



Department of Digital Business

Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)

Homepage: <https://journal.ilmudata.co.id/index.php/RIGGS>

Vol. 5 No. 2 (2026) pp: 6660-6669

P-ISSN: 2963-9298, e-ISSN: 2963-914X

Preferensi Masyarakat dalam Penyaluran Zakat Memilih Taretan Lokal atau BAZNAS di Pamekasan Madura

Alvin Raihandi, Gita Isnain Riski Agustin, Zainol Holis, Farahdilla Kutsiyah

Magister Ekonomi Syariah, Universitas Islam Negeri Madura

alvinraihandi92@gmail.com, gitaIsnain@gmail.com, inonktheyzen@gmail.com, keindahanmaduraku@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi preferensi masyarakat Pamekasan, Madura, dalam menyalurkan zakat serta mengidentifikasi alasan dominan masyarakat lebih memilih memberikan zakat secara langsung kepada taretan lokal (tetangga, kerabat, atau kiai) dibandingkan melalui lembaga formal seperti Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS). Penelitian ini menggunakan metode campuran (mixed methods) dengan desain sequential explanatory untuk memperoleh pemahaman yang komprehensif mengenai fenomena sosial yang diteliti. Data kuantitatif diperoleh dari 100 responden wajib zakat melalui teknik purposive sampling dan dianalisis menggunakan regresi logistik biner, sedangkan data kualitatif diperoleh melalui wawancara mendalam guna memperkuat hasil analisis statistik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas masyarakat (74%) lebih memilih menyalurkan zakat kepada taretan lokal secara langsung, sedangkan hanya 26% yang memilih menyalurkan zakat melalui BAZNAS. Rendahnya tingkat kepercayaan terhadap akuntabilitas lembaga pengelola zakat serta kuatnya pengaruh sosial dan budaya lokal menjadi faktor utama yang mempertahankan pola penyaluran tradisional tersebut di tengah perkembangan kelembagaan zakat modern. Di sisi lain, faktor kemudahan akses, pengaruh kiai, dan pemahaman agama tidak menunjukkan pengaruh signifikan terhadap pilihan penyaluran zakat. Oleh karena itu, penelitian ini merekomendasikan pembentukan “Wadah Mandiri Desa” sebagai model integratif yang menggabungkan kearifan lokal dengan sistem pengelolaan zakat modern melalui kolaborasi antara kiai, akademisi, dan BAZNAS guna mendorong transformasi zakat konsumtif menjadi zakat produktif.

Kata kunci: Preferensi Masyarakat, Penyaluran Zakat, Taretan Lokal, BAZNAS Pamekasan.

1. Latar Belakang

Potensi penghimpunan dana zakat di Indonesia sangat besar, namun realisasinya seringkali masih jauh dari harapan akibat rendahnya persentase penyaluran melalui lembaga resmi (Canggih dan Fikriyah 2017). Di Kabupaten Pamekasan, Madura sebuah daerah dengan kultur keislaman yang sangat kuat kesadaran masyarakat untuk menunaikan zakat sangat tinggi. Namun, terdapat realitas sosial yang menunjukkan bahwa mayoritas masyarakat lebih memilih menyalurkan zakatnya secara langsung kepada tetangga terdekat, kerabat, atau tokoh agama lokal (Kiai) dibandingkan melalui Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) tingkat daerah (Humam dan Hanif 2024).

Praktik pembagian zakat secara langsung ini dipandang sebagai solusi praktis untuk mengentaskan kesulitan ekonomi masyarakat sekitar sekaligus mempererat kohesi dan solidaritas sosial. Namun, jika dianalisis lebih jauh, solusi kultural ini memiliki kelemahan dasar yaitu penyaluran seringkali tidak merata, tumpang tindih, dan dana zakat hanya habis untuk kebutuhan konsumtif jangka pendek. Di sisi lain, BAZNAS menawarkan nilai plus berupa program zakat produktif yang berkelanjutan, namun entitas ini masih menghadapi tantangan dalam memenangkan preferensi kultural masyarakat Pamekasan (Ashari et al. 2023).

Zakat termasuk dari salah satu rukun Islam yang mempunyai peran yang penting dalam mengentaskan kemiskinan dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat (Nafiah dan Muhtadi 2025). Islam ialah sebuah ajaran yang menghendaki adanya perhatian kepada golongan dhuafa'. Zakat adalah suatu ajaran Islam yang berlandaskan pada Al-Qur'an dan Hadits, bahwa harta kekayaan yang dimiliki oleh seseorang ialah amanah dari Allah SWT (Suaidi 2008). Zakat ialah kewajiban Islam yang harus dipenuhi oleh semua Muslim. Tujuan zakat adalah untuk membantu fakir miskin, dan memiliki fungsi sosial juga. Dan untuk mengurangi kemiskinan dan meningkatkan kesejahteraan

rakyat dan negara. Jika komunitas Muzakki tidak memiliki pencerahan untuk memenuhi tujuan ini, itu tidak akan terwujud (Fahira dan Irham 2022).

