

**IDENTIFIKASI JALUR DISTRIBUSI DANA ZAKAT PADA
MASYARAKAT KOTA MALANG DENGAN PENDEKATAN
MODAL SOSIAL
(Studi Baznas Kota Malang)**

JURNAL ILMIAH

Disusun oleh :

**Muhammad Taufiq B.N.P
145020507111010**



**JURUSAN ILMU EKONOMI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BRAWIJAYA
MALANG
2018**

LEMBAR PENGESAHAN PENULISAN ARTIKEL JURNAL

Artikel Jurnal dengan judul :

**IDENTIFIKASI JALUR DISTRIBUSI DANA ZAKAT PADA MASYARAKAT KOTA
MALANG DENGAN PENDEKATAN MODAL SOSIAL
(Studi Baznas Kota Malang)**

Yang disusun oleh :

Nama : Muhammad Taufiq B.N.P.
NIM : 145020507111010
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Jurusan : S1 Ilmu Ekonomi

Bahwa artikel Jurnal tersebut dibuat sebagai *persyaratan ujian skripsi* yang dipertahankan di depan Dewan Penguji pada tanggal 20 Agustus 2018

Malang, 20 Agustus 2018

Dosen Pembimbing,

Yenny Kornitasari SE.,ME.

NIP. 2015078810012001

Judul : Identifikasi Jalur Distribusi Dana Zakat Pada Masyarakat Kota Malang Dengan Pendekatan Modal Sosial (Studi Baznas Kota Malang)

Muhammad Taufiq B.N.P., Yenny Kornitasari SE.,ME.

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya

Email: muhammad.taufiq99@gmail.com

yenny_k@ub.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi jalur distribusi dana zakat yang ada pada masyarakat kota Malang dengan menggunakan pendekatan modal sosial yang ada di lingkup Baznas Kota Malang. Penelitian ini menggunakan sumber data primer dan sekunder yang diambil dari muzakki, amil, mustahik serta masyarakat lainnya. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif deskriptif. Adapun teknik pengumpulan data dan analisis data yang digunakan adalah melalui dokumentasi, wawancara dan observasi. Serta melalui triangulasi teknik, sumber dan waktu Hasil penelitian ini menunjukkan masing-masing identifikasi dari macam-macam jalur distribusi dana zakat pada masyarakat kota Malang dengan pendekatan modal sosial. Yaitu jalur distribusi dana zakat dari muzakki kepada amil, serta jalur distribusi dana zakat dari amil kepada mustahik yang meliputi jaringan, informasi, nilai-nilai serta kepercayaan.

Kata kunci: Jalur Distribusi, Dana Zakat, Modal Sosial

A. PENDAHULUAN

Kemiskinan merupakan salah satu permasalahan yang selalu dialami oleh setiap negara, salah satunya adalah Indonesia. Menurut Badan Perencanaan Pembangunan Nasional (2017) menyebutkan bahwa Indonesia mempunyai angka garis kemiskinan sebesar 330.776 juta penduduk serta koefisien gini sebesar 0,45. Menurut data dari Kementerian Koperasi dan UMKM (2017) menyebutkan bahwa dalam mengurangi jumlah masyarakat miskin dan mendukung usaha mikro masyarakat, pemerintah memberikan banyak bantuan. Dari mulai pembiayaan kredit murah, pinjaman hingga hibah seperti bantuan langsung tunai ataupun bantuan langsung sembako sudah dilakukan oleh pemerintah. Namun nyatanya dari semua langkah tersebut fakta di lapangan mengatakan bahwa jumlah kemiskinan di Indonesia cenderung naik (BPS, 2017). Namun nyatanya dari semua langkah tersebut fakta di lapangan mengatakan bahwa jumlah kemiskinan di Indonesia cenderung naik (BPS, 2017).

Di tengah banyaknya langkah dan strategi pengentasan kemiskinan oleh pemerintah, ternyata ada salah satu instrumen alternatif dalam mengurangi angka kemiskinan yaitu melalui instrumen zakat. Menurut Pusat Kajian Baznas (2017) menyebutkan bahwa potensi dana zakat Indonesia dapat membantu pemerintah dalam mengurangi angka kemiskinan. Kajian Bank Pembangunan Asia (ADB), potensi pengumpulan zakat di Indonesia bisa mencapai Rp 100 triliun per tahun. Jumlah ini masih jauh dengan jumlah yang dikumpulkan oleh BAZNAS. Pada tahun 2010 diperkirakan akan mencapai Rp 1,5 triliun. Dan diperkirakan tahun 2011 penghimpunan zakat mencapai Rp 1,5-2 triliun. Adapun target share pengumpulan zakat adalah 0,05 persen dari Gross Domestic Product (GDP). Jika target GDP tahun 2011 sebesar Rp 7.000 triliun, target penghimpunan zakat sebesar Rp 3,5 triliun (Republika,2017).

Namun, dari sekian banyak data dan penelitian terkait tentang potensi zakat di Indonesia, realitanya penghimpunan dana zakat di Indonesia tidak sampai pada target dan potensi yang telah ditentukan. Dimana penghimpunan dana zakat hanya sebesar 1.5 % dari jumlah potensi yang ada (Majid,2017). Hal tersebut disebabkan oleh beberapa permasalahan penghimpunan dana zakat. Salah satunya adalah wajib zakat yang belum semuanya membayarkan zakatnya serta masih banyaknya para *muzakki* yang membayarkan zakatnya langsung kepada *mustahik*. Banyaknya para wajib zakat yang belum membayarkan zakatnya disebabkan oleh masih banyaknya *muzakki* yang belum paham terkait kewajiban zakat serta adanya pola pikir bahwa zakat hanya terikat musim seperti halnya zakat fitrah pada musim lebaran. Adapun terkait permasalahan banyaknya muzakii yang lebih memilih membayarkan zakatnya langsung kepada mustahik disebabkan oleh kurangnya tingkat kepercayaan para muzakki kepada lembaga amil zakat serta adanya pandangan bahwa zakat akan lebih sah apabila dibayarkan langsung kepada mustahik (Puskas Baznas, 2017).

