

Submission date: 12/01/2018

Accepted date: 21/04/2018

**KEBERKESANAN MEDIA MEMPROMOSIKAN ZAKAT PENDAPATAN SEBAGAI ALTERNATIF KEPADA CUKAI PENDAPATAN<sup>1</sup>***The Effectiveness of Media on Promoting Income Zakat as an Alternative to Income Tax*Sofia Hayati Yusoff, Rosninawati Hussin, Fauziah Hassan<sup>a</sup>, Kasim Ramli<sup>b</sup><sup>a</sup>Universiti Sains Islam Malaysia<sup>b</sup>International Islamic University Malaysia

sofia@usim.edu.my

**Abstrak**

Dari sudut kefarduan, zakat dan solat adalah sinonim. Di Malaysia, sekalipun zakat pendapatan telah difatwakan sebagai wajib mengikut jumlah pendapatan, ia belum lagi dilaksanakan secara menyeluruh. Beberapa kajian lepas menunjukkan sebahagian besar rakyat Malaysia yang berpendapatan tetap masih memilih potongan gaji berjadual (PGB) untuk pembayaran cukai pendapatan berbanding zakat pendapatan. Penyelidik telah menjalankan kajian mengenai peranan media di Malaysia dalam menyuntik kesedaran dan kefahaman kepada kumpulan sasaran mengenai kepentingan zakat pendapatan sebagai alternatif kepada cukai pendapatan. Kaji selidik bersifat kuantitatif ini adalah bertujuan 1) mengukur keberkesanan media dalam menyalurkan kesedaran terhadap isu ini dan 2) mengukur tahap kefahaman golongan sasaran terhadap kewajipan melunaskan zakat pendapatan melalui potongan gaji bulanan. Sejumlah 500 orang kakitangan awam dalam kalangan kumpulan Pengurusan dan Profesional (gred 41 dan ke atas) sekitar Selangor, Putrajaya dan Kuala Lumpur disenaraikan sebagai responden terpilih yang menyertai kaji selidik ini. Penyelidik mendapati majoriti responden memperoleh maklumat mengenai kepentingan zakat pendapatan melalui Internet berbanding sumber media yang lain. Manakala media cetak merupakan sumber maklumat utama bagi golongan yang berumur 40 tahun dan ke atas. Hasil kajian mendapati media elektronik pula merupakan sumber maklumat utama bagi golongan muda dan berpendapatan lebih daripada RM 4000.

Katakunci: zakat, zakat pendapatan, media, media elektronik, Internet.

**Abstract**

From the perspective of Islam, zakat and prayers are synonym. In Malaysia, income zakat is a major contributor to state treasury compared to other types of zakat. However, until today the awareness of many civil servants regarding the payment of income zakat, is not yet comprehensive. Some previous studies have shown that they still choose a scheduled salary deduction (PGB) for income tax payment rather than income zakat. Researchers conducted a study on the role of media in Malaysia in injecting awareness and understanding on targeted group on the importance of income zakat through PGB as an alternative to income tax. This quantitative survey aimed at: 1) measuring the effectiveness of the media in channeling the

<sup>1</sup> Artikel ini telah dibentangkan di Seminar Serantau Institusi Pengajian Tinggi Islam (SeIPTI 2017) pada 27 Mac 2017 di Fatoni University, Pattani Thailand dan merupakan penambahbaikan daripada artikel sebelum ini yang telah diterbitkan di dalam Prosiding SeIPTI 2017.

awareness of government staff on this issue and 2) measuring the level of understanding of the group on the obligation to pay the income of zakat through monthly salary deduction. A total of 500 civil servants within the Management and Professional groups (grades 41 and above) around Selangor, Putrajaya and Kuala Lumpur were listed as the selected respondents in the survey. Researchers found that the majority of respondents were informed about the importance of income zakat through the Internet compared to other media sources. While the print media is the main source of information for people over the age of 40. The findings show that electronic media is a major source of information for young people who earn more than RM 4000 monthly.

Keywords: zakat, income zakat, media, electronic media, Internet.