Di Indonesia, zakat tidak hanya diatur oleh agama, tapi juga diserap dalam hukum negara. Indonesia mempunyai Undang-undang Nomor 23 Tahun 2011 mengenai sebuah pengelolaan zakat (Nafiah dan Muhtadi 2025). Sejarah pengelolaan zakat di Indonesia mencerminkan dinamika peran masyarakat dan negara dalam mengatur kewajiban ibadah yang berdimensi sosial ini. Pada awalnya, pengelolaan zakat dilakukan secara tradisional oleh tokoh masyarakat atau pemuka agama secara langsung di lingkungan komunitas Muslim. Namun, seiring dengan perkembangan masyarakat dan kompleksitas sosial-ekonomi, muncul kebutuhan untuk mengelola zakat secara lebih sistematis dan institusional. Hal ini mendorong kehadiran lembaga-lembaga zakat serta kerangka hukum yang mengatur pengelolaannya secara nasional (Sultoni, Wulandari, dan Nia 1999).

Penelitian tersebut menggunakan teori perilaku konsumen (consumer behavior) yang mana kegiatan-kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam proses pengambilan keputusan termasuk pada kegiatan-kegiatan penyaluran zakat tersebut. Ada dua elemen penting dari perilaku konsumen itu: proses pengambilan keputusan, dan kegiatan fisik, yang semua ini melibatkan individu dalam menilai, mendapatkan, dan mempergunakan barang/jasa (Suntoyo 2014).

Beberapa penelitian terdahulu telah berupaya mengkaji dinamika pengelolaan zakat di Madura. Studi yang dilakukan oleh Komariyah menemukan bahwa pendayagunaan zakat produktif di Pamekasan terbukti efektif terhadap pengurangan angka kemiskinan, asalkan dikelola oleh lembaga amil yang kredibel (Komariyah dan Kunaifi 2020). Penelitian lain menyoroti pentingnya strategi komunikasi pemasaran secara digital oleh lembaga amil lokal di Pamekasan guna memotivasi dan meningkatkan kepercayaan masyarakat (Sarifudin, Fuad, dan Fajreini 2025).

Meskipun studi-studi terdahulu telah menelaah efektivitas lembaga zakat dan strategi pengumpulan dana, kajian tersebut sebagian besar masih berfokus pada ranah manajemen manajerial institusi. Belum ada riset yang secara spesifik menyelidiki fenomena sosiologis terkait benturan preferensi distributif masyarakat Pamekasan antara mempertahankan tradisi membagikan zakat ke tetangga secara langsung atau beralih mempercayakan dananya pada institusi negara seperti BAZNAS. Oleh karena itu, research gap pada artikel ini terletak pada kajian komparatif preferensi penyaluran zakat dari kacamata modal sosial dan kultur lokal masyarakat Madura yang selama ini luput dari literatur filantropi Islam.

Berangkat dari kesenjangan literatur tersebut, studi ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor determinan yang membentuk preferensi masyarakat Pamekasan dalam menyalurkan zakat, serta mengkomparasikan alasan mendasar di balik pemilihan distribusi langsung kepada tetangga dibandingkan penyaluran melalui lembaga BAZNAS.

Penelitian ini berargumen bahwa pilihan masyarakat Pamekasan dalam menyalurkan zakat tidak terjadi begitu saja, tetapi dipengaruhi oleh dua hal utama, yaitu kedekatan sosial dan kepercayaan terhadap lembaga. Di Pamekasan, hubungan antar tetangga sangat erat sehingga banyak orang merasa lebih yakin dan lebih puas jika memberikan zakat secara langsung kepada orang yang sudah mereka kenal atau orang yang menurut mereka lebih membutuhkan. Namun, di sisi lain Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) menyediakan sistem pengelolaan zakat yang lebih teratur, transparan, dan memiliki program bantuan dalam jangka panjang. Oleh karena itu, keputusan memilih menyalurkan zakat kepada tetangga atau melalui BAZNAS dipengaruhi oleh faktor seperti tingkat pendidikan, pemahaman tentang zakat, pendapatan, serta tingkat kepercayaan terhadap lembaga.

2. Kajian Teori

Preferensi masyarakat dalam menyalurkan zakat, baik langsung kepada tetangga maupun melalui lembaga resmi seperti BAZNAS, sebenarnya dipengaruhi oleh dua hal, yaitu ajaran agama dan kebiasaan sosial di lingkungan sekitar. Penyaluran zakat tidak hanya dianggap sebagai kewajiban pribadi, tetapi juga sebagai cara untuk mempererat hubungan antar masyarakat. Di satu sisi, memberikan zakat langsung kepada tetangga dianggap lebih baik oleh sebagian masyarakat, karena manfaatnya bisa langsung terlihat dan dapat memperkuat rasa persaudaraan. Di sisi lain, penyaluran melalui BAZNAS dipandang sebagai cara yang lebih modern dan terorganisir, sehingga dianggap lebih efektif dalam mengatasi kemiskinan secara menyeluruh. Menurut penelitian, pemberian zakat secara langsung dapat membantu menjaga hubungan sosial yang dekat antar masyarakat (Fauzia 2013). Sementara itu, lembaga resmi seperti BAZNAS hadir untuk mempermudah penyaluran zakat agar lebih tepat sasaran dan

mengurangi kesenjangan informasi antara pemberi dan penerima zakat (Canggih dan Fikriyah 2017). Dengan demikian, pilihan masyarakat dalam menyalurkan zakat merupakan perpaduan antara keinginan untuk menjaga hubungan sosial dan kebutuhan akan sistem yang lebih efektif dan terorganisir.