Selain dari permasalahan penghimpunan dana zakat di atas, permasalahan yang lainnya adalah belum optimalnya distribusi dana zakat. Hal tersebut dapat terlihat dari masih banyaknya jumlah mustahik di beberapa daerah yang belum mendapatkan haknya (Republika,2017). Padahal, distribusi merupakan sesuatu yang sangat penting dalam proses terselenggaranya zakat. Distribusi adalah proses menghubungkan antara produsen yang dalam hal ini adalah muzakki kepada konsumen yang dalam hal ini adalah mustahik (Aziz,2008). Sehingga dari permasalahan distribusi tersebut menjadi penyebab dana zakat belum memberikan dampak yang besar terhadap pengentasan kemiskinan. Hal tersebut dibuktikan dari data BPS. Dimana persentase penduduk yang hidup di bawah garis kemiskinan nasional tahun 2014 adalah sebesar 11,25%.

Dari permasalahan yang telah dijelaskan di atas, maka penulis tertarik untuk meneliti mengenai identifikasi jalur distribusi dalam menyalurkan dana zakat dari *muzzaki* kepada *mustahik* yang ada pada masyarakat kota Malang dengan pendekatan modal sosial dikarenakan beberapa alasan. Pertama, kota Malang mempunyai badan amil zakat dengan predikat sebagai baznas terbaik di Indonesia serta potensi zakat yang begitu besar dimana selalu ada kenaikan yang signifikan setiap tahunnya. Yaitu pada tahun 2014 sebesar Rp. 2.313.500,00 meningkat menjadi Rp.508.465.689,08 pada tahun 2016. Selain itu, program baznas kota Malang juga menjadi program percontohan yang diikuti oleh seluruh baznas kabupaten/kota di Indonesia. Kedua, jumlah muzakki dan mustahik yang begitu besar di kota Malang (Baznas kota Malang, 2017). Selain dari sisi baznas, hal lain yang menjadi alasan penelitian ini adalah yakni kota Malang juga memiliki permasalahan kemiskinan yang besar. Yang dibuktikan dalam tabel 1.4 yang salah satunya adalah jumlah kemiskinan yang tinggi yaitu sebesar 3.703.000 penduduk serta ketimpangan distribusi pendapatan yang begitu besar. Yaitu dibuktikan melalui koefisien gini yang hampir mendekati angka 0.5 (BPS Jatim, 2016). Dan yang terakhir adalah melihat potensi modal sosial pada masyarakat kota Malang yang begitu besar. Diantaranya yaitu melalui kepercayaan, nilai-nilai, informasi maupun jaringan yang ada di tengah masyarakat kota Malang. Selain itu, masyarakat kota Malang juga terkenal dengan sifat agamis dan budaya gotong royongnya. Dan yang tidak kalah penting yang menjadi ciri khas modal sosial pada masyarakat kota Malang adalah jargon arema salam satu jiwa yang selalu melekat di hampir seluruh masyarakat kota Malang.

B. TINJAUAN PUSTAKA

Menurut Qardhawi (2007), pengertian secara bahasa mengenai zakat adalah suci, tumbuh, berkah, dan terpuji. Namun, dari beberapa arti kata tersebut, makna yang terkuat adalah bertambah dan tumbuh. Adapun pengertian zakat dari segi istilah adalah memberikan sebagian harta tertentu kepada yang berhak menerimanya dengan beberapa syarat-syarat tertentu (Hafiduddin,1998). Dalam perspektif luas, zakat tidak sesempit hanya sebagai bentuk kewajiban ataupun ibadah bagi setiap muslim. Namun, dalam perspektif luas seperti perspektif ekonomi, zakat adalah sebagai instrumen pendistribusian kekayaan guna mengurangi ketimpangan ataupun gap dalam ekonomi guna mengurangi tingkat kemiskinan di masyarakat. Selain dalam perspektif ekonomi, dalam perspektif lain seperti perspektif sosial, zakat adalah bentuk kepekaan sosial dalam sebuah lingkungan bermasyarakat. Selain itu, zakat bisa diartikan juga sebagai sebuah “pajak” agama islam yang dikenakan pada anggota masyarakat yang kaya dan disalurkan kepada masyarakat yang miskin sesuai kriteria dalam Al Quran. Adapun tujuan utama dari zakat adalah untuk kesejahteraan sosial-ekonomi masyarakat yang membutuhkan (Rahman,2011). Zakat adalah sebuah perbuatan yang mulia. Beberapa diantara hikmah zakat adalah zakat mengurangi ketimpangan antara yang kaya dan miskin dalam kehidupan. Sebagai bagian dari ibadah tentu zakat memiliki nilai-nilai filosofis. Nilai tersebut yaitu keadilan. Menurut Al-Zuhaili (dalam Mohammad,2013) , mendefinisikan keadilan sebagai hak pemilikannya. Berdasarkan pengertian tersebut, keadilan dalam distribusi zakat adalah menawarkan kepada penerima secara adil dan benar. Hal ini mengacu pada konsep ekonomi yang adil dan pemerataan distribusi pendapatan. Dari konsep jalur distribusi inilah yang kemudian dapat mengurangi ketimpangan dalam sektor perekonomian.