## PENDAHULUAN

Perlaksanaan kewajipan melunaskan pembayaran zakat ke atas orang Islam adalah sama sebagaimana kefarduan solat. Pada banyak ayat di dalam Al-Quran, Allah SWT meletakkan kewajipan solat seiring dengan kewajipan zakat sebagaimana firmanNya yang bermaksud “Dan dirikanlah kamu akan sembahyang dan keluarkanlah zakat, dan rukuklah kamu semua (berjemaah) bersama-sama orang yang rukuk” (Al-Baqarah: 43).

Sebagaimana solat, kewajipan zakat juga dengan jelas dihuraikan di dalam banyak hadis-hadis sahih. Di dalam Sahih Bukhari, hadis bilangan 575, daripada Abu Dzar R.A beliau berkata: Aku datang kepada Nabi SAW yang sedang di bawah naungan Ka’bah sedang bersabda: “Demi Tuhan Ka’bah merekalah yang rugi, demi Tuhan Ka’bah merekalah yang rugi”. Maka aku bertanya pada diriku, apakah urusanku, mungkin tampak apa-apa padaku, lalu aku duduk, sedang hatiku diliputi berbagai macam pertanyaan sehingga aku bertanya: “Siapakah mereka itu?” Jawab Nabi SAW: Mereka yang banyak harta, kecuali yang mendermakan hartanya ke kanan, ke kiri, ke muka, ke belakang (untuk shadaqah). (Bukhari, Muslim). Mendermakan harta sebagaimana terjemahan hadis ini adalah merujuk kepada menunaikan kewajipan berzakat.

Zakat pendapatan terbahagi kepada dua iaitu zakat pendapatan profesional atau dikenali sebagai *Al-u'tiyaat* (pemberian) seperti gaji, upah atau insentif dan kategori kedua ialah pendapatan terhasil daripada kerja profesional (*Zakatal-mal Al mustafad*) seperti doktor, akauntan dan sebagainya. Di Malaysia, zakat pendapatan dilihat sebagai penyumbang terbesar kepada punca zakat berbanding jenis-jenis zakat yang lain (Ahmad, Hairunnizam, & Mohd. Ali, 2007). Akan tetapi, sehingga hari ini kesedaran ke atas tuntutan membayar zakat pendapatan itu tidak berlaku secara menyeluruh.

## PERNYATAAN MASALAH

Media massa memainkan peranan penting sebagai wadah di dalam menyalurkan maklumat. Kejayaan sesuatu promosi adalah berkait rapat dengan penyaluran maklumat yang betul dan tepat kepada sasaran melalui media massa. Isu memberi kefahaman mengenai zakat pendapatan dalam kalangan kakitangan kerajaan oleh pihak media dilihat masih kabur. Masih ramai kakitangan kerajaan beragama Islam yang layak, tidak melunaskan kewajipan membayar zakat pendapatan kerana kurang kesedaran disebabkan kurang pendedahan dan promosi mengenai kefarduan zakat pendapatan di media massa. Kajian lepas membuktikan majoriti kakitangan kerajaan beragama Islam masih memilih potongan gaji berjadual untuk pembayaran cukai pendapatan dan bukannya zakat pendapatan (Hairunnizam et. Al, 2007). Kajian ini telah dijalankan dengan limitasi tertentu di mana penyelidik memberi tumpuan kajian ke atas responden dalam kalangan penjawat awam di tiga buah kawasan iaitu Putrajaya, Kuala Lumpur dan Selangor sahaja. Hanya 500 orang responden telah dipilih atas justifikasi bersandarkan limitasi kajian.

## OBJEKTIF KAJIAN

- 1) Untuk mengkaji tahap kefahaman kakitangan kerajaan berkenaan zakat pendapatan.
- 2) Untuk melihat keberkesanan media di dalam memberi kefahaman ke atas kepentingan zakat pendapatan.

## SOROTAN LITERATUR

Sebenarnya tidak terdapat kata sepakat ulama Islam mengenai kewajipan menunaikan zakat pendapatan sebagaimana jenis zakat-zakat yang lain seperti zakat harta dan fitrah. Menurut Mohd Nor et al. (2004), terdapat hanya beberapa buah negara Islam yang mewajibkan kutipan zakat ini seperti Sudan, Pakistan, Brunei dan Malaysia. Akan tetapi, pembayaran zakat pendapatan di Malaysia tidak menjadi kewajipan yang ditetapkan oleh kerajaan sebagaimana cukai pendapatan. Menurut Al Qaradawi (1987), zakat pendapatan telah mula diamalkan pada zaman Muawiyah (r.a.) dan Umar bin Abdul Aziz. Kajian awal terhadap zakat pendapatan telah dilakukan antaranya oleh Dail (1979), Mohd Ali (1989), Ibrahim (1989), Atiyah (1995) dan Tarimin (1995). Tetapi kajian-kajian lepas ini hanya tertumpu kepada permulaan zakat pendapatan ini ingin diaplikasinya iaitu dengan melihat samada zakat pendapatan ini perlu dilaksanakan atau tidak kerana timbulnya pelbagai pendapat mengenai tuntutan dan keperluan pembayaran zakat pendapatan ini.