Dalam kajian tentang filantropi Islam, alasan masyarakat dalam memilih cara menyalurkan zakat bisa dibagi menjadi dua hal utama. Pertama, alasan praktis atau efisiensi (mana yang lebih cepat dan tepat sasaran). Kedua, alasan nilai dan budaya, seperti kebiasaan yang sudah lama dilakukan di lingkungan masyarakat. Pendekatan ini penting, karena keputusan untuk memberikan zakat langsung ke tetangga atau melalui lembaga seperti BAZNAS tidak hanya didasari satu alasan saja. Masyarakat biasanya mempertimbangkan banyak hal, seperti siapa yang paling membutuhkan bantuan secara langsung, serta kebiasaan atau tradisi yang sudah ada sejak lama. Beberapa penelitian juga menjelaskan faktor-faktor tersebut dengan cara berbeda. Ada yang menekankan pentingnya kedekatan jarak dan hubungan emosional (Laila, Firmansyah, dan Sultoni 2025) dan ada juga yang menyoroti pemahaman masyarakat terhadap lembaga zakat serta tingkat kepercayaan mereka terhadap pengelolaan zakat (Canggih dan Fikriyah 2017). Dengan demikian, dapat dipahami bahwa pilihan masyarakat dalam menyalurkan zakat dipengaruhi oleh kombinasi antara pertimbangan praktis dan kebiasaan sosial, sehingga hubungan dengan lingkungan sekitar sering kali masih lebih dominan dibandingkan sistem penyaluran yang lebih luas dan terorganisir.

Khusus di masyarakat Madura, seperti di Pamekasan, hubungan sosial dan kekeluargaan memiliki peran yang sangat penting dalam menentukan ke mana zakat disalurkan. Hubungan yang erat ini didasari oleh nilai kebersamaan, persaudaraan (tretan), serta kepatuhan kepada tokoh agama seperti kiai. Karena itu, memberikan zakat kepada tetangga tidak hanya dianggap sebagai kewajiban, tetapi juga sebagai cara menjaga keharmonisan di lingkungan desa. Penelitian menunjukkan bahwa kuatnya hubungan kekerabatan di Madura membuat masyarakat merasa memiliki tanggung jawab moral yang besar untuk membantu orang-orang terdekat terlebih dahulu. Hal ini membuat penyaluran zakat secara langsung lebih diutamakan dibandingkan melalui lembaga dari luar (Wiyata 2002). Selain itu, tokoh masyarakat atau kiai juga sangat berpengaruh dalam menentukan kebiasaan ini. Jika mereka memberi contoh menyalurkan zakat secara langsung, maka masyarakat biasanya akan mengikuti cara tersebut (Komariyah dan Kunaifi 2020). Kuatnya hubungan sosial dan budaya di Pamekasan membuat kebiasaan memberikan zakat langsung kepada tetangga terus dilakukan dari generasi ke generasi, bahkan sering kali lebih dipilih dibandingkan menyalurkannya melalui lembaga resmi.

Selain faktor sosial dan budaya, pilihan masyarakat (muzakki) untuk menyalurkan zakat melalui BAZNAS sangat dipengaruhi oleh tingkat kepercayaan mereka terhadap lembaga tersebut. Kepercayaan ini berkaitan dengan seberapa transparan dan kepercayaan terhadap BAZNAS dalam mengelola zakat. Banyak masyarakat berpikir bahwa lembaga resmi terkadang terasa jauh dari kondisi nyata masyarakat kecil. Karena itu, sebagian orang menjadi ragu dan lebih memilih menyalurkan zakat secara langsung, karena bisa melihat dan memastikan sendiri siapa yang menerima bantuan tersebut. Penelitian menunjukkan bahwa jika sebuah lembaga zakat dikelola dengan baik, transparan, dan profesional, maka kepercayaan masyarakat akan meningkat, sehingga mereka lebih mau menyalurkan zakat melalui lembaga resmi (Adiwijaya, Pratiwi, dan Rosalina 2024). Untuk mengatasi kurangnya kepercayaan ini, para peneliti menyarankan agar BAZNAS meningkatkan cara berkomunikasi dengan masyarakat, termasuk memanfaatkan teknologi digital agar lebih dekat dan mudah diakses oleh masyarakat di berbagai daerah (Sarifudin, Fuad, dan Fajreini 2025). Keraguan masyarakat untuk menyalurkan zakat melalui BAZNAS bukan hanya karena masalah sistem, tetapi juga karena kurangnya kedekatan emosional dan komunikasi yang belum sepenuhnya sesuai dengan kebiasaan masyarakat lokal.

3. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode mixed methods (metode campuran) yaitu menggabungkan pendekatan kuantitatif dan kualitatif. Pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Metode survei digunakan untuk memperoleh data secara langsung dari responden melalui kuesioner. Sementara itu, pendekatan kualitatif dilakukan melalui wawancara untuk mendapatkan informasi yang lebih mendalam terkait preferensi dan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan masyarakat dalam menyalurkan zakat. Adapun desain penelitian yang digunakan adalah sequential explanatory. Sequential explanatory ialah penelitian yang digunakan dengan cara mengumpulkan dan menganalisis data yang diawali dengan penyebaran kuesioner, kemudian dilanjutkan dengan pengumpulan data secara wawancara untuk memperkuat hasil analisis kuantitatif. (Hendrayadi, Kustati, dan Sepriyanti 2023). Penelitian ini bersifat deksriptif-asosiatif. Penelitian deksriptif, ialah sifat penelitian yang menggambarkan suatu fenomena dengan data yang jelas dan diteliti secara sistematis (Sahir 2022). Sedangkan

penelitian asosiatif ialah alat untuk meneliti hubungan antara dua variabel atau lebih yang dapat membangun suatu teori yang berfungsi menjelaskan, meramalkan, serta mengontrol suatu gejala (Kariani dan Rusni n.d.)