Distribusi berasal dari bahasa Inggris yang berarti pembagian atau penyaluran. Secara istilah distribusi adalah kegiatan penyaluran kepada individu atau kelompok ataupun bahkan dalam konteks daerah (tempat). Pengertian lain menyebutkan distribusi ialah aktifitas penyaluran barang keperluan sehari-hari oleh pemerintah kepada rakyat dan sebagainya (Poerwadinata,1991). Dalam ilmu ekonomi konvensional, aktifitas distribusi memiliki pengertian yaitu pergerakan barang dari perusahaan manufaktur hingga ke pasar dan akhirnya di beli oleh konsumen (Kunarjo,2003). Distribusi zakat menjadi sangat penting dikarenakan tujuan dari zakat adalah agar kekayaan tidak menumpuk pada sebagian kecil masyarakat, melainkan selalu berputar dalam masyarakat. Aktifitas distribusi menghasilkan terciptanya pembagian yang merata dalam kesejahteraan sehingga memberikan kualitas kehidupan kepada *mustahik* menjadi

lebih baik . Distribusi dalam Islam khususnya pada penyaluran dana zakat telah diatur dalam Al Quran mengenai kewajiban distribusi kepada beberapa delapan golongan (Aziz dalam Beik, 2016). Golongan ini didasarkan pada Surah al-Taubah (9: 60). Adapun penerima zakat terdiri dari : Fakir, Miskin, Amil, Mualaf, Hamba Sahaya, Gharimin, Fiisabilillah, Ibnu Sabil.

Modal sosial ialah bentuk hubungan baik dalam satu kumpulan maupun antar kumpulan dimana lebih menekankan pada nilai-nilai kebersamaan dan kepercayaan. Nilai-nilai tersebut adalah sebuah modal dalam pembentukan masyarakat. Sehingga dari modal tersebut, diharapkan akan memiliki kepribadian yang kuat dalam menghadapi permasalahan dan penyelesaiannya pun akan cepat tanpa ada pihak yang harus dirugikan. Modal sosial sedikitnya mempunyai beberapa element, di antaranya adalah : Informasi, Jaringan, Nilai-nilai, Kepercayaan. Modal sosial dalam gambaran luas ternyata dapat ditemukan juga dalam perspektif islam. Modal sosial yang selama ini digambarkan berupa nilai-norma, kepercayaan, informasi serta jaringan sosial ternyata memiliki perpspektif serupa dalam Islam. Yaitu dimana nilai-norma dapat diperumpamakan dari nilai dan norma yang ada dalam Al-Qur'an dan Sunnah. Selain itu, konsep kepercayaan dapat ditemukan juga pada perilaku *al-amin* atau amanah yang bermakna kepercayaan. Selanjutnya, informasi dapat digambarkan dalam islam sebagai *an-naba* yaitu berita atau informasi. Serta konsep jaringan juga dapat ditemukan dalam konsep *ummat* atau kaum (Athoillah, 2014).

Zakat adalah bagian dari sumber modal sosial yang mempunyai ruang spiritual dan material. Tujuannya adalah tidak lain untuk mencegah eksploitasi masyarakat dengan cara pengentasan kemiskinan dan penghindaran ketimpangan (disparitas). Landasan Zakat mencerminkan (a) pemahaman bahwa kekayaan dan pendapatan yang hanyalah titipan dari Allah SWT kepada hambaNya dan (b) manfaat dari nilai-nilai spiritual dan aliran material tersebut berimplikasi, secara resiprokal, dari pemberi (*muzakki*) ke penerima (*mustahik*) dan sebaliknya. Perbedaan kekayaan dan pendapatan tentu saja tidak dapat dihindari. Akan tetapi, ketimpangan ekonomi yang semakin membesar dapat mengganggu dan menyebabkan kemiskinan serta krisis ekonomi multidimensional (Athoillah, 2014). Dengan demikian, modal sosial memiliki peran penting dalam proses jalur distribusi zakat. Modal sosial membantu dalam terselenggaranya dan kelancaran aktifitas penghimpunan. Serta membantu terlaksananya dan kelancaran dalam aktifitas penyaluran.

C. METODOLOGI PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah deskriptif kualitatif, yaitu sebuah metode yang digunakan untuk menjelaskan secara terperinci keadaan objek penelitian menerangkan dan mencatat data penelitian secara obyektif (Nazir, 1998). Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer yang diperoleh berasal dari objek yang diamati secara langsung. Yakni peneliti melakukan kunjungan dan mengamati terhadap aktifitas dan proses pada jalur distribusi dana zakat dari muzakki kepada mustahik dengan pendekatan modal sosial pada masyarakat kota Malang. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan adalah melalui studi pustaka, wawancara serta observasi. Sedangkan informan utama dan penunjang yaitu muzakki, amil dan mustahik serta masyarakat. Dan terakhir, metode uji validitas data yang digunakan yaitu dengan triangulasi data yang meliputi triangulasi sumber, triangulasi teknik dan triangulasi waktu.

D. PEMBAHASAN

Baznas Kota Malang merupakan Lembaga Amil Zakat Nasional yang dibentuk oleh pemerintah Kota Malang yang berlokasi di Jalan. Simpang Mojopahit No. 1 Kota Malang. Keberadaan Baznas kota Malang secara kelembagaan didasarkan atas Surat Keputusan Direktorat Jenderal Bimbingan Masyarakat Islam. Nomor DJ. 111568 Tahun 2014, Tanggal 5 Juni 2014, berdasarkan atas Surat Baznas Nomor 08, BPBAZNAS'1V2014, tanggal 10 April 2014, tentang pertimbangan Baznas Provinsi dan Baznas Kabupaten/Kota. Secara operasional kepengurusan Baznas Kota Malang didasarkan atas Surat Keputusan Walikota Malang Nornor 18845/3173.112t2014 tentang Pembentukan Badan Amil Zakat Nasional Kota Malang Kedudukan Baznas Kota Malang sebagaimana UU Nomor 23 Tahun 2011. Bab I tentang Ketentuan Umum, pasal 1 apt (7) menjelaskan bahwa kedudukan Baznas merupakan lembaga yang melakukan pengelolaan zakat secara nasional. Selanjutnya dalam Bab II tentang Badan Amil Zakat Nasional, Bagian Ketiga tentang Baznas Provinsi dan Baznas Kabupaten/Kota, Pasal 15 ayat (5) dijelaskan bahwa Baznas Provinsi dan Baznas Kabupaten/Kota merupakan lembaga yang bertugas untuk melaksanakan fungsi dan tugas Baznas di Provinsi dan Kabupaten/kota.