Beberapa kajian lepas yang dijalankan di Malaysia mendapati isu zakat pendapatan masih kurang popular dalam kalangan rakyat Malaysia dan beberapa faktor telah dikenalpasti sebagai penyumbang kepada permasalahan ini (Eza Ellany & Mohd Rizal, 2011). Kajian oleh Hairunnizam et. Al (2007) mendapati hanya 28.7 peratus rakyat Malaysia beragama Islam yang bekerja memilih untuk membayar zakat pendapatan manakala selebihnya membayar cukai pendapatan melalui potongan gaji berjadual.

Kajian ini mengambilkira fungsi yang dimainkan oleh media massa di Malaysia dalam memberi maklumat kepada penganut Islam mengenai kepentingan zakat pendapatan. Penyelidik telah mengaplikasikan teori analisis fungsional ke atas kajian ini dengan melihat kepada fungsi media massa di Malaysia dalam menyampaikan maklumat berkaitan zakat pendapatan kepada responden yang dipilih. Teori ini secara asasnya merujuk kepada bagaimana media memainkan peranan di dalam mempengaruhi masyarakat (Maizatul, 2004).

## KAEDAH PENYELIDIKAN

Tinjauan dilaksanakan menerusi kaedah kaji selidik secara kuantitatif ke atas sampel dalam kalangan responden berumur 21 tahun ke atas yang bekerja dalam jabatan kerajaan termasuk kerajaan negeri di Wilayah Persekutuan Kuala Lumpur, Putrajaya dan Selangor. Seramai 500 responden telah dipilih dengan menggunakan kaedah *stratified structured randomly selected sample* untuk ditemubual berasaskan dua sumber utama iaitu:

1. Kakitangan kerajaan termasuk kerajaan negeri yang belum melunaskan bayaran zakat pendapatan (kriteria A).
2. Kakitangan kerajaan termasuk kerajaan negeri yang membuat tolakan gaji untuk zakat pendapatan (kriteria B).

**Jadual 1.1: Persampelan dan pencapaian**

<b>Kriteria responden</b>	<b>Jumlah Sampel</b>
Kakitangan kerajaan termasuk kerajaan negeri yang belum melunaskan zakat pendapatan	261
Kakitangan kerajaan termasuk kerajaan negeri yang membuat potongan gaji untuk zakat pendapatan	239
<b>Jumlah responden</b>	<b>500</b>

Soal selidik yang terdiri daripada beberapa bahagian bagi memenuhi objektif kajian telah dirangka dan diberikan kepada responden terpilih. Di dalam penentuan faktor-faktor mengukur keberkesanan aktiviti promosi dan publisiti yang dijalankan melalui media serta tahap kefahaman responden terpilih terhadap zakat pendapatan, terdapat beberapa elemen atau pembahagian yang dipertimbangkan dalam kajiselidik ini;

1. Sumber maklumat-

- Membincangkan saluran dan sumber utama bagi mendapatkan maklumat ilmu zakat. Ini bagi mengukur tahap kefahaman responden terhadap maklumat berkaitan zakat pendapatan.

2. Pandangan dan tahap kefahaman terhadap zakat pendapatan;

- Pengetahuan tentang zakat pendapatan dan tahap kefahaman terhadap kepentingannya ke atas ekonomi ummah.
- Mengukur keberkesanan mesej yang disampaikan kepada orang ramai dalam menggalakkan pembayaran zakat pendapatan melalui media massa.

3. Keberkesanan kempen media dan publisiti yang telah dijalankan telah diukur melalui 2 elemen utama:

- Keberkesanan dan relevansi – Jenis dan saluran media yang paling berkesan.
- Kepekaan kakitangan awam terhadap kepentingan membayar zakat pendapatan atau melihat berapa ramai yang berkecenderungan untuk membayar zakat melalui potongan gaji secara tetap.

