

SIRI 1



PENYELIDIKAN —

DAKWAH ZAKAT

PENYUSUN & PENYUNTING :
RAZALI MD JANI
MUHSIN NOR PAIZIN

SIRI PENYELIDIKAN 1

PENYELIDIKAN
**DAKWAH
ZAKAT**



PENYUSUN & PENYUNTING :
RAZALI MD JANI
MUHSIN NOR PAIZIN

Perpustakaan Negara Malaysia

Data Pengkatalogan-dalam-Penerbitan

Siri Penyelidikan 1: Penyelidikan Dakwah Zakat / Penyunting

Razali Md Jani dan Muhsin Nor Paizin

ISBN 978-967-11042-6-2

Cetakan Pertama 2016

© Hakcipta Pusat Pungutan Zakat (PPZ-MAIWP)

Hakcipta terpelihara, tiada mana-mana bahagian daripada buku ini yang boleh diterbitkan semula, disimpan untuk pengeluaran atau ditukar kepada sebarang bentuk dengan apa cara sekalipun tanpa izin bertulis daripada penerbit.

Diterbitkan oleh :

Pusat Pungutan Zakat (PPZ)

Wisma PPZ, 68-1-6, Dataran Shamelin, Jalan 4/91,
Taman Shamelin Perkasa, 56100 Kuala Lumpur.

Tel : 03-92895757

Faks : 03-92895760

Emel : kajian@zakat.com.my

Dicetak oleh :

Magicreative Sdn. Bhd.

www.magicreative@gmail.com

KANDUNGAN

Muka Surat

Prakata

v

Pengenalan

vi

Penyelidikan 1 :

Kajiselidik Keberkesanan Kempen
Media Dalam Penggalakan Pembayaran Zakat

1

Penyelidikan 2 :

Kajian Penelitian Faktor-Faktor Motivasi
Pembayaran Zakat di Kalangan Profesional
(Kolar Putih) di Wilayah Persekutuan

47

Statistik Kutipan Zakat Malaysia 1991-2013

142

PRAKATA

Alhamdullilah segala puji bagi Allah tuhan sekalian alam, selawat dan salam ke atas junjungan nabi Muhammad SAW, kaum keluarganya, para sahabatnya dan para pengikutnya.

Syukur kepada Allah kerana dengan limpah kurniaNya buku **Penyelidikan Dakwah Zakat Siri 1** ini dapat diterbitkan untuk tatapan para pembaca sekalian. Buku ini disusun dan disunting oleh Encik Razali Md Jani dan Encik Muhsin Nor Paizin dari Unit Penyelidikan dan Pembangunan Korporat Pusat Pungutan Zakat, Majlis Agama Islam Wilayah Persekutuan (PPZ-MAIWP).

Pada hemat saya, dalam usaha untuk menyebarluas kajian dan kajiselidik zakat yang dibuat oleh PPZ-MAIWP maka hasil-hasil kajian tersebut perlu ia dibukukan. Menerusi buku ini dua kajian yang telah dilaksanakan iaitu *Keberkesanan kempen media dalam penggalakkan pembayaran zakat* dan *Kajian penelitian faktor-faktor motivasi pembayaran zakat di kalangan profesional/(kolar putih) di Wilayah Persekutuan*.

Harapan saya dengan adanya terbitan buku ini khusus mengenai penyelidikan zakat dapat menambah bahan-bahan ilmiah di pusat pengajian tinggi dan perpustakaan di negara ini. Semoga para penyelidik, pelajar, penuntut, akademik dan masyarakat umum dapat manfaat buku ini sebaik-baiknya.

Haji Mohd Rais Haji Alias, K.M.W.
Ketua Pegawai Eksekutif Pusat Pungutan Zakat (PPZ)
Majlis Agama Islam Wilayah Persekutuan (MAIWP)
2016

PENGENALAN

Penyelidikan memainkan peranan yang amat penting. Tujuan penyelidikan, selain untuk mencari kepastian mengenai sesuatu perkara, ia juga sebagai salah satu cara mencari jalan penyelesaian bagi sesuatu isu mahu pun masalah.

Terdapat banyak hasil-hasil kajian dan penyelidikan yang dibuat secara ilmiah dalam bidang zakat. Kami berpendapat amatlah wajar kajian mengenai zakat dibukukan. Secara tidak langsung ia dapat dimanfaatkan sebagai bahan rujukan.

Buku ini mengandungi dua hasil kajian, yang pertama bertajuk *Kajiselidik Keberkesanan Kempen Media dalam Penggalakan Pembayaran Zakat* yang dilakukan oleh agensi *Merdeka Centre For Opinion Research*. Ucapan terima kasih diberikan kepada kumpulan penyelidik yang diketuai oleh Encik Ibrahim Suffian dan Cik Azlina Mohamad Halit.

Kajian kedua, berjudul *Kajian Penelitian Faktor-Faktor Motivasi Pembayaran Zakat di kalangan Profesional (Kolar Putih) di Wilayah Persekutuan* yang dibuat oleh kumpulan penyelidik Universiti Islam Antarabangsa Malaysia (UIAM). Terima kasih kami berikan kepada kumpulan penyelidik ini yang diketuai oleh Profesor Madya Dr. Wan Jamaliah Wan Jusoh, Dr. Ahmad Zamri Osman @ Hussin dan Dr. Sherliza Puat Nelson.

Kajiselidik keberkesanan kempen media dalam penggalakan pembayaran zakat bertujuan untuk mengukur keberkesanan aktiviti promosi dan publisiti yang dijalankan PPZ bagi melihat tahap capaian dikalangan kumpulan sasar yang membayar zakat. Kajian ini turut menilai persepsi orang ramai berkenaan tahap kepuasan dan keyakinan terhadap PPZ sebagai sebuah agensi kutipan zakat.

Tinjauan dilaksanakan menerusi kaedah kajiselidik secara kuantitatif ke atas sampel responden berumur 21 tahun ke atas. Seramai 1,004 responden berjaya ditemubual. Responden bagi pembayar zakat dan orang awam datang daripada pelbagai kawasan di Kuala Lumpur dan Putrajaya samada mereka bekerja atau tinggal di kawasan tersebut.

Manakala, kajian faktor-faktor motivasi pembayaran zakat di kalangan profesional (kolar putih) di Wilayah Persekutuan ini bertujuan mengenal pasti dan meneliti faktor-faktor penggalakan pembayaran zakat di kalangan profesional (kolar putih). Sampel kajian terdiri daripada golongan profesional (kolar putih) beragama Islam di Wilayah Persekutuan Kuala Lumpur, Putrajaya dan Labuan.

Golongan pekerja kolar putih ini adalah dikenalpasti sebagai golongan yang layak membayar zakat dan menurut difinisi adalah terdiri daripada golongan profesional yang terlibat dalam bidang pengurusan yang lebih memerlukan daya berfikir dan bukannya kekuatan tenaga.

Golongan kolar putih ini dibahagikan kepada dua iaitu dari sektor awam dan swasta. Bagi sektor awam, soal selidik diedarkan kepada pegawai gred 41 dan ke atas di kementerian-kementerian terpilih yang terdapat di Wilayah Persekutuan. Bagi sektor swasta, kajian ini melibatkan pekerja berjawatan eksekutif dan ke atas di Syarikat Berkaitan Kerajaan (GLC), institusi kewangan dan syarikat swasta terpilih lainnya. Saiz sampel adalah 809.

Maka sekiranya para pengkaji ingin mengetahui hasil kedua-dua kajian maka tatapilah buku ini hingga ke muka surat akhir. Dalam buku ini turut dilampirkan statistik kutipan zakat di Malaysia mulai tahun 1991 sehingga 2013.

Semoga buku ini berguna untuk para pembaca khususnya para penyelidik, penuntut, pengkaji zakat dan para akademik. Terima kasih kami ucapkan kepada semua pihak yang memberikan kerjasama sehingga tercetaknya buku ini.

Penyusun dan penyunting:
Razali Md Jani
Muhsin Nor Paizin

Unit Penyelidikan dan Pembangunan Korporat ,PPZ
kajian@zakat.com.my

Penyelidikan 1 :

**KAJISELIDIK
KEBERKESANAN KEMPEN
MEDIA DALAM PENGGALAKAN
PEMBAYARAN ZAKAT**

oleh:

Merdeka Centre For Opinion Research

1. LATAR BELAKANG DAN OBJEKTIF KAJIAN

Kertas kerja ini dihasilkan selepas perbincangan pihak Merdeka Center dengan Unit Penyelidikan dan Pembangunan Korporat, Pusat Pungutan Zakat – (PPZ-MAIWP) sebelum satu kajiselidik diadakan.

Tujuan utama kajiselidik ini ialah untuk mengetahui keberkesanan aktiviti promosi dan publisiti yang dijalankan oleh PPZ bagi mengukur tahap capaian dikalangan kumpulan sasar dalam pembayaran zakat. Di samping itu kajian akan menilai persepsi ramai berkenaan tahap kepuasan dan keyakinan terhadap PPZ sebagai sebuah agensi kutipan zakat. Berdasarkan keperluan yang kami fahami, kajian ini akan berlandaskan objektif-objektif berikut:

1. Meneliti pandangan ramai terhadap PPZ di dalam memenuhi matlamat seperti yang terkandung di dalam wawasan dan objektif agensi tersebut termasuklah tahap kesedaran, pendekatan dan penerimaan program PPZ;
2. Meneliti pandangan ramai terhadap liputan media serta sumber maklumat aktiviti dan bidang tugas PPZ berasaskan kriteria yang dipilih; dan
3. Menilai impak keberkesanan saluran media dan kempen publisiti yang dilaksanakan PPZ dengan tujuan membentuk cadangan penambahbaikan.

2. PERSAMPELAN DAN PENCAPAIAN

Tinjauan dilaksanakan menerusi kaedah kajiselidik secara kuantitatif ke atas sampel responden berumur 21 tahun ke atas yang merupakan penduduk Wilayah Persekutuan Kuala Lumpur dan Putrajaya. Seramai 1,000 penduduk dipilih dengan

menggunakan kaedah *stratified structured randomly selected sample* untuk ditemubual berasaskan dua sumber utama iaitu:

1. Orang awam beragama Islam
2. Pembayar Zakat

Jadual 2.1: Persampelan dan pencapaian

Kriteria responden	Sampel asal	Sampel baru	Pencapaian kajian
Pembayar zakat	350	500	501
Orang awam	650	500	503
Jumlah responden	1000	1000	1004

3. INSTRUMEN KAJIAN

Di dalam penentuan faktor-faktor mengukur keberkesanan aktiviti promosi dan publisiti yang dijalankan serta pandangan ramai terhadap PPZ terdapat beberapa elemen atau pembahagian yang boleh dipertimbangkan dalam kajiselidik ini.

1. Sumber maklumat –

Bakal membincangkan saluran dan sumber utama bagi mendapatkan maklumat mengenai ilmu zakat, aktiviti-aktiviti PPZ dan PPZ.

2. Pandangan terhadap PPZ:

- a. Pengetahuan tentang jenis-jenis zakat dan syarat-syarat zakat.
- b. Pengetahuan tentang bidang tugas PPZ.
- c. Penilaian terhadap prestasi PPZ dalam penyampaian perkhidmatan dan menilai saluran pembayaran zakat yang efisyen.

- d. Penilaian terhadap pengurusan aduan (meneliti bentuk aduan serta penyelesaian masalah).
 - e. Penilaian terhadap program-program anjuran PPZ.
 - f. Mengukur keberkesanan mesej yang disampaikan kepada orang ramai dalam menggalakan pembayaran zakat.
3. Keberkesanan kempen media dan publisiti yang telah dijalankan akan diukur melalui 4 elemen utama:
- a. Keberkesanan dan relevan – Saluran media yang paling berkesan.
 - b. Kesedaran tentang aktiviti – aktiviti yang telah dijalankan oleh PPZ.
 - c. Pengetahuan kebiasaan atau keakraban hubungan kumpulan sasar dengan PPZ.
 - d. Kepekaan orang ramai terhadap kepentingan membayar zakat atau melihat berapa banyak yang berkecenderungan untuk membayar zakat.
4. Keyakinan terhadap PPZ. Penilaian terhadap PPZ sebagai sebuah institusi kutipan zakat, pengurusan dan kakitangan kutipan zakat dari aspek:
- a. Keyakinan terhadap tugas yang dilakukan.
 - b. Penilaian terhadap prestasi kakitangan PPZ.
 - c. Membincangkan isu-isu yang timbul seperti keengganan membayar zakat walaupun layak dan mampu.
 - d. Penilaian terhadap perkhidmatan PPZ secara keseluruhan sebagai sebuah organisasi yang bergerak secara profesional dalam memegang amanah orang ramai.

4. LAPORAN DAPATAN AKHIR KAJIAN

Gerak kerja pengumpulan data telah bermula seawal pertengahan Ogos 2014 setelah soal selidik berjaya dimuktamadkan. Kutipan data bermula 19 Ogos 2014 dan berakhir pada 21 September 2014. Proses pengumpulan

data mengambil masa empat minggu kerana kebanyakkan responden yang cuba dihubungi tidak menepati kriteria terutamanya bagi kategori orang awam.

Dapatan akhir hasil kajian akan membincangkan secara umum beberapa aspek penting seperti sumber maklumat tentang zakat, persepsi terhadap PPZ, penyampaian perkhidmatan, keyakinan terhadap PPZ, pengurusan aduan, keberkesanan kempen media dan publisiti serta keberkesanan mesej yang disampaikan.

Profil responden

Seramai 1,004 responden berjaya ditemubual. Responden bagi pembayar zakat (n=501) dan orang awam (n=504) datang daripada pelbagai kawasan di Kuala Lumpur dan Putrajaya sama ada mereka bekerja atau tinggal di kawasan tersebut. Responden yang ditemubual disaring menurut pendapatan peribadi. Hanya responden yang mempunyai pendapatan peribadi RM2,500 ke atas sahaja yang ditemubual. Ini bagi mencapai kumpulan sasaran syarat minimum pembayar zakat.

Dapatan kajian menunjukkan separuh merupakan lelaki (50%) dan 50% adalah perempuan. 53% merupakan responden berusia bawah 40 tahun dan selebihnya 47% berusia 41 tahun ke atas. Profil responden yang berjaya ditemubual ditunjukkan melalui jadual 4.1 berikut.

Jadual 4.1: Profil responden

Umur	%	Pendidikan	%
21-30 tahun	16	Tiada pendidikan formal	-
31-40 tahun	37	Sekolah Rendah	1
41-50 tahun	27	Sekolah Menengah	27
51-60 tahun	16	Diploma/Politeknik	25
>60 tahun	4	Ijazah ke atas	47

Jantina	%	Pendapatan Peribadi	%
Lelaki	50	RM2,500 – RM 4,000	58
Perempuan	50	RM4,001-RM5,500	17
		RM5,501-RM7,000	12
		>RM7,001	10

Sektor Pekerjaan	%	Status Perkahwinan	%
Kerajaan/GLC	37	Bujang/Belum berkahwin	16
Swasta	47	Berkahwin	80
Majikan/Bekerja sendiri	11	Bercerai/Berpisah	1
Surirumah	1	Balu/Duda	2
Bersara/Tidak bekerja	4		

Akses Internet	%	Anda/keluarga berkhidmat dgn PPZ	%
Ada akses internet	92	Ya, masih berkhidmat	1
Tiada akses internet	8	Tidak	99

A : Tahap Pengetahuan Terhadap Tugas PPZ dan Capaian Maklumat

Tahap Pengetahuan Terhadap PPZ

Dapatan menunjukkan kesedaran tentang PPZ adalah tinggi di kalangan warga Kuala Lumpur dan Putrajaya. Didapati 64% responden yang ditemubual mengetahui tentang tugas dan peranan PPZ sebagai sebuah agensi kutipan zakat. Hanya 36% responden yang kurang mengetahui tugas dan peranan PPZ. Dapatan yang berbeza di kalangan pembayar zakat dan orang awam. Tahap pengetahuan di kalangan pembayar zakat (69%) lebih tinggi jika dibandingkan dengan orang awam (58%).

Jadual 4.2: Tahap pengetahuan peranan PPZ

	Berpengetahuan	Tidak berpengetahuan
Semua	64%	36%
Pembayar zakat	69%	31%
Orang awam	58%	42%
Lelaki	62%	38%
Perempuan	64%	35%
≤40 tahun	65%	34%
>40 tahun	61%	39%
Sekolah rendah	33%	67%
Sekolah menengah	60%	40%
Diploma/Politeknik	63%	37%
Ijazah ke atas	67%	33%
Ada akses internet	64%	35%
Tiada akses internet	49%	51%
Kerajaan/GLC	69%	30%
Swasta	61%	39%
Majikan/Bekerja sendiri	55%	43%
Surirumah	33%	67%
Bersara	59%	41%
Rm2500-RM4000	60%	40%
RM4,001-RM5,500	66%	34%
≥RM5501	69%	31%

Soalan: Sejauh manakah anda menilai tahap pengetahuan anda tentang perkara-perkara berikut:

Secara keseluruhannya, analisis menurut sektor pekerjaan pula mendapati, selain kakitangan kerajaan (69%), tahap pengetahuan tentang PPZ juga ketara di kalangan sektor swasta (61%) dan responden yang telah bersara (59%). Golongan berpendapatan lebih dari RM5,000 ke atas (69%) tahu akan peranan PPZ berbanding hanya 60% responden yang berpendapatan di antara RM2,500 hingga RM4,000. Tinjauan juga mendapati tahap pengetahuan adalah lebih tinggi di kalangan responden yang berumur 40 tahun ke bawah (65%) berbanding 61% responden berumur lebih daripada 40 tahun.

Selain itu, kajian turut meninjau tahap pengetahuan dan kefahaman responden mengenai syarat-syarat zakat, Haul dan Nisab serta jenis-jenis zakat. Dapatkan secara keseluruhan menunjukkan majoriti responden (71%) mengetahui tentang syarat-syarat zakat manakala hampir separuh (46%) yang tidak tahu akan Haul dan Nisab.

Analisis menurut kategori pula menunjukkan respons yang lebih positif di kalangan pembayar zakat berbanding orang awam. Majoriti pembayar zakat (78%) mengetahui mengenai syarat-syarat zakat berbanding 63% di kalangan orang awam. Di kalangan pembayar zakat hanya 37% yang tidak tahu akan Haul dan Nisab berbanding orang awam lebih daripada separuh 55% yang tidak tahu.

Responden turut di soal mengenai tahap pengetahuan mereka terhadap jenis-jenis zakat. Majoriti responden di kalangan pembayar zakat tahu mengenai zakat pendapatan (82%) berbanding orang awam 63% yang tahu. Tahap pengetahuan sederhana mengenai zakat wang simpanan dan zakat emas. Peratusan yang rendah mengenai zakat perak, zakat KWSP, zakat perniagaan, zakat saham, zakat pertanian dan zakat penternakan. Ini kerana mereka yang ditemubual tidak terlibat dalam sektor pertanian dan penternakan. Jadual di bawah menunjukkan tahap pengetahuan responden dengan lebih terperinci.

Jadual 4.3: Tahap pengetahuan perkara berkaitan zakat

Perkara/ Item	Keseluruhan		Pembayar Zakat		Orang Awam	
	1	2	1	2	1	2
Syarat-syarat zakat	71%	29%	78%	22%	63%	37%
Haul dan Nisab	72%	46%	62%	37%	43%	55%
Zakat pendapatan	72%	26%	82%	17%	63%	36%
Zakat wang simpanan	52%	46%	61%	38%	43%	54%
Zakat emas	51%	46%	57%	41%	44%	53%
Zakat perak	34%	61%	39%	57%	29%	64%
Zakat KWSP	32%	63%	38%	58%	27%	69%
Zakat perniagaan	32%	64%	35%	61%	30%	65%
Zakat saham	23%	71%	28%	68%	20%	74%
Zakat pertanian	39%	48%	22%	73%	17%	77%
Zakat penternakan	19%	76%	21%	74%	16%	77%

1=Berpengetahuan 2=Tidak Berpengetahuan

Soalan: Sejauh manakah anda menilai tahap pengetahuan anda tentang perkara-perkara berikut:

Capaian Sumber Maklumat Pusat Pungutan Zakat (PPZ)

Bagi mendapatkan berita dan perkembangan tentang PPZ, dapatkan menunjukkan sumber utama responden adalah melalui internet dengan melayari laman web PPZ dan facebook. Bagi responden yang berumur 40 tahun ke atas, separuh daripada mereka mendapatkan maklumat melalui surat khabar (44%) dan internet (42%). Majoriti (75%) golongan muda melayari internet

bagi mendapatkan maklumat mengenai PPZ. Penerangan lebih terperinci dalam jadual di bawah.

Jadual 4.4: Capaian sumber maklumat

Kategori	Sumber	Surat Khabar	TV	Internet	Radio	Lain-lain
Semua	Sumber 1	29%	19%	39%	3%	8%
	Sumber 2	7%	18%	21%	11%	15%
	Jumlah	36%	37%	60%	14%	23%
Pembayar zakat	Sumber 1	26%	18%	44%	3%	8%
	Sumber 2	8%	14%	21%	10%	16%
	Jumlah	34%	32%	65%	13%	24%
Orang awam	Sumber 1	32%	20%	33%	4%	8%
	Sumber 2	6%	21%	22%	11%	13%
	Jumlah	38%	41%	55%	15%	21%
<40	Sumber 1	21%	21%	48%	4%	5%
	Sumber 2	8%	13%	27%	10%	15%
	Jumlah	29%	34%	75%	14%	20%
>40	Sumber 1	38%	17%	27%	3%	12%
	Sumber 2	6%	24%	15%	11%	15%
	Jumlah	44%	38%	42%	14%	27%

Selain itu, responden turut disoal mengenai sumber maklumat mereka mengenai ilmu zakat atau orang yang bertanggungjawab mengingatkan mereka tentang zakat. Dapat dilihat menunjukkan media cetak, media elektronik, sekolah agama, sekolah kebangsaan dan pesanan keluarga merupakan medium yang memainkan peranan penting bagi sumber maklumat responden.

Jadual 4.5: Sumber maklumat mengenai ilmu zakat

Jenis media	Semua	Pembayar Zakat	Orang Awam
Media cetak	23%	20%	26%
Media elektronik	20%	18%	22%
Sekolah agama	17%	19%	15%
Sekolah kebangsaan	14%	16%	13%
Pesanankeluarga	11%	12%	10%
Ceramah agama	4%	4%	3%
Pegawai/Wakil PPZ	2%	3%	2%
Tiada respons	1%	1%	1%
Rakan-rakan	1%	1%	1%
Lain-lain	7%	7%	6%

Soalan:Dari manakah anda tahu mengenai ilmu zakat atau mengingatkan anda tentang zakat?

B: Pandangan Terhadap Pusat Pungutan Zakat (PPZ)

Penyampaian Perkhidmatan PPZ

Terdapat beberapa faktor yang dikenalpasti sebagai pengukur kepada penyampaian perkhidmatan PPZ iaitu usaha penyampaian maklumat, usaha galakan membayar zakat dan keberkesanan kempen media kepada pelanggan (melalui promosi, bengkel, iklan).

Bagi menilai tahap kepuasan terhadap perkhidmatan yang diberikan, kajiselidik akan meninjau pendapat responden pembayar zakat yang pernah menggunakan perkhidmatan atau mengunjungi PPZ dalam tempoh setahun yang lepas sahaja. Sejumlah 396 responden pembayar zakat (79%) pernah menghubungi PPZ dalam tempoh setahun yang lepas berbanding orang awam hanya 42%,n=212.

Dilihat rata-rata berpuas hati dengan perkhidmatan dan usaha yang dilakukan oleh PPZ samada dari segi penyampaian maklumat, galakan pembayaran zakat, kempen-kempen media mahupun laman web PPZ. Capaian terhadap laman web dilihat amat baik kerana kebanyakan responden melayari laman web PPZ bagi mendapatkan maklumat terkini berkaitan PPZ.

Jadual 4.6: Penilaian terhadap perkhidmatan

Perkhidmatan	Keseluruhan		Pembayar Zakat		Orang Awam	
	Puas hati	Tidak puas hati	Puas hati	Tidak puas hati	Puas hati	Tidak puas hati
Usaha penyampaian maklumat	74%	24%	78%	21%	68%	29%
Usaha galakan membayar zakat	70%	25%	74%	24%	65%	29%
Keberkesanan kempen media	63%	33%	65%	31%	60%	37%
Laman web PPZ	69%	10%	70%	9%	67%	14%
Keseluruhan perkhidmatan PPZ	85%	12%	88%	10%	79%	17%

Soalan: Sejauh manakah anda puas hati atau tidak puas hati dengan PPZ dalam penyampaian perkhidmatan berikut...?

Analisis mendapati 88% bagi pembayar zakat dan 79% orang awam berpuas hati dengan tahap perkhidmatan yang diberikan. Secara keseluruhannya, majoriti 85% responden berpuas hati dengan keseluruhan tahap penyampaian perkhidmatan PPZ.

Soalan selanjutnya diteruskan lagi kepada responden yang pernah berhubung dengan PPZ. Dalam tinjauan ini, responden disoal mengenai tahap puas hati dengan perkhidmatan yang disediakan oleh PPZ dalam urusan pembayaran zakat. Bagi perkhidmatan pos, deposit cek, mesin kiosk dan mailing, majoriti responden tidak dapat menilai perkhidmatan tersebut kerana

mereka tidak pernah melakukan pembayaran melaluinya.

Bagi responden yang pernah menggunakan perkhidmatan kaunter PPZ, lebih separuh (77%) berpuas hati dengan perkhidmatan yang disediakan dalam urusan pembayaran zakat dan 56% berpuas hati dengan perkhidmatan potongan gaji.

Jadual 4.7: Penilaian terhadap perkhidmatan pembayaran zakat (Pembayar zakat)

Jenis Perkhidmatan	Puas hati	Tidak puas hati	Tidak tahu/ Tiada respons
Perkhidmatan kaunter PPZ	77%	2%	21%
Potongan gaji	56%	1%	42%
Perbankan internet	43%	2%	55%
Perkhidmatan kaunter bank	27%	3%	71%
Deposit cek	16%	2%	82%
Perkhidmatan pos	16%	4%	81%
Mesin kiosk	13%	2%	84%
Secara pos/Mailing	12%	5%	84%

Soalan: Sejauh manakah anda puas hati atau tidak puas hati dengan perkhidmatan yang disediakan PPZ dalam urusan pembayaran zakat?

Dalam tinjauan ini juga, kesemua responden turut disoal mengenai saluran pembayaran zakat yang paling efisyen bagi mereka. Tinjauan mendapati potongan gaji menjadi saluran pilihan bagi separuh daripada responden pembayar zakat dan orang awam. Bagi responden yang bekerja sendiri dan pesara mereka memilih untuk membayar zakat melalui perkhidmatan kaunter.

Jadual 4.8: Saluran pembayaran zakat paling efisyen

Kategori	Perkhidmatan kaunter	Potongan gaji	Perbankan Internet	Mesin kiosk	Mailing
Semua	25%	50%	21%	1%	1%
Pembayar zakat	28%	49%	21%	1%	-
Orang awam	23%	51%	21%	1%	1%
<40	16%	53%	28%	1%	1%
>40	36%	46%	13%	1%	1%
Akses internet	24%	51%	22%	1%	1%
Tiada akses	45%	39%	5%		1%
Kerajaan/GLC	23%	58%	17%	1%	-
Swasta	21%	50%	25%	1%	1%
Majikan/ Bekerja sendiri	39%	28%	23%	3%	2%
Bersara	65%	30%	3%	-	3
2500-4000	25%	49%	23%	1%	1%
4001-5500	25%	52%	18%	1%	1%
5501-7000	21%	57%	17%	1%	
≥7701	31%	44%	23%	-	-

Soalan: Apakah saluran pembayaran zakat yang paling efisyen bagi anda?

Perkhidmatan Aduan

Bagi menilai perkhidmatan PPZ secara lebih berkesan adalah penting untuk menilai jumlah aduan yang diterima. Oleh itu kajian bertanyakan soalan berkaitan penerimaan aduan dan bentuk aduan yang diterima. Walau bagaimanapun, kajian mendapati aduan yang diterima PPZ amat rendah iaitu bawah 10%. Hanya (2%, n=21) responden pernah membuat aduan di PPZ (rujuk jadual 4.9)

Jadual 4.9: Perkhidmatan aduan

n=1004	n	%
Ya	21	2
Tidak	954	95
Tidak tahu/Tiada respons	29	3

Soalan: Adakah anda pernah membuat sebarang aduan di PPZ?

Penilaian Terhadap Program-program Anjuran PPZ

Kajian turut meninjau pengalaman responden semasa menyertai sebarang program anjuran PPZ. Hanya 12% responden pernah menyertai program-program tersebut. Walaupun penyertaan terhadap program dilihat rendah, namun majoriti 73% responden yakin program-program yang telah dianjurkan oleh PPZ mampu menarik orang ramai yang berkemampuan untuk membayar zakat. Dapatkan juga menunjukkan golongan muda dan golongan lebih daripada 40 tahun yakin akan program-program anjuran PPZ walaupun mereka tidak pernah menyertainya.

Jadual 4.10: Penyertaan program PPZ

	n	%
Ya	123	12
Tidak	881	88

Soalan: Adakah anda pernah menyertai sebarang program anjuran PPZ?

Jadual 4.11: Tahap keyakinan terhadap program-program PPZ

	n	%
Ya	737	73
Tidak	142	14
Tidak tahu/Tiada respons	125	13

Soalan: Adakah program-program anjuran PPZ dapat menarik minat orang ramai yang berkemampuan atau layak membayar zakat untuk membayar zakat?

Bagi menilai program-program dan kempen-kempen yang telah dianjurkan PPZ, responden turut diminta memberi pandangan mengenai keberkesanan maklumat yang disampaikan samada melalui media cetak atau elektronik. Majoriti 89% responden berpendapat maklumat yang disampaikan mudah untuk difahami. Hanya 10% merasakan maklumat sukar untuk difahami. Analisis menurut responden pula menunjukkan 94% pembayar zakat positif berbanding 84% orang awam.

Jadual 4.12: Keberkesanan mesej yang disampaikan

Pemahaman	n	%
Faham	892	89
Tidak Faham	100	10
Tidak tahu/Tiada respons	12	1

Soalan: Sejauh manakah maklumat yang diberikan oleh PPZ mudah untuk anda fahami?

Kajian turut meninjau dengan lebih terperinci mengenai tagline atau mesej yang boleh digunakan untuk menggalakan pembayaran zakat di kalangan responden bagi kempen-kempen yang akan dijalankan. Majoriti responden berpendapat tagline “Memperingati tanggungjawab seperti dalam Al-Quran” adalah paling sesuai digunakan oleh pihak PPZ (rujuk jadual 4.13)

Jadual 4.13: Tagline penggalakan pembayaran zakat

Jenis Tagline	Sesuai	Tidak sesuai
Memperingati tanggungjawab seperti dalam Al-Quran	96%	3%
Memberitahu di mana zakat boleh dibayar	93%	4%
Kebaikan yang terhasil dari pembayaran zakat	91%	5%
Kecekapan pengurusan kutipan zakat	84%	11%
Paparan personaliti yang menyaran pembayaran zakat	69%	26%

Soalan: Sejauh manakah kenyataan-kenyataan berikut sesuai atau tidak sesuai bagi diri anda?