Keberadaan potensi dan modal sosial yang ada di tengah masyarakat merupakan modal dalam memanfaatkan potensi dan sumberdaya lainnya (Athoillah,2014). Modal sosial secara luas dapat juga dimanfaatkan dalam mengoptimalkan potensi zakat yang ada di tengah masyarakat. Dengan modal sosial, permasalahan seperti informasi, jaringan, nilai-nilai maupun kepercayaan dapat teratasi dengan adanya penggunaan modal sosial yang tepat. Hal ini pun peneliti temukan dalam proses identifikasi jalur distribusi dana zakat pada masyarakat kota Malang dengan pendekatan modal sosial. Dimana jalur yang peneliti identifikasi mengambil dua macam jalur. Yaitu jalur distribusi zakat dari muzakki kepada amil serta jalur distribusi zakat dari amil kepada mustahik. Dimana dari ari setiap macam jalurnya terdiri dari muzakki, amil, serta mustahik yang terafiliasi Baznas Kota Malang. Adapun hasil identifikasi dan penelitian jalur distribusi dengan pendekatan modal sosial adalah sebagai berikut :

a. Jalur Distribusi dari Muzakki kepada Amil (Baznas Kota Malang)

1. Jaringan

Peneliti menemukan bahwa dengan adanya jaringan dalam jalur distribusi zakat dari muzakki kepada amil memberikan dampak dan pengaruh terhadap penghimpunan dana zakat. Jaringan dalam hal ini ditandai dari banyaknya kerjasama yang dilakukan Baznas untuk dapat menjangkau seluruh muzakki salah satunya adalah dengan adanya kerjasama di lingkungan pemerintah kota Malang maupun serta adanya pembentukan baitul maal di beberapa kelurahan di kota Malang. Kerjasama tersebut yaitu berupa pemotongan dana langsung terhadap pegawai (lingkungan pemkot) dan tempat penghimpunan zakat selain di kantor baznas kota Malang (Baitul Maal). Selain itu, jaringan kerjasama lain yang ditemukan adalah kerjasama pembayaran zakat melalui bank ataupun atm bank jatim. Adapun kerjasama tersebut dilakukan mengingat adanya potensi zakat dari seluruh pegawai pemkot karena sudah terintegrasinya Banzas dengan pemkot (dalam zona nyaman), maupun kerjasama Baznas dengan beberapa kelurahan di kota Malang. Serta banyaknya nasabah ataupun pengguna bank jatim di Malang. Sehingga memudahkan baik kepada muzakki maupun amil untuk membayarkan dan menerima dana zakat. Bagi muzakki adanya jaringan kerjasama dapat membantu dalam aktifitas pembayaran zakat kepada baznas. Adapun bagi Baznas, adanya jaringan kerjasama ini membantu dalam menghimpun dana dan menjangkau para muzakki. Namun di lain sisi, jaringan yang masih terbatas membuat ada sebagian muzakki yang belum bisa mendapatkan adanya manfaat dari jaringan sosial (kerjasama) ini . Seperti para pengusaha ataupun kantor-kantor maupun sekolah yang memiliki potensi dana zakat serta muzakki di daerah yang belum ada baitul maal di kelurahan tempat tinggalnya.

Hal ini sesuai penelitian yang dilakukan oleh Mangkuprawira (2010) Bahwa Semakin kuat jaringan sosial yang dimiliki, maka akan semakin meningkat pula pencapaian dalam tujuannya. Selain daripada penelitian tersebut, hal ini juga didukung oleh teori terdahulu. bahwa jaringan sosial yang dimiliki akan memperkuat perasaan kerjasama para pihak yang terkait serta merasakan daripada manfaatnya (Putnam,2002). Dan terakhir, untuk mengoptimalkan potensi dana zakat, maka diperlukan pengoptimalan aktifitas penghimpunan. Salah satunya dengan cara memperbanyak amil untuk menjangkau para muzakki zakat (Mubasirun,2013).

2. Kepercayaan (Trust)

Peneliti menemukan bahwa kepercayaan yang dimiliki masing-masing pihak akan mempengaruhi keputusan daripada masing-masing tersebut. Peneliti menemukan faktor yang membuat tingkat kepercayaan semakin tinggi adalah adanya sosok *public figure* yaitu walikota dan tokoh agama selanjutnya adanya *branding* bahwa Baznas adalah lembaga pemerintah serta adanya transparansi program kepada masyarakat. Dari hal tersebut, kemudian menyebabkan muzakki memiliki rasa percaya tinggi kepada Baznas untuk menitipkan dana zakatnya. Adapun bagi Baznas, dengan kepercayaan yang tinggi dari masyarakat membantunya dalam memudahkan menjaring donatur (muzakki). Sehingga dari kepercayaan yang tinggi tersebut, akhirnya menimbulkan hubungan kerjasama yang semakin erat dan menghilangkan prasangka negatif kepada baznas. Yaitu dibuktikan dengan bertambahnya dana dan donatur zakat pada setiap tahunnya.