## **DAPATAN PENYELIDIKAN**

### **1) Profil Responden**

Seramai 500 responden berjaya ditemubual. Responden bagi pembayaran zakat (n=239) datang dari pelbagai kawasan di Wilayah Persekutuan Kuala Lumpur, Putrajaya dan Selangor sama ada mereka bekerja atau tinggal di kawasan tersebut. Pemilihan responden telah dipilih melalui proses saringan. Hanya mereka yang berada dalam kategori gred 41 dan ke atas sahaja yang telah dipilih untuk ditemubual. Ini bagi mencapai kumpulan sasaran syarat minimum pembayaran zakat.

Dapatan kajian menunjukkan majoriti merupakan lelaki (60%) dan 57% merupakan responden berusia bawah 40 tahun, manakala selebihnya 43% berusia 41 tahun ke atas. Majoriti responden yang ditemubual adalah sudah berkahwin dan mempunyai pendapatan bulanan diantara RM2500 dan RM4000 sebulan. Profil responden yang berjaya ditemubual ditunjukkan melalui Jadual 1.2 hingga 1.6.

**Jadual 1.2: Tahap umur**

<b>Umur</b>	<b>Bilangan</b>	<b>%</b>
25-30 tahun	95	19
31-40 tahun	190	38
41-50 tahun	135	27
51-60 tahun	80	16
<b>Jumlah</b>	<b>500</b>	<b>100</b>

**Jadual 1.3: Tahap pendidikan**

<b>Pendidikan</b>	<b>Bilangan</b>	<b>%</b>
Diploma (dinaikkan pangkat ke gred 41)	35	7
Sarjana Muda	355	71
Sarjana	37	7.4
PhD	73	14.6
<b>Jumlah</b>	<b>500</b>	<b>100</b>

**Jadual 1.4: Jantina**

<b>Jantina</b>	<b>Bilangan</b>	<b>%</b>
Lelaki	301	60.2
Perempuan	199	39.8
<b>JUMLAH</b>	<b>500</b>	<b>100</b>

**Jadual 1.5: Pendapatan peribadi**

<b>Pendapatan Peribadi</b>	<b>Bilangan</b>	<b>%</b>
RM2,500-RM4,000	390	78
RM4,001-RM5,500	32	6.4
RM5,501-RM7,000	5	1
>RM7,001	73	14.6
<b>JUMLAH</b>	<b>500</b>	<b>100</b>

**Jadual 1.6: Status Perkahwinan**

<b>Status Perkahwinan</b>	<b>Bilangan</b>	<b>%</b>
Bujang/Belum berkahwin	77	15.4
Berkahwin	403	80.6
Bercerai/Berpisah	5	1
Balu/Duda	10	2
<b>JUMLAH</b>	<b>500</b>	<b>100</b>

## 2) Tahap kefahaman kakitangan kerajaan berkenaan zakat pendapatan

Dapatan menunjukkan kesedaran berkaitan zakat pendapatan adalah tinggi dalam kalangan responden. Didapati 64% responden yang ditemubual mengetahui tentang apa itu zakat pendapatan dan hukum-hakam berkaitannya. Hanya 36% responden yang kurang memahami konsep berkaitan zakat pendapatan. Akan tetapi tidak semua responden dalam kumpulan 64% ini memilih untuk membuat pembayaran zakat pendapatan melalui potongan gaji secara tetap. Sebaliknya mereka masih memilih pembayaran cukai pendapatan berbanding zakat walaupun sudah mencapai syarat minimum pelaksanaan zakat pendapatan. Dapatan ini juga melihat perbezaan gender, umur dan pendapatan bulanan responden sebagaimana jadual berikut.

**Jadual 2.1: Tahap kefahaman terhadap zakat pendapatan mengikut gender dan umur.**

	Berpengetahuan ( % )	Tidak Berpengetahuan ( % )
Semua Responden	64	36
Lelaki	69	31
Perempuan	58	42
≤40 tahun	41	59
>40 tahun	65	35
Pendapatan ≤ RM4000	60	40
Pendapatan ≥ RM4000	70	21

Soalan: sejauh manakah anda menilai tahap pengetahuan anda tentang perkara-perkara berkaitan zakat pendapatan.