Responden turut diminta memberi pandangan tentang sejauh mana pandangan mereka terhadap beberapa kenyataan-kenyataan berkaitan zakat. Dapatan kajian memperlihatkan majoriti bersetuju dengan kelima-lima kenyataan yang ditanya. Rujuk jadual 4.14 untuk maklumat lanjut.

Jadual 4.14: Kenyataan berkaitan zakat

	%
Dengan berzakat kita akan mendapat rahmat daripada Allah swt, harta dan rezeki kita akan bertambah	94
Zakat membersihkan hati dan harta daripada perkara yang merosakkan dan haram	99
Zakat mengajar dan mendidik kita agar bersikap pemurah, saling bantu membantu dan memberi pertolongan kepada orang yang berhak mendapatkannya	99
Zakat dapat mengeratkan kasih sayang - orang yang kaya dan senang membantu orang yang miskin dan fakir	96
Wang zakat dapat membantu golongan yang memerlukan dan membuka peluang-peluang yang lebih besar kepada umat Islam	97

C: Keyakinan Terhadap Pusat Pungutan Zakat (PPZ)

Responden juga turut diminta untuk memberi pandangan tahap keyakinan terhadap PPZ sebagai sebuah organisasi kutipan zakat yang bergerak secara profesional dalam memegang amanah rakyat. Analisis di kalangan pembayar zakat menunjukkan 97% yakin terhadap PPZ sebagai sebuah institusi kutipan zakat manakala di kalangan orang awam majoriti 91% responden turut yakin. Keyakinan terhadap pihak pungurusan dan kakitangan PPZ juga positif di mana 90% pembayar zakat dan 83% orang awam yakin dengan pihak pengurusan PPZ.

Secara keseluruhannya, prestasi PPZ berada pada tahap amat baik, di mana 93% yakin dengan prestasi PPZ. Walaupun PPZ tidak menguruskan agihan wang zakat lebih separuh 66% responden merasakan agihan wang zakat sampai kepada golongan yang memerlukan. Majoriti 88% responden pula yakin akan kemampuan pihak pengurusan dan kakitangan PPZ dalam menguruskan kutipan zakat. Penerangan terperinci seperti jadual di bawah:

Jadual 4.15: Tahap keyakinan terhadap PPZ

Kategori	Yakin	Tidak yakin
Semua	93%	7%
Pembayar zakat	97%	3%
Orang awam	91%	5%
Lelaki	91%	8%
Perempuan	94%	5%
<40 tahun	95%	5%
>40 tahun	90%	8%
Ada akses internet	96%	3%
Tiada akses internet	94%	6%
Kerajaan/GLC	97%	3%
Swasta	96%	3%
Majikan/Bekerja sendiri	91%	9%
Bersara	91%	9%
RM2500-RM4000	95%	5%
RM4,001-RM5,500	97%	3%
RM5501-RM7000	97%	1%
≥RM7001	97%	3%

Soalan: Secara keseluruhan sejauh manakah anda yakin atau tidak yakin terhadap PPZ?

Jadual 4.16: Tahap keyakinan terhadap pengurusan/kakitangan PPZ

Kategori	Yakin	Tidak yakin
Semua	88%	9%
Pembayar zakat	91%	5%
Orang awam	83%	12%
Lelaki	86%	10%
Perempuan	88%	7%
<40 tahun	89%	9%
>40 tahun	86%	9%
Ada akses internet	87%	9%
Tiada akses internet	88%	10%
Kerajaan/GLC	95%	3%
Swasta	88%	8%
Majikan/Bekerja sendiri	94%	6%
Bersara	91%	4%
RM2500-RM4000	92%	5%
RM4,001-RM5,500	92%	4%
RM5501-RM7000	91%	7%
≥RM7701	92%	7%

Soalan: Secara keseluruhan sejauh manakah anda yakin atau tidak yakin terhadap pengurusan dan kakitangan PPZ?

D : Analisis kumpulan Pembayar Zakat

Analisis kekerapan responden membayar zakat menunjukkan 50% responden membayar zakat 12 hingga 14 kali dalam tempoh setahun, 1 kali setahun (35%) dan 2 kali setahun (8%). Analisis mengikut pendapatan peribadi pula menunjukkan responden yang berpendapatan lebih daripada RM5,501 (52%) membayar zakat 12-14 kali dalam tempoh setahun manakala responden yang bekerja dalam sektor kerajaan/GLC (54%) juga membayar zakat 12-14 kali dalam tempoh setahun (rujuk jadual 4.17).

Jadual 4.17: Kekerapan membayar zakat

Kekerapan	n	%
12-14 kali setahun	427	50
1 kali setahun	300	35
2 kali setahun	69	8
3 kali setahun	15	2
4 kali setahun	13	2
5 kali setahun	9	1
15-18 kali setahun	4	1
6-8 kali setahun	4	1
Tidak tahu/Tiada respons	13	2

Soalan: Adakah anda pembayar zakat? Berapa kerap anda membayar zakat?

Responden juga turut ditanya mengenai pembuat keputusan dalam keluarga berhubung pembayaran zakat. 74% responden yang ditemubual merupakan pembuat keputusan dalam keluarga berhubung pembayaran zakat. Hanya 23% bukan pembuat keputusan manakala 3% tidak menyatakan pendapat mereka.

Bagi responden yang telah berkahwin ($n=800$) mereka turut disoal mengenai pasangan masing-masing samada mereka membayar zakat atau tidak. 64% menyatakan pasangan mereka merupakan pembayar zakat, 29% tidak membayar zakat dan 7% tidak menyatakan pandangan mereka. Majoriti 69% zakat yang dibayar oleh pasangan merupakan zakat pendapatan.

Jadual 4.18: Profil pasangan responden

	n	%
Ya, pembayar zakat	511	64
Tidak membayar zakat	232	29
Tidak tahu/Tiada respons	57	7

Soalan: Adakah pasangan anda membayar zakat?

Kajian juga turut meninjau pandangan responden yang layak membayar zakat dengan pendapatan peribadi RM2,500 ke atas tetapi tidak membayar zakat. Hasil tinjauan menunjukkan 47% menyatakan mereka kurang mampu untuk membayar zakat disebabkan pendapatan yang tidak mencukupi, belum tahu cara untuk menghitung zakat (14%) dan tidak tahu saluran pembayaran zakat (9%). Penerangan terperinci seperti jadual di bawah:

Jadual 4.19: Sebab/keengganan membayar zakat

	%
Kurang mampu untuk membayar zakat disebabkan pendapatan yang tidak mencukupi	47
Belum mengetahui cara menghitung zakat	14
Tidak mengetahui saluran dan cara untuk membayar zakat	9
Tidak faham/tahu mengenai zakat	8
Kepercayaan yang masih rendah kepada lembaga-lembaga pengelola zakat	7
Masih ramai orang muslim yang tidak membayar zakat	2
Tidak tahu	4
Tiada respons	3
Lain-lain	6

Soalan:Mengapa anda tidak membayar zakat?

E: Keberkesanan Kempen Media dan Publisiti

Seterusnya topik terakhir dalam kajiselidik ini adalah mengukur tahap keberkesanan kempen-kempen media dan program-program yang telah dijalankan PPZ. Empat (4) elemen utama telah digunakan sebagai garis panduan. Antaranya adalah :

1. Keberkesanan/Releven – Saluran media yang paling berkesan.
2. Brand Awareness – meneliti tahap pengetahuan dan kesedaran terhadap pelbagai bentuk paparan iklan berhubung PPZ.
3. Brand Familiarity – melihat sejauhmana kebiasaan atau Keakraban hubungan kumpulan sasar dengan PPZ.
4. Purchase Intent – Sejauhmana kepekaan rakyat terhadap kepentingan membayar zakat atau melihat berapa banyak yang berkecenderungan untuk membayar zakat.

Elemen pertama yang disoal adalah berkenaan dengan keberkesanan media bagi mengenalpasti saluran yang paling berkesan untuk menyampaikan maklumat tentang zakat. Dapatan kajian menunjukkan saluran media yang paling berkesan bagi menyampaikan maklumat tentang zakat dan PPZ adalah TV Al-Hijrah (4.01), Internet – Laman Web dan Facebook (3.88) dan melalui promosi luar seperti bengkel, seminar, bazar, mini karnival dan aktiviti dakwah (3.77). Ketiga-tiga saluran media ini menjadi pilihan responden.

Elemen kedua yang disoal adalah berkenaan kesedaran atau Brand Awareness untuk meneliti sejauh mana tahap kesedaran responden terhadap iklan, rencana atau program-program anjuran PPZ dalam tempoh enam bulan yang lepas. Tinjauan mendapati kebanyakan responden melayari internet bagi mendapatkan maklumat dengan min skor (3.11) diikuti surat khabar Bahasa Melayu (3.10) dan TV Al-Hijrah (2.94). Kajian mendapati kesedaran paling rendah adalah melalui saluran media cetak iaitu majalah wanita atau fesyen (Hijabista,Dara.com, Anis, Jelita) majalah perniagaan (Business Today) dan majalah pengetahuan (majalah Q & A, PC.com, majalah kereta) dengan min skor dibawah 2.00.

Elemen ketiga pula adalah berkenaan tahap pengetahuan/Brand Familiarity bagi mengukur peningkatan tahap pengetahuan responden mengenai zakat dan PPZ melalui sumber bacaan mereka. Hasil tinjauan mendapati kebanyakan responden yang menghadiri promosi luar seperti bengkel, seminar, bazar, mini karnival dan aktiviti dakwah menunjukkan min skor paling tinggi (3.96) diikuti TV-AlHijrah (3.92) dan Internet (3.87)

Elemen terakhir adalah berkenaan kepekaan/Purchase Intent bagi menilai sejauh mana kepekaan rakyat terhadap kepentingan dan kecenderungan untuk membayar zakat. Elemen ini penting bagi menilai saluran mana yang mampu untuk memberi peringatan dan meningkatkan rasa tanggungjawab responden untuk membayar zakat.

Hasil analisis memberi gambaran bahawa saluran media yang menjadi ikutan di kalangan pembayar zakat dan orang awam adalah saluran TV-AlHijrah (3.82) diikuti dengan Internet – Laman web dan Facebook dengan min skor 3.76 dan melalui promosi luar seperti bengkel, seminar, bazar, mini karnival dan aktiviti dakwah (3.69). Ketiga-tiga saluran ini menjadi ikutan tertinggi setakat kutipan awal data.

Saluran media yang kurang menjadi ikutan kebanyakannya responden adalah majalah pengetahuan (majalah Q & A, PC.com, majalah kereta), saluran TV2 dan majalah wanita atau fesyen (Hijabista,Dara.com, Anis, Jelita). Ketiga-tiga saluran ini tidak menjadi pilihan di kalangan responden yang ditemubual. Min skor yang menghampiri 5.0 adalah lebih positif dan menjadi pilihan responden (Rujuk jadual 4.20)

Jadual 4.20: Min skor keberkesanan kempen media dan publisiti PPZ

Saluran Media	Keberkesanan/ Relevan	Kesedaran/ Awareness	Pengetahuan/ Familiarity	Intent/ Kepekaan
Billboard/Papan Iklan	3.43	2.92	3.23	3.46
Radio Hiburan	3.44	2.37	3.43	3.35
Radio Maklumat	3.62	2.65	3.70	3.54
Majalah Hal Ehwal Islam	3.35	2.19	3.58	3.38
Majalah Wanita/ Fesyen	3.06	1.86	3.41	3.05
Majalah Perniagaan	3.03	1.70	3.37	3.04
Majalah Pengetahuan	2.81	1.67	3.25	2.90
TV Al-Hijrah	4.01	2.94	3.92	3.82
TV1	3.45	2.50	3.56	3.41
TV Bernama	3.06	1.93	3.32	3.08
TV2	3.02	2.11	3.25	3.04
TV3	3.70	2.82	3.71	3.61
TV9	3.59	2.65	3.67	3.53
Program-program TV	3.58	2.42	3.73	3.51
Surat Khabar BM	3.65	3.10	3.62	3.57
Surat Khabar BI	3.12	2.17	3.28	3.15
Internet	3.88	3.11	3.87	3.76
Outdoor promotion - Bengkel, Seminar, Bazar, Mini karnival, Aktiviti dakwah	3.77	2.07	3.96	3.69

*Min skor yang menghampiri 5.00 adalah positif

Analisis Tahap Keberkesanan Mengikut Profil Demografi

Tahap Keberkesanan adalah elemen yang mengkaji keberkesanan media bagi mengenal pasti saluran yang paling berkesan untuk menyampaikan maklumat tentang zakat. Dapatkan kajian menunjukkan saluran media yang paling berkesan bagi menyampaikan maklumat tentang zakat dan PPZ adalah TV Al-Hijrah, Internet (Laman Web, Facebook ,Twitter) dan melalui promosi luar (bengkel, seminar, bazar, mini karnival dan aktiviti dakwah). Ketiga-tiga saluran media ini menjadi pilihan kebanyakan responden. Manakala saluran media yang kurang mendapat sokongan responden adalah Majalah Pengetahuan (Majalah Q&A, PC.com dan Majalah Kereta). Min skor yang menghampiri 5.0 adalah lebih positif dan menjadi pilihan responden (Rujuk jadual 4.21)

Jadual 4.21 .Tahap keberkesanan mengikut Profil Responden

Demografi	L	P	Muda	Tua	Kerajaan	Swasta	Majikan/ Bekerja sendiri	Bersara	Pembayar Zakat	Bukan Pembayar
Billboard / Papan Iklan	3.31	3.55	3.40	3.46	3.52	3.33	3.63	3.27	3.44	3.42
Radio Hiburan	3.35	3.54	3.48	3.40	3.54	3.42	3.36	2.89	3.49	3.39
Radio Maklumat	3.60	3.65	3.63	3.62	3.71	3.55	3.72	3.31	3.69	3.56
Majalah Hal Ehwal Islam	3.21	3.50	3.33	3.38	3.47	3.26	3.35	3.29	3.40	3.30
Majalah Wanita/Fesyen	2.80	3.32	3.13	2.98	3.12	3.02	3.05	2.91	3.10	3.02
Majalah Perniagaan	2.97	3.10	3.03	3.03	2.99	3.02	3.28	2.89	2.98	3.09
Majalah Pengetahuan	2.72	2.90	2.82	2.80	2.85	2.77	2.93	2.65	2.78	2.84
TV Al-Hijrah	3.94	4.08	3.97	4.06	4.08	3.94	3.98	4.29	4.03	3.99
TV1	3.41	3.48	3.41	3.49	3.60	3.30	3.62	3.31	3.49	3.40
TV Bernama	3.04	3.09	3.04	3.08	3.16	2.99	3.17	2.75	3.11	3.01
TV2 – News @ 2	3.01	3.04	2.95	3.10	3.07	2.98	3.15	2.71	3.03	3.01
TV 3 – Berita TV 3	3.62	3.78	3.67	3.73	3.82	3.61	3.64	3.66	3.73	3.66
TV 9 – Berita TV 9	3.48	3.71	3.54	3.66	3.72	3.47	3.59	3.89	3.66	3.52
Program TV – WHI MHI, SPM, Soal Wanita dll	3.49	3.67	3.55	3.62	3.73	3.47	3.47	3.76	3.63	3.53
Surat Khabar (BM)	3.55	3.75	3.67	3.62	3.81	3.55	3.54	3.41	3.68	3.62
Surat Khabar (BI)	2.96	3.27	3.16	3.06	3.26	3.04	3.10	2.68	3.13	3.10
Internet	3.69	4.07	4.07	3.64	3.98	3.82	3.84	3.45	3.93	3.82
Outdoor promotion- Bengkel, Seminar, Bazar, Mini Karnival, Santai, Promo Van Bergerak dll	3.64	3.90	3.76	3.77	3.88	3.67	3.83	3.81	3.77	3.76

Analisis Tahap Kesedaran Mengikut Profil Demografi

Tahap Kesedaran atau Brand Awareness adalah elemen kedua yang disoal untuk meneliti sejauh mana tahap kesedaran responden terhadap iklan, rencana atau program-program anjuran PPZ dalam tempoh enam bulan yang lepas. Tinjauan mendapatkan kebanyakan responden melayari internet bagi mendapatkan maklumat diikuti surat khabar Bahasa Melayu dan TV Al-Hijrah.

Kajian mendapatkan kesedaran paling rendah adalah melalui saluran media cetak iaitu majalah wanita atau fesyen (Hijabista,Dara.com, Anis, Jelita) majalah perniagaan (Business Today) dan majalah pengetahuan (majalah Q & A, PC.com, majalah kereta) dengan min skor dibawah 2.00. Min skor yang menghampiri 4.0 adalah lebih positif dan menjadi pilihan responden (Rujuk jadual 4.22)

Jadual 4.22 : Tahap Kesan daran mengikut Profil Responden

Demografi	L	P	Muda	Tua	Kerajaan	Swasta	Majikan/ Bekerja Sendiri	Bersara	Pembayar Zakat	Bukan Pembayar
Billboard/ Papan Iklan	3.01	2.82	2.89	2.95	2.89	2.98	2.93	2.57	2.85	2.99
Radio Hiburan	2.32	2.42	2.50	2.23	2.33	2.44	2.46	1.86	2.30	2.45
Radio Maklumat	2.67	2.62	2.73	2.55	2.72	2.62	2.58	2.43	2.64	2.65
Majalah Hal Ehwal Islam	2.08	2.31	2.19	2.19	2.35	2.15	1.91	2.03	2.21	2.16
Majalah Wanita/Fesyen	1.55	2.16	1.91	1.79	1.93	1.85	1.80	1.35	1.84	1.87
Majalah Perniagaan	1.68	1.71	1.73	1.66	1.66	1.72	1.85	1.36	1.66	1.74
Majalah Pengetahuan	1.68	1.67	1.73	1.61	1.67	1.74	1.50	1.39	1.66	1.68
TV Al-Hijrah	2.91	2.96	2.88	3.00	3.05	2.86	2.92	3.08	2.90	2.98
TV1	2.52	2.47	2.47	2.52	2.58	2.41	2.67	2.44	2.46	2.54
TV Bernama	1.97	1.89	1.92	1.94	1.90	1.97	1.95	1.80	1.93	1.94
TV 2 – News @ 2	2.12	2.10	2.14	2.08	2.11	2.11	2.14	2.00	2.09	2.13
TV 3 – Berita TV 3	2.79	2.84	2.88	2.73	2.85	2.86	2.63	2.56	2.77	2.86
TV 9 – Berita TV 9	2.59	2.71	2.69	2.6	2.71	2.62	2.63	2.62	2.63	2.67
Program TV – WHI,MHI, SPM, Soal Wanita dll	2.41	2.44	2.41	2.44	2.41	2.40	2.52	2.50	2.41	2.44
Surat Khabar (BM)	3.09	3.11	3.13	3.06	3.22	3.08	2.95	2.71	3.12	3.08
Surat Khabar (Bl)	2.06	2.28	2.31	2.01	2.17	2.22	2.10	1.86	2.24	2.10
Internet	2.94	3.28	3.46	2.68	3.20	3.17	2.96	1.70	3.17	3.03
Outdoor promotion- Bengkel Seminar, Bazar, Mini Karnival, Santai, Promo Van Bergerak dll	1.98	2.17	2.08	2.06	2.20	2.06	1.94	1.61	2.03	2.12

Analisis Tahap Pengetahuan Mengikut Profil Demografi

Elemen ketiga pula adalah berkenaan tahap pengetahuan/Brand Familiarity bagi mengukur peningkatan tahap pengetahuan responden mengenai zakat dan PPZ melalui sumber bacaan mereka.

Hasil tinjauan mendapati kebanyakan responden yang menghadiri promosi luar seperti bengkel, seminar, bazar, mini karnival dan aktiviti dakwah menunjukkan min skor paling tinggi diikuti TV Al-Hijrah dan Internet. Min skor yang menghampiri 5.0 adalah lebih positif dan menjadi pilihan responden (Rujuk jadual 4.23)

Jadual 4.23 : Tahap Pengetahuan mengikut Profil Responden

Demografi	L	P	Muda	Tua	Kerajaan	Swasta	Majikan/ Bekerja sendiri	Bersara	Pembayar Zakat	Bukan Pembayar
Billboard / Papan Iklan	3.17	3.30	3.19	3.27	3.32	3.14	3.40	2.96	3.23	3.23
Radio Hiburan	3.34	3.52	3.43	3.42	3.49	3.37	3.49	3.19	3.49	3.36
Radio Maklumat	3.60	3.81	3.75	3.64	3.81	3.60	3.97	3.18	3.76	3.64
Majalah Hal Ehwal Islam	3.41	3.74	3.63	3.53	3.77	3.47	3.45	3.28	3.70	3.46
Majalah Wanita/Fesyen	3.26	3.50	3.44	3.38	3.43	3.42	3.45	2.67	3.54	3.29
Majalah Perniagaan	3.29	3.47	3.46	3.28	3.44	3.32	3.60	2.29	3.50	3.26
Majalah Pengetahuan	3.18	3.33	3.22	3.29	3.36	3.16	3.48	2.71	3.27	3.22
TV Al-Hijrah	3.84	4.01	3.95	3.89	4.01	3.87	3.90	3.71	3.98	3.86
TV1	3.54	3.58	3.54	3.58	3.60	3.50	3.70	3.48	3.60	3.52
TV Bernama	3.29	3.35	3.29	3.34	3.39	3.27	3.39	3.00	3.41	3.21
TV 2 – News @ 2	3.29	3.21	3.22	3.29	3.30	3.21	3.30	3.24	3.28	3.22
TV 3 – Berita TV 3	3.67	3.75	3.73	3.7	3.79	3.66	3.77	3.48	3.77	3.65
TV 9 – Berita TV 9	3.58	3.76	3.68	3.65	3.76	3.59	3.68	3.70	3.74	3.59
Program TV – WHIMHI, SPM, Soal Wanita dll	3.66	3.81	3.76	3.71	3.80	3.70	3.62	3.74	3.81	3.65
Surat Khabar (BM)	3.53	3.72	3.59	3.66	3.73	3.51	3.68	3.62	3.70	3.54
Surat Khabar (Bl)	3.20	3.36	3.29	3.27	3.44	3.16	3.38	2.92	3.32	3.24
Internet	3.75	3.97	3.98	3.68	3.93	3.85	3.75	3.64	3.91	3.82
Outdoor promotion/ Bengkel, Seminar, Bazar, Minikarnival, Santai,	3.88	4.04	3.94	3.99	4.04	3.86	4.09	4.00	4.06	3.86

Demografi

Elemen terakhir adalah berkenaan kepekaan/Purchase Intent bagi menilai sejauh mana kepekaan rakyat terhadap kepentingan dan kecenderungan untuk membayar zakat. Elemen ini penting bagi menilai saluran mana yang mampu untuk memberi peringatan dan meningkatkan rasa tanggungjawab responden untuk membayar zakat.

Hasil analisis memberi gambaran bahawa saluran media yang menjadi ikutan di kalangan pembayar zakat dan orang awam adalah saluran TV Al-Hijrah diikuti dengan Internet (Laman web ,Facebook, Twitter) dan melalui promosi luar (bengkel, seminar, bazar, mini karnival dan aktiviti dakwah). Ketiga-tiga saluran ini menjadi ikutan tertinggi di kalangan responden.

Min skor yang menghampiri 5.0 adalah lebih positif dan menjadi pilihan responden (Rujuk jadual 4.24), Hasil terperinci mengikut profil demografi rujuk jadual di bawah.

Jadual 4.24 : Tahap Kepakaan mengikut Profil Responden

Demografi	L	P	Muda	Tua	Kerajaan	Swasta	Majikan/ Bekerja sendiri	Bersara	Pembayar Zakat	Bukan Pembayar
Billboard / Papan Iklan	3.38	3.54	3.50	3.41	3.49	3.42	3.58	3.20	3.54	3.37
Radio Hiburan	3.28	3.43	3.38	3.32	3.42	3.31	3.37	3.15	3.38	3.32
Radio Maklumat	3.46	3.62	3.56	3.52	3.66	3.46	3.50	3.36	3.64	3.44
Majalah Hal Ehwal Islam	3.22	3.55	3.37	3.40	3.53	3.31	3.14	3.31	3.44	3.32
Majalah Wanita/Fesyen	2.86	3.23	3.10	2.98	3.08	3.04	2.98	2.90	3.07	3.03
Majalah Perniagaan	2.98	3.10	3.06	3.02	3.04	3.00	3.26	2.91	3.08	3.00
Majalah Pengetahuan	2.82	2.98	2.89	2.91	2.94	2.85	2.96	2.88	2.90	2.89
TV Al-Hijrah	3.70	3.94	3.82	3.82	3.92	3.77	3.68	3.94	3.87	3.77
TV1	3.36	3.46	3.37	3.44	3.53	3.31	3.46	3.27	3.44	3.37
TV Bernama	3.06	3.10	3.06	3.11	3.15	3.05	3.06	2.94	3.13	3.03
TV 2 – News@ 2	3.02	3.05	3.01	3.07	3.08	3.01	3.09	2.81	3.07	3.00
TV 3 – Berita TV 3	3.52	3.71	3.63	3.59	3.74	3.54	3.53	3.56	3.67	3.56
TV 9 – Berita TV 9	3.40	3.67	3.54	3.52	3.65	3.45	3.40	3.68	3.61	3.45
Program TV – WHI,MHI, SPM, Soal Wanita dll	3.43	3.59	3.50	3.52	3.67	3.41	3.37	3.65	3.60	3.41
Surat Khabar (BM)	3.45	3.69	3.56	3.57	3.69	3.49	3.50	3.46	3.64	3.50
Surat Khabar (BL)	3.02	3.28	3.15	3.15	3.24	3.10	3.13	2.91	3.20	3.10
Internet	3.61	3.92	3.92	3.56	3.86	3.73	3.68	3.29	3.84	3.68
Outdoor promotion- Bengkel, Seminar, Bazar, Minikarnival, Santai, Promo Van Bergerak dll	3.62	3.76	3.69	3.69	3.80	3.62	3.63	3.58	3.73	3.65

Analisis di bawah menerangkan dengan lebih terperinci dapatkan hasil kajian mengikut profil responden.

Jadual 4.25: Analisis Keseluruhan keberkesanannya kempenia media dan publisiti PPZ mengikut Profil Responden

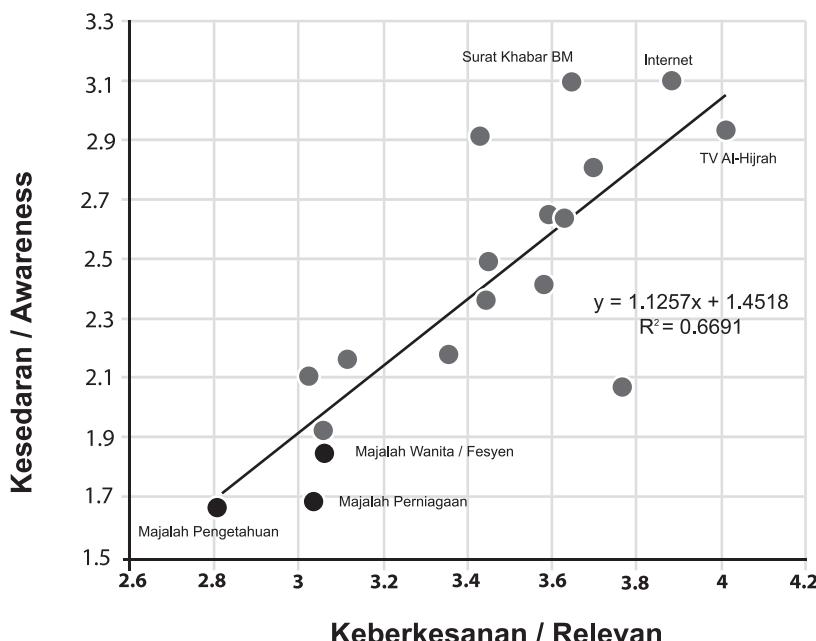
Demografi	Keberkesanannya Relevan	Kesedaran/Awareness	Pengalaman/Familiarity	Intent/Kepakaan
Lelaki	TV Al-Hijrah	Surat Khabar (BM)	Outdoor Promotion	TV Al-Hijrah
Perempuan	TV Al-Hijrah	Internet	Outdoor Promotion	TV Al-Hijrah
≤ 40 tahun (Muda)	Internet	Internet	Internet	Internet
> 40 tahun (Tua)	TV Al-Hijrah	Surat Khabar (BM)	Outdoor Promotion	TV Al-Hijrah
Kerajaan/GLC	TV Al-Hijrah	Surat Khabar (BM)	Outdoor Promotion	TV Al-Hijrah
Swasta	TV Al-Hijrah	Internet	TV Al-Hijrah	TV Al-Hijrah
Majikan/Bekerja sendiri	TV Al-Hijrah	Internet	Outdoor Promotion	TV Al-Hijrah
Suri rumah/Bersara	TV Al-Hijrah	Surat Khabar (BM)	Outdoor Promotion	TV Al-Hijrah
RM 2500-RM4,000	TV Al-Hijrah	Surat Khabar (BM)	Outdoor Promotion	TV Al-Hijrah
RM4,001-RM5,500	TV Al-Hijrah	Internet	TV Al-Hijrah	TV Al-Hijrah
≥RM5,5001	TV Al-Hijrah	Internet	Outdoor Promotion	TV Al-Hijrah
Pembayar zakat	TV Al-Hijrah	Internet	Outdoor Promotion	TV Al-Hijrah
Bukan Pembayar zakat	TV Al-Hijrah	Surat Khabar (BM)	Outdoor Promotion	TV Al-Hijrah

Analisis Tahap Keberkesanan dan Kesedaran

Kajian turut mengkaji pandangan responden berdasarkan dua (2) elemen penting iaitu tahap keberkesanan dan tahap kesedaran. Dapatkan menunjukkan semakin tinggi keberkesanan penyampaian maklumat maka semakin tinggi kesedaran responden berhubung PPZ dan zakat.