Penelitian ini dilakukan di wilayah Pamekasan Madura dengan populasi target kepada masyarakat muslim yang memiliki kewajiban untuk membayar zakat yang berdasarkan data badan statistik kabupaten pamekasan tahun 2026 berjumlah sebanyak 880.000 jiwa. Dalam penelitian ini menggunakan Teknik pengambilan sampel purposive sampling artinya Teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu yaitu orang yang diperkirakan wajib zakat. Penentuan ukuran sampel pada penelitian ini menggunakan metode slovin dengan Tingkat kesalahan 10% dan menghasilkan jumlah sampel sebanyak 100.

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan data primer dan sekunder. Data primer diperoleh langsung dari responden melalui penyebaran kuesioner yang berisi dengan pernyataan-pernyataan yang berkaitan dengan preferensi dan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan dalam menyalurkan zakat. Untuk lebih memperkuat analisis, data sekunder juga digunakan dengan merujuk pada laporan resmi BAZNAS, jurnal penelitian terdahulu, serta sumber Pustaka yang berkaitan dengan manajemen zakat.

Instrumen dalam penelitian ini menggunakan kuisioner serta untuk mengetahui sifat responden dalam penelitian ini, peneliti menggunakan skala likert dengan nilai 1 sampai dengan 5 untuk mengukur variabel penelitian, serta menggunakan pedoman wawancara untuk menggali informasi yang lebih mendalam dari responden atau informan.

Untuk menguji pengaruh variabel independen terhadap preferensi masyarakat dalam menyalurkan zakat (antara Taretan Lokal dan BAZNAS), penelitian ini menggunakan regresi logistik biner. Model logit yang digunakan dinyatakan sebagai berikut:

$$\text{Logit}(p) = \ln \left(\frac{p}{1-p} \right) = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5$$

Di mana:

- P : P (Y = 1) adalah probabilitas masyarakat memilih BAZNAS
Y : Y=1 jika responden memilih BAZNAS, dan Y=0 jika menyalurkan langsung kepada tetangga, kerabat, atau kyai.
X₁ : Kepercayaan (Trust)
X₂ : Pengaruh sosial
X₃ : Kemudahan akses
X₄ : Pengaruh kyai
X₅ : Pemahaman agama
β₀ : Konstanta
β₁, β₂, β₃, β₄, β₅ : Koefisien regresi yang akan diestimasi

Setelah estimasi parameter menggunakan metode *Maximum Likelihood Estimation* (MLE) melalui software SPSS 24, model akhir akan diperoleh dengan nilai koefisien (β) yang menunjukkan arah dan signifikansi pengaruh masing-masing variabel terhadap preferensi penyaluran zakat. Terakhir analisis kualitatif dilakukan dengan cara reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan untuk memperkuat hasil analisis kuantitatif.

4. Hasil dan Diskusi

Deskripsi Responden

Informasi karakteristik responden meliputi usia, jenis kelamin, pendidikan terakhir dan pekerjaan. Dari data yang dikumpulkan untuk analisis lanjut ini diperoleh sejumlah 100 responden. Sebaran responden seperti pada tabel 1 menurut karakteristik responden didapatkan lebih banyak responden yang laki-laki (59%) dengan pendidikan terakhir perguruan tinggi (75%) dan rata-rata sudah mempunyai pekerjaan.

Karakteristik Data Responden

Karakteristik	Responden	Persentase (%)
Usia :		
19-30		47
31-40		41
41-50		9
>50		3
Jenis kelamin :		
Laki-laki		59
Perempuan		41
Pendidikan Terakhir :		
SD		0
SMP		3
SMA		22
Perguruan Tinggi :		75
Pekerjaan :		
PNS/TNI/POLRI		6
Pegawai Swasta		3
Wiraswasta/Pedagang		27
Petani/Nelayan		11
Mahasiswa		11
Lainnya		32

Sumber: Data primer diolah tahun 2026

Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Preferensi Masyarakat Dalam Menyalurkan Zakat

Variables in the Equation							
		B	S.E.	Wald	df	Sig.	Exp(B)
Step 1 ^a	Kepercayaan (Trust) (x1)	.339	.137	6.102	1	.014	1.403
	Pengaruh Sosial (X2)	-.469	.150	9.812	1	.002	.626
	Kemudahan Akses (X3)	.290	.173	2.788	1	.095	1.336
	Pengaruh Kyai (X4)	.067	.139	.232	1	.630	1.069
	Pemahaman Agama (X5)	.049	.126	.155	1	.694	1.051
	Constant	-4.158	2.738	2.307	1	.129	.016
a. Variable(s) entered on step 1: Kepercayaan (Trust) (x1), Pengaruh Sosial (X2), Kemudahan Akses (X3), Pengaruh Kyai (X4), Pemahaman Agama (X5).							