Menurut penelitian yang dilakukan Haridison (2013) menyebutkan bahwa kepercayaan ataupun *trust* memiliki pengaruh terhadap pembangunan. Bahwa *trust* dapat memperlancar koordinasi dan kerjasama yang saling. Selain dari peneltian terdahulu, manfaat daripada *trust* ini dikuatkan dengan teori terdahulu yaitu bahwa kepercayaan adalah salah satu unsur terpenting dalam modal sosial karena dapat membuat hubungan menjadi lebih dan langgengnya kerjasama dalam kelompok masyarakat (Fukuyama,2002). Dan terakhir, untuk mengoptimalkan aktifitas fundirising zakat, maka diperlukannya lembaga amil yang kredibel agar dipercaya oleh masyarakat (Ridwan,2013).

3. Nilai-norma

Peneliti menemukan bahwa nilai dan norma yang dimiliki muzakki maupun baznas memiliki banyak kesamaan. Kesamaan nilai tersebut yaitu nilai-nilai yang bersumber dari Al-Quran dan hadits mengenai perintah zakat dan ajuran kebaikan. Adanya kesamaan nilai antar kedua pihak pun membuat hubungan menjadi lebih erat. Selain itu, norma dan program yang dimiliki oleh baznas membuat adanya ketertarikan (daya tarik) muzakki untuk membayarkan dana zakatnya melalui baznas kota Malang. Adanya norma yang jelas serta program yang inovatif dan kreatif pun turut mempengaruhi preferensi muzakki untuk memiliki baznas kota Malang sebagai tempat menitipkan dana zakatnya. Bagi muzakki, adanya kesamaan nilai tentu akan mempengaruhi preferensi mereka dalam membayarkan dana zakatnya. Sedangkan bagi amil, adanya nilai dapat menjadi daya tarik dalam menjaring para donatur (muzakki). Selain itu, nilai-norma bagi baznas pun berfungsi untuk menjaga aktifitas agar sesuai dan tidak keluar dari tujuan yang telah ditetapkan.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Handayani (2007) menyebutkan bahwa nilai-norma memiliki peranan penting dalam masyarakat. Nilai-norma akan senantiasa menghantarkan kepada perilaku yang baik. Sehingga membuat aktifitas kejasaman menjadi lebih nyaman dan erat. Selain dari penelitian tersebut, fungsi daripada nilai-norma dijelaskan oleh teori yang menyatakan bahwa nilai dan norma diperlukan dalam suatu hubungan untuk mencapai tujuan-tujuan tertentu (Taneko, 1984). Dan terakhir, lembaga amil perlu menjual nilai-nilai dan program sebagai daya tarik untuk mempengaruhi preferensi daripada muzakki (Majid, 2017).

4. Informasi

Peneliti menemukan bahwa informasi memberikan kesempatan dan peluang bagi masing-masing pihak. Informasi juga berguna untuk mengurangi biaya yang tidak efisien. Informasi memberikan kesempatan dan pilihan bagi muzakki untuk membayarkan zakatnya melalui baznas. Sedangkan bagi baznas informasi memberikan kesempatan dan peluang untuk dapat memaksimalkan aktifitas *funding* kepada muzakki. Sehingga dengan adanya informasi yang tepat, maka dapat mengurangi aktifitas kerja ataupun biaya yang tidak efisien. Adapun saluran informasi yang didapat oleh muzakki mengenai baznas dapat melalui teman, tempat kerja, media sosial. Sedangkan saluran informasi yang didapat oleh baznas mengenai muzakki dapat melalui aktifitas kerjasama dengan pemkot, dinas-dinas, baitul maal, kelurahan dan rt-rw setempat maupun survei langsung lapangan. Meskipun harus dimaklumi bahwa masih saja ada beberapa informasi yang tidak merata, sehingga menyebabkan ada sebagian muzakki yang belum bergabung dengan Baznas untuk menitipkan dana zakatnya. Penelitian yang dilakukan oleh Haridison (2013) menyebutkan bahwa dengan adanya informasi yang tepat yang dimiliki oleh masing-masing pihak. Maka dapat mengurangi aktifitas dan pengeluaran yang seharusnya tidak dikeluarkan.

Selain penelitian tersebut, manfaat informasi dijelaskan oleh teori bahwa ketersediaannya informasi dapat mengurangi biaya transaksi serta berguna untuk menghadirkan peluang dan berbagai pilihan untuk mencapai tujuan (Yustika: 185: 2013). Dan terakhir, untuk memaksimalkan aktifitasnya, amil zakat dapat menggunakan potensi modal sosial di masyarakat. Salah satunya adalah dengan menyebarkan dan mencari informasi sebanyak-banyaknya (Santoso, 2014).

b. Identifikasi Jalur Distribusi Dari Amil Kepada Mustahik

1. Jaringan

Peneliti menemukan bahwa dengan adanya jaringan dalam jalur distribusi dana zakat dari amil kepada mustahik memberikan beberapa manfaat. Jaringan tersebut ditandai dengan adanya pelibatan kerjasama dalam aktifitas penyaluran. Dimana pihak baznas bekerjasama dengan kelurahan, rt/rw, baitul maal dalam hal penyaluran dana zakat kepada mustahik. Selain itu, adanya pembentukan PKK (Pusat Kemandirian Kesehatan Masyarakat) untuk mendampingi kesehatan dan lansia produktif. Serta adanya kerjasama dengan beberapa sekolah dan toko dalam hal memasarkan hasil usaha daripada mustahik produktif. Di sisi lain, jaringan bagi mustahik juga tidak kalah penting.