Hasil analisis mendapati surat khabar Bahasa Melayu (Berita Harian, Utusan Malaysia, Kosmo, Sinar Harian, Harian Metro dan Mingguan Malaysia), Internet (Laman Web, Facebook, Twitter) dan TV Al-Hijrah dapat meningkatkan kesedaran responden mengenai PPZ dan zakat. (Rajah 4.1)

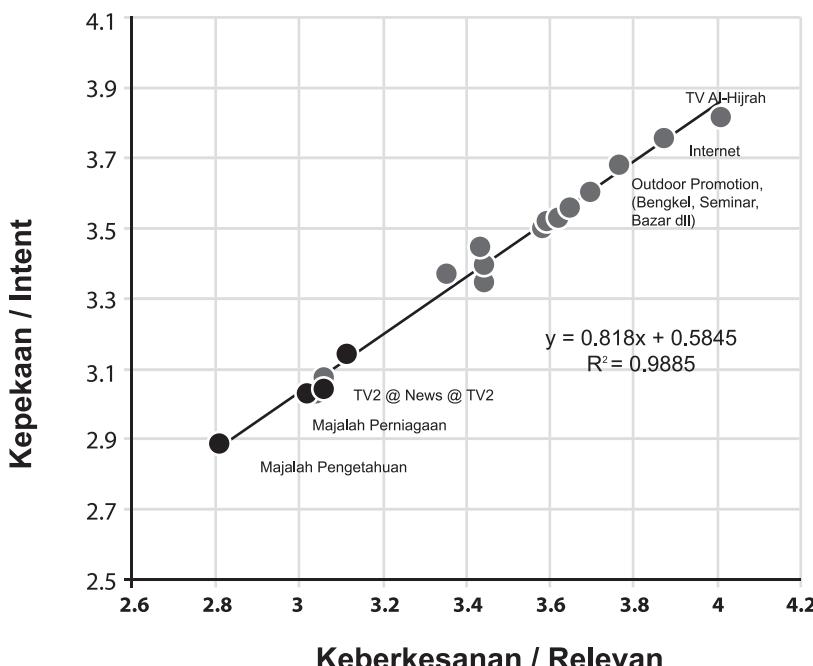
Rajah 4.1: Keberkesanan vs Kesedaran



Elemen lain yang turut dikaji adalah tahap keberkesanan dan kepekaan responden untuk membayar zakat. Dapatkan menunjukkan keberkesanan penyampaian maklumat maka semakin tinggi kepekaan dan tanggungjawab responden untuk membayar zakat.

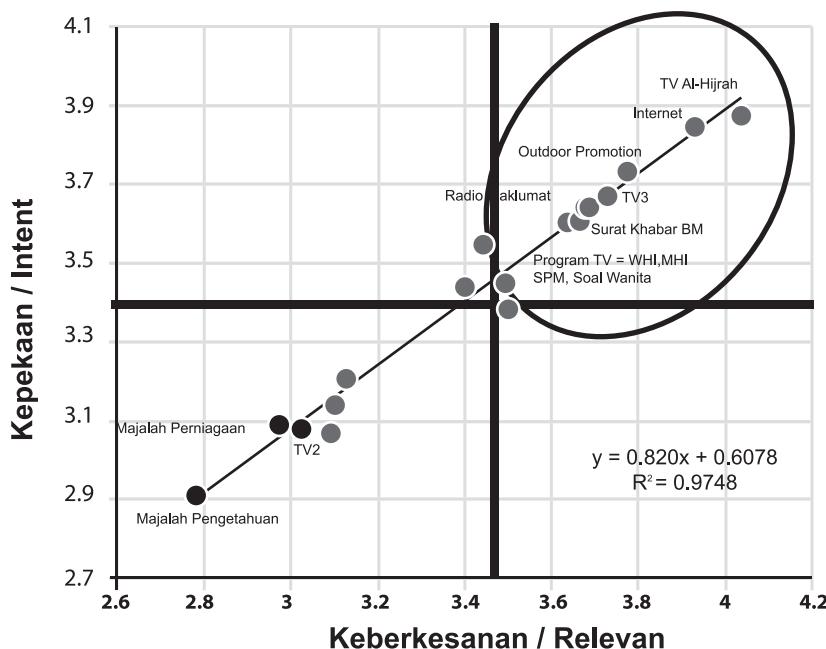
Hasil analisis mendapati TV Al-Hijrah, Internet dan promosi luar (bengkel, seminar, bazar, mini karnival dan aktiviti dakwah) dapat memberi peringatan dan meningkatkan rasa tanggungjawab responden untuk membayar zakat. (Rajah 4.2)

Rajah 4.2: Keberkesanan vs Kepekaan



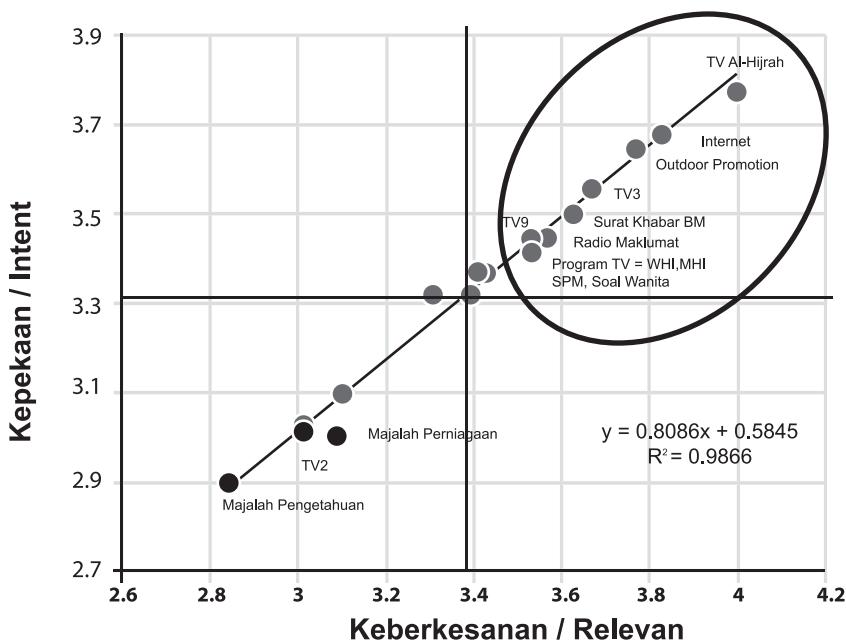
Bagi mengukur tahap keberkesanan kempen media dengan lebih terperinci, hasil kajian akan memperincikan dapatan mengikut beberapa kategori. Di kalangan pembayar zakat media pilihan bagi mereka adalah TV Al-Hijrah, Internet (Laman Web, Facebook, Twitter), Promosi Luar, TV 3 dan Radio Maklumat (BERNAMA 24, IKIM FM). (Rajah 4.3)

Rajah 4.3: Keberkesanan vs Kepakaan (Pembayar zakat)



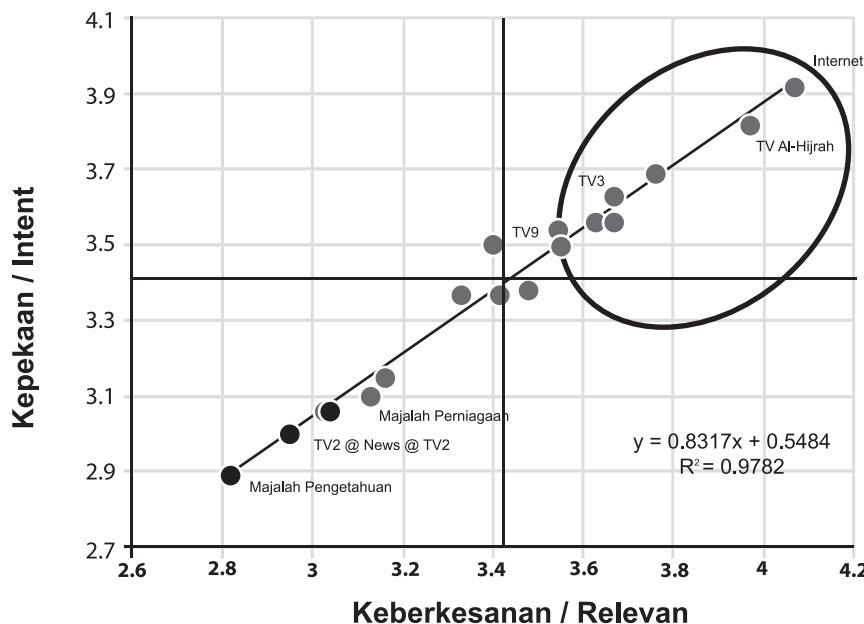
Di kalangan orang awam pula media pilihan bagi mereka adalah TV Al-Hijrah, Internet (Laman Web, Facebook, Twitter), Promosi Luar, TV 3 dan Surat Khabar Bahasa Melayu (Berita Harian, Utusan Malaysia, Kosmo, Sinar Harian, Harian Metro dan Mingguan Malaysia). (Rajah 4.4)

Rajah 4.4: Keberkesanan vs Kepekaan (Orang awam)



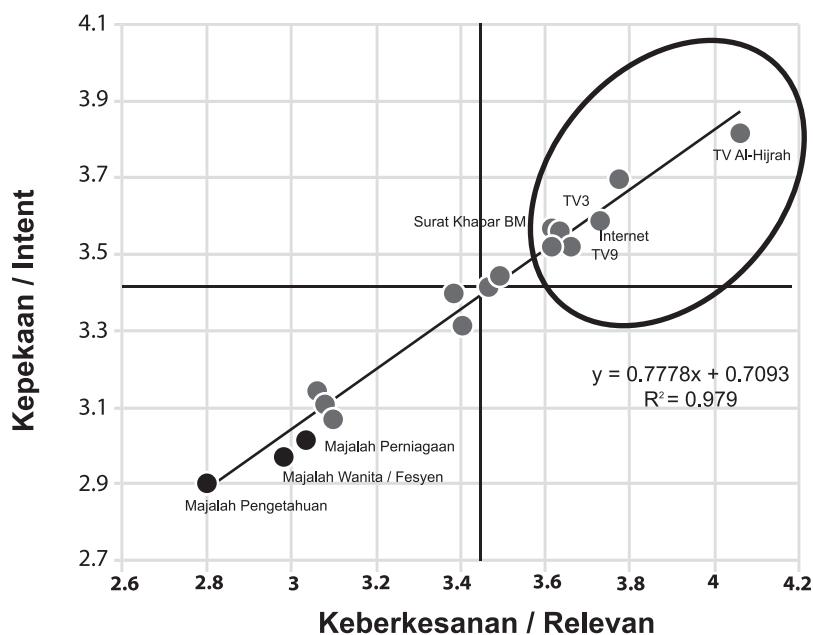
Di kalangan golongan muda media pilihan bagi mereka adalah Internet (Laman Web, Facebook, Twitter), TV Al-Hijrah, Promosi Luar, TV 3 dan Radio Maklumat (BERNAMA 24, IKIM FM). (Rajah 4.5)

Rajah 4.5: Keberkesanan vs Kepekaan (Golongan muda <40 tahun)



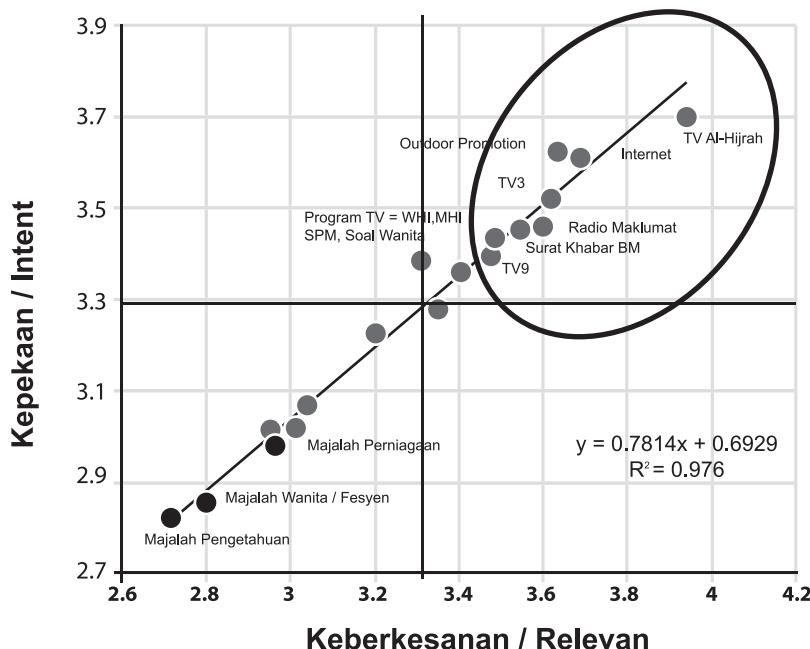
Di kalangan responden yang berumur lebih dari 40 tahun pula media pilihan bagi mereka adalah TV Al-Hijrah, Promosi Luar, TV 3, Internet dan Surat Khabar Bahasa Melayu (Berita Harian, Utusan Malaysia, Kosmo, Sinar Harian, Harian Metro dan Mingguan Malaysia). (Rajah 4.6)

Rajah 4.6: Keberkesanan vs Kepekaan (Golongan Tua >40 tahun)



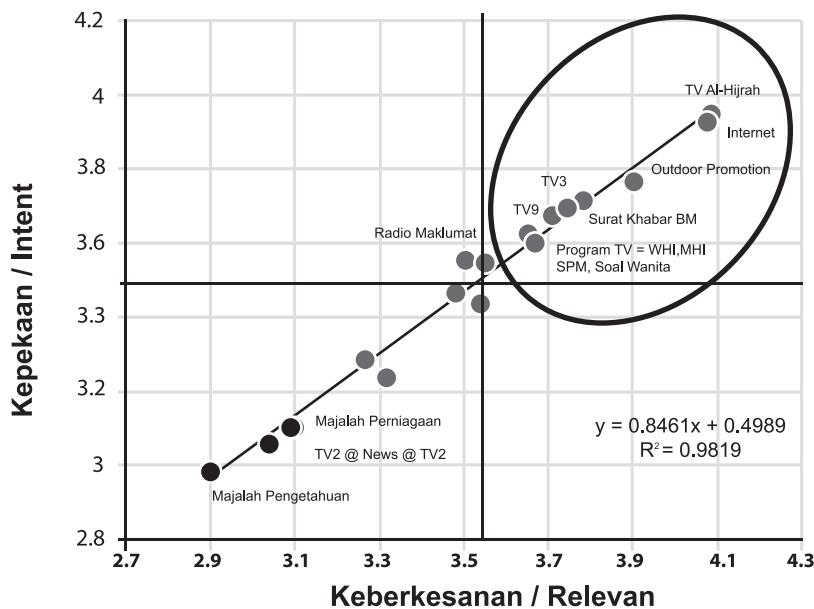
Di kalangan responden lelaki media pilihan bagi mereka adalah TV Al-Hijrah, Internet, Promosi Luar, TV 3 dan Radio Maklumat (BERNAMA 24, IKIM FM). (Rajah 4.7)

Rajah 4.7: Keberkesanan vs Kepekaan (Lelaki)



Di kalangan responden wanita media pilihan bagi mereka adalah TV Al-Hijrah, Internet (Laman Web, Facebook, Twitter), Promosi Luar, TV 3 dan Surat Khabar Bahasa Melayu (Berita Harian, Utusan Malaysia, Kosmo, Sinar Harian, Harian Metro dan Mingguan Malaysia). (Rajah 4.8)

Rajah 4.8: Keberkesanan vs Kepekaan (Wanita)



Analisis Pilihan Responden Terhadap Keberkesanan Kempen Media Secara keseluruhannya, TV Al-Hijrah, Internet (Laman Web, Facebook, Twitter) dan Promosi luar (bengkel, seminar, bazar, mini karnival dan aktiviti dakwah) dan TV3 menjadi antara tiga pilihan utama responden. Saluran-saluran ini merupakan antara saluran yang berkesan untuk menyampaikan maklumat mengenai PPZ dan zakat. Saluran ini juga dilihat mampu untuk meningkatkan pengetahuan responden mengenai zakat dan meningkatkan rasa tanggungjawab responden untuk membayar zakat.

Jadual 4.26: Analisis keberkesanan kempen media dan publisiti PPZ mengikut Profil Responden (Keberkesanan VS Kepekaan)

Responden	Pilihan1	Pilihan 2	Pilihan 3	Pilihan 4	Pilihan 5
Semua	TV Al-Hijrah	Internet	Outdoor Promotion	TV3	Surat Khabar Bahasa Melayu
Lelaki	TV Al-Hijrah	Internet	Outdoor Promotion	TV3	Radio maklumat
Wanita	TV Al-Hijrah	Internet	Outdoor Promotion	TV3	Surat Khabar Bahasa Melayu
Kerajaan	TV Al-Hijrah	Internet	Outdoor Promotion	TV3	Surat Khabar Bahasa Melayu
Majikan	TV Al-Hijrah	Internet	Outdoor Promotion	Billboard	Surat Khabar Bahasa Melayu
Swasta	TV Al-Hijrah	Internet	Outdoor Promotion	TV3	Radio maklumat
Muda	Internet	TV Al-Hijrah	Outdoor Promotion	TV3	Surat Khabar Bahasa Melayu
Tua	TV Al-Hijrah	Outdoor Promotion	TV3	Internet	Surat Khabar Bahasa Melayu

5. ISU-ISU BERBANGKIT SEMASA KAJIAN

Sepanjang pengalaman kami, adalah menjadi suatu perkara agak lazim untuk menghadapi kepayahan dalam mendapatkan penyertaan dari responden bandar. Syarat-syarat dan kriteria bagi kajiselidik ini di mana pendapatan peribadi responden perlu RM2,500 ke atas dan bekerja atau tinggal di Kuala Lumpur dan Putrajaya turut menyumbang kepada kesukaran untuk mendapatkan responden.

Oleh yang demikian para enumerator perlu meluangkan masa yang lebih untuk mencuba serta berusaha mendapatkan responden yang memenuhi kriteria yang diperlukan. Kerjasama penuh daripada responden bandar adalah agak mencabar. Antara alasan yang kerap kami terima adalah responden tiada masa untuk ditemubual, serta tidak mahu privasi mereka diganggu

6. KESIMPULAN

Sumber Maklumat PPZ

1. Majoriti responden mendapat maklumat mengenai PPZ dan zakat lebih kepada internet berbanding sumber media yang lain.
2. Media cetak merupakan sumber maklumat utama bagi golongan yang berumur lebih 40 tahun.
3. Media elektronik pula merupakan sumber maklumat utama bagi golongan muda, berpendapatan lebih daripada RM4,000 ke atas dan mereka yang mempunyai akses internet.

Pandangan Mengenai PPZ

1. Hampir 2/3 responden lapor tahu tentang tugas dan peranan PPZ.
2. Pengetahuan ketara tinggi di kalangan sektor kerajaan, sektor swasta, golongan muda, pendapatan peribadi lebih daripada RM5,000 dan responden yang mempunyai akses internet.
3. Pengetahuan paling rendah pada suri rumah, golongan umur pertengahan, pendapatan kurang daripada RM4,000 dan responden yang tidak mempunyai akses internet.
4. Majoriti responden tahu akan syarat-syarat zakat tetapi hanya separuh yang tahu mengenai Haul dan Nisab.
5. Tahap pengetahuan yang berbeza mengenai jenis-jenis zakat. Majoriti responden tahu mengenai zakat pendapatan berbanding jenis zakat yang lain.

Perkhidmatan PPZ

1. Hampir 80% pembayar zakat pernah menggunakan perkhidmatan PPZ setahun yang lepas berbanding orang awam 42%.

2. Tahap puas hati terhadap perkhidmatan PPZ adalah tinggi di kalangan pembayar zakat 88% berbanding orang awam 79%.
3. "Usaha penyampaian maklumat" dan "usaha galakkan pembayar zakat" positif berbanding perkhidmatan lain.
4. Keberkesanan kempen media di kalangan pembayar zakat 65% manakala orang awam 60%.
5. Potongan gaji, perkhidmatan kaunter dan perbankan internet adalah saluran pembayaran zakat paling efisyen bagi responden.
6. Untuk jangkamasa panjang perbankan internet adalah jalan untuk mendekati golongan muda.

Keberkesanan Media

1. Kepercayaan tinggi terhadap rangkaian tv, akhbar dan diikuti dengan majalah.
2. Secara keseluruhannya, hanya 12% responden pernah menyertai program anjuran PPZ.
3. Walaupun penyertaan terhadap program rendah, majoriti responden 73% yakin akan program-program yang dianjurkan mampu menarik orang ramai yang berkemampuan untuk membayar zakat.
4. Majoriti responden berpendapat tagline "Memperingati tanggungjawab seperti dalam Al-Quran" adalah paling sesuai digunakan untuk kempen-kempen media PPZ.

Analisis Keberkesanan Kempen Media

1. Tahap keberkesanan bagi penyampaian maklumat mengenai PPZ adalah: TV Al-Hijrah, Internet dan Outdoor promotion.
2. Tahap Kesedaran tentang PPZ dan zakat adalah melalui internet, surat khabar (Bahasa melayu) dan TV Al-Hijrah.
3. Bagi meningkatkan pengetahuan adalah melalui Outdoor promotion, TV Al-Hijrah dan internet.

4. Bagi tahap kepekaan dan saluran yang mampu memberikan peringatan dan meningkatkan rasa tanggungjawab untuk membayar zakat adalah: TV Al-Hijrah, Internet dan Outdoor promotion.
5. Saluran media yang kurang berkesan adalah: News@TV2, majalah perniagaan dan majalah pengetahuan.

7. CADANGAN

1. Penekanan kepada 3 gandingan media utama PPZ:
 - i. TV Al-Hijrah
 - ii. Internet
 - iii. Promosi luar (bengkel, seminar, bazar, mini karnival dan aktiviti dakwah).
2. Meningkatkan penekanan dalam kempen media mengenai beberapa perkara berikut:
 - i. Tahap pengetahuan yang rendah mengenai jenis-jenis zakat. PPZ harus menggunakan jaringan sosial untuk menyampaikan maklumat, tersebut.
 - ii. Keberkesanan agihan wang zakat bagi meningkatkan kepercayaan masyarakat tentang proses agihan zakat bebas dari penyelewengan.
3. Mendekati golongan swasta berpendapatan sederhana sebagai segmen sasaran pembayar zakat baru.
4. Sasaran umur 30-50 tahun dengan menggunakan Internet dan media cetak sebagai saluran.

Penyelidikan 2 :

**KAJIAN PENELITIAN
FAKTOR-FAKTOR MOTIVASI
PEMBAYARAN ZAKAT
DI KALANGAN PROFESIONAL
(KOLAR PUTIH) DI
WILAYAH PERSEKUTUAN**

oleh:

Kumpulan Penyelidik
Universiti Islam Antarabangsa Malaysia (UIAM)

PENGENALAN

1.1 LATAR BELAKANG KAJIAN

Zakat dari sudut bahasa bermaksud “bersih”, “suci”, “subur” dan “berkembang”. Perkataan “suci” di sini merujuk kepada tindakan menyucikan kekayaan dan jiwa seseorang individu daripada perasaan tamak dan mementingkan diri sendiri. Dari sudut syariah pula, zakat merujuk kepada kewajiban setiap individu Muslim yang telah mencapai umur baligh, berfikiran waras dan merdeka untuk memberikan sebahagian daripada hartanya kepada golongan penerima yang dikenali sebagai asnaf.

Secara umumnya, terdapat dua kategori zakat iaitu *zakat-al-fitr* dan *zakat-al-mal*. *Zakat-al-fitr* adalah wajib untuk ditunaikan oleh setiap Muslim pada bulan Ramadan, manakala *zakat-al-mal* adalah zakat ke atas kekayaan yang wajib dibayar oleh setiap Muslim yang mempunyai kekayaan melebihi nisab dan memenuhi syarat-syarat tertentu. Secara praktisnya, sumbangan *zakat-al-mal* adalah dikira berdasarkan 2.5% daripada jumlah harta terkumpul dalam setahun.

Menurut Mazhab Hanafi dan Shafi'i, zakat boleh dibayar terus tanpa melalui kerajaan sebagai orang tengah. Ini adalah berpandukan kepada amalan pada zaman Khalifah Uthman b. Affan r.a. Bagaimanapun, menurut Mazhab Maliki, zakat sepatutnya dibayar kepada kerajaan, yang mana berpandukan kepada amalan pada zaman Rasulullah SAW, juga sewaktu era pemerintahan Abu Bakar As-Siddiq r.a dan Umar al-Khattab r.a.

Pengurusan zakat di Malaysia sudah bermula sejak sebelum era kolonialisme. Pada ketika itu, zakat dibayar secara tidak formal melalui imam yang bertindak sebagai amil yang kemudiannya mengagihkan wang yang diterima kepada asnaf yang layak.

Sewaktu era kolonisme, pentadbiran zakat kemudiannya diletakkan di bawah Majlis Agama dan Adat Istiadat Orang Melayu.

Menurut Perlembagaan Malaysia, urusan berkaitan zakat di bawah bidang kuasa Majlis Agama Islam Negeri (MAIN). Bagaimanapun, bagi sesetengah negeri, pengurusan zakat telah dikorporatkan dan institusi zakat khas telah ditubuhkan. Bermula dengan Pusat Pungutan Zakat Wilayah Persekutuan (PPZ-MAIWP) pada tahun 1991, beberapa institusi zakat lain kemudiannya ditubuhkan di negeri-negeri lain. Walau bagaimanapun, di Selangor dan Pulau Pinang yang diberikan mandat untuk mengutip dan mengagihkan zakat, manakala institusi zakat di negeri-negeri lain hanya berperanan untuk mengutip zakat sahaja.

Pengkorporatan institusi zakat ini telah membuka lembaran baru di dalam pentadbiran zakat, terutamanya dengan pengenalan dan pelaksanaan sistem yang lebih profesional. Langkah ini telah membawa impak yang positif terutamanya dari segi peningkatan hasil kutipan zakat. Walaubagaimanapun, kajian menunjukkan peningkatan kutipan ini tidaklah setinggi yang sepatutnya (Sanep, Hairunnizam & Adnan, 2006). Masih terdapat ramai individu yang layak untuk membayar zakat tidak melakukan yang sedemikian. Terdapat beberapa kajian yang telah dijalankan sebelum ini yang menunjukkan faktor-faktor pembayaran dan keengganan membayar zakat di Malaysia.

Wahid, Mohd Noor, dan Ahmad, (2005) telah menjalankan kajian yang melibatkan 2,500 individu mengikut negeri di Semenanjung Malaysia dan mendapati bahawa kesedaran untuk membayar zakat dipengaruhi oleh beberapa faktor antaranya pengetahuan agama, tahap pendapatan dan juga kecekapan pengurusan institusi zakat terutamanya dari aspek agihan. Selain itu, beberapa faktor lain juga telah ditemui oleh Muhamad Muda, Marzuki, dan Shaharuddin (2006) sebagai pendorong pembayaran zakat iaitu faktor keagamaan,

kepuasan peribadi dan faktor pengurusan institusi zakat itu sendiri. Melihat dari aspek ahli akademik di Universiti Islam Antarabangsa Malaysia (UIAM) pula, Bakar dan Rashid (2010) telah menjalankan kajian yang melibatkan 37 orang responden dan mendapati faktor sosial, keagamaan dan pembangunan ekonomi ummah sebagai antara motivasi yang mendorong mereka untuk membayar zakat pendapatan.

Sebagai tambahan, Abdul Lateff dan Palil (2011) juga telah menjalankan kajian di sekitar Negeri Selangor dan Kuala Lumpur untuk mengenal pasti faktor-faktor yang mempengaruhi pembayaran zakat pendapatan. Hasil kajian menunjukkan bahawa faktor kefahaman agama memberikan pengaruh terbesar dalam menyebabkan seseorang membayar zakat. Ini kemudiannya diikuti oleh faktor kesedaran tentang kepentingan zakat, faktor jumlah bayaran zakat yang kurang membebankan, faktor keimanan, faktor pengaruh rakan, faktor insentif rebat cukai, faktor maklumat tentang zakat dan yang terakhir faktor kepercayaan terhadap institusi zakat yang mana diletakkan sebagai faktor mempengaruhi yang terendah. Selain daripada itu, kajian yang dijalankan di kalangan 225 ahli akademik universiti awam (89.8% daripadanya adalah pembayar zakat pendapatan) di Lembah Klang baru-baru ini pula menunjukkan beberapa faktor pendorong antaranya termasuklah perasaan tanggungjawab terhadap hak golongan miskin dan fakir, harapan untuk memperbaiki keadaan sosial dan ekonomi umat Islam, insentif rebat cukai, juga penyediaan kemudahan untuk membayar zakat yang disediakan oleh institusi zakat seperti potongan gaji dan perbankan internet (Hamid, 2013). Secara ringkasnya, dapat dikatakan bahawa terdapat beberapa faktor hampir sama yang ditemui oleh kebanyakan kajian yang mempengaruhi pembayaran zakat antaranya termasuk faktor keagamaan, tanggungjawab sosial dan ekonomi juga faktor organisasi (Abdul Lateff & Palil, 2011; Hamid, 2013).

Pada sudut yang berlainan, beberapa kajian juga telah dijalankan untuk mengenal pasti faktor yang menyebabkan keengganinan sesetengah individu untuk membayar zakat. Jaafar, Affif, Amri dan Sahezan (2011) sebagai contoh telah menjalankan kajian

di beberapa bandar di Selangor dan mendapati bahawa faktor tahap pendapatan, sikap dan kekurangan pengetahuan menjadi penyebab seseorang individu itu tidak membayar zakat. Selain daripada itu, kajian oleh Hamid (2013) di kalangan ahli akademik di Lembah Klang juga mendapat kesimpulan yang hampir sama iaitu masalah kewangan dan kekurangan pengetahuan sebagai penyebab utama keengganan membayar zakat. Bagaimanapun, terdapat juga punca-punca lain yang ditemui seperti ketidakpuasan hati terhadap agihan oleh institusi zakat dan keyakinan bahawa tiada nas dari al-Quran dan hadis yang mewajibkan zakat pendapatan.

Penemuan-penemuan daripada kajian lepas ini bagaimanapun tidak menjurus kepada satu institusi zakat. Kajian di kalangan ahli akademik universiti awam itu contohnya melibatkan 79.7% pembayar zakat melalui Lembaga Zakat Selangor dan hanya 6.9% pembayar zakat melalui Pusat Pungutan Zakat Wilayah Persekutuan. Selain daripada itu, kajian yang dijalankan juga kebiasaannya menjurus kepada satu profesion sahaja (contoh: ahli akademik), atau tidak tertumpu pada mana-mana golongan secara spesifik. Oleh yang demikian, bagi mengenalpasti dengan lebih mendalam dan meningkatkan mutu perkhidmatan satu-satu institusi zakat, kajian secara menyeluruh di suatu kawasan adalah perlu, terutamanya di kalangan mereka yang dikenal pasti sebagai layak untuk membayar zakat. Sehubungan dengan itu, kajian ini dijalankan untuk mengenal pasti faktor motivasi pembayaran zakat di kalangan kolar putih atau profesional di Wilayah Persekutuan agar strategi dapat disusun bagi menarik golongan ini membayar zakat.

1.2 OBJEKTIF KAJIAN

Objektif kajian ini adalah seperti berikut:

- i. Mengenal pasti faktor sosio-demografi yang membezakan antara pembayar zakat dengan yang belum membayar zakat di kalangan kumpulan sasaran.