Sumber: Output SPSS 24 data primer diolah tahun 2026

Bentuk Logit (Linier):

$$\text{Logit}(p) = \ln\left(\frac{p}{1-p}\right) = -4,158 + 0,339(X_1) - 0,469(X_2) + 0,290(X_3) + 0,067(X_4) + 0,049(X_5)$$

Bentuk Probabilitas (Model Prediksi)

Dari persamaan logit di atas, probabilitas seseorang memilih BAZNAS dapat dihitung dengan rumus:

$$p(Y = 1) = \frac{1}{1 + e^{-(-4.158 + 0.339X_1 - 0.469X_2 + 0.290X_3 + 0.067X_4 + 0.049X_5)}}$$

Interpretasi Singkat Berdasarkan Tanda Koefisien (β)

Variabel	Koefisien (β)	Tanda	Interpretasi
X ₁ Kepercayaan	+0.339	Positif	Semakin tinggi kepercayaan, semakin cenderung memilih BAZNAS
X ₂ Pengaruh Sosial	-0.469	Negatif	Semakin tinggi pengaruh sosial, semakin cenderung memilih tetangga (karena β negatif)
X ₃ Kemudahan Akses	+0.290	Positif	Semakin mudah akses, semakin cenderung memilih BAZNAS
X ₄ Pengaruh Kyai	+0.067	Positif (lemah)	Cenderung ke BAZNAS, namun tidak signifikan (p = 0,630)
X ₅ Pemahaman Agama	+0.049	Positif (lemah)	Cenderung ke BAZNAS, namun tidak signifikan (p = 0,694)
Constant	-4.158	Negatif	Jika semua X = 0, maka kecenderungan awal lebih kuat ke tetangga

Catatan: Berdasarkan nilai signifikansi (Sig.), hanya variabel X₁ (Kepercayaan, p=0,014) dan X₂ (Pengaruh Sosial, p=0,002) yang berpengaruh signifikan secara statistik terhadap preferensi masyarakat di Pamekasan Madura.

Berdasarkan hasil analisis data yang berasal dari 100 responden, diperoleh hasil bahwasannya 74% orang memilih taretan lokal dan 26% orang memilih BAZNAS. Artinya, mayoritas masyarakat lebih memilih menyalurkan zakat ke taretan lokal (tetangga, kerabat, atau kyai) dibandingkan ke BAZNAS.

Interpretasi Hasil Regresi Logistik (dengan Y = 1 = Tetangga, Kerabat atau Kyai)

Berdasarkan output SPSS sebelumnya yang sudah dibalik tandanya, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Semakin tinggi ketidakpercayaan masyarakat terhadap BAZNAS → semakin memilih taretan lokal (Karena X₁ Kepercayaan memiliki β negatif -0,339, artinya rendahnya kepercayaan mendorong pilihan ke taretan lokal)
2. Semakin tinggi pengaruh sosial → semakin memilih taretan lokal. (Karena X₂ Pengaruh Sosial memiliki β positif +0,469, signifikan p = 0,002)
3. Kemudahan akses, pengaruh kyai, dan pemahaman agama tidak terbukti signifikan secara statistik dalam penelitian ini.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari 100 responden di Pamekasan Madura, sebanyak 74% masyarakat lebih memilih menyalurkan zakat kepada tetangga, kerabat, atau kyai, sementara hanya 26% yang memilih BAZNAS.

Melalui uji regresi logistik biner, ditemukan bahwa ketidakpercayaan terhadap BAZNAS ($\beta = -0,339$; $p = 0,014$) dan pengaruh sosial ($\beta = +0,469$; $p = 0,002$) merupakan faktor signifikan yang mendorong preferensi masyarakat untuk tidak memilih BAZNAS.

Artinya, semakin tinggi ketidakpercayaan dan semakin kuat pengaruh lingkungan sosial, maka kecenderungan masyarakat untuk menyalurkan zakat melalui tetangga atau kerabat semakin besar.

Interpretasi dengan Mayoritas Memilih Tetangga, Kerabat atau Kyai

Karena 74 dari 100 responden memilih Tetangga, maka:

Kondisi	Implikasi
Kepercayaan (X_1) rendah (rerata kecil)	Kontribusi $0.339X_1$ kecil, sehingga Logit negatif $\rightarrow p$ (peluang ke BAZNAS) kecil
Konstanta = -4.158	Sangat negatif $\rightarrow$ bahkan jika semua $X=0$, Logit = -4.158 $\rightarrow p = \frac{e^{-4.158}}{1+e^{-4.158}} \approx 0.015$ (hanya 1,5% peluang ke BAZNAS)
Pengaruh Sosial (X_2)	Koefisien negatif (-0,469) $\rightarrow$ semakin tinggi pengaruh sosial, semakin kecil peluang ke BAZNAS (semakin besar ke Tetangga)

Jadi secara matematis, persamaan di atas sudah benar merepresentasikan bahwa dengan nilai konstanta yang sangat negatif dan rendahnya skor kepercayaan di lapangan, hasil prediksi otomatis condong ke tetangga, kerabat atau kyai ($Y = 0$).

