Keterbukaan	5	12,50%
Pengelolaan yang kompeten	7	17,50%
Kejujuran	7	17,50%
Integritas	6	15,00%
Akuntabilitas	5	12,50%
Kepedulian	6	15,00%
Menghargai orang lain	4	10,00%
Total	40	100,00%

Berdasarkan hasil pengolahan data, dapat diketahui bahwa tingkat preferensi masyarakat di Kabupaten Banjar terhadap OPZ masih lebih rendah (40%) jika dibandingkan dengan kecenderungan masyarakat untuk menyalurkan dana zakat langsung kepada mustahik (60%). Oleh karena itu, pihak OPZ harus bekerja lebih keras lagi untuk meningkatkan preferensi atau kecenderungan masyarakat menyalurkan dana zakat kepada OPZ.

Terkait alasan penyaluran dana zakat langsung kepada mustahik, maka beberapa hal yang dapat dilakukan oleh pihak OPZ adalah sebagai berikut:

Tabel 5. Tindakan untuk Meningkatkan Preferensi terhadap OPZ

<i>Alasan penyaluran zakat langsung kepada mustahik</i>	<i>Tindakan yang disarankan untuk meningkatkan preferensi masyarakat terhadap OPZ</i>
Tempat/lokasi OPZ yang jauh	<ol style="list-style-type: none"> 1. Membuka lebih banyak lagi counter atau loket pembayaran zakat 2. Memaksimalkan penggunaan teknologi informasi atau digitalisasi dalam pembayaran zakat yang memudahkan pembayaran zakat bagi para muzaki tanpa harus mendatangi kantor OPZ 3. Jika memungkinkan, perlu dilakukan penambahan staf yang diterjunkan kepada masyarakat untuk melakukan ‘jemput bola’ penghimpunan dana zakat dari masyarakat
Tidak mengetahui prosedur pembayaran zakat di OPZ	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengusahakan adanya prosedur pembayaran zakat yang mudah dipahami dan kemudian disosialisasikan kepada semua kalangan masyarakat 2. Memperbanyak variasi media pembayaran zakat baik cara konvensional/tatap muka maupun secara digital sehingga dapat diakses oleh semua kalangan masyarakat yang beragam tingkat penguasaannya terhadap penggunaan teknologi informasi
Sudah terbiasa menyalurkan langsung kepada <i>mustahik</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Promosi yang lebih gencar lagi untuk meningkatkan literasi masyarakat terhadap OPZ 2. Perlu upaya untuk lebih meyakinkan masyarakat menyalurkan dana zakat lewat OPZ, misalnya dengan menonjolkan (jika ada) mustahik yang telah berubah menjadi muzaki setelah mendapatkan penyaluran dana zakat dari OPZ

5. Simpulan

Berdasarkan temuan pada bagian sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa preferensi masyarakat yang ada di Kabupaten Banjar terhadap OPZ masih terbilang cukup rendah karena berdasarkan pengolahan data yang dilakukan, hanya sebanyak 40% responden muzaki yang memilih untuk menyalurkan dana zakat lewat OPZ, sedangkan 60% lebih memilih untuk menyalurkan dana zakat langsung kepada mustahik. Hal ini merupakan tantangan bagi OPZ untuk mengupayakan agar preferensi masyarakat terhadap OPZ dapat lebih meningkat lagi. Dalam Tabel 5, penulis menyarankan beberapa upaya untuk lebih mengenalkan OPZ kepada masyarakat sekaligus untuk meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap OPZ dalam melakukan pengelolaan dana zakat.

Daftar Pustaka

- Arifah, S. (2022). Manajemen Pengumpulan dan Penyaluran Dana Zakat di Badan Amil Zakat Nasional Kabupaten Banjar. Skripsi. UIN Antasari Banjarmasin.
- Badan Pusat Statistik. (2021). Indikator Sosial Ekonomi Masyarakat Kabupaten Banjar Tahun 2017.
- Budiman, M. A. (2003). UU No. 38 Tahun 1999 dan Implikasinya terhadap Pengelolaan Zakat di Indonesia. *Intekna*, 1(6), 328-337.
- Budiman, M. A. (2006). Transformasi Bentuk Kelembagaan Pengelola Zakat di Indonesia (Perspektif Legislasi). *Intekna*, 6(1), 1-12.
- Hafidhuddin, D. (2002). *Zakat dalam Perekonomian Modern*. Jakarta: Gema Insani.
- Herawati, L. N. (2011). Preferensi dan Keputusan Masyarakat Kecamatan Karawaci dalam Menyalurkan Zakat. Skripsi. Fakultas Syariah dan Hukum, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- KBBI. (2008). *Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, P. (2005). *Manajemen Pemasaran* (1st & 2nd ed.). Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- MataBanua. (2022, Oktober 9). Kegiatan Majelis Membentuk Karakter Masyarakat Religius. *Mata Banua*. <https://matabanua.co.id/2022/10/09/kegiatan-majelis-membentuk-karakter-masyarakat-religius>.
- Pindo, R., Aristi, M. D., & Azhari, I. P. (2021). Pengaruh Akuntabilitas, Transparansi dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepercayaan Muzakki dalam Menyalurkan Zakat pada BAZNAS Provinsi Riau. *ECOUNTBIS: Economics, Accounting and Business Journal*, 1(1), 121–135. <https://jom.umri.ac.id/index.php/ecountbis/article/view/131>.

- Sadewa, M. M., Budiman, M. A., & Mairijani. (2016). Hubungan antara Religiusitas dan Kesejahteraan pada Masyarakat Banjar, Kalimantan Selatan. *At-Taradhi: Jurnal Studi Ekonomi*, 6(2), 207-217.
- Simamora, B. (2003). *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif R&D* (13th ed.). Bandung: Alfabeta.
- Wibowo. (2006). *Manajemen Perubahan*. Depok: PT. RajaGrafindo Persada.
- Yusof, S. A., Budiman, M. A., Amin, R. M. (2018). Relationship between Religiosity and Individual Economic Achievement: Evidence from South Kalimantan, Indonesia. *Journal of King Abdulaziz University: Islamic Economics*, 31(2), 3-16.