- ii. Mengenal pasti dan meneliti faktor-faktor penggalakan pembayaran zakat di kalangan kumpulan sasaran.
- iii. Mengkaji faktor nilai motivasi intrinsik dan ekstrinsik yang mempengaruhi tingkah laku pembayaran zakat di kalangan kumpulan sasaran.
- iv. Mencadangkan strategi - strategi bagi mendorong golongan profesional kolar putih untuk membayar zakat dengan lebih berkesan.

SOROTAN LITERATUR

2.1 ZAKAT

Zakat merupakan salah satu daripada lima Rukun Islam yang wajib dipenuhi oleh setiap umat Islam yang layak menunaikannya. Kepentingan zakat dapat dilihat melalui lebih 30 ayat di dalam Al-Quran yang menyebut tentangnya, yang mana 27 daripadanya meletakkan zakat bersekali dengan solat di dalam satu ayat (Zulfiqar, 2011). Perintah mengeluarkan zakat telah dikeluarkan kepada umat manusia semenjak zaman Nabi-Nabi terdahulu sebelum Rasulullah SAW (Al-Qaradawi, 2011). Beberapa ayat di dalam Al-Quran menunjukkan perintah mengeluarkan zakat telah diberikan kepada umat Nabi Ibrahim, Ishak dan Ya'kub, juga kepada Bani Israel. Pada zaman Rasulullah SAW, perintah zakat terbahagi kepada dua iaitu fasa Makkiyyah dan fasa Madinah. Pada fasa Makkiyyah, zakat merupakan tanggungjawab sosial secara umum, tanpa sebarang arahan atau syarat-syarat yang ditentukan. Sebagai contoh, Allah berfirman di dalam Surah Luqman:

“Ini ialah ayat-ayat (kitab) Al-Quran yang mengandungi hikmat-hikmat dan kebenaran yang tetap kukuh, menjadi hidayah petunjuk dan rahmat bagi orang-orang yang sedia mengerjakan amal-amal yang baik, iaitu orang-orang yang mendirikan sembahyang, dan memberi zakat, serta mereka yakin tentang adanya hari akhirat”
(Qur'an, Luqman:2-4)

Selepas peristiwa Hijrah, pada fasa Madinah, nisab, ukuran dan jenis kekayaan yang dikenakan zakat kemudiannya telah ditentukan. Walaubagaimanapun, adalah agak sukar untuk menentukan tahun yang tepat perintah zakat menjadi wajib, walaupun ramai sarjana percaya ianya adalah pada tahun kedua Hijrah (Zulfiqar, 2011). Pada fasa ini, secara jelas Allah berfirman kepada Rasulullah SAW tentang perintah mengeluarkan zakat melalui ayat 103, surah at-Taubah:

“Ambillah (sebahagian) dari harta mereka menjadi sedekah (zakat), supaya dengannya engkau membersihkan mereka (dari dosa) dan mensucikan mereka (dari akhlak yang buruk); dan doakanlah untuk mereka, kerana sesungguhnya doamu itu menjadi ketenteraman bagi mereka. Dan (ingatlah) Allah Maha Mendengar lagi Maha Mengetahui.”

Ayat “Ambillah (sebahagian) dari harta mereka menjadi sedekah (zakat), supaya dengannya engkau membersihkan mereka (dari dosa) dan mensucikan mereka (dari akhlak yang buruk)..” menjadi pegangan bahawa tanggungjawab mengutip zakat jatuh di tangan Rasulullah SAW dan ketua pemerintah Negara Islam yang lain (al-Qaradawi, 2011). Selain daripada itu, ayat 60 surah at-Taubah yang menyebut tentang amil sebagai salah satu golongan yang layak untuk menerima sebahagian daripada zakat juga jelas menunjukkan bahawa satu institusi atau organisasi patut wujud untuk menjaga dan menguruskan hal ehwal zakat.

Menurut sejarah, selepas kewafatan Rasulullah SAW, kutipan dan agihan zakat menjadi tanggungjawab ketua umat Islam sehingga kejatuhan Empayar Uthmaniyyah pada abad ke 20 Masihi. Selepas kejatuhan era kegemilangan Islam ini, kutipan zakat dilakukan oleh individu atau kumpulan yang bertindak secara sukarela untuk memastikan sistem zakat tidak sirna. Walaubagaimanapun, cara ini secara tidak langsung menurunkan jumlah kutipan zakat.

Pada hari ini, hanya terdapat beberapa negara Islam di dunia yang secara jelas memberitahu tentang kepentingan dan tanggungjawab membayar zakat antaranya termasuklah Pakistan, Sudan, Brunei dan Malaysia (Eza Ellany & Mohd Rizal, 2011). Daripada senarai itu, Malaysia adalah satu-satunya negara di Asia Tenggara yang mempunyai sistem yang melibatkan kerajaan dalam urusan zakat (Ariff, 1991). Walaubagaimanapun, zakat di Malaysia adalah dibayar secara sukarela, tanpa ada peruntukan undang-undang yang menghukum mereka yang enggan mengeluarkan zakat (Wan Sulaiman, 2008).

KAEDAH KAJIAN

3.1 SAMPEL KAJIAN

Sampel kajian terdiri daripada golongan kolar putih / profesional beragama Islam di Wilayah Persekutuan Kuala Lumpur, Putrajaya dan Labuan. Golongan pekerja kolar putih ini adalah dikenalpasti sebagai golongan yang layak membayar zakat dan menurut definisi adalah terdiri daripada golongan profesional yang terlibat dalam bidang pengurusan yang mana lebih memerlukan daya berfikir dan bukannya kekuatan tenaga (Kamus Dewan, 2005).

Golongan kolar putih ini dibahagikan kepada dua iaitu dari sektor awam dan swasta. Bagi sektor awam, soal selidik diedarkan kepada Pegawai gred 41 dan ke atas di kementerian-kementerian terpilih yang terdapat di Wilayah Persekutuan. Bagi sektor swasta, kajian ini melibatkan pekerja berjawatan eksekutif dan ke atas di Syarikat Berkaitan Kerajaan (GLC), institusi kewangan dan syarikat swasta terpilih lainnya.

Saiz sampel adalah 809 berdasarkan pengiraan formula Slovin seperti berikut:

Saiz populasi profesional Melayu di ketiga-tiga Wilayah Persekutuan = 86,900*

*Data daripada Jabatan Perangkaan Malaysia. Tiada data sedia ada untuk jumlah profesional Muslim, maka diandaikan bahawa jumlah populasi Melayu adalah bersamaan dengan Muslim.

Pengiraan berdasarkan Formula Slovin:

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

yang mana n = saiz sampel, N = Populasi, e = batas kesalahan

$$n = \frac{86,900}{1+86,900(0.035)^2}$$

$$n = 809$$

3.2 KAEDAH PENGUMPULAN DATA

Dua kaedah pengumpulan data telah digunakan iaitu:

a. Kumpulan Fokus

Satu sesi perbincangan kumpulan fokus secara santai telah dijalankan. Enam orang ahli yang terdiri daripada golongan kolar putih dan profesional antara lain termasuk Ketua Pegawai Kewangan (CFO), Pengurus Kanan, Pemilik Firma Akauntan dan Pengarah Syarikat telah terlibat. Tujuan kumpulan fokus ini diadakan adalah bagi:

- i. Mengesahkan faktor-faktor motivasi pembayaran zakat yang terdapat di dalam kajian yang terdahulu.
- ii. Mengenalpasti faktor baru yang lebih sesuai dengan sampel kajian.
- iii. Mendapatkan input baru untuk digunakan dalam memperincikan pembinaan borang kaji-selidik untuk mendapatkan data yang tepat dengan objektif-objektif kajian.

b. Soal Selidik

Berdasarkan hasil temu ramah melalui kumpulan fokus dan dapatan hasil kajian lepas, borang soal-selidik telah dihasilkan menggunakan kaedah sampel tujuan, pekerja profesional dan kolar putih daripada sektor awam dan swasta yang telah dikenal pasti diminta untuk menjawab soal-selidik yang diberi sama ada melalui surat kepada Ketua Jabatan atau secara bersemuka.

3.3 ANALISIS DATA

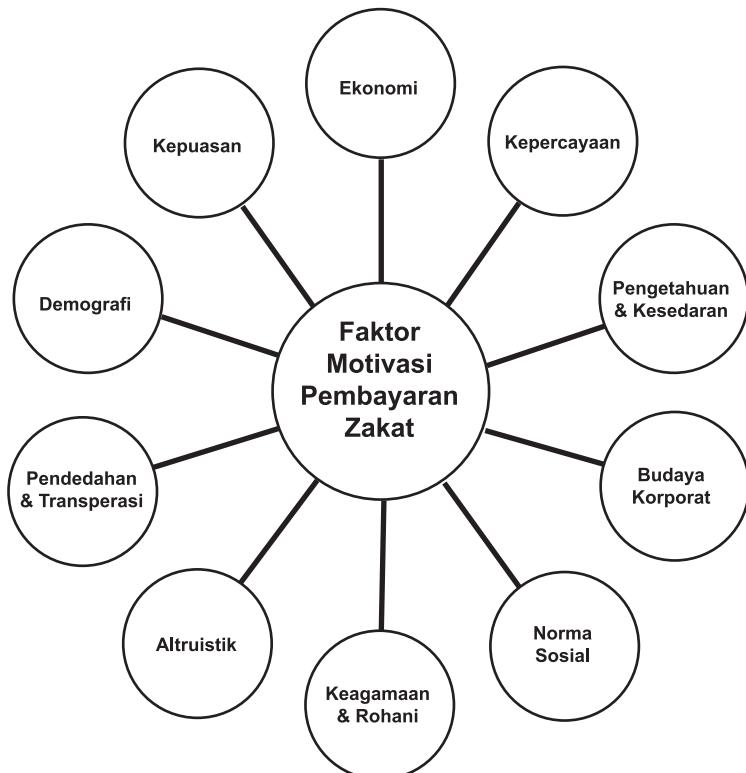
Data dianalisis dengan terperinci menggunakan formula-formula statistik dan dilaporkan dalam bentuk statistik deskriptif.,

Satu model binari logistik digunakan untuk menghubung-kait antara sosio-demografi dan kecenderungan membayar zakat di kalangan golongan kolar putih / profesional di Wilayah Persekutuan.

DAPATAN KAJIAN

4.1 KUMPULAN FOKUS

Perbincangan kumpulan fokus yang diadakan telah membuka ruang kepada penemuan faktor-faktor yang menjadi motivasi kepada golongan kolar putih / profesional untuk membayar zakat. Rajah 4.1 menunjukkan faktor-faktor motivasi pembayaran zakat menurut pendapat sampel di dalam kumpulan fokus.



Rajah 4.1 Faktor-Faktor Motivasi Pembayaran Zakat Menurut Sampel Kumpulan Fokus

Selain daripada faktor-faktor di atas, terdapat juga beberapa dapatan menarik lain antaranya termasuklah dari segi agihan, ketelusan, penjenamaan juga penyebaran maklumat.

Dari segi agihan, ahli kumpulan fokus menekankan tentang kepentingan bagi penyumbang untuk memilih atau menentukan saluran bantuan sendiri. Secara jelasnya, penyumbang akan berasa lebih bermotivasi untuk membayar zakat sekiranya mereka berpeluang untuk menentukan asnaf yang spesifik untuk disalurkan bantuan.

Selain daripada itu, dari segi penjenamaan, dapat dilihat adanya kekeliruan antara PPZ-MAIWP dan institusi zakat negeri-negeri lain. Secara amnya, ahli kumpulan fokus merasakan PPZ terdapat di semua negeri, dan bukan di Wilayah Persekutuan sahaja.

Seterusnya, ahli juga menekankan tentang ketelusan dalam memperincikan perbelanjaan PPZ. Sebolehnya penyumbang mahu mengetahui secara jelas setiap sen duit yang diagihkan kepada asnaf. Selain itu, ahli turut memberikan fokus yang spesifik pada bahagian peruntukan yang diberikan kepada amil. Ketelusan PPZ dalam memberikan laporan lengkap mengenai pecahan perbelanjaan amil adalah penting untuk membentuk kepercayaan sekaligus meningkatkan motivasi pembayaran zakat.

4.2 KESIMPULAN DAPATAN KUMPULAN FOKUS

Ahli-ahli kumpulan fokus bersetuju bahawa zakat adalah wajib untuk ditunaikan dan kesemua ahli mengaku menunaikan zakat. Majoriti (jika tidak semua) daripada ahli boleh diklasifikasikan sebagai profesional “sedar-agama” berdasarkan latar belakang pendidikan mereka dan cara mereka menyuarakan pendapat dalam perbincangan. Oleh itu, pendapat mereka dikira boleh mewakili golongan profesional “sedar-agama”. Berdasarkan perbincangan, dapat dilihat bahawa kefahaman agama tidak menjadi faktor penting yang mendorong golongan ini untuk membayar zakat. Ini adalah kerana kefahaman agama telah menjadi pegangan yang mendasari hidup mereka. Sebaliknya, motivasi pembayaran zakat bagi golongan ini lebih tertumpu

kepada kaedah perbelanjaan wang zakat. Oleh kerana itu, isu ketelusan dan ketidakpercayaan terhadap institusi zakat telah menjadi fokus utama yang dibincangkan sepanjang sesi tersebut.

Pada masa yang sama, ahli turut berkongsi pengalaman mereka apabila berurusan dengan rakan sekerja yang mungkin tidak mempunyai pendapat yang sama, iaitu golongan profesional “sekular”. Berbeza dengan golongan “sedar-agama”, golongan profesional “sekular” ini tidak mendapat pendedahan yang mencukupi tentang agama, lalu menyebabkan faktor keagamaan tidak menjadi terlalu penting bagi mereka untuk membayar zakat.

Mereka bersikap kritikal kerana kedua-dua faktor – iaitu kekurangan pendedahan agama dan kekurangan kepercayaan terhadap institusi zakat. Oleh itu, institusi zakat mungkin perlu mendekati kedua-dua kumpulan profesional dengan cara berbeza. Kedua-dua mereka berkongsi keimbangan yang sama mengenai isu ketelusan (atau kekurangan ketelusan). Bagi golongan profesional sekular, institusi zakat boleh mendepani mereka ini dengan merungkai dan menyelesaikan keimbangan berkaitan isu ketelusan kerana isu ini adalah lebih dekat kepada mereka. Tindakan terbaik kepada golongan ini mungkin tidak boleh bermula dengan penekanan terhadap faktor pemahaman agama, sebaliknya tumpuan kepada ketelusan diharapkan dapat mendorong mereka untuk bermesra dengan Islam seterusnya memahami Islam.

4.3 DAPATAN DARI KAJIAN LAPANGAN

4.3.1 Latar Belakang dan Jumlah Responden

Keseluruhan responden yang megambil bahagian dalam kajian ini berjumlah 919 pekerja profesional/kolar putih yang berkerja

di tiga kawasan Wilayah Persekutuan Kuala Lumpur, Putrajaya dan Labuan (lihat Jadual 4.1). Daripada jumlah ini, 23 borang soal-selidik tidak dapat di terima untuk di analisis disebabkan oleh beberapa sebab seperti tidak menjawab pada kebanyakan soalan atau tidak memenuhi syarat untuk menjawab. Jumlah borang kaji selidik yang di gunakan untuk analisis ialah 896.

Dari jumlah ini, majoriti, 516 (57.8%) adalah perempuan manakala bakinya seramai 376 (42.2%) adalah responden lelaki. Kebanyakan responden berumur dalam lingkungan 24 hingga 30 tahun (312 orang atau 34.9%) dan 31 hingga 35 tahun (260 orang atau 29.1%). Majoriti, iaitu 635 atau 71.1% responden sudah berkahwin, manakala 245 atau 27.4% masih bujang. Rata-rata responden mempunyai pendidikan sehingga peringkat ijazah sarjana muda (580 orang atau 65.5%), di ikuti oleh 145 orang atau 16.4% pemegang ijazah sarjana.

Dari aspek pendapatan bulanan, majoriti responden memperolehi pendapatan kurang dari RM5,000 sebulan di ikuti oleh mereka yang memperolehi pendapatan di antara RM5,001 hingga RM7,500 sebulan seramai 215 orang atau 24.7%. Seramai 567 atau 64.4% responden berkerja di sektor swasta dan 314 atau 35.6% responden berkerja di sektor kerajaan.

Jadual 4.1 Profil Responden Keseluruhan

Jantina	Bil. Responden	Peratus (%)
Lelaki	376	42.2
Perempuan	516	57.8

Umur	Bil. Responden	Peratus (%)
bawah 24	18	2.0
24-30	312	34.9
31-35	260	29.1
36-40	130	14.5
41-45	93	10.4
46-50	48	5.4
51 ke atas	34	3.8

Status Perkahwinan	Bil. Responden	Peratus (%)
bujang	245	27.4
berkahwin	635	71.1
bercerai	8	0.9
balu/duda	5	0.6

Taraf Pendidikan	Bil. Responden	Peratus (%)
diploma	122	13.8
ijazah sarjana muda	580	65.5
ijazah sarjana	145	16.4
phd	11	1.2
lain-lain	27	3.1

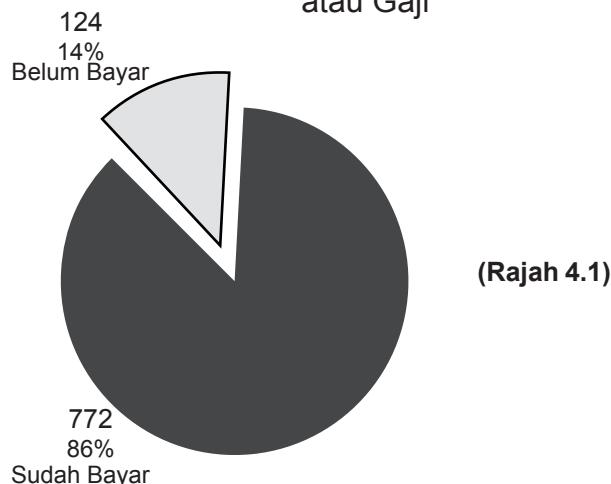
Pendapatan Bulanan	Bil. Responden	Peratus (%)
kurang dari RM5,000	500	57.5
RM5,001-RM7,500	215	24.7
RM7,501-RM10,000	84	9.7
lebih dari RM10,000	70	8.1

Sektor Pekerjaan		
Kerajaan	314	35.6
Swasta	567	64.4

4.3.2 Profil Pembayar Zakat dan Yang Belum Membayar Zakat

Bilangan responden yang sudah membayar zakat ke atas pendapatan atau gaji di dalam sampel ini adalah seramai 772 pembayar zakat atau 86.2% dan yang belum membayar zakat pendapatan atau gaji adalah seramai 124 responden atau 13.8% (lihat Rajah 4.1 di bawah).

Bilangan Yang Membayar Zakat ke atas Zakat Pendapatan atau Gaji



(Rajah 4.1)

Jadual 4.2 Perbandingan Profil Pembayar dengan Belum Membayar Zakat Pendapatan

Jantina	Membayar Zakat n=772 (86.2)		Tidak bayar Zakat n=124 (13.8)	
	Bil. Responden (%)	Bil. Responden (%)	Bil. Responden (%)	Bil. Responden (%)
Lelaki	332 (43.2)		44	35.8
Perempuan	437 (56.8)		79	64.2
Umur				
bawah 24	9	1.2	9	7.3
24-30	247	32.0	65	52.8
31-35	238	30.8	22	17.9
36-40	121	15.7	9	7.3
41-45	85	11.0	8	6.5
46-50	41	5.3	7	5.7
51 ke atas	31	4.0	3	2.4

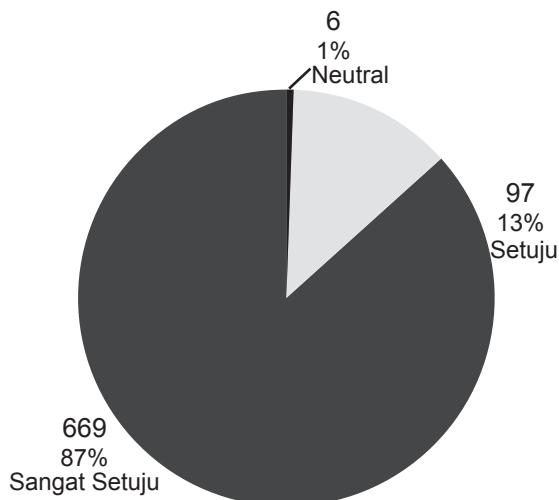
Profil responden yang membayar zakat adalah terdiri daripada majoriti perempuan (437 atau 56.8%) berbanding lelaki (332 atau 43.2%), berumur lingkungan 24 hingga 35 tahun (485 atau 62.8%), berkahwin (564 atau 73.1%), mempunyai ijazah sarjana muda (502 atau 65.6%), berpendapatan kurang dari RM5,000 (405 atau 52.5%) dan berkerja di sektor swasta (489 atau 64.3%).

Status Perkahwinan	Bil. Responden (%)	Bil. Responden (%)
bujang	194	25.1
berkahwin	564	73.1
bercerai	7	0.9
balu/duda	5	0.6
Taraf Pendidikan	Bil. Responden (%)	Bil. Responden (%)
diploma	102	13.3
ijazah sarjana muda	502	65.6
ijazah sarjana	128	16.7
phd	11	1.4
lain-lain	22	2.9
Pendapatan Bulanan	Bil. Responden (%)	Bil. Responden (%)
kurang dari RM5000	405	52.5
RM5001-RM7500	198	25.6
RM7501-RM10000	78	10.1
lebih dari RM10000	67	8.7
Sektor Pekerjaan		
Kerajaan	272	35.7
Swasta	489	64.3

Manakala profil mereka yang belum membayar zakat ke atas pendapatan juga merupakan majoriti perempuan (79 atau 64.2%), berumur antara 24 hingga 30 tahun (65 atau 52.8%), berkahwin (71 atau 57.7%), mempunyai ijazah sarjana muda (78 atau 65%), berpendapatan kurang dari RM5,000 (95 atau 78.5%) dan bekerja di sektor swasta (78 atau 62.9%).

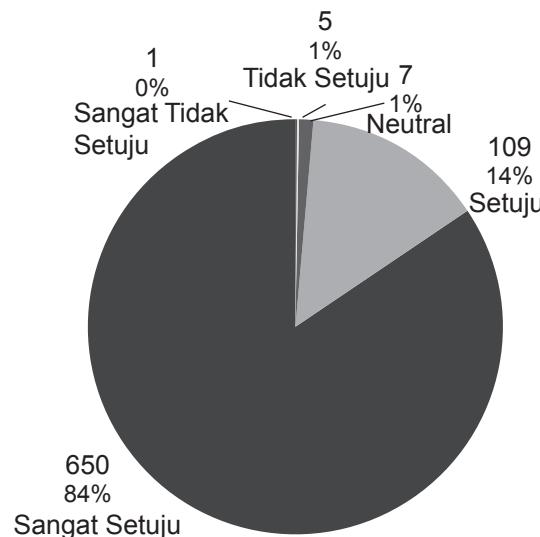
Tidak terdapat perbezaan yang ketara pada faktor sosio-demografi di antara responden yang telah membayar zakat ke atas pendapatan dengan mereka yang belum membayar zakat ke atas wang pendapatan di kalangan golongan profesional dan kolar putih di Wilayah Persekutuan.

4.3.3 Persepsi Pembayar Zakat Pendapatan atau Gaji terhadap Faktor Agama



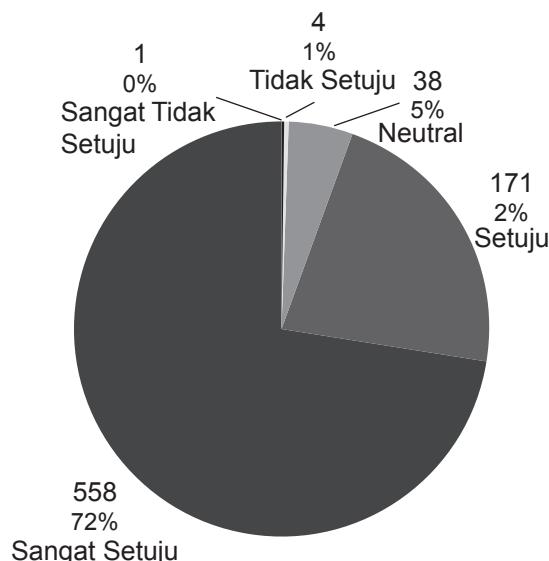
(Rajah 4.2)

Majoriti responden bersetuju dengan item-item yang ditanya berkaitan dengan hal-hal keagamaan dan keimanan. 669 responden atau 86.7% sangat bersetuju dengan kenyataan “Saya membayar zakat kerana ia adalah wajib ke atas saya sebagai orang Islam.”, manakala 97 responden atau 12.6% pula setuju dengan kenyataan ini (Rajah 4.2 di atas).



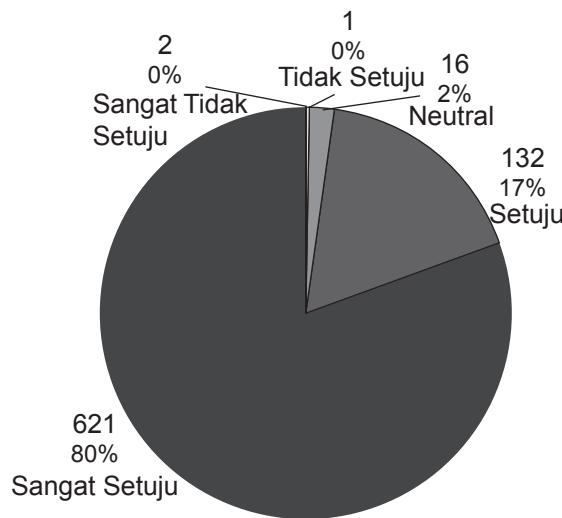
(Rajah 4.3)

Bagi kenyataan kedua tentang Faktor Keagamaan dan Keimanan, seramai 650 responden atau 84.2% menyatakan sangat setuju dengan kenyataan “Saya membayar zakat kerana mematuhi rukun Islam yang ke empat.”, di ikuti dengan 109 responden atau 14.1% yang menyatakan setuju pada kenyataan tersebut. Hanya peratus yang sangat kecil sahaja iaitu 0.9%, 0.6% dan 0.1% yang masing-masing menyatakan neutral, tidak setuju dan sangat tidak setuju (Rajah 4.3 di atas).



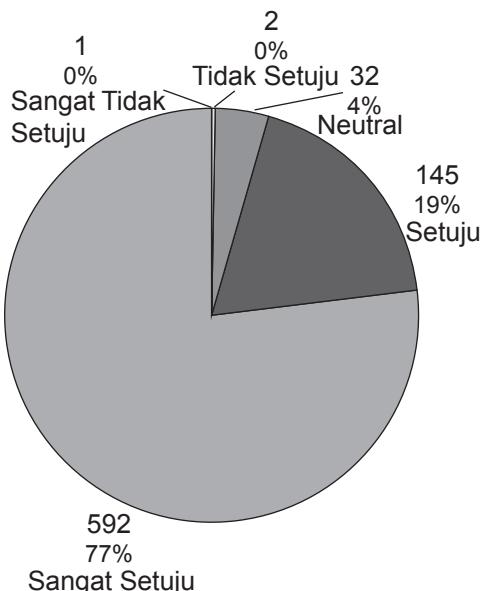
(Rajah 4.4)

Bagi kenyataan ketiga tentang Faktor Keagamaan dan Keimanan iaitu “Saya membayar zakat ke atas wang pendapatan kerana mematuhi perintah Allah.”, seramai 558 responden atau 72.3% menyatakan sangat setuju, 171 responden atau 22.2% menyatakan setuju, 38 atau 4.9%, 4 atau 0.5% dan 1 atau 0.1% masing-masing menyatakan neutral, tidak setuju dan sangat tidak setuju (Rajah 4.4 di atas).



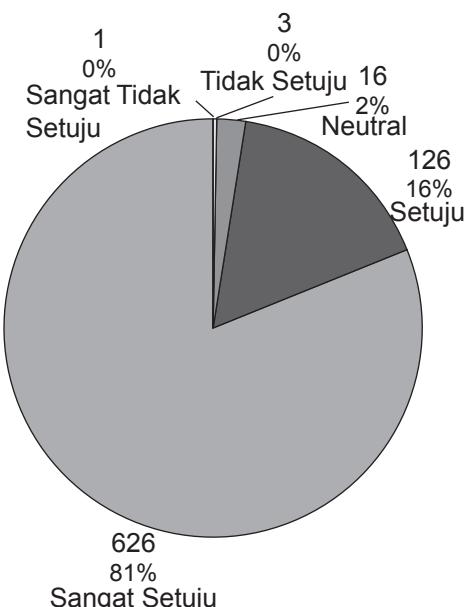
(Rajah 4.5)

Bagi kenyataan keempat tentang Faktor Keagamaan dan Keimanan iaitu “Pembayaran zakat dapat menyucikan harta saya”, seramai 621 responden atau 80.4% menyatakan sangat setuju, 132 responden atau 17.1% menyatakan setuju, 16 atau 2.1%, 1 atau 0.1% dan 2 atau 0.3% masing-masing menyatakan neutral, tidak setuju dan sangat tidak setuju (Rajah 4.5 di atas).



(Rajah 4.6)

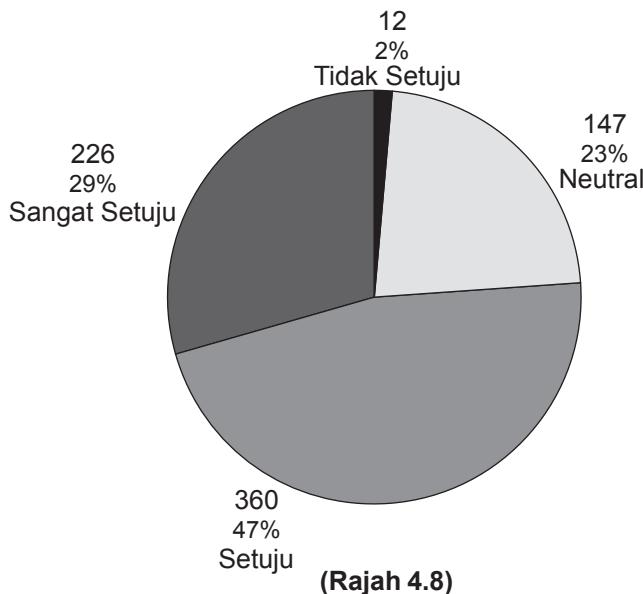
Bagi kenyataan kelima tentang Faktor Keagamaan dan Keimanan iaitu “Saya membayar zakat untuk mengelak dari kemurkaan Allah dan membuat dosa”, seramai 592 responden atau 76.7% menyatakan sangat setuju, 145 responden atau 18.8% menyatakan setuju, 32 atau 4.1%, 2 atau 0.3% dan 1 atau 0.1% masing-masing menyatakan neutral, tidak setuju dan sangat tidak setuju (Rajah 4.6 di atas).