Determinasi Kepercayaan (Trust) dan Pengaruh Sosial terhadap Keberlangsungan Saluran Zakat Tradisional

Hasil penelitian dalam studi ini menunjukkan adanya perbedaan yang cukup jelas pada preferensi muzakki di Kabupaten Pamekasan, di mana sebagian besar responden (74%) tetap menyalurkan zakatnya melalui saluran langsung ke taretan lokal (tetangga, kerabat, atau kiai), sedangkan lembaga formal seperti BAZNAS hanya memperoleh bagian sebesar 26%. Berdasarkan hasil uji regresi logistik biner, penolakan terhadap lembaga formal dan kuatnya pilihan pada saluran budaya ini secara signifikan dipengaruhi oleh dua faktor utama, yaitu variabel Kepercayaan (Trust) ($\beta = 0,339$; $p = 0,014$) dan variabel Pengaruh Sosial ($\beta = -0,469$; $p = 0,002$).

Signifikansi positif pada variabel kepercayaan menunjukkan bahwa kemungkinan muzakki untuk beralih ke lembaga formal sangat dipengaruhi oleh bagaimana persepsi akuntabilitas dibentuk. Di daerah urban tradisional seperti Pamekasan, kegagalan BAZNAS dalam memaksimalkan potensi zakat disebabkan oleh rendahnya tingkat kepercayaan akibat jarak institusional yang dianggap terlalu jauh serta kurangnya keterbukaan informasi yang benar-benar dirasakan masyarakat. Fenomena ini diperkuat oleh pernyataan salah satu informan, Bapak Moh. Syamsuri (58 tahun, Wiraswasta):

“Menurut saya, kalau lembaga mungkin lebih rapi, tapi saya belum yakin karena tidak tahu penyalurannya... Kalau ke tetangga, saya percaya saja karena kan menyalurkan sendiri.”

Hal ini menunjukkan bahwa mekanisme laporan formal belum mampu menggantikan indikator kepercayaan berbasis budaya. Bagi muzakki lokal, akuntabilitas tidak dinilai dari laporan audit tertulis, tetapi dari bukti nyata (*visual accountability*) bahwa kebutuhan dasar mustahik di lingkungan sekitar mereka benar-benar terpenuhi.

Sementara itu, arah koefisien negatif yang sangat signifikan pada Pengaruh Sosial ($\beta = -0,469$) menunjukkan fenomena yang menarik. Semakin kuat pengaruh norma lingkungan, maka kemungkinan masyarakat memilih BAZNAS justru semakin menurun. Struktur sosial budaya masyarakat Madura dipengaruhi oleh hubungan sosial horizontal yang dikenal sebagai ikatan kekerabatan atau taretan. (Wiyata 2002) Dalam lingkungan seperti

ini, menyalurkan zakat secara langsung kepada tetangga bukan hanya kegiatan membantu sesama, tetapi juga menjadi cara menjaga hubungan sosial. Seseorang yang tidak membantu lingkungan terdekatnya dan memilih menyalurkan dana ke lembaga dapat menerima tekanan moral atau sanksi sosial secara tidak langsung karena dianggap kurang peduli terhadap kondisi masyarakat sekitarnya.

Eksplorasi Teori Perilaku Konsumen dan Pengaruh Kultural Keagamaan Muzakki

Jika dianalisis menggunakan Teori Perilaku Konsumen (*Consumer Behavior*) dalam industri jasa filantropi, muzakki pada dasarnya menempatkan diri sebagai konsumen rasional yang mempertimbangkan kemudahan, risiko, serta manfaat emosional dari suatu layanan. (Suntoyo 2014) Perilaku konsumen dalam konteks ini meliputi proses berpikir dan aktivitas yang dilakukan individu dalam menilai serta memilih saluran untuk menunaikan kewajiban agamanya.

Aktivitas berzakat secara langsung memberikan apa yang disebut sebagai *immediate gratification* (kepuasan psikologis secara langsung) berupa rasa yakin yang tinggi karena muzakki ikut terlibat langsung dalam proses distribusi dan pengurangan kemiskinan. Kenyataan perilaku ini dijelaskan secara langsung oleh Ibu Sri Suhartin (48 tahun):

“Menurut saya, memberi langsung lebih enak karena tahu siapa yang menerima. Kekurangan memberi langsung mungkin tidak terkontrol, tapi saya tetap merasa lebih yakin.”

Sebaliknya, dari sudut pandang perilaku konsumen, (Suntoyo 2014) BAZNAS Pamekasan dinilai memiliki tingkat *perceived risk* (persepsi risiko) yang tinggi dalam aspek transparansi dan akuntabilitas. Hambatan psikologis tersebut diperkuat oleh hasil penelitian kualitatif bahwa sebagian besar muzakki enggan menyalurkan zakat ke BAZNAS Pamekasan karena dianggap tidak memberikan kedekatan emosional seperti interaksi tatap muka secara langsung. Hal ini diperkuat oleh pernyataan Ibu Rumiaty (38 tahun, Wiraswasta):

“Saya memilih memberi langsung karena lebih mudah dan lebih tahu kondisi penerima. Di sini juga kiai sering menganjurkan membantu orang terdekat, dan budaya kekerabatan masih kuat.”