Secara keseluruhannya, analisa perbandingan ke atas responden mengikut jumlah pendapatan pula mendapati , tahap pengetahuan dan kefahaman mengenai kepentingan zakat pendapatan adalah lebih tinggi dalam kalangan responden berpendapatan lebih daripada RM4000 sebulan iaitu sebanyak 79% berbanding hanya 60% responden yang berpendapatan di antara RM2500 dan RM4000. Tinjauan juga mendapati tahap pengetahuan adalah lebih tinggi dalam kalangan responden yang berumur 40 tahun keatas (65%) berbanding responden berumur kurang daripada 40 tahun (41%).

Selain itu, kajian turut meninjau tahap pengetahuan dan kefahaman responden mengenai syarat-syarat berkaitan zakat pendapatan, seperti haul dan nisab. Dapatan secara keseluruhan menunjukkan majoriti responden (71%) tidak mengetahui tentang syarat-syarat khas zakat pendapatan sebagaimana yang ditetapkan oleh organisasi zakat tempatan. Manakala lebih separuh tidak langsung mempunyai pengetahuan mengenai Haul dan Nisab .

Analisis menurut kategori pula menunjukkan respon yang lebih positif dalam kalangan kakitangan awam pembayar zakat berbanding bukan pembayar zakat. Majoriti pembayar zakat (78%) mengetahui tentang syarat-syarat zakat pendapatan berbanding hanya 35% dalam kalangan kakitangan awam yang bukan merupakan pembayar zakat pendapatan mengetahui dan memahami atau sekurang-kurangnya mempunyai pengetahuan berkaitan zakat pendapatan. Dalam kalangan pembayar zakat pula, hanya 37% tidak mengetahui apa yang dimaksudkan dengan Haul dan Nisab berbanding kakitangan awam bukan pembayar zakat yang lebih daripada separuh 55% tidak mempunyai pengetahuan mengenai Haul dan Nisab.

**Jadual 2.2: Tahap pengetahuan perkara berkaitan zakat**

Perkara/Item	Keseluruhan		Pembayar zakat pendapatan		Bukan pembayar zakat pendapatan	
	1	2	1	2	1	2
Syarat-syarat zakat	29%	71%	78%	22%	63%	37%
Haul dan Nisab	28%	72%	62%	37%	43%	55%
Pengetahuan mengenai zakat pendapatan	72%	26%	82%	17%	63%	36%

**1=Berpengetahuan 2=Tidak berpengetahuan**

**N=500**

### 3) *Keberkesanan media di dalam memberi kefahaman ke atas kepentingan zakat pendapatan*

Tinjauan telah dijalankan ke atas responden mengenai sumber maklumat yang bertanggungjawab mengingatkan mereka tentang zakat pendapatan sebagai alternatif kepada cukai pendapatan. Dapatan menunjukkan media cetak, dan media elektronik (termasuk Internet) merupakan medium yang memainkan peranan penting bagi sumber maklumat responden.

**Jadual 3.1: Sumber maklumat mengenai ilmu zakat**

Jenis media	Semua	Pembayar zakat	Bukan pembayar
Media cetak	23%	20%	26%
Media elektronik	20%	18%	22%
Sekolah agama	17%	19%	15%
Sekolah kebangsaan	14%	16%	13%
Pesanan keluarga	11%	12%	10%
Pegawai/wakil zakat	2%	3%	2%
Tiada respon	1%	1%	1%
Rakan-rakan	1%	1%	1%
Lain-lain	7%	7%	6%

Soalan; Dari manakan anda memperoleh maklumat mengenai ilmu zakat atau mengingatkan anda tentang zakat?

Bagi mendapatkan berita dan perkembangan tentang zakat pendapatan, dapatan menunjukkan sumber utama responden adalah melalui media baharu ataupun Internet dengan melayari laman sesawang organisasi zakat seperti Lembaga Zakat Selangor (LZS) dan Pusat Pungutan Zakat Wilayah Persekutuan (PPZ) serta media sosial. 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 zakat pendapatan secara lebih terperinci seperti dalam jadual di bawah.