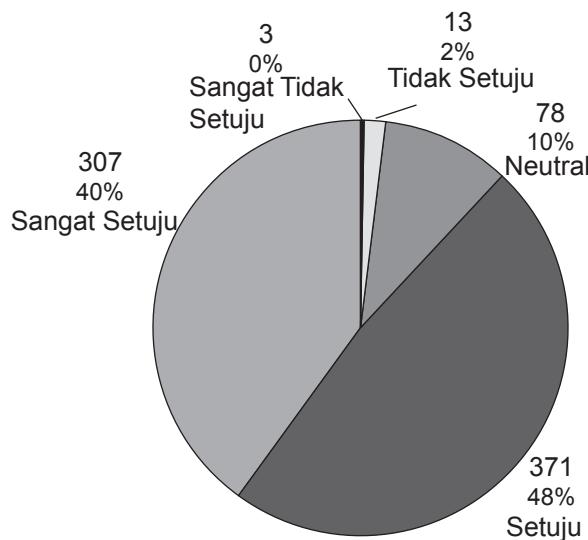
(Rajah 4.7)

Bagi kenyataan keenam tentang Faktor Keagamaan dan Keimanian iaitu “Saya membayar zakat ke atas wang pendapatan kerana mematuhi perintah Allah”, seramai 626 responden atau 81.1% menyatakan sangat setuju, 126 responden atau 16.3% menyatakan setuju, 16 atau 2.1%, 3 atau 0.4% dan 1 atau 0.1% masing-masing menyatakan neutral, tidak setuju dan sangat tidak setuju (Rajah 4.7 di atas).

4.3.4 Persepsi Pembayar Zakat Pendapatan atau Gaji terhadap Faktor Kesedaran dan Pengetahuan

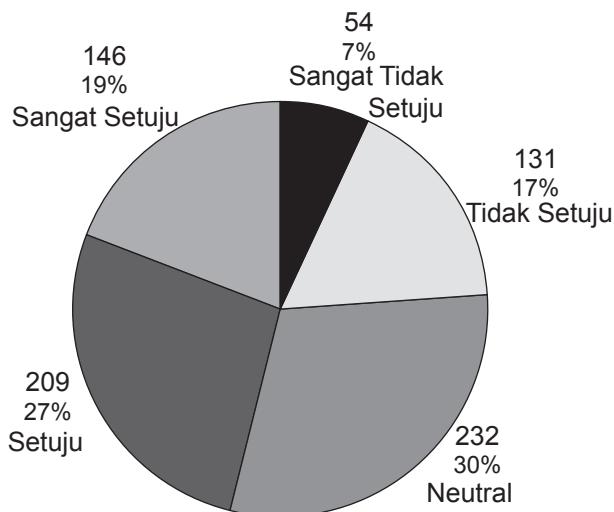


Berkenaan dengan kenyataan tentang Faktor Kesedaran iaitu “Saya tahu ramai rakan-rakan kerja saya yang membayar zakat ke atas wang pendapatan mereka”, kebanyakan responden iaitu seramai 360 atau 46.6% menyatakan setuju dan sangat setuju, seramai 226 responden atau 29.3%. 174 responden atau 22.5% pula berkecuali dan selebihnya, 12 atau 1.6% menyatakan tidak setuju (Rajah 4.8 di atas).



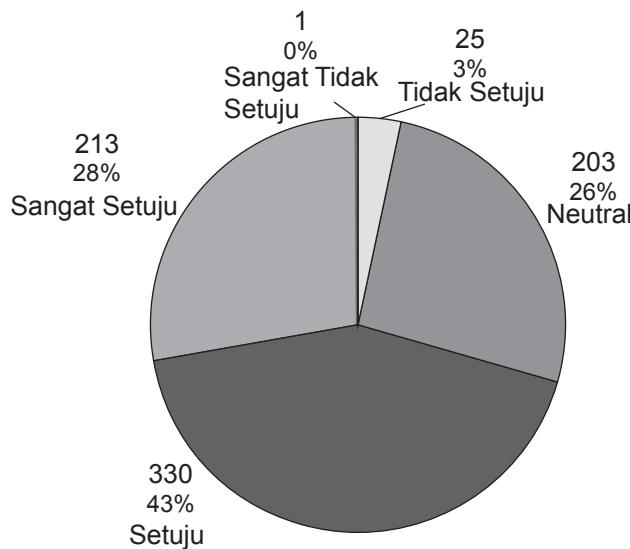
(Rajah 4.9)

Bagi kenyataan kedua tentang Faktor Kesedaran iaitu “Saya pernah mendapat maklumat tentang membayar zakat ke atas wang pendapatan”, seramai 371 responden atau 48.1% menyatakan setuju, 307 responden atau 39.8% menyatakan sangat setuju, 78 atau 10.1%, 13 atau 1.7% dan 3 atau 0.4% masing-masing menyatakan neutral, tidak setuju dan sangat tidak setuju (Rajah 4.9 di atas).



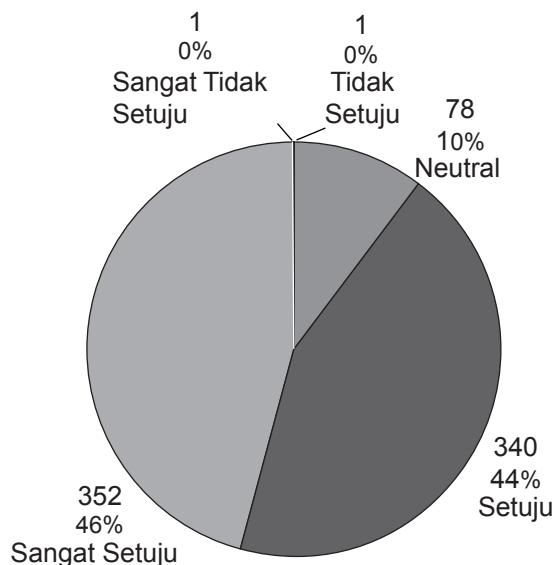
(Rajah 4.10)

Bagi kenyataan ketiga tentang Faktor Kesedaran iaitu “Saya pernah mendapat maklumat tentang pembayaran zakat ke atas wang pendapatan melalui majikan saya”, kebanyakan responden berkecuali iaitu 232 atau 30.1%. 209 responden atau 27.1% setuju manakala 146 lagi atau 18.9% sangat setuju. Terdapat 131 responden atau 17.0% yang tidak setuju dan 54 atau 7.0% sangat tidak setuju pada kenyataan ini (Rajah 4.10 di atas).



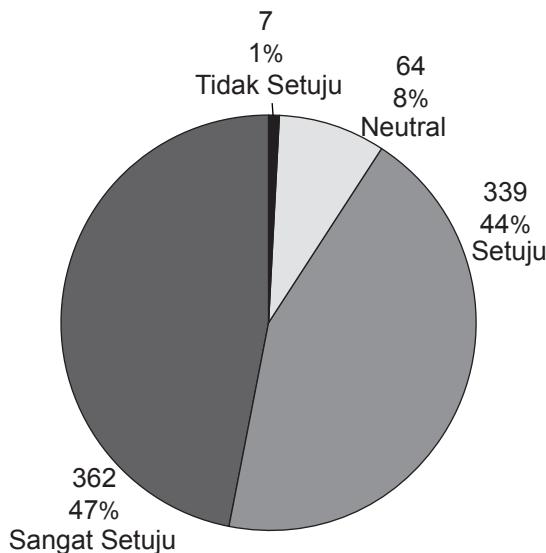
(Rajah 4.11)

Bagi kenyataan keempat tentang Faktor Kesedaran iaitu “Saya tahu ramai di kalangan keluarga dan sanak saudara saya yang membayar zakat ke atas wang pendapatan mereka”, majoriti responden setuju iaitu 330 atau 42.7% manakala 213 responden atau 27.6% sangat setuju. 203 atau 26.3% responden pula berkecuali, 25 atau 3.2% dan 1 atau 0.1% tidak setuju dan sangat tidak setuju (Rajah 4.11 di atas).



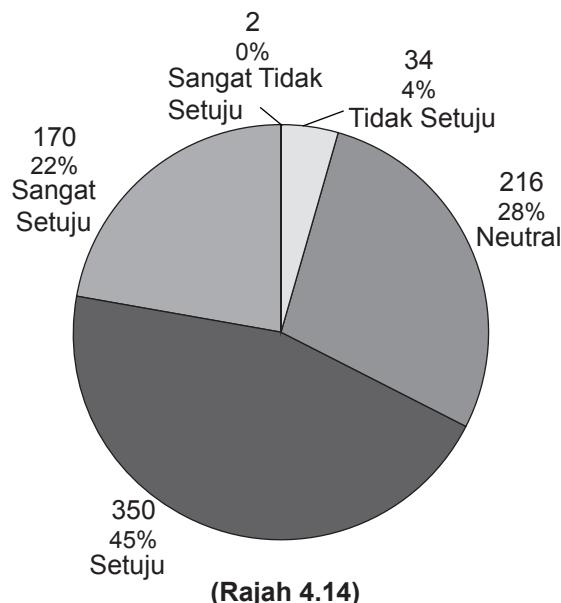
(Rajah 4.12)

Kenyataan seterusnya adalah mengenai Faktor Pengetahuan. Bagi kenyataan tentang “Saya tahu cara untuk membayar zakat ke atas wang pendapatan saya”, majoriti responden menyatakan sangat setuju iaitu 352 atau 45.6% dan 340 atau 44.0% responden setuju manakala 78 atau 10.1% responden berkecuali. Hanya satu responden sahaja masing-masing tidak setuju dan sangat tidak setuju (Rajah 4.12 di atas).

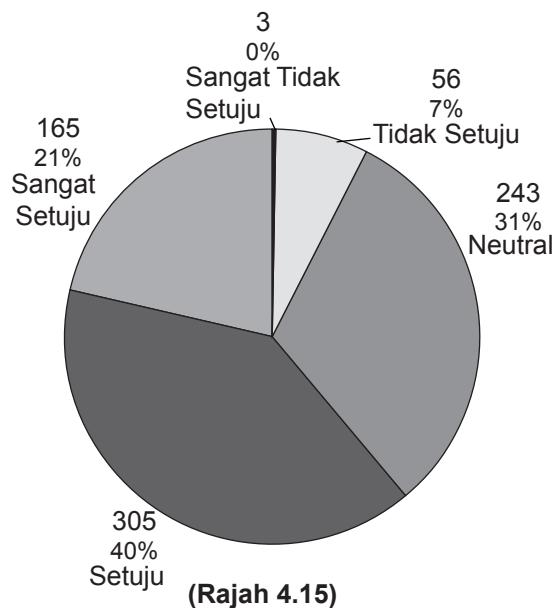


(Rajah 4.13)

Bagi kenyataan tentang Faktor Pengetahuan “Saya tahu tempat untuk membayar zakat ke atas wang pendapatan”, seramai 362 responden atau 46.9% sangat setuju dan 339 atau 43.9% setuju. Sebilangan kecil responden iaitu 64 atau 8.3% berkecuali dan 7 atau 0.9% tidak setuju (Rajah 4.13 di atas).

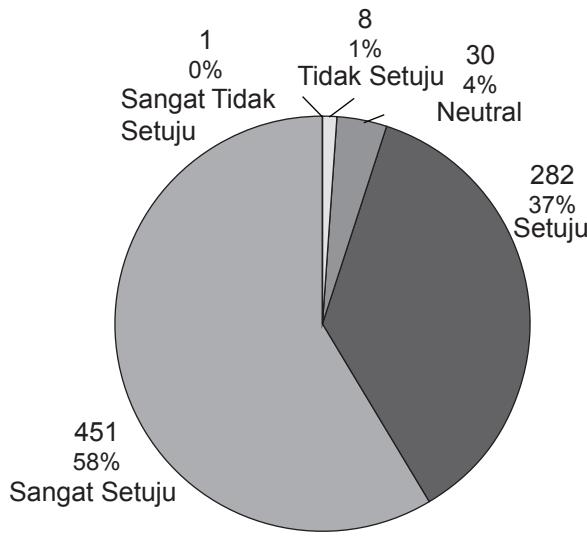


Kenyataan seterusnya berkenaan “Saya mempunyai pengetahuan yang mencukupi mengenai zakat pendapatan”. Majoriti menyatakan setuju iaitu 350 responden atau 45.3% dan 170 responden atau 22.0% sangat bersetuju. 216 responden atau 28.0% berkecuali manakala 34 atau 4.4% tidak bersetuju dan 2 atau 0.3% sangat tidak setuju (Rajah 4.14 di atas).



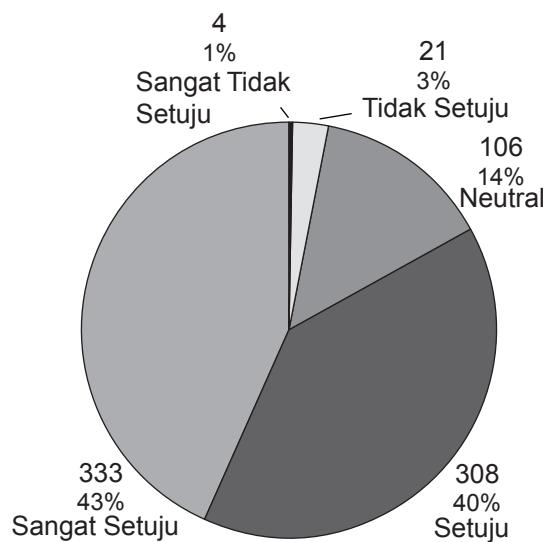
Kenyataan akhir di dalam Faktor Pengetahuan ialah “Saya tahu cara untuk mengira zakat ke atas wang pendapatan”. Seramai 305 responden atau 39.5% setuju dan 165 atau 21.4% sangat setuju manakala 243 responden atau 31.5% berkecuali. 56 responden atau 7.3% tidak setuju dan 3 atau 0.4% sangat tidak setuju (Rajah 4.15 di atas).

4.3.5 Persepsi Pembayar Zakat Pendapatan atau Gaji terhadap Faktor Ekonomi



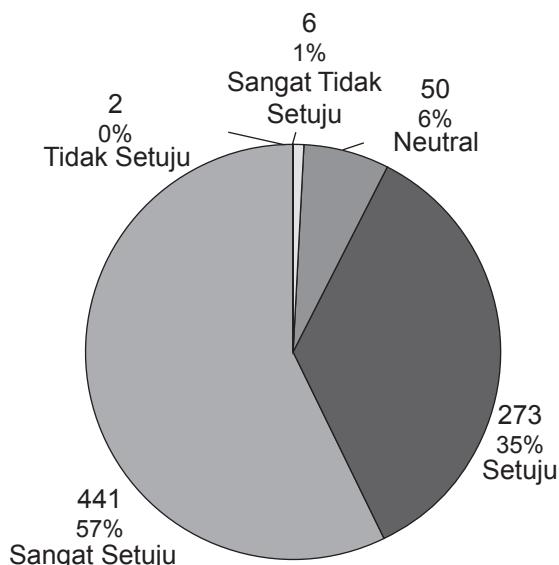
(Rajah 4.16)

Bagi kenyataan tentang “Saya mampu untuk membayar zakat”, majoriti iaitu 451 responden atau 58.4% sangat setuju diikuti oleh 282 responden atau 36.5% setuju. Hanya 30 atau 3.9% berkecuali, 8 atau 1.0% tidak setuju dan 1 atau 1.0% sangat tidak setuju (Rajah 4.16 di atas).



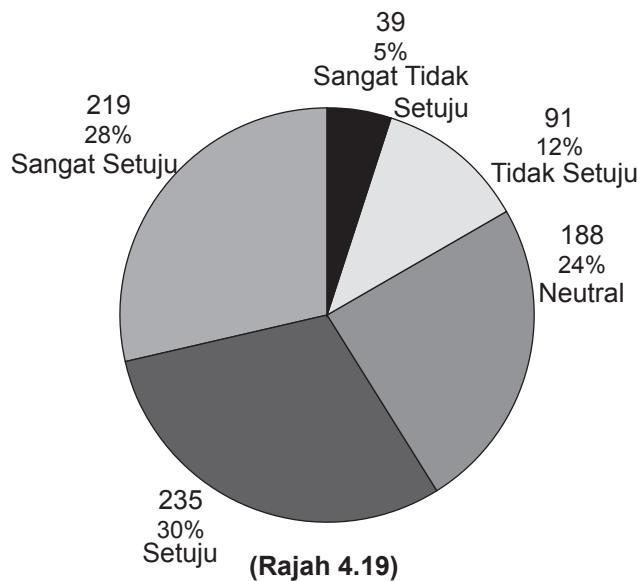
(Rajah 4.17)

Bagi pertanyaan tentang “Saya masih boleh membayar zakat pendapatan walaupun saya menghadapi masalah kewangan”, majoriti iaitu 333 responden atau 43.1% menyatakan sangat setuju dan 308 responden atau 39.9% menyatakan setuju, sementara 106 responden atau 13.7% berkecuali dan hanya 21 atau 2.7% dan 4 atau 0.5% responden menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju (Rajah 4.17 di atas).



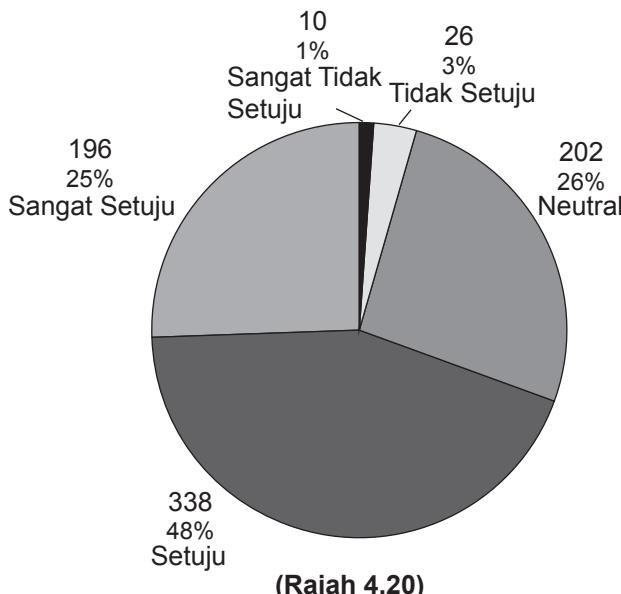
(Rajah 4.18)

Majoriti responden, iaitu 441 atau 57.1% dan 273 atau 35.4% menyatakan sangat setuju dan setuju kepada kenyataan ketiga tentang Faktor Ekonomi iaitu “Saya akan membayar zakat pendapatan lebih tinggi sekiranya pendapatan saya meningkat”. Hanya sebilangan kecil iaitu 50 atau 6.5% berkecuali, 6 atau 0.8% tidak setuju dan 2 atau 0.3% sangat tidak setuju (Rajah 4.18 di atas).

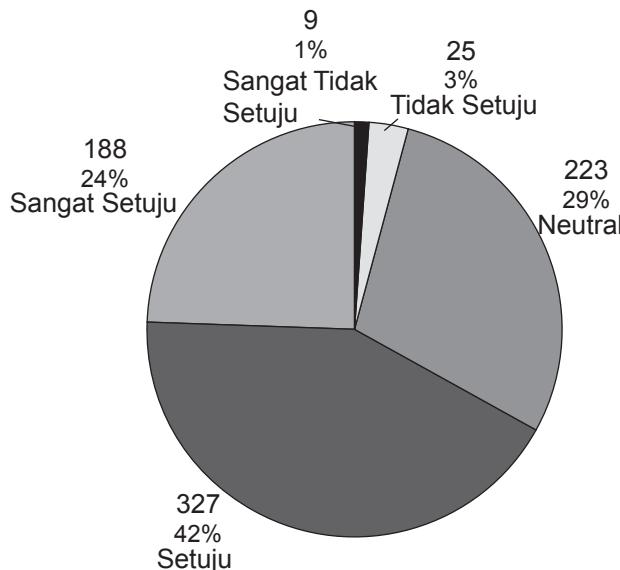


Kenyataan terakhir untuk Faktor Ekonomi iaitu “Saya membayar zakat kerana kerajaan membenarkan pembayaran zakat untuk digunakan bagi mendapatkan rebat cukai”, menunjukkan seramai 219 atau 28.4% responden sangat setuju dan 235 atau 30.4% responden setuju, manakala 188 atau 24.4% pula berkecuali, 91 atau 11.8% tidak setuju dan 39 atau 5.1% pula menyatakan sangat tidak setuju (Rajah 4.19 di atas).

4.3.6 Persepsi Pembayar Zakat Pendapatan atau Gaji terhadap Faktor Kepercayaan (Trust)

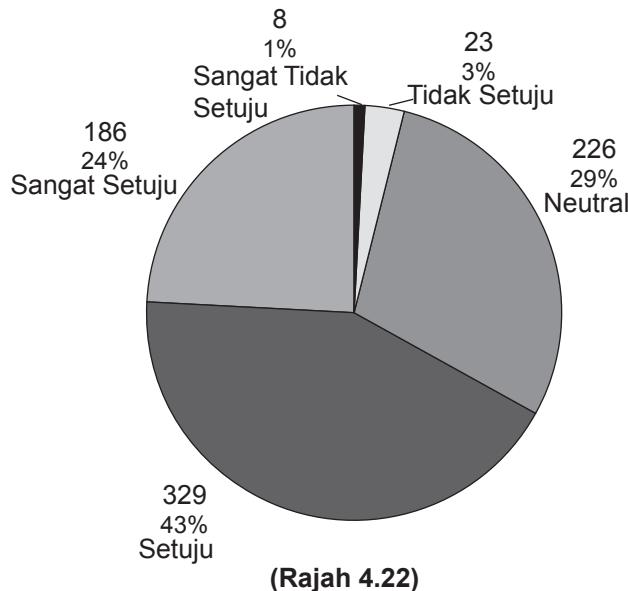


Berkenaan dengan kenyataan tentang Faktor Kepercayaan (trust) pula, 2/3 daripada responden menyatakan mempunyai kepercayaan (trust) yang tinggi terhadap institusi zakat dimana 534 responden atau 69.2% menyatakan setuju dan sangat setuju kapada kenyataan “Saya mempunyai kepercayaan (trust) yang tinggi terhadap institusi zakat” (338 atau 43.8% setuju dan 196 atau 25.4% sangat setuju). 202 atau 26.2% pula berkecuali dan 26 atau 3.4% dan 10 atau 1.3% tidak setuju dan sangat tidak setuju (Rajah 4.20 di atas).



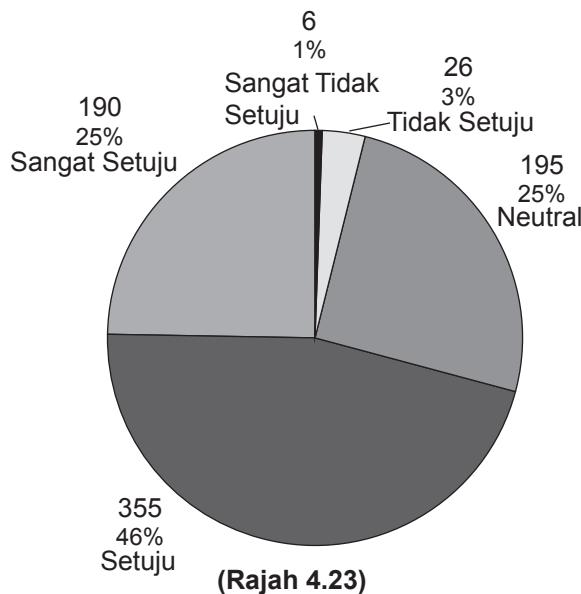
(Rajah 4.21)

Pada kenyataan tentang Faktor Kepercayaan iaitu “Institusi zakat boleh dipercayai untuk tidak memperuntukkan hasil kutipan bagi tujuan yang tidak berkaitan”, 2/3 dari keseluruhan responden iaitu 327 atau 42.4% dan 188 atau 24.4% menyatakan setuju dan sangat setuju, manakala 223 atau 28.9% responden berkecuali dan 25 atau 3.2% dan 9 atau 1.2% responden lagi menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju (Rajah 4.21 di atas).

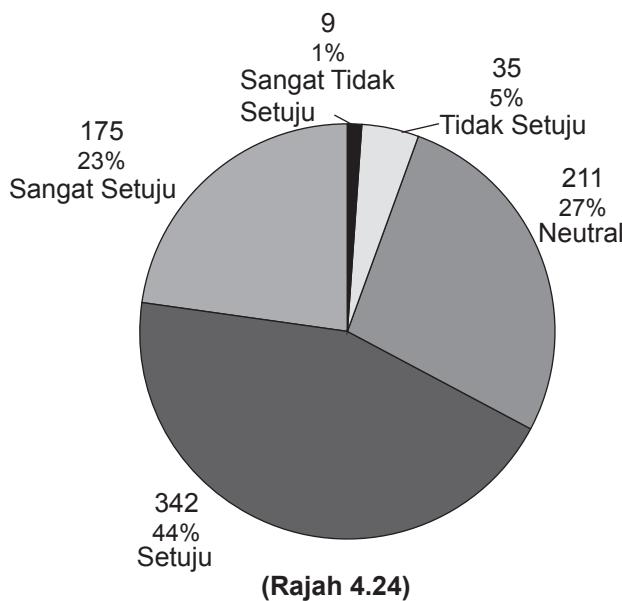


(Rajah 4.22)

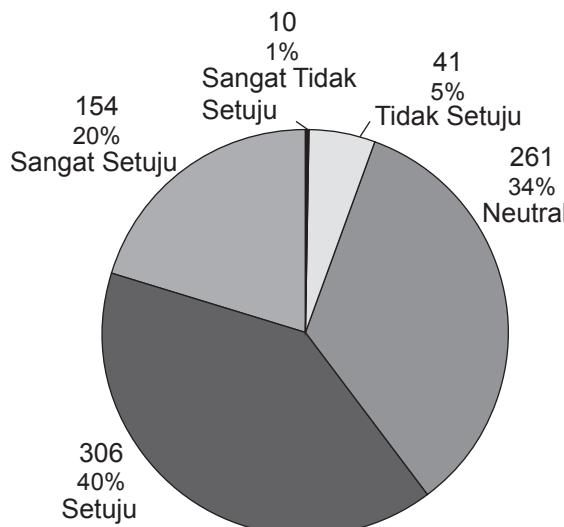
Seramai 329 atau 42.6% responden menyatakan setuju dan 186 atau 24.1% pula sangat setuju pada kenyataan "Saya percaya wang zakat disalurkan kepada asnaf dengan betul" manakala 256 atau 29.3% berkecuali. Selebihnya, 23 atau 3.0% dan 8 atau 1.0% responden tidak setuju dan sangat tidak setuju pada kenyataan tersebut (Rajah 4.22 di atas).



Pada kenyataan tentang “Saya percaya institusi zakat boleh menjalankan tanggungjawab mereka dengan baik”, 2/3 daripada keseluruhan responden iaitu 355 atau 46.0% dan 190 atau 24.6% menyatakan setuju dan sangat setuju manakala 195 atau 25.3% lagi menyatakan berkecuali. Sebilangan kecil iaitu 26 atau 3.4% dan 6 atau 0.8% menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju pada kenyataan ini (Rajah 4.23 di atas).

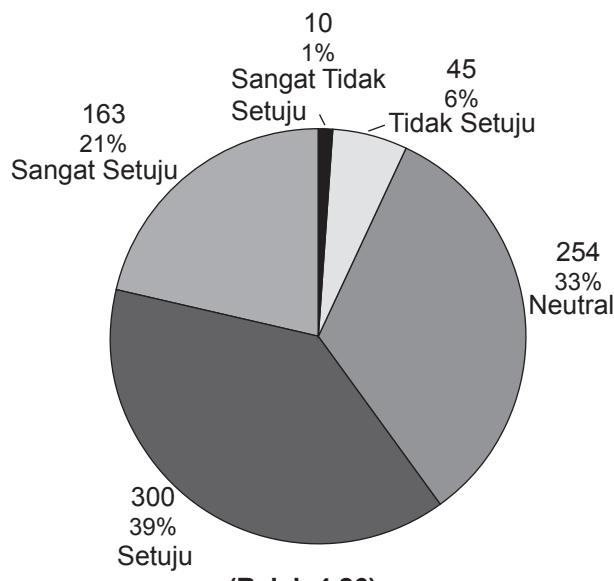


Pada kenyataan tentang “Saya percaya institusi zakat ditadbir dengan profesional”, 175 atau 22.7% responden menyatakan sangat setuju manakala 342 atau 44.3% responden menyatakan setuju diikuti oleh 211 atau 27.3% berkecuali. 35 atau 4.5% dan 9 atau 1.2% responden lagi menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju (Rajah 4.24 di atas).

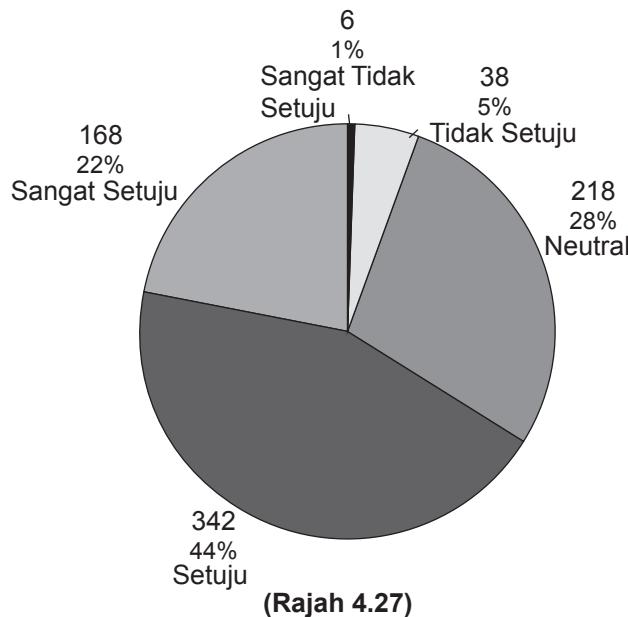


(Rajah 4.25)

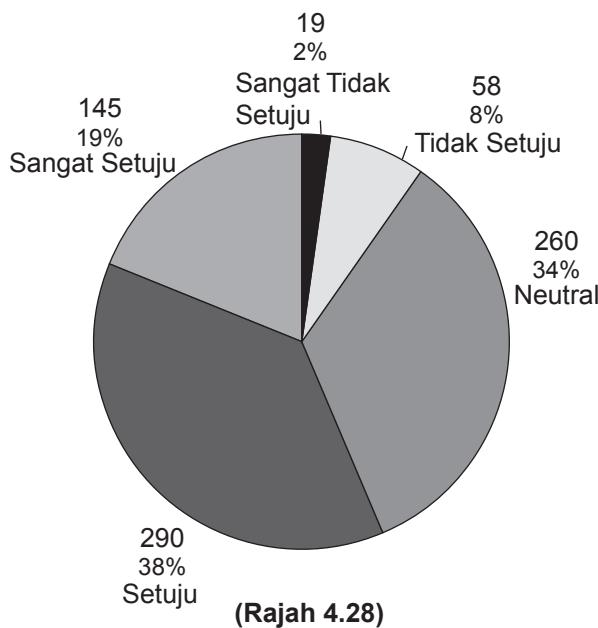
306 atau 39.6% dan 154 atau 19.9% responden menyatakan setuju dan sangat setuju pada kenyataan tentang “Institusi zakat mengambil berat tentang kepentingan pembayar zakat”, manakala 261 atau 33.8% berkecuali. 41 atau 5.3% dan 10 atau 1.3% pula menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju (Rajah 4.25 di atas).