Pernyataan tersebut juga menjelaskan mengapa variabel Pemahaman Agama ($\beta = -0,030$; $p = 0,812$) dan Pengaruh Kyai ($\beta = -0,035$; $p = 0,820$) tidak memiliki pengaruh yang signifikan. Ketidaksignifikanan ini bukan berarti masyarakat mengabaikan agama atau kyai, tetapi karena pemahaman keagamaan masyarakat sudah menyatu (*embedded*) dengan anjuran budaya para kyai lokal untuk lebih mengutamakan kerabat terdekat (*aqrabun*). Oleh karena itu, arahan formal sosial dan regulasi dari lembaga negara seperti BAZNAS tidak lagi menjadi pertimbangan utama dalam proses pengambilan keputusan mereka sebagai konsumen, karena mereka memandang praktik tradisional yang selama ini dijalankan sudah sah dan memiliki nilai sakral secara teologis. (Laila, Firmansyah, dan Sultoni 2025)

Rekonseptualisasi Distribusi Zakat: Reorientasi Strategis via Model Mandiri Berbasis Desa

Tingginya pilihan masyarakat terhadap penyaluran zakat secara langsung (74%) dan kuatnya modal sosial lokal menunjukkan bahwa strategi pemusatan pengalihan dana zakat ke lembaga formal seperti BAZNAS tidak akan berjalan efektif dan justru dapat menimbulkan penolakan budaya. Sebagai solusi ilmiah, penelitian ini menawarkan reorientasi strategi berupa pengelolaan zakat berbasis lokal melalui pembentukan Wadah Mandiri Desa, seperti Lumbung Zakat Produktif, Baitul Maal Desa, atau gerakan Tani' Zakat.

Kelemahan utama dari penyaluran zakat langsung secara konvensional selama ini terletak pada aspek pemerataan. Distribusi zakat cenderung tidak merata dan dana yang diberikan habis untuk kebutuhan konsumtif jangka pendek. (Canggih dan Fikriyah 2017) Model Wadah Mandiri Desa hadir untuk memperbaiki pola pengambilan keputusan muzakki tanpa menghilangkan tradisi lokal. Pola penyaluran zakat langsung taretan lama tetap dipertahankan secara nyata, tetapi dikelola secara bersama pada tingkat rukun tetangga (RT) atau dusun.

Melalui model ini, kumpulan dana zakat yang sebelumnya terpisah-pisah diubah menjadi modal usaha produktif bergulir yang disesuaikan dengan potensi pertanian atau pesisir di Pamekasan, seperti penyediaan bibit ternak, alat jahit, atau modal usaha mikro. (Ashari et al. 2023) Sistem pengelolaannya dirancang secara terstruktur dengan melibatkan tiga pihak utama:

1. Kyai dan Tokoh Agama: Sebagai dewan pengawas syariah sekaligus pelindung budaya untuk menjaga aspek trust (kepercayaan) muzakki tetap berada pada tingkat tertinggi.
2. Sivitas Akademika (Perguruan Tinggi): Mahasiswa berperan sebagai pendamping teknis yang membantu menyusun pembukuan akuntansi sederhana, mengaudit transparansi, dan memantau perkembangan usaha mustahik.
3. BAZNAS Pamekasan: Berubah peran menjadi supervising amil (pengawas utama) yang menyediakan standar manajemen dan sertifikasi bagi amil desa. Kompromi ini sesuai dengan kebutuhan kelompok muzakki berpendidikan tinggi (75% responden berasal dari perguruan tinggi) yang menginginkan adanya sistem gabungan dalam pengelolaan zakat, seperti yang dijelaskan oleh Ibu Wiwik Hartatik (39 tahun, Perawat):

“Kalau disuruh memilih, saya lebih suka kombinasi, sebagian langsung dan sebagian lewat BAZNAS. tapi tetap ingin zakat saya juga disalurkan lebih luas lewat BAZNAS.”

Secara makroekonomi, strategi melalui Wadah Mandiri Desa diperkirakan mampu memutus rantai kemiskinan struktural di pedesaan Pamekasan melalui pembentukan siklus pertumbuhan yang berkelanjutan (Virtuous Circle). Model ini menunjukkan bahwa peningkatan literasi dan optimalisasi zakat tidak harus dilakukan dengan menghilangkan kearifan lokal (local wisdom), tetapi dengan menggabungkannya ke dalam sistem manajemen modern yang inklusif dan akuntabel.

5. Kesimpulan

Penelitian ini menyimpulkan bahwa mayoritas masyarakat wajib zakat (muzakki) di Pamekasan, Madura (74%) lebih memilih menyalurkan zakatnya secara langsung kepada taretan lokal seperti tetangga, kerabat, atau kyai dibandingkan (26%) melalui BAZNAS. Melalui analisis regresi logistik biner, keputusan ini secara signifikan dipengaruhi oleh dua faktor utama, yaitu rendahnya tingkat kepercayaan (trust) terhadap akuntabilitas lembaga formal serta kuatnya pengaruh sosial dan ikatan kekerabatan (tretan lokal) di lingkungan masyarakat. Sementara itu, faktor kemudahan akses, pengaruh kyai, dan pemahaman agama tidak berpengaruh signifikan karena nilai-nilai keagamaan tersebut telah menyatu (embedded) dengan budaya lokal untuk mengutamakan kerabat terdekat (aqrabun). Secara perilaku konsumen, penyaluran langsung tetap bertahan karena memberikan kepuasan psikologis seketika (*immediate gratification*) dan bukti nyata terpenuhinya kebutuhan mustahik (*visual accountability*). Guna mengatasi kelemahan distribusi konvensional yang cenderung tidak merata dan konsumtif, penelitian ini merekomendasikan reorientasi strategi berupa pembentukan Wadah Mandiri Desa yang mengintegrasikan kearifan lokal dengan manajemen modern melalui kolaborasi aktif antara kyai, akademisi, dan BAZNAS.