Jaringan yang dimiliki oleh mustahik sebelum sampai kepada baznas yaitu melalui jaringan di lingkungan sekitar seperti, kelurahan, rt/rw, baitul maal. Adapun bagi Baznas, ketersediaan jaringan yang luas dapat membantunya dalam kegiatan penyaluran dan kegiatan monev bagi skema zakat produktif. Dengan adanya jaringan ini bagi kedua belah pihak, dapat membantu aktifitas penyaluran sehingga dapat optimal dan tepat sasaran. Meskipun tetap saja ada sebagian mustahik yang belum bisa mendapatkan haknya dikarenakan belum terintegrasinya jaringan atau terjangkaunya kejasama di daerah tempat tinggal mustahik.

Menurut Penelitian yang dilakukan oleh Hasbullah (2006) menjelaskan bahwa jaringan-jaringan sosial yang luas dan kuat akan memudahkan saluran informasi dan ide dari luar yang merangsang perkembangan kelompok masyarakat. Sehingga akan tercapainya tujuan secara optimal. Selain itu, manfaat daripada jaringan dijelaskan juga dalam teori terdahulu Putnam (2002). bahwa jaringan sosial yang dimiliki akan memperkuat perasaan kerjasama para pihak yang terkait serta merasakan daripada manfaatnya. Dan terakhir adanya kerjasama jaringan juga dapat membuat penyaluran zakat menjadi optimal dan tepat sasaran (Sanrego,2016).

2. Kepercayaan

Peneliti menemukan bahwa dalam aktifitas penyaluran (distribusi) dana zakat dari amil kepada mustahik memerlukan tingkat kepercayaan yang tinggi. Sehingga untuk mencapai tingkat kepercayaan yang tinggi baznas membuat aturan dan skema monev kepada mustahik agar memudahkan pengawasan dan kontrol. Adapun bagi mustahik, untuk menumbuhkan rasa kepercayaan yang tinggi, mustahik akan melihat latarbelakang terlebih dahulu dari baznas. Setelah adanya kepercayaan yang tinggi antar pihak, maka akan terciptanya hubungan kerjasama yang erat dan saling menguntungkan. Bagi, mustahik kepercayaan yang tinggi kepada Baznas melahirkan kontrak seimbang yaitu keseriusan dalam menjalani kontrak. Sedangkan bagi Baznas adanya kepercayaan yang tinggi kepada mustahik membantunya dalam mencapai tujuan penyaluran yang tepat sasaran. Sehingga dari keduanya, akhirnya melahirkan kerjasama yang erat. Dibuktikan dengan telah rutinnnya penyaluran zakat oleh baznas kepada mustahik. Baik dalam skema zakat konsumtif maupun produktif.

Menurut Penelitian yang dilakukan oleh Haridison (2013) menyebutkan bahwa adanya kepercayaan yang tinggi akan mengakibatkan terciptanya budaya gotong royong (saling membantu). Selain penelitian tersebut. Manfaat tentang *trust* dijelaskan oleh Fukuyama (1995) bahwa *trust* dalam modal sosial mendorong kerjasama yang saling menguntungkan. Selain itu, sebagai agen distribusi zakat, amil harus mempunyai dan memberikan kepercayaan kepada mustahik. Terkhusus apabila zakat tersebut disalurkan dengan skema produktif melalui program berkesinambungan (Nisak,2014)

3. Nilai-nilai

Peneliti menemukan bahwa dalam proses jalur distribusi dana zakat dari amil kepada mustahik tidak bisa terlepas daripada nilai-norma yang berlaku. Karena nilai dan norma merupakan modal dalam sebuah kerjasama. Adanya nilai-norma yang dimiliki baznas (dapat dilihat pada halaman 55) menjadi modal untuk memudahkan dalam memilih mustahik yang akan diberikan zakat. Adanya nilai-norma yang telah ditetapkan oleh baznas pun membuat program kepada mustahik menjadi lebih teratur. Sedangkan bagi mustahik, adanya nilai-nilai dapat membantunya untuk menjadi acuan dalam mengambil keputusan apakah akan mengambil bantuan dari Baznas atau tidak. Selain itu, bagi mustahik, adanya nilai-norma yang sama serta perilaku yang baik keduanya menjadi modal sehingga membuat hubungan keduanya menjadi lebih nyaman dan erat. Yaitu dibuktikan dengan adanya kegiatan pengajian bersama antara baznas dengan mustahik di daerah penyaluran zakat yang merupakan wujud nyata dan bukti dari kesamaan nilai antara Baznas dan mustahik.

Menurut pendapat Wahyu (2010) menyebutkan bahwa nilai-norma yang melekat dalam diri individu ataupun kelompok merupakan bekal untuk dapat berhubungan (bekerjasama) dengan orang lain. Selain itu Menurut penelitian yang dilakukan oleh Handayani (2007) menyebutkan bahwa nilai-norma memiliki peranan penting dalam masyarakat. Nilai-norma akan senantiasa menghantarkan kepada perilaku yang baik. Sehingga membuat aktifitas kejasama menjadi lebih nyaman dan erat. Dan terakhir, adanya perilaku baik dan jiwa kooperatif antara amil dengan mustahik dapat membantu tercapainya tujuan (Mubasirun,2013).

4. Informasi

Peneliti menemukan bahwa untuk terciptanya penyaluran(distribusi) zakat yang optimal dari amil kepada mustahik dibutuhkan informasi yang merata dan tepat. Informasi penting untuk menjadi acuan tindakan. Selain itu informasi juga dapat menghadirkan peluang dan pilihan baik bagi Baznas maupun bagi mustahik. Informasi yang dimiliki baznas tentunya akan memudahkan baznas untuk menyalurkan dana zakatnya kepada mustahik yang tepat sasaran. Di sisi lain, bagi mustahik, informasi membantunya untuk mendapatkan hak zakatnya. Sehingga dari manfaat yang dirasakan oleh keduanya akan tercapainya penyaluran yang optimal. Adapun informasi yang didapat oleh baznas maupun mustahik dapat diperoleh melalui hasil kejasama ataupun data dari kelurahan,rt/rw maupun baitul maal. Namun, dikarenakan informasinya yang terbatas, membuat adanya sebagian mustahik yang tidak bisa mendapatkan haknya.