Pada kenyataan tentang “Institusi zakat mengambil berat tentang kepentingan penerima zakat”, 300 atau 38.9% dan 163 atau 21.1% responden menyatakan setuju dan sangat setuju. 254 atau 32.9% lagi menyatakan berkecuali dan 45 atau 5.8% dan 10 atau 1.3% pula menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju (Rajah 4.26 di atas).

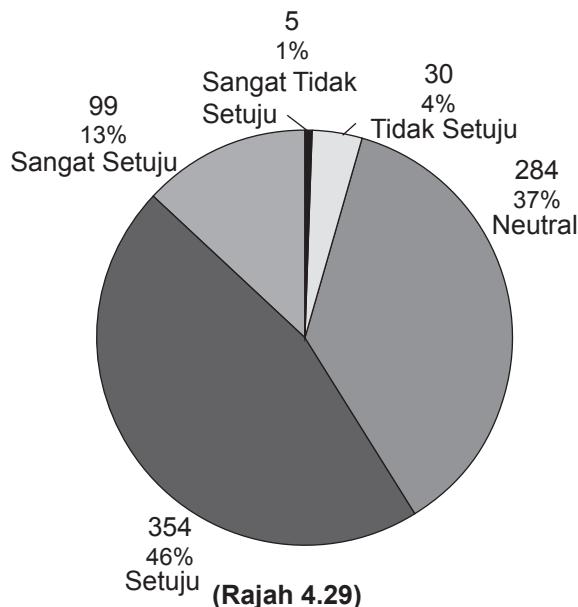


Apabila ditanya tentang “Institusi zakat mempunyai kecekapan untuk mengutip zakat daripada penyumbang”, 2/3 daripada jumlah responden menyatakan setuju dan sangat setuju iaitu 342 atau 44.3% dan 168 atau 21.8% responden. 218 atau 28.2% lagi menyatakan berkecuali dan 38 atau 4.95 dan 6 atau 0.8% responden menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju (Rajah 4.27 di atas).

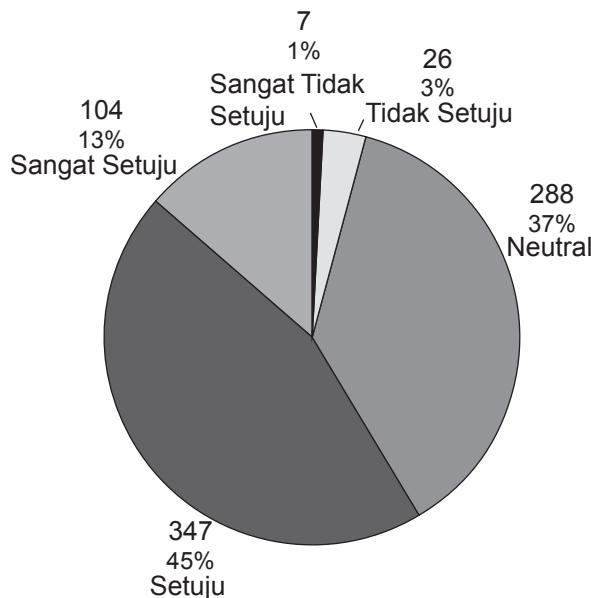


Pada kenyataan terakhir pada Faktor Kepercayaan iaitu “Institusi zakat mempunyai kecekapan untuk mengagihkan zakat kepada penerima yang layak (asnaf)”, 290 (37.6%) dan 145 (8.8%) responden menyatakan setuju dan sangat setuju manakala 260 (33.75) lagi berkecuali. Seramai 58 (7.5%) dan 19 (2.5%) pula menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju (Rajah 4.28 di atas).

4.3.7 Persepsi Pembayar Zakat Pendapatan atau Gaji terhadap Faktor Organisasi

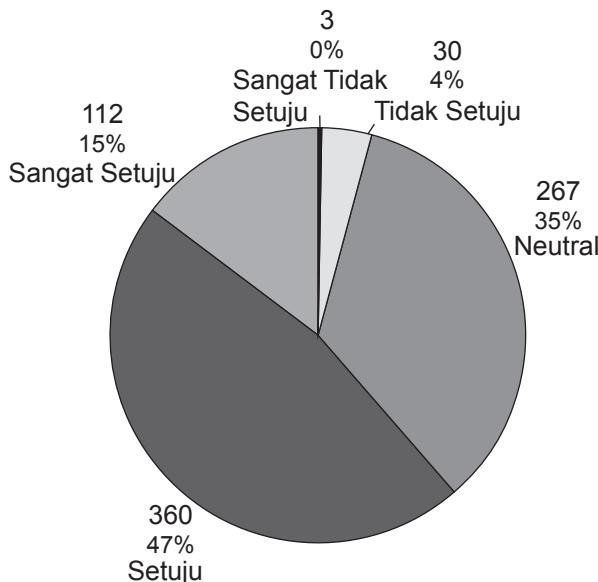


Pada kenyataan berhubung dengan Faktor Organisasi iaitu “Kakitangan institusi zakat mempunyai kecekapan di dalam melaksanakan tugas mereka”, seramai 354 atau 45.9% dan 99 atau 12.8% menyatakan setuju dan sangat setuju manakala 284 atau 36.8% responden pula menyatakan berkecuali. 30 atau 3.9% dan 5 atau 0.6% lagi menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju (Rajah 4.29 di atas).



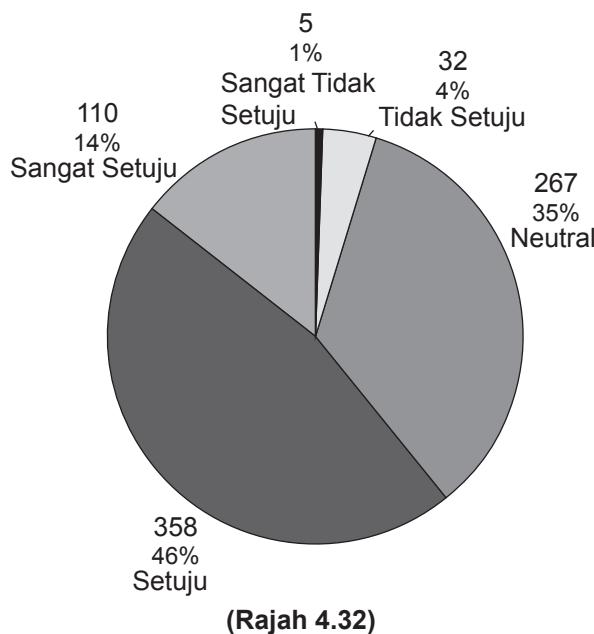
(Rajah 4.30)

Kenyataan kedua mengenai Faktor Organisasi adalah mengenai “Kakitangan institusi zakat adalah mahir dalam melaksanakan tugas mereka”, menunjukkan seramai 347 atau 44.9% dan 104 atau 13.5% responden menyatakan setuju dan sangat setuju manakala 288 atau 37.3% lagi berkecuali. 26 atau 3.4% dan 7 atau 0.9% responden lagi tidak setuju dan sangat tidak setuju (Rajah 4.30 di atas).

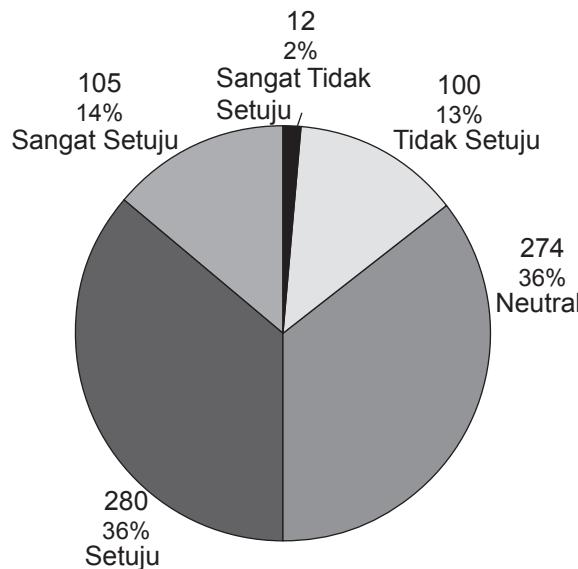


(Rajah 4.31)

Bagi kenyataan ketiga tentang Faktor Organisasi "Insitusi zakat adalah profesional dalam melaksanakan tugas dan tanggungjawab", 360 atau 46.6% dan 112 atau 14.5% responden menyatakan setuju dan sangat setuju, 267 atau 34.6% pula menyatakan berkecuali. Manakala 30 atau 30.9% dan 3 atau 0.4% lagi menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju (Rajah 4.31 di atas).

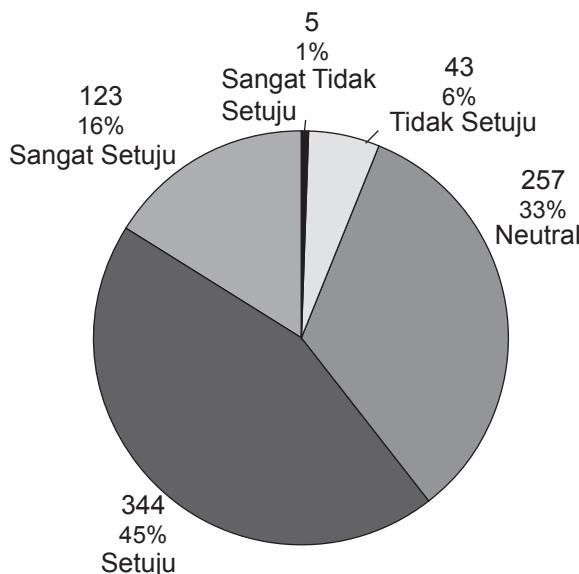


Bagi kenyataan keempat tentang Faktor Organisasi “Kakitangan institusi zakat adalah mahir dalam berurusan dengan pelanggan”, 358 atau 46.4% dan 110 atau 14.2% responden menyatakan setuju dan sangat setuju, 267 atau 34.6% pula menyatakan berkecuali. Manakala 30 atau 30.9% dan 3 atau 0.4% lagi menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju (Rajah 4.32 di atas).



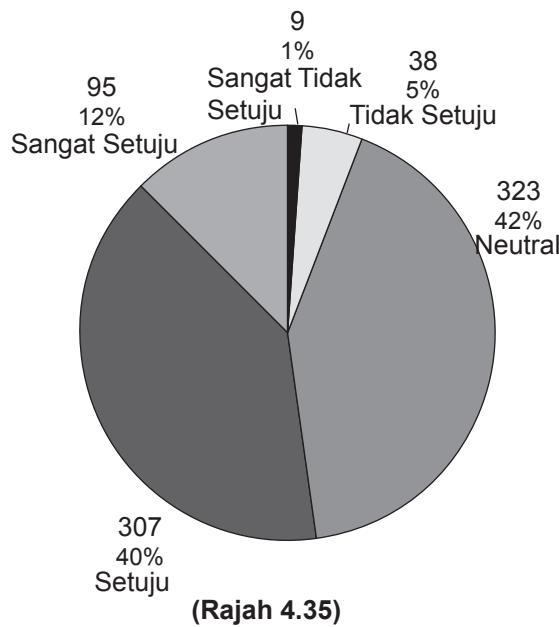
(Rajah 4.33)

Bagi kenyataan kelima tentang Faktor Organisasi “Institusi zakat menerima banyak publisiti dari media”, seramai 280 atau 36.3% dan 105 atau 13.6% responden menyatakan setuju dan sangat setuju. 274 atau 35.5% pula menyatakan berkecuali, manakala 100 atau 13.0% dan 12 atau 1.6% lagi menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju (Rajah 4.33 di atas).

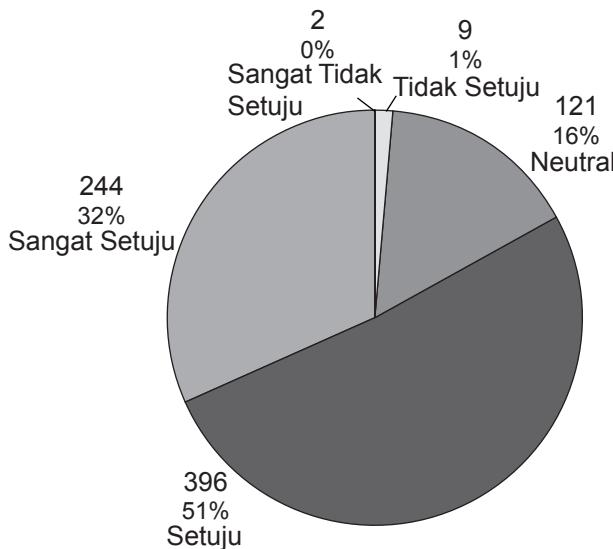


(Rajah 4.34)

Bagi kenyataan keenam tentang Faktor Organisasi “Kebanyakan liputan berita mengenai institusi zakat adalah positif”, seramai 344 atau 44.6% dan 123 atau 15.9% responden menyatakan setuju dan sangat setuju. 257 atau 33.3% pula menyatakan berkecuali, manakala 43 atau 5.6% dan 5 atau 0.6% lagi menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju (Rajah 4.34 di atas).

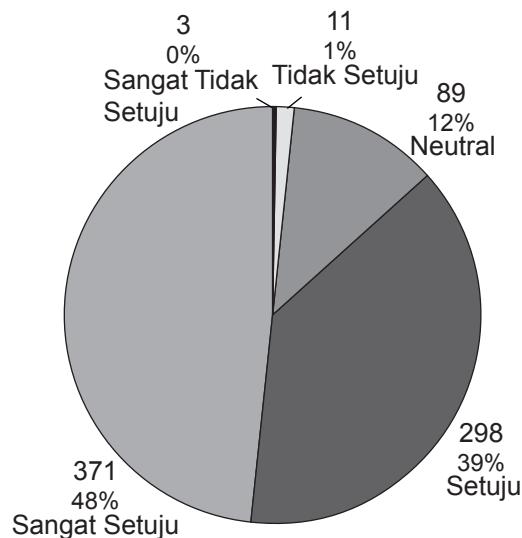


Bagi kenyataan ketujuh tentang Faktor Organisasi “Laporan tahunan/’newsletter’/risalah yang dikeluarkan institusi zakat mengandungi banyak maklumat yang berguna”, seramai 307 atau 39.8% dan 95 atau 12.3% responden menyatakan setuju dan sangat setuju. 323 atau 41.8% pula menyatakan berkecuali, manakala 38 atau 4.9% dan 9 atau 1.2% lagi menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju (Rajah 4.35 di atas).



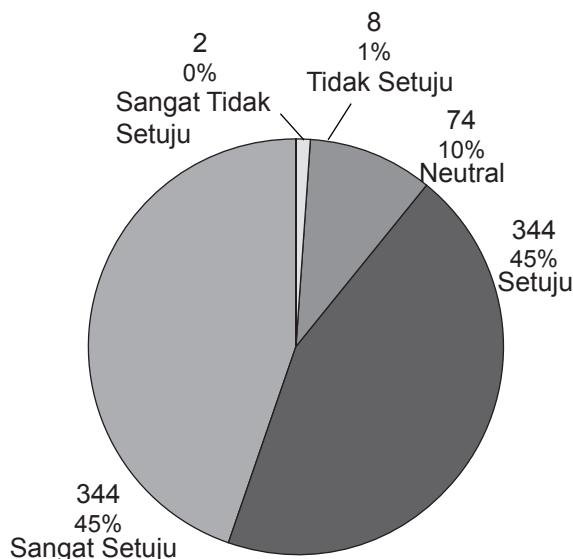
(Rajah 4.36)

Bagi kenyataan kelapan tentang Faktor Organisasi “Prosedur pembayaran zakat adalah mudah”, lebih daripada 4/5 daripada keseluruhan responden atau seramai 396 atau 51.3% dan 244 atau 31.6% responden menyatakan setuju dan sangat setuju. 121 atau 15.7% pula menyatakan berkecuali, manakala 9 atau 1.2% dan 2 atau 0.3% lagi menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju (Rajah 4.36 di atas).



(Rajah 4.37)

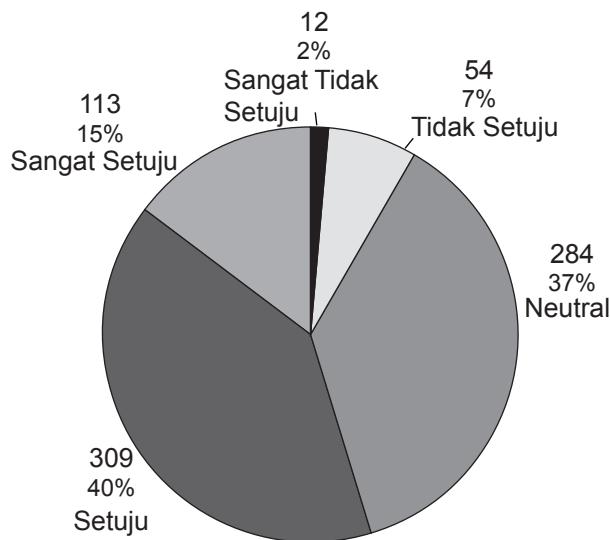
Bagi kenyataan kesembilan tentang Faktor Organisasi “Bayaran zakat ke atas wang pendapatan mudah dibayar menerusi potongan gaji”, lebih 4/5 daripada keseluruhan responden atau seramai 371 atau 48.1% dan 298 atau 38.6% responden menyatakan sangat setuju dan setuju. 89 atau 11.5% pula menyatakan berkecuali, manakala 11 atau 1.4% dan 3 atau 0.4% lagi menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju (Rajah 4.37 di atas).



(Rajah 4.38)

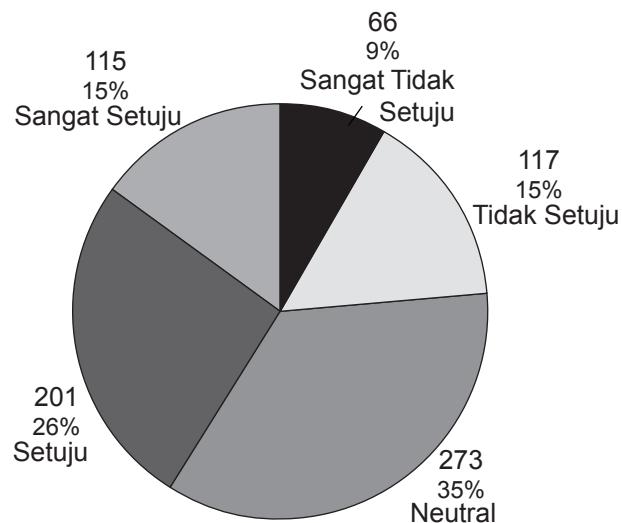
Bagi kenyataan kesepuluh tentang Faktor Organisasi “Pembayaran zakat adalah mudah untuk dilakukan kerana pelbagai kaedah pembayaran disediakan”, hampir 90% dari keseluruhan responden iaitu seramai 344 atau 44.6% menyatakan setuju dan sangat setuju, manakala 74 atau 9.6% pula menyatakan berkecuali, 8 atau 1.0% dan 2 atau 0.3% lagi menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju (Rajah 4.38 di atas)

4.3.8 Persepsi Pembayar Zakat Pendapatan atau Gaji terhadap Faktor Kepuasan



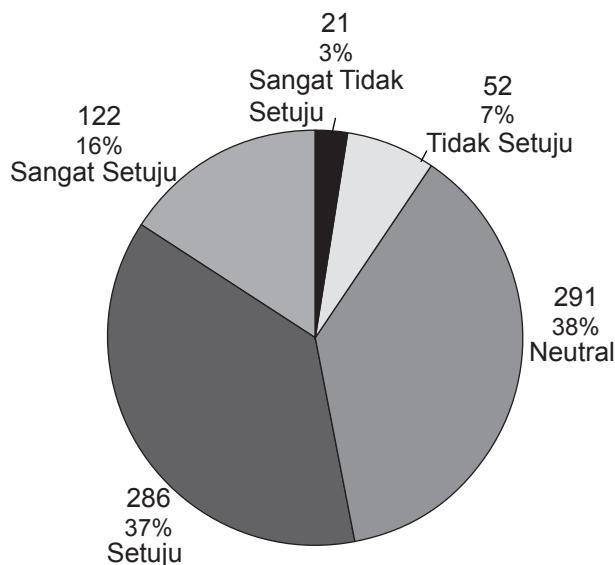
(Rajah 4.39)

Bagi kenyataan tentang Faktor Kepuasan terhadap institusi zakat, iaitu "Saya berpuas hati dengan maklum balas yang saya terima daripada institusi zakat tentang impak sumbangan zakat saya" seramai 309 atau 40.0% dan 113 atau 14.6% responden menyatakan setuju dan sangat setuju, manakala 284 atau 36.8% responden lagi menyatakan berkecuali. 54 atau 7.0% dan 12 atau 1.6% pula menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju (Rajah 4.39 di atas).



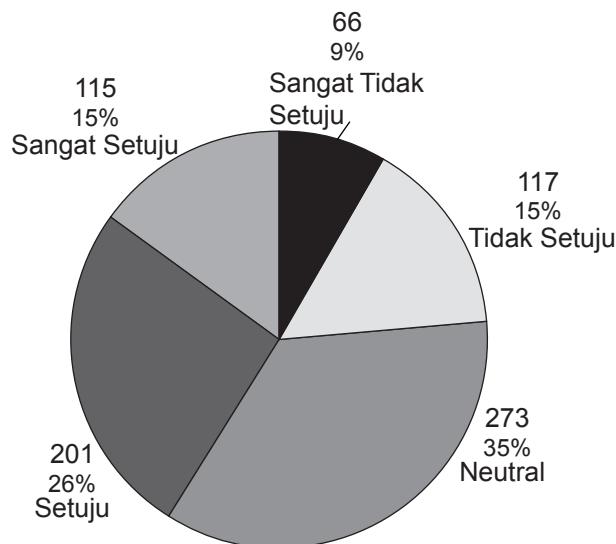
(Rajah 4.40)

Bagi kenyataan kedua tentang Faktor Kepuasan terhadap institusi zakat "Saya akan berpuas hati jika institusi zakat menunjukkan impaknya dengan jelas", seramai 201 atau 26.0% dan 115 atau 14.9% menyatakan setuju dan sangat setuju, manakala 273 atau 35.5% pula menyatakan berkecuali, 117 atau 15.2% dan 66 atau 8.5% lagi menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju (Rajah 4.40 di atas).



(Rajah 4.41)

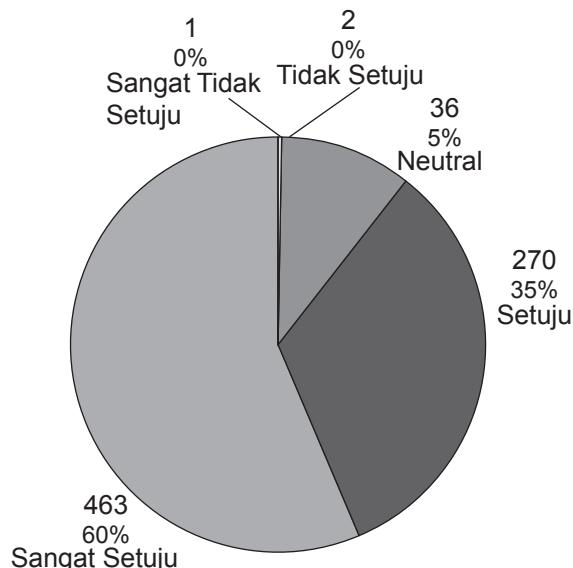
Bagi kenyataan ketiga tentang Faktor Kepuasan terhadap institusi zakat “Saya berpuas hati dengan pengagihan wang zakat kepada asnaf”, seramai 286 atau 37.0% dan 122 atau 15.8% menyatakan setuju dan sangat setuju, manakala 291 atau 37.7% pula menyatakan berkecuali, 52 atau 6.7% dan 21 atau 2.7% lagi menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju (Rajah 4.41 di atas).



(Rajah 4.42)

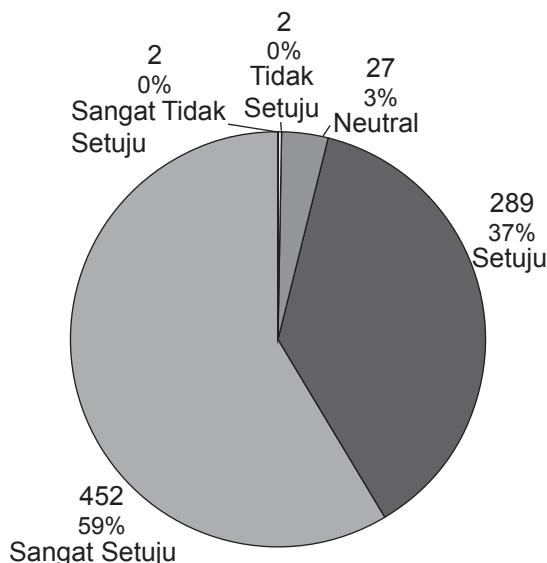
Bagi kenyataan keempat tentang Faktor Kepuasan terhadap institusi zakat “Saya berpuas hati dengan kurangnya kadar kemiskinan di kalangan umat Islam di Malaysia melalui bantuan zakat yang saya keluarkan”, seramai 201 atau 26.0% dan 115 atau 14.9% menyatakan setuju dan sangat setuju, manakala 273 atau 35.5% pula menyatakan berkecuali, 117 atau 15.2% dan 66 atau 8.5% lagi menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju (Rajah 4.42 di atas).

4.3.9 Persepsi Pembayar Zakat Pendapatan atau Gaji terhadap Faktor Altruisme



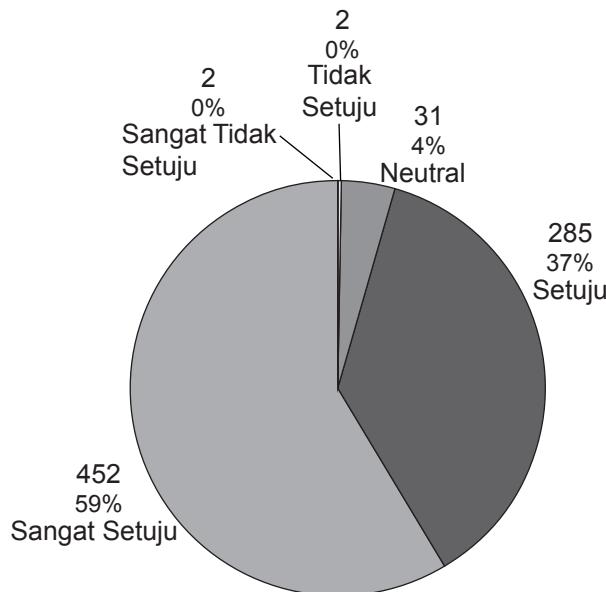
(Rajah 4.43)

Bagi kenyataan tentang Faktor Altruisme atau sifat suka menolong dengan sukarela, iaitu “Saya keluarkan zakat ke atas wang pendapatan supaya wang zakat itu dapat membantu menambahbaik keadaan ekonomi umat Islam” mendapati seramai 733 atau 95% iaitu 463 atau 60.0% dan 270 atau 35.0% responden menyatakan sangat setuju dan setuju, manakala 36 atau 4.7% responden lagi menyatakan berkecuali. 2 atau 0.3% dan 1 atau 0.1% pula menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju (Rajah 4.43 di atas).



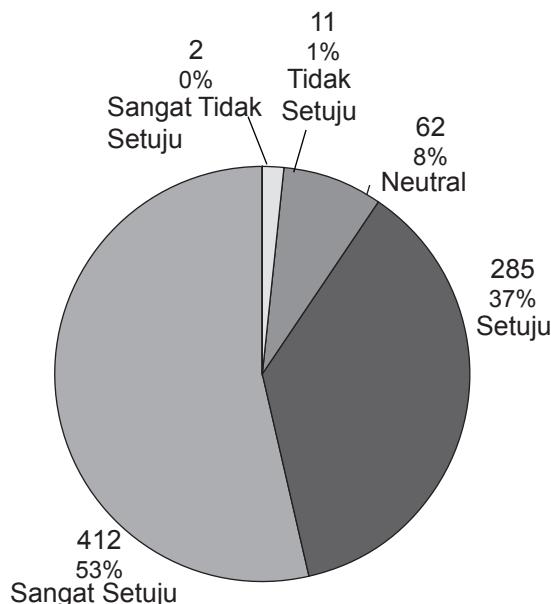
(Rajah 4.44)

Bagi kenyataan kedua tentang Faktor Altruisme atau sifat suka menolong dengan sukarela, iaitu “Saya membayar zakat ke atas wang pendapatan sebagai tanggungjawab sosial kepada umat Islam secara tidak langsung”, majoriti iaitu seramai 741 atau 95.9% menyatakan sangat setuju dan setuju di mana 452 atau 58.5% sangat setuju dan 289 atau 37.4% menyatakan setuju manakala hanya 27 atau 3.5% menyatakan berkecuali, 2 atau 0.3% masing-masing menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju (Rajah 4.44 di atas).



(Rajah 4.45)

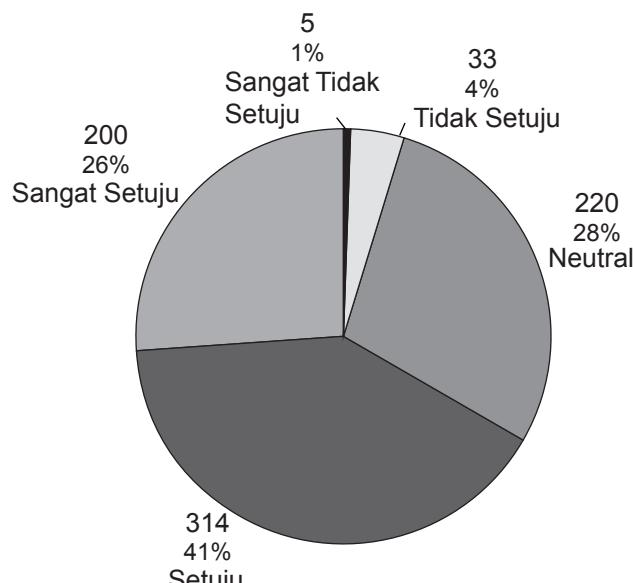
Bagi kenyataan ketiga tentang Faktor Altruisme atau sifat suka menolong dengan sukarela, iaitu “Saya dapat berbakti kepada mereka yang memerlukan dengan membayar zakat keatas wang pendapatan”, majoriti iaitu seramai 737 atau 95.4% menyatakan sangat setuju dan setuju di mana 452 atau 58.5% sangat setuju dan 285 atau 36.9% menyatakan setuju manakala hanya 31 atau 4.0% menyatakan berkecuali, 2 atau 0.3% masing-masing menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju (Rajah 4.45 di atas).