Referensi

1. Adiwijaya, Zainal Alim, Arimbi Desya Pratiwi, dan Rita Rosalina. 2024. “MUZAKKI ' S TRUST IN ZAKAT PAYMENT : THE ROLE OF ZAKAT LITERACY , TRANSPARENCY , ACCOUNTABILITY , AND RELIGIOSITY.” *JAS (Jurnal Akuntansi Syariah)* 8(2): 364–88.
2. Ashari, Azis, Siti Rohma Fatwati, Sofiatul Hasanah, Siti Juwairiyah, Rudi, dan Aris Putra Utama. 2023. “KONTRIBUSI BAZNAS MELALUI PROGRAM ZAKAT PRODUKTIF TERHADAP PEREKONOMIAN MASYARAKAT MISKIN.” *PROSPEKS* 1(2): 216–21.
3. Canggih, Clarashinta, dan Khusnul Fikriyah. 2017. “Potensi dan Realisasi Dana Zakat Indonesia.” *al-Uqud: Journal of Islamic Economics* 1: 14–26.
4. Fahira, Anisa, dan Mawaddah Irham. 2022. “ANALISIS PENGELOLAAN ZAKAT PADA BADAN AMIL ZAKAT NASIONAL (BAZNAS) DELI.” *Jurnal Masharif al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah* 7(30): 1301–12.
5. Fauzia, Amelia. 2013. *Faith and The State*.
<https://books.google.co.id/books?id=QUYyAQAAQBAJ&lpg=PR1&hl=id&pg=PR1#v=onepage&q&f=false>.
6. Hendrayadi, Martin Kustati, dan Nana Sepriyanti. 2023. “MIXED METHOD RESEARCH.” 6: 2402–10. Humam, Muhamad Syafiqul, dan Muh Hanif. 2024. “Islam, Solidaritas Sosial, Praktik Pengumpulan dan Pendistribusian Zakat Fitrah di Desa Pesantren.” *Jurnal Ekonomi Syariah Pelita Bangsa* 09(02): 388–405. doi:10.37366/jespb.v9i02.1888.
7. Kariani, dan Andi Rusni. “PENGARUH LOKASI DAN SALES PROMOTION TERHADAP IMPULSIVE BUYING PADA KONSUMEN ALFAMART BATU ALANG KECAMATAN MOYO HULU SUMBAWA.” *Jurnal Manajemen Ekonomi Dan Bisnis*.
8. Komariyah, Nurul, dan Aang Kunaifi. 2020. “DAN SHADAQAH PRODUKTIF TERHADAP PENGURANGAN ANGKA KEMISKINAN (STUDI PADA LAZIS MUHAMMADIYAH PAMEKASAN).” *CENDEKIA: Jurnal Studi Keislaman* 6(2).
9. Laila, Zahrotul, Hendri Firmansyah, dan Mohammad Hamim Sultoni. 2025. “Tradisi Distribusi Zakat Fitrah Kepada Kyai: Kajian

DOI: <https://doi.org/10.31004/riggs.v5i2.9329>

Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

- Sosial dan Keagamaan Masyarakat Madura Zahrotul Laila, Hendri Firmansyah, Mohammad Hamim Sultoni Universitas Islam Negeri (UIN) Madura, Indonesia.” *KARTIKA: Jurnal Studi Keislaman* 5(2): 605–17.
15. Nafiah, Ilfiatun, dan Ridan Muhtadi. 2025. “Peran Badan Amil Zakat Nasional (Baznas) Dalam Menciptakan Aksesibilitas Dan Kepercayaan Bagi Masyarakat Untuk Berzakat.” *Islamic Economics and Business Review* IV(I): 1–12.
 16. Sahir, Syafrida Hafni. 2022. *METODOLOGI PENELITIAN*.
 17. Sarifudin, L Fuad, dan N. Fajreini. 2025. “Strategi Peningkatan Penghimpunan Dana Zakat Melalui Platform Digital.” *Jurnal Masyarakat Madani* 10(1): 1–22. <http://dx.doi.org/10.24014/jmm.v10i1.34339>.
 18. Suaidi. 2008. “PERSEPSI MASYARAKAT PESISIR MADURA TERHADAP MUSTAHIQ ZAKAT.”
 19. Sultoni, Mohamad Shohibus, Yunita Wulandari, dan Maliatus Sariroh Nia. 1999. “Transformasi Hukum Pengelolaan Zakat di Indonesia.” : 360–70.
 20. Suntoyo, Danang. 2014. *KONSEP DASAR RISET PEMASARAN DAN PERILAKU*.
 21. <https://books.google.co.id/books?id=hey9EAAAQBAJ&lpg=PA1&ots=15V-YbTJaM&dq=Sunyoto%2C>
 22. D. (2014). Konsep dasar riset pemasaran dan perilaku konsumen. Yogyakarta%3A CAPS (Center for Academic Publishing Service).&lr&hl=id&pg=PP2#v=onepage&q=Sunyoto, D. (2014). Konsep dasar riset pemasaran dan perilaku konsumen. Yogyakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Service).&f=false.
 23. Wiyata, A. Latief. 2002. *CAROK Konflik Kekerasan dan Harga Diri Orang Madura*.