Menurut Penelitian Hadirison (2013) menyebutkan bahwa informasi sangat penting bagi seseorang sebelum mengambil tindakan. Informasi dapat diandalkan oleh seseorang dalam rangka mencapai tujuannya. Selain penelitian tersebut. Manfaat informasi dijelaskan oleh teori bahwa Ketersediaannya informasi dapat mengurangi biaya transaksi serta berguna untuk menghadirkan peluang dan berbagai pilihan untuk mencapai tujuan (Yustika:185:2013). Dan terakhir, agar aktifitas penyaluran menjadi optimal dan tepat sasaran, maka dibutuhkannya informasi atau data mengenai para mustahik. Hal ini dimaksudkan agar tidak terjadinya pemberian bantuan dana zakat yang *double* dan salah sasaran.

E. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan pengamatan yang peneliti peroleh di lapangan, maka diperoleh hasil identifikasi mengenai modal sosial dalam jalur distribusi dana zakat di kota Malang. Adapun modal sosial yang didapat oleh peneliti dari hasil penelitian antara lain adalah :

- a. Jaringan sosial baik dari muzakki, amil, serta mustahik. Dimana jaringan sosial memiliki peran untuk menghubungkan antara ketiganya dalam proses jalur distribusi dana zakat. Jaringan menghubungkan antara muzakki yang ingin menitipkan dana zakatnya kepada amil dan menghubungkan amil yang kemudian menyalurkan dana zakatnya kepada mustahik.
- b. Selanjutnya informasi baik dari muzakki, amil, serta mustahik. Dimana informasi bertujuan untuk mengurangi biaya yang tidak efisien serta memberikan akses, pilihan dan kesempatan kepada ketiganya dalam proses jalur distribusi dana zakat. Adanya Informasi memberikan kesempatan dan pilihan kepada muzakki untuk menitipkan dana zakatnya melalui amil. Sedangkan bagi amil dan mustahik, informasi memberikan kesempatan untuk menyalurkan dana zakatnya kepada mustahik dan mendapatkan hak dana zakatnya dari muzakki lewa amil.
- c. Selain itu, konsep kepercayaan juga ditemukan baik pada muzakki, amil, dan mustahik. Dimana adanya kepercayaan diantara ketiganya akan menciptakan hubungan kerjasama yang erat. Dalam hal ini adalah pada jalur distribusi dana zakat. Dimana kepercayaan membuat muzakki secara konsisten dan berkelanjutan untuk menjadi donatur tetap kepada amil. Sedangkan bagi amil, kepercayaan membuat proses penyaluran kepada mustahik menjadi lancar dan berkeadilan tanpa timbulnya prasangka
- d. Dan terakhir, konsep nilai (perilaku baik) yang ada pada muzakki, amil, dan mustahik. Dimana adanya nilai ini membuat kerjasama menjadi terarah sehingga tidak melenceng dari tujuan dalam jalur distribusi dana zakat. Yaitu ketika nilai menjadi alasan preferensi bagi muzakki untuk menitipkan zakatnya melalui amil. Serta norma menjadi landasan dan panduan bagi amil untuk menyalurkan dana zakatnya kepada mustahik agar tepat sasaran

Sehingga diharapkan dari adanya modal sosial dalam jalur distribusi dana zakat ini dapat dimanfaatkan untuk mengoptimalkan aktifitas penghimpunan maupun penyaluran dana zakat sehingga dapat mereduksi kemiskinan secara signifikan di kota Malang. Berdasarkan kesimpulan tersebut, ada beberapa saran yang dapat menjadi bahan pertimbangan bagi ademisi dalam penelitian-penelitian selanjutnya dan pihak pihak yang terlibat, antara lain sebagai berikut :

- a. Modal sosial yang telah ada khususnya jaringan sosial diantara muzakki, amil maupun mustahik harus lebih ditingkatkan. Adapaun cara yang dapat dilakukan oleh muzakki/ amil untuk meningkatkan atau memperbanyak jaringan sosial dapat berupa memperbanyak relasi ataupun kerjasama dengan para stakeholder terkait seperti dengan perusahaan-perusahaan, sekolah, dan ormas islam. Sedangkan yang dapat dilakukan bagi mustahik yaitu dengan aktif mempererat silaturahmi di lingkungan sekitarnya.

- b. Informasi yang telah ada diantara muzakki, amil, serta mustahik harus ditingkatkan kembali. Informasi yang dimiliki oleh muzakki dan amil dapat lebih disebarluaskan kembali melalui propaga dan sepeti dengan sosial media seperti *instagram, twitter, facebook, youtube* serta media cetak maupun himbauan para tokoh daerah di kota Malang melalui *billboard*, baliho maupun videotron. Adapun bagi mustahik, informasi dapat didapat dengan aktif terlibat di lingkungan sekitar.
- c. Kepercayaan yang telah dibangun diantara muzakki, amil, serta mustahik hendaknya ditingkatkan lagi. Salah satunya yang dapat dilakukan oleh muzakki yaitu dengan membangun relasi terhadap amil maupun mustahik. Sedangkan bagi amil, kepercayaan dapat dibangun melalui transparansi program dengan memanfaatkan media sosial agar para masyarakat selalu tahu mengenai perkembangan dari setiap kegiatan jalur distribusi dana zakat di kota Malang. Serta tidak lupa mengadakan silaturahmi berkelanjutan dengan seluruh lapisan masyarakat Kota Malang. Adapun bagi mustahik, kepercayaan dapat diperoleh dengan menjaga sikap perilaku amanah serta aktif terlibat dengan program yang diselenggarakan oleh muzakki maupun amil.
- d. Dan terakhir, yaitu penjagaan nilai dan perilaku yang telah baik yang dimiliki oleh muzakki, amil, serta mustahik. Adapun cara yang dapat dilakukan oleh muzakki yaitu dengan memperkuat sumber dari nilai yaitu Al-Quran. Sedangkan bagi amil, selain daripada penguatan sumber nilai yaitu Al-Quran dapat juga melalui aktualisasi norma ke dalam program-program serta peraturan. Adapun bagi mustahik, yaitu dengan penguatan sumber dari nilai-nilai yang dimiliki.