(Rajah 4.46)

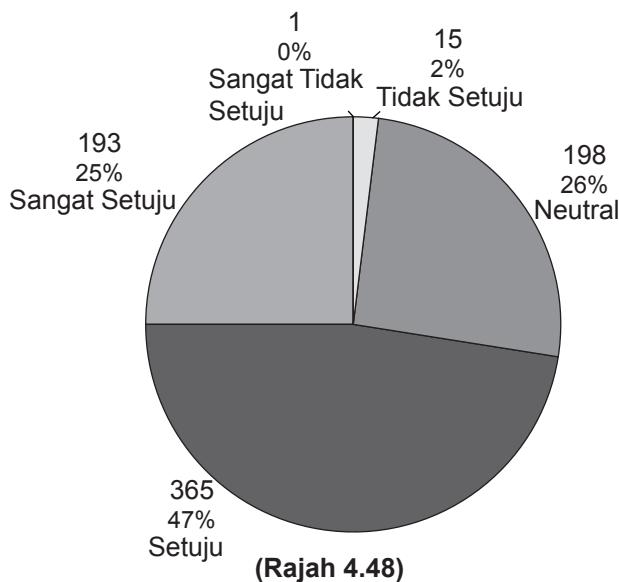
Bagi kenyataan yang akhir tentang Faktor Altruisme atau sifat suka menolong dengan sukarela, ia tu “Saya yakin zakat dapat membantu mengurangkan kadar kemiskinan di kalangan umat Islam di Malaysia”, majoriti iaitu seramai 697 atau 90.3% menyatakan sangat setuju dan setuju dimana 412 atau 53.4% sangat setuju dan 285 atau 36.9% menyatakan setuju manakala 62 atau 8.0% menyatakan berkecuali, 11 atau 1.4% dan 2 atau 0.3% menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju (Rajah 4.46 di atas).

4.3.10 Persepsi Pembayar Zakat Pendapatan atau Gaji terhadap Faktor Norma Subjektif

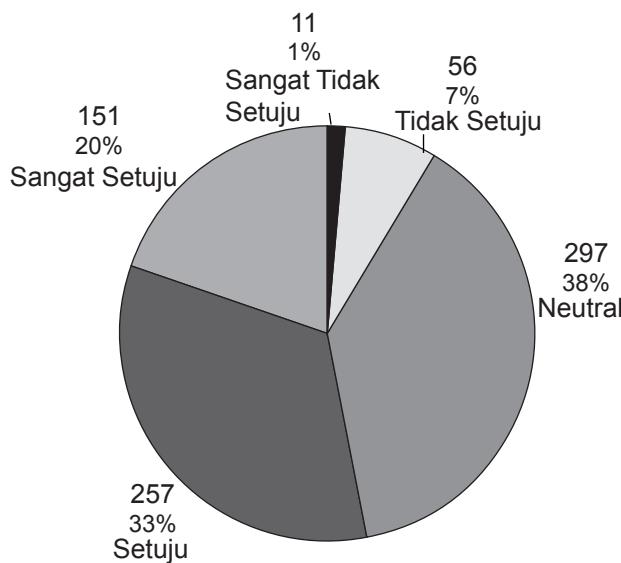


(Rajah 4.47)

Bagi kenyataan tentang Faktor Norma Subjektif atau persepsi seseorang tentang tekanan sosial untuk melakukan atau tidak melakukan sesuatu iaitu “Kawan-kawan dan sanak saudara memberi galakan kepada saya untuk mengeluarkan zakat ke atas wang pendapatan” mendapati seramai 314 atau 40.7% dan 200 atau 25.9% responden menyatakan setuju dan sangat setuju, manakala 220 atau 28.5% responden lagi menyatakan berkecuali. 33 atau 4.3% dan 5 atau 0.6% pula menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju (Rajah 4.47 di atas).

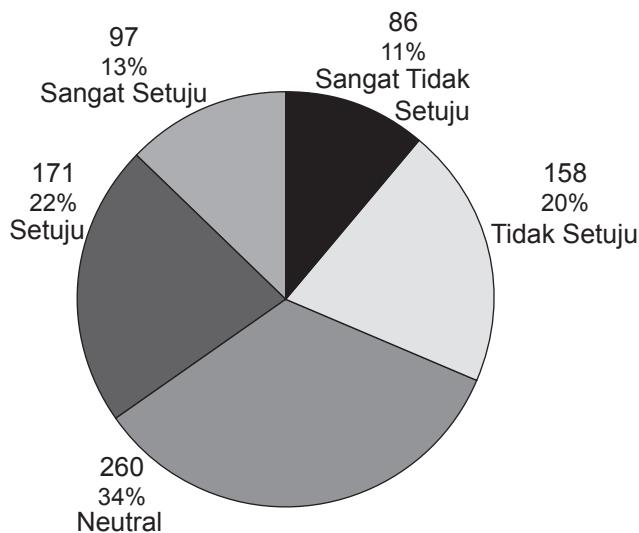


Bagi kenyataan kedua tentang Faktor Norma Subjektif atau persepsi seseorang tentang tekanan sosial untuk melakukan atau tidak melakukan sesuatu iaitu “Kebanyakan rakan kerja dan sanak saudara saya membayar zakat ke atas wang pendapatan” mendapati seramai 365 atau 47.3% dan 193 atau 25.0% responden menyatakan setuju dan sangat setuju, manakala 198 atau 25.6% responden lagi menyatakan berkecuali. 15 atau 1.9% dan 1 atau 0.1% pula menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju (Rajah 4.48 di atas).



(Rajah 4.49)

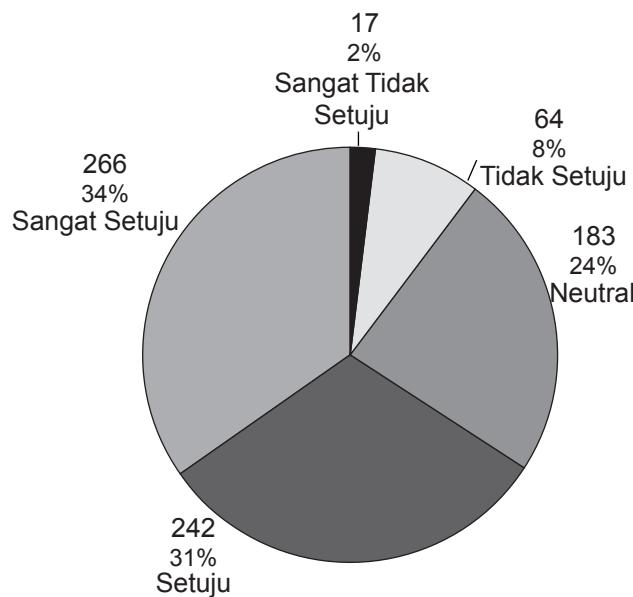
Bagi kenyataan ketiga tentang Faktor Norma Subjektif atau persepsi seseorang tentang tekanan sosial untuk melakukan atau tidak melakukan sesuatu iaitu “Kerajaan menggalakkan saya untuk membayar zakat ke atas wang pendapatan” mendapati majoriti iaitu seramai 297 atau 38.5% berkecuali. 257 atau 33.3% responden menyatakan setuju dan 151 atau 19.6% menyatakan sangat setuju, manakala 56 atau 7.3% dan 11 atau 1.4% responden lagi menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju (Rajah 4.49 di atas).



(Rajah 4.50)

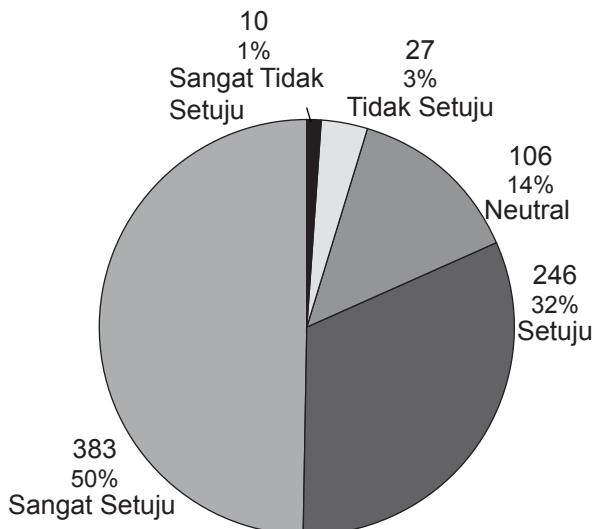
Bagi kenyataan keempat tentang Faktor Norma Subjektif atau persepsi seseorang tentang tekanan sosial untuk melakukan atau tidak melakukan sesuatu iaitu “Saya membayar zakat ke atas wang pendapatan kerana pengaruh kawan-kawan dan sanak saudara” mendapati majoriti iaitu seramai 260 atau 33.7% berkecuali, 171 atau 22.2% responden menyatakan setuju dan 97 atau 12.6% menyatakan sangat setuju, manakala 158 atau 20.5% dan 86 atau 11.1% responden lagi menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju
(Rajah 4.50 di atas).

4.3.11 Persepsi Pembayar Zakat Pendapatan atau Gaji terhadap Faktor Pendedahan dan Ketelusan



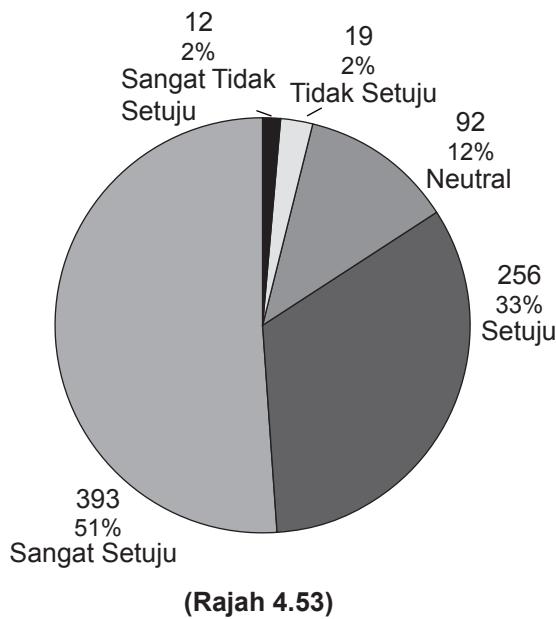
(Rajah 4.51)

Bagi kenyataan tentang Faktor Pendedahan dan Ketelusan iaitu “Saya akan lebih cenderung untuk mengeluarkan zakat ke atas pendapatan jika saya dapat menentukan ke mana wang zakat disalurkan seperti ke rumah anak yatim pilihan saya” mendapati seramai 266 atau 34.5% dan 242 atau 31.3% responden menyatakan sangat setuju dan setuju, manakala 183 atau 23.7% responden lagi menyatakan berkecuali. 64 atau 8.3% dan 17 atau 2.2% pula menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju (Rajah 4.51 di atas).

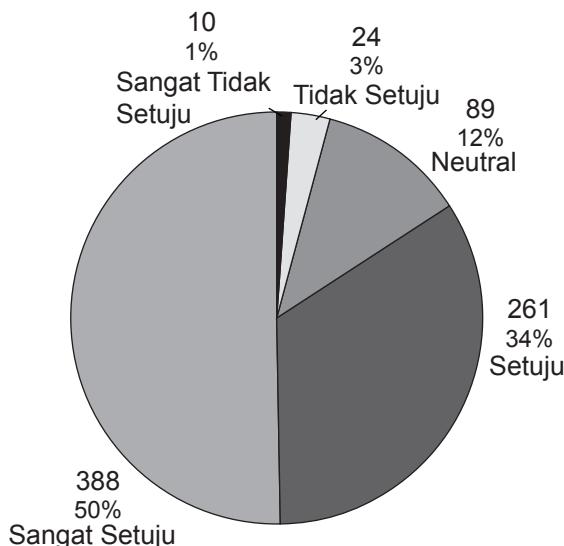


(Rajah 4.52)

Bagi kenyataan kedua tentang Faktor Pendedahan dan Ketelusan iaitu “Saya akan lebih cenderung untuk mengeluarkan zakat ke atas pendapatan jika institusi zakat lebih telus dalam pengagihan/pembahagian wang zakat kepada asnaf” mendapati hampir separuh daripada keseluruhan responden iaitu 383 atau 49.6% sangat setuju diikuti oleh 246 atau 31.9% responden yang setuju, manakala 106 atau 13.7% responden lagi menyatakan berkecualian. 27 atau 3.3% dan 10 atau 1.3% pula menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju (Rajah 4.52 di atas).



Bagi kenyataan ketiga tentang Faktor Pendedahan dan Ketelusuran iaitu “Saya akan lebih cenderung untuk mengeluarkan zakat ke atas pendapatan jika institusi zakat mendedahkan dengan lebih terperinci bagaimana wang zakat digunakan” mendapati majoriti daripada responden iaitu 393 atau 50.9% sangat setuju di ikuti oleh 256 atau 33.2% responden yang setuju, manakala 92 atau 11.9% responden lagi menyatakan berkecuali. 19 atau 2.5% dan 12 atau 1.6% pula menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju (Rajah 4.53 di atas).



(Rajah 4.54)

Bagi kenyataan keempat tentang Faktor Pendedahan dan Ketelusan iaitu "Saya akan lebih cenderung untuk mengeluarkan zakat ke atas pendapatan jika maklumat mengenai kutipan zakat lebih telus" mendapatkan majoriti daripada responden juga, iaitu 388 atau 50.3% sangat setuju diikuti oleh 261 atau 33.8% responden yang setuju, manakala 89 atau 11.5% responden lagi menyatakan berkecualian. 24 atau 3.1% dan 10 atau 1.3% pula menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju (Rajah 4.54 di atas).

FAKTOR-FAKTOR PENGGALAKAN PEMBAYARAN ZAKAT DI KALANGAN PROFESIONAL / KOLAR PUTIH DI WILAYAH PERSEKUTUAN.

Dari analisis skor min (Jadual 4.3) ke atas faktor-faktor yang dikenalpasti dari sesi kumpulan fokus iaitu faktor agama, faktor kesedaran, faktor pengetahuan, faktor ekonomi, faktor kepercayaan, faktor kakitangan, faktor liputan informasi, faktor akses, faktor kepuasan, faktor altruisme, faktor orang sekeliling dan faktor pendedahan dan ketelusan; mendapati faktor agama ($m=4.77$), faktor altruisme ($m=4.51$), faktor akses ($m=4.26$), faktor ekonomi ($m=4.22$), faktor pendedahan dan ketelusan ($m=4.18$) dan faktor sedar ($m=4.08$) mendapat nilai min skor yang tinggi.

Ini menunjukkan bahawa responden setuju dengan kenyataan berhubung dengan faktor-faktor tersebut. Akan tetapi, bagi faktor kesedaran ($m=3.89$), faktor kepercayaan ($m=3.80$), faktor kakitangan ($m=3.68$), faktor kepuasan ($m=3.65$) faktor orang sekeliling ($m=3.62$) dan faktor liputan informasi ($m=3.59$) pula menunjukkan kurang dinilai tinggi oleh responden. Ini menunjukkan mereka kurang bersetuju dengan kenyataan-kenyataan berhubung dengan faktor-faktor tersebut.

Jadual 4.3: Skor Min bagi Faktor Intrinsik dan Ekstrinsik
Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Agama	772	3	5	4.77	.407
Altruism	772	2	5	4.51	.546
Ekses	772	2	5	4.26	.631
Ekonomi	772	2	5	4.22	.561
Pendedahan dan ketelusan	772	1	5	4.18	.842
Tahu	772	2	5	4.08	.638
Sedar	772	2	5	3.89	.645
Percaya (trust)	772	1	5	3.80	.772
Kakitangan	772	1	5	3.68	.735
Kepuasan	772	1	5	3.65	.717
Orang sekeliling	772	2	5	3.62	.718
Liputan Infomasi	772	1	5	3.58	.736
Valid N (listwise)	772				

Umumnya, responden lebih cenderung untuk memberi nilai dan kedudukan yang tinggi pada faktor-faktor intrinsik atau faktor dalaman responden seperti faktor agama, faktor altruisme, faktor ekonomi dan faktor pengetahuan berbanding dengan kebanyakan faktor ekstrinsik seperti faktor kakitangan, faktor orang sekeliling dan faktor liputan informasi.

FAKTOR-FAKTOR MOTIVASI INTRINSIK DAN EKSTRINSIK YANG MEMPENGARUHI TINGKAH LAKU PEMBAYARAN ZAKAT DI KALANGAN PROFESIONAL (KOLAR PUTIH) DI WILAYAH PERSEKUTUAN.

Bagi menentukan faktor-faktor intrinsik dan ekstrinsik yang telah di kenalpasti semasa sesi kumpulan fokus signifikan atau tidak dalam mempengaruhi tindakan pembayaran zakat ke atas wang pendapatan atau gaji bulanan, prosedur regresi telah dilakukan.

Hasil daripada analisis regresi menunjukkan bahawa kesemua faktor-faktor intrinsik iaitu faktor pengetahuan, ekonomi, dan kepercayaan adalah signifikan pada 99 peratus aras keertian. Faktor kepuasan pula signifikan pada aras keertian 95 peratus dan faktor kesedaran signifikan pada aras keertian 90 peratus. Hanya faktor altruisme sahaja yang tidak menunjukkan hubungan yang signifikan.

Bagi faktor-faktor ekstrinsik pula, hanya faktor pendedahan dan ketelusan sahaja yang menunjukkan hubungan yang signifikan pada 90 peratus aras keertian. Faktor-faktor kakitangan, liputan informasi, akses dan pengaruh orang sekeliling tidak menunjukkan hubungan yang signifikan.

Daripada Jadual 4.4, nilai R square melaporkan sebanyak 36 peratus motivasi pembayar zakat dapat diterangkan oleh faktor-faktor agama, pengetahuan, kesedaran, ekonomi, kepercayaan, kepuasan, serta pendedahan dan ketelusan. Penemuan daripada kajian ini menunjukkan bahawa faktor ekonomi adalah faktor yang memberi pengaruh terbesar dalam menyebabkan seseorang membayar zakat ke atas pendapatan mereka. Ini adalah satu penemuan yang amat menarik kerana majoriti daripada responden menyatakan bahawa mereka masih boleh membayar zakat walaupun menghadapi masalah kewangan. Rata-rata responden memperolehi pendapatan

RM5,000 ke bawah. Ini menunjukkan satu sikap yang sangat mulia dan disokong oleh faktor agama dan keimanan di mana faktor ini di nilai tinggi oleh responden.

Jadual 4.4 : Analisis Regresi ke atas Faktor-Faktor Motivasi Intrinsik dan Ekstrinsik

Variables	Standardized Coefficient (Beta)	t-value	Signifikan Level
Agama	0.066	2.095	0.036**
Pengetahuan	0.334	10.255	0.000***
Kesedaran	0.061	1.846	0.065*
Ekonomi	0.387	11.406	0.000***
Kepercayaan	0.141	3.012	0.003***
Kepuasan	0.094	2.222	0.027**
Altruisme	0.017	0.495	0.620
Kakitangan	0.019	0.418	0.676
Liputan Berita	0.042	1.103	0.270
Akses	0.037	1.075	0.283
Pengaruh Orang Sekeliling	0.002	0.065	0.948
Pendedahan dan Ketulusan	0.055	1.89	0.059*

Dependent Variable: Sudah membayar zakat

R Square = 0.360 *Sig.=0.000*

****, **, * signifikan pada 1%, 5%, 10%.*

Dapatan daripada analisis regresi ini jelas menunjukkan bahawa tingkah laku pembayar zakat ke atas pendapatan di Wilayah Persekutuan ini dipengaruhi oleh faktor-faktor dalaman seperti pengetahuan mereka tentang zakat, status ekonomi, kepercayaan terhadap institusi zakat dalam melaksanakan tanggungjawab mengutip dan mengagihkan wang zakat, juga tahap kepuasan mereka terhadap prestasi institusi zakat.

Analisis Kajian Logistik

Secara amnya, mereka yang telah membayar zakat mempunyai kepercayaan terhadap kemampuan institusi zakat untuk mengagihkan hasil kutipan kepada penerima yang layak, dan mempercayai kemahiran kakitangan institusi zakat dalam berurusan dengan pelanggan-pelanggan mereka. Status perkahwinan, pendapatan, sektor pekerjaan, tahap pendidikan, umur dan jantina, secara amnya kurang memainkan peranan dalam tindak-tanduk dan kepercayaan seseorang yang telah membayar zakat atas wang pendapatan mereka (lihat Jadual 4.5).

Antara analisis yang telah dijalankan adalah mencari perbezaan antara dua kumpulan daripada kajian lapangan ini. Antara kumpulan yang dilihat adalah mereka yang bekerja di dalam sektor kerajaan atau swasta, mereka yang membayar kepada PPZ (Pusat Pungutan Zakat) dan yang membayar kepada selain daripada PPZ, dan antara pembayar lelaki dan wanita.

Jadual 4.5 Analisis Logistik: Kumpulan Bayar Zakat

Variable	N=831		N=869	
	Coef.	p-value	Coef.	p-value
Tindakan1			0.708	0.159
Tindakan2			-0.168	0.707
Tindakan3			-0.186	0.463
Tindakan4			-0.670	0.002**
Tindakan5			-0.634	0.014*
Tindakan6			-0.871	0.000**
Ekonomi1			-0.082	0.747
Ekonomi2			-0.051	0.837
Ekonomi3			-0.304	0.235
Ekonomi4			0.191	0.271

Kepercayaan1			0.350	0.355
Kepercayaan2			-0.616	0.137
Kepercayaan3			0.127	0.737
Kepercayaan4			0.105	0.773
Kepercayaan5			-0.084	0.849
Kepercayaan6			0.081	0.810
Kepercayaan7			0.247	0.549
Kepercayaan8			0.259	0.317
Kepercayaan9			-0.769	0.025*
Organisasi1			-0.241	0.564
Organisasi2			0.148	0.760
Organisasi3			-0.065	0.894
Organisasi4			0.903	0.013*
Organisasi5			0.077	0.548
Organisasi6			-0.339	0.220
Organisasi7			0.295	0.288
Organisasi8			-0.434	0.194
Organisasi9			0.062	0.841
Organisasi10			0.114	0.767
StatusKahwin	-0.620	0.016*	-0.487	0.165
Umur	-0.089	0.430	-0.087	0.569
Jantina	-0.172	0.483	0.126	0.708
Pendapatan	-0.859	0.000**	-0.257	0.341
SektorPekerjaan	-0.268	0.273	-0.066	0.845
TahapPendidikan	0.115	0.444	-0.050	0.798
bayarPPZ	-20.188	0.992		
Konstan			5.696	0.002**
Cox & Snell R square		0.220		0.327
Nagelkerke R square		0.408		0.608
Hosmer and Lemeshow		0.286		0.508
Correct predictions		86.8		92.3

**, *, #, signifikan pada 1%, 5%, 10%.

Membayar Kepada Organisasi PPZ

Secara amnya, mereka yang membayar kepada PPZ; mampu membayar zakat, dan masih boleh membayar zakat pendapatan sungguhpun mengalami masalah kewangan. Mereka berpuas hati dengan maklum balas yang diterima daripada insititusi zakat tentang impak sumbangan zakat yang diberikan. Pembayar zakat yang membayar di PPZ mengeluarkan zakat ke atas wang pendapatan kerana mempercayai wang zakat dapat menambahbaik ekonomi umat Islam, tetapi mereka kurang bersetuju untuk berbakti kepada mereka yang memerlukan dengan memberi zakat kepada mereka.

Berikut adalah perbezaan-perbezaan ketara antara beberapa kumpulan:

Sektor : Kerajaan-Swasta

Beberapa perbezaan ketara dapat dilihat di antara responden sektor kerajaan dan swasta iaitu dari aspek status perkahwinan, pembayaran secara potongan gaji dan perbankan internet. Selain itu, mereka yang berpendapatan tinggi di kalangan pekerja swasta lebih cenderung untuk membayar zakat, antara lain mungkin disebabkan kelonggaran dalam mendapat rebat cukai ke atas pembayaran zakat, serta maklumat yang diberikan oleh pihak majikan tentang zakat ke atas wang pendapatan. Dari aspek cara pembayaran, mereka cenderung untuk membayar zakat melalui kaunter di pejabat pos. Pekerja sektor swasta ini juga merasakan mereka dapat berbakti kepada golongan yang memerlukan dengan membayar zakat pendapatan (lihat Jadual 4.6).

Pada sudut yang berbeza, kajian mendapati penjawat awam lebih cenderung (*most likely*) untuk membayar zakat melalui skim potongan gaji dan perbankan internet. Sungguhpun mereka berada dalam kegawatan ekonomi atau masalah kewangan, penjawat awam masih akan membayar zakat

pendapatan dan masih akan berusaha untuk membayar zakat pada masa akan datang. Berdasarkan dapatan kajian, boleh juga dirumuskan bahawa, penjawat awam lebih cenderung membayar zakat disebabkan pengaruh rakan-rakan sekerja dan mereka mempunyai pengetahuan yang cukup tentang zakat pendapatan.

Secara kesimpulannya dapat dilihat bahawa, mereka yang bekerja di sektor awam lebih cenderung untuk membayar zakat ke atas wang pendapatan atas rasa tanggungjawab sosial kepada umat Islam, juga disebabkan oleh galakan yang diterima daripada pihak kerajaan.

Kumpulan Pembayar Lelaki-Wanita

Terdapat perbezaan ketara antara pekerja lelaki dan wanita yang membayar zakat dari segi umur, pendapatan, dan cara membayar. Lelaki yang berumur dan berpendapatan tinggi lebih cenderung untuk membayar zakat, dan kebanyakannya mereka melakukan pembayaran secara dalam talian (*online*). Kaum lelaki juga lebih cenderung untuk mempercayai institusi zakat boleh menjalankan tanggungjawab mereka dengan baik, juga mempunyai kecekapan dalam mengutip zakat (*collection*). Kepercayaan ini mungkin kesan daripada pengaruh positif yang mereka dapat daripada liputan berita tentang insitusi zakat.

Berbeza dengan kaum lelaki, kaum wanita yang lebih muda cenderung untuk membayar zakat secara berurusan di kaunter, terutamanya kaunter-kaunter zakat dan kaunter ATM. Selain itu, berbanding dengan kaum lelaki yang percaya terhadap kebolehan institusi zakat untuk mengutip wang zakat, kaum wanita pula mempunyai kepercayaan terhadap kecekapan institusi zakat dalam aspek pengagihan (*disbursement*) wang zakat kepada asnaf.

Tahap Pendidikan : Ijazah Sarjana ke atas

Analisis kajian menunjukkan mereka yang berpendidikan tinggi (Ijazah Sarjana ke atas), terdiri dari kalangan pekerja swasta yang berpendapatan tinggi, dan usia yang meningkat. Mereka lebih gemar membuat potongan gaji untuk membayar zakat pendapatan dan kebanyakannya daripada mereka ini terdiri dari kalangan wanita yang membayar zakat atas pengaruh kawan-kawan dan sanak saudara.

Golongan berpendidikan tinggi ini berpuas hati dengan maklum balas yang diterima daripada institusi zakat tentang impak zakat yang disumbangkan kerana yakin bahawa zakat dapat mengurangkan kadar kemiskinan umat Islam di Malaysia.

Kesimpulan Analisis Logistik

Kesimpulannya, penjawat awam lebih cenderung untuk membayar zakat pendapatan kerana pengaruh persekitaran seperti rakan sekerja dan galakan daripada kerajaan sendiri. Mereka mempunyai lebih rasa tanggungjawab sosial walaupun mempunyai kekurangan dari segi kewangan. Melihat dari aspek jantina pula, lelaki atau wanita yang berpendapatan tinggi lebih cenderung untuk membayar zakat pendapatan secara potongan gaji dan dalam talian (*online*). Hal yang demikian mungkin disebabkan oleh faktor masa, kerana kebanyakannya daripada mereka yang berpendapatan tinggi dan berpendidikan tinggi; berkemungkinan besar memegang jawatan yang tinggi dalam organisasi dan mempunyai masa yang terhad. Ini memberikan mereka hanya dua pilihan mudah untuk membayar zakat: potongan gaji atau *online*.

Jadual 4.6 Analisis Logistik: Kumpulan Kerajaan-Swasta

Variable	N=834		N=834		N=769	
	Coef.	p-value	Coef.	p-value	Coef.	p-value
Ekonomi2			-0.219	0.030*	-0.280	0.008**
Ekonomi4			0.187	0.006**	0.134	0.048*
Tindakan1	-0.155	0.353	-0.196	0.239	-0.321	0.031*
Tindakan3	-0.110	0.353	-0.031	0.815		
Kepercayaan1	-0.154	0.387				
Kepercayaan2	-0.004	0.983				
Kepercayaan3	-0.165	0.421				
Kepercayaan4	0.065	0.760				
Kepercayaan5	0.022	0.918				
Kepercayaan6	0.242	0.119				
Kepercayaan7	-0.031	0.857				
Kepercayaan8	-0.103	0.424				
Kepercayaan9	-0.128	0.434				
Organisasi1			-0.332	0.150		
Organisasi2			0.594	0.020*		
Organisasi3			-0.308	0.154		
Organisasi5			-0.324	0.003**		
Organisasi6			0.170	0.206		
Organisasi7			-0.224	0.08#		
TahapPendidikan	-0.141	0.141	-0.172	0.074#		
Jantina					-0.044	0.785
Pendapatan	0.226	0.019*			0.197	0.040*
ATM					-0.447	0.260
Online					-0.351	0.164
Umur	-0.067	0.268	-0.75	0.221	-0.74	0.245
KaunterZakat					0.192	0.245
PejabatPos					0.455	0.211

BayarPPZ					0.154	0.025*
Konstan	3.129	0.000**	3.569	0.000**	2.842	0.001**
Cox & Snell R square		0.046		0.066		0.046
Nagelkerke R square		0.063		0.090		0.062
Hosmer and Lemeshow		0.886		0.918		0.106
Correct predictions		64.4		65.6		63.3

**, *, #, signifikan pada 1%, 5%, 10%.

KESIMPULAN DAN CADANGAN

Penambaikan:

Faktor Sosio-Demografi

Dapatan dari analisis deskriptif yang dijalankan ke atas data yang diperolehi dari para responden menunjukkan tiada perbezaan yang signifikan di kalangan golongan profesional (kolar putih) di Wilayah Persekutuan yang membayar zakat ke atas pendapatan, dengan mereka yang belum lagi membayar zakat. Bagi kedua-dua kumpulan ini, majoriti responden terdiri daripada perempuan berbanding lelaki, berumur dalam lingkungan 24 hingga 35 tahun, berkahwin, mempunyai sekurang-kurang ijazah sarjana muda, berpendapatan kurang dari RM5,000 dan berkerja di sektor swasta.

Faktor-faktor Penggalakan Pembayaran Zakat

Dua belas faktor motivasi telah dikenalpasti melalui sesi kumpulan fokus dan daripada sorotan literatur. Tujuh (7) daripada faktor-faktor tersebut adalah faktor intrinsik atau faktor dalaman, manakala lima (5) lagi faktor yang dikategorikan sebagai faktor ekstrinsik atau faktor luaran. Faktor-faktor motivasi ini adalah faktor yang mendorong seseorang untuk membayar zakat ke atas pendapatan atau gaji mereka.

Faktor-faktor intrinsik ini terdiri daripada faktor dalaman seperti faktor agama dan keimanan, faktor kesedaran, faktor pengetahuan, faktor ekonomi, faktor kepercayaan, faktor kepuasan dan faktor altruisme. Faktor-faktor ekstrinsik pula terdiri dari faktor organisasi iaitu faktor kakitangan, faktor liputan informasi, faktor akses, faktor pengaruh orang sekeliling dan

faktor pendedahan dan ketelusan (lihat Jadual 4.4).

Faktor Nilai Motivasi Intrinsik dan Ekstrinsik

Berdasarkan kepada faktor-faktor intrinsik yang dikaji, hanya faktor altruisme sahaja yang tidak menunjukkan hubungan yang signifikan dengan motivasi untuk membayar zakat ke atas pendapatan.

Penemuan daripada kajian ini menunjukkan bahawa faktor ekonomi mempunyai pengaruh terbesar dalam menentukan seseorang profesional untuk membayar zakat ke atas pendapatan mereka. Ini adalah satu penemuan yang amat menarik, kerana majoriti daripada responden menyatakan bahawa mereka masih boleh membayar zakat walaupun menghadapi masalah kewangan.

Rata-rata responden memperolehi pendapatan RM5,000 ke bawah. Ini menunjukkan satu sikap yang sangat mulia dan disokong oleh faktor agama dan keimanan yang dinilai tinggi oleh responden. Faktor agama dan keimanan juga telah diuji dan mempunyai hubungan yang signifikan dengan motivasi untuk membayar zakat ke atas pendapatan.

Dalam kajian sebelum ini, penyelidik mengkaji kesan pembayaran zakat ke atas pembangunan ekonomi ummah (Hamid, 2013; Bakar dan Rashid, 2010). Berbanding dengan kajian-kajian yang lalu, penemuan ini membuktikan bahawa keadaan ekonomi peribadi adalah peramal penting dalam mendorong seseorang untuk mengeluarkan zakat ke atas pendapatan.

Faktor kedua yang memberi pengaruh yang kuat terhadap motivasi membayar zakat ke atas pendapatan ialah faktor pengetahuan. Ilmu yang mencukupi mengenai zakat pendapatan dan cara untuk membayarnya adalah amat penting

bagi mendorong seseorang untuk membayar zakat. Selain itu, pengetahuan tentang tempat untuk membayar zakat, juga kaedah untuk mengira zakat ke atas pendapatan dilihat dapat meningkatkan lagi dorongan untuk membayar zakat.

Berbanding dengan hasil penemuan terdahulu oleh Abdul Lateff dan Palil (2011) dimana faktor kepercayaan adalah faktor yang terendah di dalam kajian mereka, faktor ketiga terpenting dalam motivasi pembayaran zakat pendapatan dalam kajian ini ialah faktor kepercayaan atau *trust*. Kepercayaan adalah amat penting di dalam pembangunan hubungan dua hala seperti hubungan pelanggan dan agensi.

Sekiranya diaplikasikan kepada aspek zakat, boleh dikatakan bahawa hubungan pembayar zakat pendapatan dan institusi zakat adalah hubungan di antara pelanggan dan agensi. Untuk mengukuhkan lagi hubungan ini, pihak pembayar zakat disarankan untuk mempunyai satu tahap kepercayaan yang tinggi ke atas institusi zakat sebagai pemegang amanah yang menyampaikan wang zakat kepada asnaf yang layak. Dengan kepercayaan yang tinggi ini, pembayar zakat akan rasa berpuas hati apabila mengetahui bahawa wang zakat mereka telah disampaikan kepada asnaf yang patut menerima, dan ibadah zakat mereka telah terlaksana.

Seterusnya, hasil penyelidikan ini juga menunjukkan bahawa majoriti responden di dalam sampel ini mempunyai kepercayaan yang tinggi terhadap institusi zakat dalam menjalankan tanggungjawab mereka dengan baik. Institusi zakat, secara umum, boleh dipercayai untuk menyalurkan wang zakat kepada asnaf dengan betul dan tidak memperuntukkan hasil kutipan bagi tujuan yang tidak berkaitan. Sehubungan dengan itu, institusi zakat mungkin dapat menumpukan lebih perhatian kepada penambahbaikan yang berterusan dalam isu-isu pengagihan wang zakat.

Faktor terpenting yang keempat ialah faktor kepuasan. Pada masa ini, responden berpuas hati dengan maklumbalas yang mereka terima daripada institusi zakat mengenai impak sumbangan dan pengagihan wang zakat kepada asnaf. Akan tetapi, responden akan lebih berpuas hati jika institusi zakat dapat menunjukkan atau melaporkan impaknya dengan lebih jelas. Antara lain, responden berharap pihak institusi zakat dapat menghebahkan mengenai penurunan kadar kemiskinan di kalangan umat Islam. Ini mungkin berpunca daripada pemerhatian mata kasar mereka, bahawa masih terdapat ramai masyarakat beragama Islam yang miskin; sungguhpun pada setiap tahun, kadar kutipan zakat meningkat.

Faktor agama dan keimanan merupakan faktor motivasi kelima terpenting dalam mempengaruhi pembayaran zakat pendapatan di kalangan responden di dalam sampel ini. Dapatkan ini adalah sama dengan dapatan daripada kajian sebelum ini dimana faktor agama merupakan faktor yang penting dalam mempengaruhi pembayaran zakat (Hamid, 2013; Abdul Lateff dan Palil, 2011; Bakar dan Rashid, 2010). Rata-rata responden mengetahui kedudukan zakat yang wajib ditunaikan oleh seseorang yang beragama Islam. Bagi mereka, membayar zakat adalah untuk mematuhi tuntutan agama. Penemuan ini tidaklah menghairankan kerana terdapat banyak maklumat dan promosi umum di media massa, juga promosi khusus dan publisiti yang di lakukan oleh insitusi-institusi zakat.

Faktor kesedaran pula merupakan faktor keenam terpenting. Kesedaran responden yang tinggi mengenai zakat pendapatan mungkin disebabkan oleh kewujudan banyak maklumat yang dapat diperolehi daripada media massa, juga daripada promosi khusus dan publisiti yang dijalankan oleh institusi zakat dari semasa ke semasa. Tahap kesedaran yang tinggi ini dapat dilihat terutamanya bagi mereka bekerja di sektor awam. Sebagai penjawat awam, mereka boleh membayar zakat secara automatik iaitu melalui potongan gaji setiap bulan.

Bagi faktor ekstrinsik pula, hanya faktor pendedahan dan ketulusan sahaja yang signifikan. Rata-rata responden inginkan maklumat tentang kutipan zakat yang lebih telus, di mana pihak institusi zakat diharapkan dapat mendedahkan dengan lebih terperinci ke mana wang zakat disalurkan. Responden menyatakan bahawa, mereka akan lebih bermotivasi untuk mengeluarkan zakat jika institusi zakat dapat menjadi lebih telus dalam pengagihan dan pembahagian wang zakat kepada asnaf.

Cadangan Strategi

Berikut adalah antara cadangan-cadangan yang dapat disarankan kepada pihak Pusat Pungutan Zakat (PPZ) untuk penambahbaikan:

Potongan Gaji

Kebanyakan responden yang membayar zakat ke atas pendapatan adalah melalui potongan gaji. Membayar melalui potongan gaji adalah satu cara yang sangat mudah bagi mereka yang bekerja. Oleh yang demikian, adalah memudahkan sekiranya pihak pengurusan Pusat Pungutan Zakat dapat meningkatkan lagi penggunaan kaedah potongan gaji dengan cara bekerjasama dengan badan-badan kerajaan dan pihak swasta. Kebanyakan firma swasta, masih belum menyediakan kemudahan ini kepada pekerja mereka. Adalah diharapkan dengan peningkatan penggunaan kaedah potongan gaji ini, kutipan zakat pendapatan dapat ditingkatkan dan mereka akan lebih bermotivasi untuk membayar zakat. Ini kerana kebanyakan mereka mungkin mempunyai kekangan masa atau halangan lain untuk membayar zakat pendapatan.

Kaunter Zakat

Cara kedua yang digemari oleh pembayar zakat pendapatan ialah melalui kaunter-kaunter pejabat zakat. Oleh yang demikian, pihak pengurusan Pusat Pungutan Zakat mungkin dapat membuka lebih banyak kaunter pembayaran zakat di lokasi-lokasi yang strategik seperti di kawasan yang jauh dari pejabat Pusat Pungutan Zakat. Selain pemilihan lokasi, penetapan waktu operasi yang sesuai juga penting untuk menggalakkan pembayar mengunjungi sekaligus membayar zakat di kaunter. Berdasarkan dapatan kajian, dapat dirumuskan bahawa terdapat lebih ramai golongan muda terutamanya wanita yang berurusani di kaunter zakat. Ini mungkin disebabkan oleh keinginan untuk mendapatkan maklumat yang lebih jelas mengenai pembayaran zakat, terutamanya bagi mereka yang baru mula berkerja setelah tamat pengajian.

Perbankan Internet (*online*)

Pembayaran melalui perbankan internet dan dalam talian (*online*), merupakan salah satu cara yang popular di kalangan pembayar zakat. Hasil kajian menunjukkan mereka yang berpendapatan tinggi dan berpelajaran tinggi (Ijazah Sarjana ke atas), lebih suka menggunakan kaedah ini. Ini mungkin disebabkan kekangan masa yang terhad antara waktu pejabat dan rumah. Kumpulan ini mungkin terdiri daripada golongan pegawai eksekutif kanan dan ke atas.

Penyebaran Maklumat dan Informasi

Masih terdapat ramai umat Islam yang bekerja tetapi belum lagi membayar zakat ke atas pendapatan mereka. Kempen kesedaran yang berterusan mengenai zakat pendapatan diharapkan dapat menarik perhatian golongan yang belum membayar zakat ini untuk menunaikan tanggungjawab

mereka. Usaha ini perlu dilakukan seiring dengan pengagihan wang zakat yang telus dan teratur kepada asnaf. Sekiranya wang zakat yang disalurkan dapat memberikan kesan atau impak yang ketara dalam membasmi kemiskinan di kalangan umat Islam di Malaysia, pastinya ia dapat meningkatkan rasa puas hati setiap penyumbang. Keadaan ini mungkin juga berupaya untuk mendorong lebih ramai lagi umat Islam untuk menunaikan tanggungjawab membayar zakat pendapatan. Reputasi dan imej institusi zakat sebagai satu institusi Islamik yang berkhidmat untuk membantu golongan miskin dan asnaf-asnaf yang lain juga akan meningkat di mata masyarakat Islam.

Salah Faham Mengenai Tanggungjawab Pusat Pungutan Zakat (PPZ)

Masih terdapat masyarakat Islam di kawasan bandar seperti di kawasan Wilayah Persekutuan yang masih tidak mendapat maklumat atau informasi yang betul. Mereka ini agak kurang berpuas hati dengan pengagihan wang zakat kepada asnaf kerana pada mereka masih terdapat asnaf-asnaf yang layak tetapi belum menerima bantuan. Maklumat tentang kutipan dan agihan wang zakat kepada asnaf harus dilakukan dengan telus supaya masyarakat tidak berasa ragu.

Bagi kebanyakan masyarakat, mereka beranggapan institusi zakat berfungsi bukan sahaja untuk mengutip, tetapi juga untuk mengagihkan zakat seperti mana yang dilakukan oleh beberapa zakat institusi lain. Oleh yang demikian, Pusat Pungutan Zakat haruslah berganding bahu dan bekerjasama dengan Baitulmal, dalam memperbetulkan persepsi masyarakat ini, terutamanya dalam aspek pengagihan wang zakat kepada asnaf. Pada kacamata masyarakat, tanggungjawab pengagihan wang zakat adalah di bawah bidang kuasa Pusat Pungutan Zakat.

Meningkatkan Perkhidmatan Pelanggan

Pusat Pungutan Zakat juga harus meningkatkan mutu kerja kakitangan yang berurusan secara langsung dengan pelanggan. Kakitangan mesti dilengkapi dengan pengetahuan dan kemahiran yang cukup tentang zakat terutama bagi kakitangan yang baru bekerja.

Maklumat Spesifik Perbelanjaan Amil

Komen daripada responden dan kumpulan fokus menunjukkan keperluan bagi maklumat tambahan yang spesifik didalam laporan agihan. Keputusan mereka untuk membayar (atau membayar lebih) dipengaruhi oleh pendedahan terperinci ini. Oleh kerana persepsi awam terhadap imej PPZ dilihat sebagai salah satu isu yang perlu diberi perhatian, terdapat keperluan untuk PPZ untuk menjadi lebih telus dalam memperincikan perbelanjaannya.

Kajian ini mendapati bahawa sementara laporan pecahan perbelanjaan asnaf lain adalah membanggakan, mereka lebih kritikal terhadap bagaimana pengurus (iaitu, PPZ) menggunakan bahagian mereka. Mereka berpendapat bahawa melaporkan satu jumlah besar (lumpsum figure) adalah tidak memadai. Mereka memerlukan pendedahan terperinci mengenai penggunaan/perbelanjaan bagi asnaf amil. Oleh itu, kajian ini mencadangkan bahawa maklumat yang lebih terperinci tentang pecahan dana yang dibelanjakan oleh amil asnaf perlu disediakan samada dalam bentuk laporan tahunan ataupun di laman sesawang PPZ atau medium lain.

Penganjuran Program Kesedaran Secara Berterusan Mengenai Pembayaran Zakat Pendapatan

Program-program kesedaran mengenai pembayaran zakat pendapatan haruslah dilakukan secara berterusan. Ini akan menyedarkan golongan yang belum membayar zakat pendapatan untuk membuat pembayaran. Masih ramai lagi masyarakat Islam yang bekerja tetapi tidak mempunyai pengetahuan tentang kewajipan membayar zakat ke atas pendapatan. Masih ada yang keliru tentang hubungan wang pendapatan dan kewajipan menunaikan zakat ke atasnya.

Selain itu, program kesedaran ini juga dapat memberi pengetahuan secara keseluruhan kepada mereka yang baru bekerja. Bagi meningkatkan kesedaran di peringkat awal, program seumpama ini harus dipanjangkan ke pusat-pusat pengajian tinggi supaya para siswa mendapat pendedahan tentang zakat pendapatan sebelum mereka mula bekerja. Diharapkan, dengan adanya pendedahan seperti ini akan membuatkan mereka mempunyai kesedaran untuk membayar zakat pendapatan sebaik sahaja melangkah ke alam pekerjaan.

Kaunter Aduan Asnaf dan Urusan Permohonan Bantuan Zakat

Walaupun agihan zakat bukanlah di bawah bidang kuasa Pusat Pungutan Zakat, tetapi pada kaca mata masyarakat, mereka beranggapan bahawa agihan wang zakat juga terletak di bawah tanggungjawab PPZ. Oleh itu, PPZ harus bekerjasama dengan Baitulmal dalam memudahkan proses agihan wang zakat dengan membuka kaunter aduan asnaf dimana masyarakat dapat menyalurkan maklumat tentang asnaf dengan lebih berkesan lagi. Kewujudan kaunter seperti ini sekaligus akan memudahkan mereka yang memerlukan bantuan untuk membuat permohonan juga dapat digunakan untuk memberi penerangan mengenai bantuan zakat dengan

jelas. Seperti mana terdapat banyak cara yang mudah untuk membayar zakat, begitu jugalah masyarakat ingin melihat terdapat pelbagai cara yang mudah untuk menerima zakat bagi mereka yang layak. Prosedur untuk membayar zakat adalah mudah dan permohonan zakat haruslah dipermudahkan.

Selain itu, masyarakat ingin melihat keberkesanan zakat dalam menurunkan kadar kemiskinan di kalangan umat Islam di Malaysia, yang mana secara tidak langsung dapat memotivasi lagi golongan profesional (kolar putih) untuk membayar zakat ke atas pendapatan. Adalah diharapkan pihak PPZ atau Baitulmal dapat turun padang untuk mencari asnaf-asnaf yang layak.

Besar kemungkinan terdapat ramai golongan yang layak tetapi tidak mampu untuk mengunjungi pejabat Pusat Pungutan Zakat bagi membuat permohonan disebabkan oleh kekangan kewangan, kesihatan dan sebagainya. Oleh itu, adalah disarankan agar pihak institusi zakat dapat membuka pejabat kecil di kawasan-kawasan yang mempunyai kepadatan penduduk yang tinggi dan berpendapatan rendah terutamanya di kawasan bandar, kerana masih ramai yang boleh dikategorikan sebagai miskin bandar. Dengan ini, anak-anak mereka akan dapat bersekolah dan mendapat pembelaan yang sepatutnya.

Natijahnya, secara tidak langsung usaha-usaha ini diharapkan dapat meningkatkan imej dan reputasi PPZ sebagai satu institusi yang benar-benar menjalankan tanggungjawab untuk membasmi kemiskinan di kalangan umat Islam di Malaysia.

Kesimpulan

Pusat Pungutan Zakat adalah satu institusi zakat yang telah lama wujud dan mempunyai jenamanya tersendiri. Tidak dapat dinafikan PPZ telah membina imej yang tersendiri dari aspek kecekapannya dalam menguruskan kutipan zakat dikalangan warga kota. Walaubagaimanapun, imej yang baik ini sedikit dicalari oleh kesan-kesan pengagihan yang tidak sampai kepada penerima zakat.

RUJUKAN

- Abdul Lateff, E. E., & Palil, M. R. (2011). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pembayaran Zakat Pendapatan Di Malaysia. In *Prosiding PERKEM VI, Jilid 1* (Vol. 1).
- Bakar, N. B. A., & Rashid, H. M. A. (2010). Motivations of paying zakat on income: Evidence from Malaysia. *International Journal of Economics and Finance*, 2(3), 76–84.
- Hamid, S. N. A. (2013). *A Study on the Corporate Image of Zakat Institution*. International Islamic University Malaysia.
- Jaafar, M. N., Affif, A., Amri, H., & Sahezan, C. N. (2011). A study on the factors attribute to non participation of zakat income among the muslim community in selangor. In *2nd International Conference on Business and Economic Research (2nd ICBER 2011) Proceeding* (pp. 450–462).
- Kamus Dewan. (2005) (Keempat.). Kuala Lumpur: Dewan Bahasa & Pustaka.
- Mohd Nor, A. H. (2010). Peningkatan kutipan zakat di Malaysia: Analisa faktor [The increase in the collection of Zakat in Malaysia: An analysis of factors]. *Jurnal Pengurusan JAWHAR*, 4(2), 79–94.
- Muda, M., Marzuki, A., & Shaharuddin, A. (2006). Faktors influencing individual participation in zakat contribution: Exploratory investigation. In *Paper presented at the Seminar for Islamic Banking and Finance 2006 (iBAF2006) organised by Faculty of Economics and Muamalat, KUIM*. Kuala Lumpur.
- Syed Bakri, S. D. (2010). PPZ sasar kutipan RM260j. *myMetro*. Retrieved from http://www.hmetro.com.my/myMetro/articles/PPZsasarkutipanRM260j//Article/article_print

- Wahid, H., Mohd Noor, M. A., & Ahmad, S. (2005). Kesedaran membayar zakat: Apakah faktor penentunya? [Awareness to pay zakat: What are the contributing factors?]. *International Journal of Management Studies*, 12(2), 171–189.
- Zulfiqar, M. (2011). *Zakah: According to the Quran and Sunnah*. Riyadh: Naktaba Dar-us-Salam.

STATISTIK KUTIPAN ZAKAT MALAYSIA

1991-2013

STATISTIK KUTIPAN ZAKAT MALAYSIA 1991 - 1995

NEGERI	1991	1992	1993	1994	1995
	KUTIPAN (RM)	KUTIPAN (RM)	KUTIPAN (RM)	KUTIPAN (RM)	KUTIPAN (RM)
W. PERSEKUTUAN	14,693,933.00	21,241,218.00	26,883,510.00	34,419,920.00	33,681,681.00
SELANGOR	7,505,522.00	10,007,951.00	10,292,638.00	13,861,337.00	13,178,868.00
JOHOR	6,709,844.00	9,064,993.00	10,128,839.00	15,895,318.00	17,867,214.00
TERENGGANU	4,584,147.00	5,469,568.00	6,727,618.00	7,749,688.00	8,398,475.00
PERAK	6,705,526.00	9,248,372.00	8,278,245.00	9,814,064.00	11,224,838.00
PULAU PINANG	2,623,824.00	3,200,000.00	3,839,240.00	5,798,027.00	7,161,835.00
PAHANG	2,805,483.00	3,400,397.00	4,172,442.00	4,878,610.00	4,056,616.00
KELANTAN	3,332,410.00	5,380,601.00	6,774,155.00	7,469,211.00	7,981,568.00
KEDAH	2,757,326.00	3,156,121.00	3,734,463.00	3,528,613.00	4,520,975.00
NEGERI SEMBILAN	2,784,985.00	4,025,375.00	4,124,059.00	3,594,483.00	4,527,781.00
MELAKA	4,381,836.00	2,379,412.00	3,342,976.00	4,454,604.00	7,062,620.00
SARAWAK	1,507,696.00	2,224,577.00	2,400,000.00	2,511,297.00	1,789,250.00
SABAH	910,571.00	1,093,840.00	1,504,200.00	1,522,970.00	1,666,150.00
PERLIS	1,541,811.00	1,694,483.00	2,031,660.00	2,119,189.00	2,454,964.00
TOTAL	62,844,914.00	81,586,908.00	94,234,045.00	117,617,331.00	125,572,835.00

Sumber: Laporan Tahunan PPZ
 Unit Penyelidikan & Pembangunan Korporat, PPZ
 2015

STATISTIK KUTIPAN ZAKAT MALAYSIA 1996 - 2000

NEGERI	1996	1997	1998	1999	2000
	KUTIPAN (RM)				
W. PERSEKUTUAN	42,921,792.00	52,850,927.00	45,770,559.00	36,019,248.99	58,921,958.69
SELANGOR	27,923,700.00	37,213,288.00	37,321,669.00	37,760,000.00	46,256,873.24
JOHOR	22,612,834.00	6,567,911.00	19,683,595.00	28,591,949.44	28,030,503.36
TERENGGANU	9,888,358.00	12,883,924.00	13,332,036.00	12,499,444.00	20,757,142.50
PERAK	12,069,152.00	15,629,554.00	16,677,872.00	15,695,046.19	19,051,532.35
PULAU PINANG	7,896,991.00	9,716,224.00	10,662,531.00	10,388,466.96	14,827,874.50
PAHANG	8,306,877.00	9,225,865.00	9,714,169.00	9,375,239.47	14,428,253.00
KELANTAN	8,865,859.00	11,171,432.00	9,865,453.00	9,533,087.90	15,674,921.90
KEDAH	6,325,940.00	6,409,012.00	7,498,203.00	8,399,694.93	11,864,620.00
NEGERI SEMBILAN	5,830,265.00	7,470,136.00	8,399,694.00	8,763,046.43	10,622,749.62
MELAKA	6,054,373.00	8,556,377.00	8,950,729.00	7,656,745.87	8,435,467.90
SARAWAK	3,189,000.00	3,907,769.00	4,499,241.00	4,611,670.00	4,946,007.44
SABAH	2,202,193.00	2,604,679.00	3,000,000.00	4,354,191.00	4,257,464.15
PERLIS	2,799,108.00	3,203,206.00	2,377,405.00	2,469,199.40	3,319,594.00
TOTAL	166,886,442.00	187,410,304.00	197,753,156.00	196,117,030.58	261,394,962.65

*Sumber: Laporan Tahunan PPZ
 Unit Penyelidikan & Pembangunan Korporat, PPZ
 2015*

STATISTIK KUTIPAN ZAKAT MALAYSIA 2001 - 2005

NEGERI	2001	KUTIPAN (RM)	2002	KUTIPAN (RM)	2003	KUTIPAN (RM)	2004	KUTIPAN (RM)	2005
W. PERSEKUTUAN	72,886,035.71	84,533,226.00	96,380,801.25	110,631,584.04	130,141,209.97				
SELANGOR	61,432,750.66	78,724,128.00	86,200,315.23	108,826,547.05	133,121,829.00				
JOHOR	31,432,921.95	29,735,717.00	33,959,015.68	38,052,802.64	49,357,154.03				
TERENGGANU	28,247,343.21	32,982,990.00	40,058,735.20	36,147,739.28	40,365,590.96				
PERAK	20,468,412.04	20,803,527.00	21,698,518.02	25,724,715.39	27,543,535.48				
PULAU PINANG	17,550,949.00	20,101,278.00	21,317,975.00	23,288,019.00	28,000,426.00				
PAHANG	16,625,473.84	18,379,997.00	20,616,368.54	22,917,724.25	31,032,233.57				
KELANTAN	16,582,718.19	16,877,786.00	18,140,371.63	22,440,931.30	29,372,551.46				
KEDAH	12,487,629.23	18,275,109.00	18,559,387.21	22,205,222.54	30,185,661.45				
NEGERI SEMBILAN	13,230,123.80	15,019,050.00	16,520,810.59	19,037,286.24	23,098,180.81				
MELAKA	12,034,520.43	12,342,303.00	13,037,830.48	14,238,492.58	17,692,093.97				
SARAWAK	8,318,162.67	13,808,155.00	10,264,513.31	15,566,982.51	15,299,300.04				
SABAH	5,331,114.89	6,183,539.00	6,573,244.92	7,784,937.74	11,314,073.92				
PERLIS	3,720,504.09	6,157,050.00	5,102,537.00	6,406,109.00	6,564,465.08				
TOTAL	320,348,659.71	373,923,855.00	408,430,424.06	473,269,093.56	573,088,305.74				

*Sumber: Laporan Tahunan PPZ
 Unit Penyelidikan & Pembangunan Korporat, PPZ
 2015*

STATISTIK KUTIPAN ZAKAT MALAYSIA 2006 - 2010

NEGERI	2006 KUTIPAN (RM)	2007 KUTIPAN (RM)	2008 KUTIPAN (RM)	2009 KUTIPAN (RM)	2010 KUTIPAN (RM)
W. PERSEKUTUAN	147,587,898.48	173,815,154.35	211,364,697.68	248,803,798.22	282,676,073.93
SELANGOR	159,834,252.79	202,193,541.00	244,409,628.00	283,648,722.00	336,934,522.00
JOHOR	54,732,942.45	73,321,840.60	100,737,539.79	109,231,254.93	122,336,032.00
TERENGGANU	42,870,576.42	51,442,341.96	66,200,415.14	73,524,193.31	76,447,878.23
PERAK	33,848,479.38	41,276,179.92	56,962,446.06	67,189,291.45	69,639,500.87
PULAU PINANG	30,589,545.62	37,085,282.33	41,764,273.00	47,952,153.34	53,239,132.91
PAHANG	35,971,733.59	41,487,155.81	57,935,146.89	71,868,302.65	80,874,869.71
KELANTAN	35,641,537.75	40,199,886.62	58,167,095.10	66,522,450.31	70,373,328.79
KEDAH	35,227,089.74	36,692,723.92	53,202,300.24	67,578,342.14	76,947,139.51
NEGERI SEMBILAN	25,821,205.04	29,356,271.66	37,409,710.68	42,275,136.39	50,201,121.23
MELAKA	19,464,653.26	22,067,022.30	26,905,934.29	30,721,955.12	34,011,770.13
SARAWAK	20,548,322.81	23,132,088.56	36,099,969.34	36,915,094.91	39,143,055.60
SABAH	16,648,793.71	17,514,982.50	23,799,155.06	25,388,088.73	32,856,749.96
PERLIS	11,847,141.66	16,699,600.00	23,134,583.00	25,253,015.10	38,091,506.00
TOTAL	670,636,172.70	806,284,071.53	1,038,092,894.24	1,196,871,798.60	1,363,772,680.87

*Sumber: Laporan Tahunan PPZ
 Unit Penyelidikan & Pembangunan Korporat, PPZ
 2015*

STATISTIK KUTIPAN ZAKAT MALAYSIA 2011 - 2013

NEGERI	2011 KUTIPAN (RM)	2012 KUTIPAN (RM)	2013 KUTIPAN (RM)
WILAYAH PERSEKUTUAN	348,882,925.85	410,411,327.58	492,402,029.53
SELANGOR	394,103,904.00	451,325,027.00	517,305,275.00
JOHOR	137,469,741.18	171,939,397.69	199,328,056.19
TERENGGANU	88,274,932.37	107,080,441.25	120,881,661.74
PERAK	86,113,585.24	99,577,582.60	109,825,143.00
PULAU PINANG	62,281,170.88	76,497,447.71	84,981,280.27
PAHANG	88,592,219.43	102,875,834.89	115,826,642.24
KELANTAN	94,083,475.87	113,163,004.70	134,150,726.83
KEDAH	106,084,292.22	106,471,950.65	123,098,353.00
NEGERI SEMBILAN	57,917,702.28	65,352,483.87	74,763,585.12
MELAKA	37,930,757.61	43,980,976.99	53,106,623.54
SARAWAK	44,126,087.93	50,831,735.00	69,462,067.00
SABAH	33,891,152.97	48,929,401.12	49,211,488.48
PERLIS	61,362,147.00	78,912,426.00	113,681,495.00
TOTAL	1,641,114,094.83	1,927,349,037.05	2,258,024,426.94

*Sumber: Laporan Tahunan PPZ
 Unit Penyelidikan & Pembangunan Korporat, PPZ
 2015*



Wisma PPZ

68-1-6 Dataran Shamelin, Jalan 4/91, Taman Shamelin Perkasa, 58100 Kuala Lumpur.

📞 03-9289 5757 📲 03-9289 5758

TALIAN ZAKAT : 1300 88 5757

🌐 www.zakat.com.my

ISBN 978-967-11042-6-2

A standard linear barcode representing the ISBN number 978-967-11042-6-2.

9 789671 104262