DAFTAR PUSTAKA

- Anyualatha Haridison. 2013. *Modal Sosial Dalam Pembangunan*. JISPAR Fisip Universitas Palangka Raya vol 4 2013 issn 2089-6123.
- Ariani Wahyu. 2010. *Hubungan Industrial*. Yogyakarta: Clafonso,
- Athoilah Muhammad. 2014. Zakat untuk Kesejahteraan Bangsa. *Media Syariah Vol XVI No 1*.
- Aziz Abdul. 2008. *Ekonomi Islam Analisis Mikro dan Makro*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Badan Perencanaan Pembangunan Nasional (Bappenas). 2018. *Data Kependudukan dan Ketenagakerjaan*. <https://www.bappenas.go.id/id/data-dan-informasi-utama/data-dan-statistik1/kemiskinan-ketenagakerjaan-dan-usaha-kecil-menengah/> (diakses 10 Maret 2018).
- Badan Pusat Statistika. 2018. *Angka Kemiskinan Jawa Timur*. <https://jatim.bps.go.id/linkTableDinamis/view/id/10> (diakses pada 10 Maret 2018).
- Beik Irfan. 2015. Fiqh Of Asnaf In The Distribution Of Zakat: Case Study Of The National Board Of Zakat Of Indonesia (Baznas). *Al-Infaq: Jurnal Ekonomi Islam, Vol. 6 No. 2*.
- Fiqih Afriadi, Yulizar D Sanrego. 2016. Mengurai Permasalahan Distribusi Zakat Kepada Fakir Miskin: Pengalaman Organisasi Pengelola Zakat Baznaz, Dompot Dhuafa, Dan Lazizmu. *Madania Vol. 20, No. 1*.
- Fukuyama. 2002. *Trust: Kebajikan Sosial dan Penciptaan Kemakmuran*. Yogyakarta: Qalam.
- Hafiduddin Didin. 1998. *Panduan Praktis tentang Zakat, Infak, Sedekah*. Jakarta: Gema Insani.
- Hasbullah J. 2006. *Social Capital : Menuju Keunggulan Budaya Manusia Indonesia*. MR-United Press Jakarta. Jakarta.
- Kementerian Koperasi dan UMKM. 2018. *Layanan Informasi Bantuan Pemerintah Bagi Koperasi Pemula Dan Wirausaha Pemula*. <http://www.depkop.go.id/layanan-publik/wirausaha-pemula-wp/> (diakses 14 Maret 2018).
- Khoirun Nisak. 2014. *Analisis Peran Lembaga Amil Zakat Sebagai Agen Distribusi (Studi Kasus Lembaga Amil Zakat Rumah Zakat Cabang Malang)*. Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya (tidak diterbitkan).
- Kunarjo. 2003. *Glosarium Ekonomi, Kuangan dan Pembangunan*. Jakarta: Universitas Indonesia Press.
- M. Shabri Abd. Majid. 2017. The Motivation Of Muzakki To Pay Zakah: Study At The Baitul Mal Aceh. *Signifikan: Jurnal Ilmu Ekonomi Volume 6 (1), April 2017 P-ISSN: 2087-2046; E-ISSN: 2476-9223 Page 159 – 176*.
- Mangkuprawira. 2010. *Forum Penelitian Agro Ekonomi*. vol 28 no 1.
- Mohammad Khairul Firdaus, Mahadi Mohammad. 2008. The Philosophy and Elasticity of Zakah Distribution in Islam Wan. *International Journal of Education and Research Vol. 1 No. 8*
- Mubasirun. 2013. Zakat dan Pemberdayaan Ekonomi Ummat. *INFERENSI, Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan*. Vol. 7, No. 2.
- Nazir Moh. 1998. *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.

Norazlina Abd. Wahab, Abdul Rahim Abdul Rahman. 2000. *framework to analyse the efficiency and governance of zakat institutions*. Journal of Islamic Accounting and Business Research Vol. 2 No. 1.

Outlokk dari “Opini Koran Republika”, 2017. http://koran.republika.co.id/koran/24/126061/Ekonomi_Syariah_dan_Outlook_2011), diakses pada tanggal 25 Februari 2017.

Poerwadinata W.J.S. 1991. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.

Puskas Baznas. 2018. *Outlook Zakat. Pusat Kajian Strategi Baznas* (diakses pada 10 maret 2018).

Putnam, R.D. 2002. *Foundation of Social Capital. Massachusetts*: Edward Elgar Publishing.

Qardhawi Yusuf. 2000. Fiqhus Zakat, Terj. Salman Harun, et.al., *Hukum Zakat*. Bogor: Pustaka Litera Antar Nusa.

Ridwan Murtadho. 2016. *Analisis Model Fundraising Dan Distribusi Dana Zis Di Upz Desa Wonoketingal Karanganyar Demak*. Jurnal Penelitian, Vol. 10, No. 2, Agustus.

Taneko Soleman, 1984. *Struktur Dan Proses Sosial; Suatu Pengantar Sosiologi Pembangunan*. Jakarta: Rajawali

Yustika Erani Ahmad. 2013 *Ekonomi Kelembagaan : Paradigma, Teori, Kebijakan*. Jakarta: Erlangga.