**Jadual 3.2: Capaian sumber maklumat**

KATEGORI	SURATKHABAR ( % )	TV ( % )	INTERNET ( % )	RADIO ( % )	LAIN- LAIN ( % )
Semua	36	37	60	14	23
Pembayar zakat	34	32	65	13	24
Bukan pembayar zakat	38	41	55	15	21
≤40 tahun	29	34	75	14	20
>40 tahun	44	38	42	14	27

Seterusnya elemen terakhir dalam kajiselidik ini adalah mengukur tahap keberkesanan kempen-kempen zakat pendapatan yang dijalankan oleh pihak zakat melalui pelbagai saluran media. Dua (2) elemen utama telah digunakan sebagai garis panduan, iaitu:

1. Saluran media yang paling berkesan.
2. *Brand Awareness*- meneliti tahap pengetahuan dan kesedaran terhadap pelbagai bentuk paparan iklan berkaitan zakat pendapatan.

Elemen pertama yang disoal adalah berkenaan dengan keberkesanan media bagi mengenalpasti saluran yang paling berkesan untuk menyampaikan maklumat tentang zakat pendapatan secara khusus dan zakat lain secara am. Penyelidik mendapati saluran media elektronik TV Al-Hijrah mempunyai skor min yang tertinggi iaitu 4.01, dan diikuti laman web serta media sosial seperti facebook dengan skor min sebanyak 3.88.

Elemen kedua yang dikaji adalah berkaitan kesedaran atau *Brand Awareness* untuk meneliti sejauh mana tahap kesedaran responden terhadap iklan, rencana, atau program-program anjuran pusat zakat dalam tempoh setahun yang lepas. Tinjauan mendapati kebanyakan responden melayari Internet bagi mendapatkan maklumat (skor min: 3.11) diikuti surat khabar (skor min: 3.10) dan televisyen (skor min: 2.94). Kajian mendapati kesedaran paling rendah adalah melalui majalah iaitu dengan skor min kurang daripada 2.00.

## PERBINCANGAN

Kajian ini telah mengukur pandangan responden berdasarkan dua elemen penting iaitu tahap keberkesanan media dalam memberi kefahaman mengenai zakat pendapatan dan tahap kefahaman responden terhadap ilmu pengetahuan berkaitan zakat. Dapatan menunjukkan semakin tinggi keberkesanan penyampaian maklumat oleh media maka semakin tinggi kefahaman responden mengenai zakat pendapatan dan peranannya sebagai alternatif kepada cukai pendapatan.



Hasil analisis mendapati surat khabar berbahasa Melayu (Berita Harian, Utusan Malaysia, Kosmo, Sinar Harian, Harian Metro, dan Mingguan Malaysia), Internet (laman web organisasi zakat tempatan seperti LZS dan PPZ, serta media sosial seperti *Facebook* dan *Twitter*,) dan TV Al-Hijrah dapat meningkatkan kefahaman responden bukan sahaja mengenai zakat pendapatan malah juga mengenai organisasi zakat di tempat mereka .

Selain itu, kajian juga melihat tahap keberkesanan media dan kepekaan responden untuk membayar zakat pendapatan sebagai alternatif kepada cukai pendapatan. Dapatan menunjukkan semakin tinggi keberkesanan penyampaian maklumat maka semakin tinggi kepekaan dan tanggungjawab responden untuk membayar zakat pendapatan melalui potongan gaji secara tetap.

Akhir sekali, hasil analisis mendapati saluran media seperti TV Al-Hijrah, Internet dan akhbar tempatan dapat memberi peringatan dan meningkatkan rasa tanggungjawab responden sebagai penjawat awam beragama Islam untuk melunaskan zakat pendapatan secara berkala melalui potongan gaji bulanan. Oleh yang demikian, cadangan perlu dikemukakan kepada pihak organisasi zakat untuk memastikan media berkaitan digunakan seoptimum mungkin bagi mencapai sasaran sebenar dan memberi lebih banyak kefahaman serta kesedaran dalam kalangan kakitangan awam mengenai kepentingan zakat pendapatan sebagai alternatif kepada cukai pendapatan.

Kajian di masa akan datang perlu diperluaskan lagi dengan memilih responden di luar kawasan Wilayah Persekutuan dan Selangor bertujuan mendapatkan hasil dapatan yang lebih tepat memandangkan kakitangan awam tidak hanya tertumpu di dua kawasan ini sahaja. Kaedah penyelidikan juga perlu ditambah kepada kajian secara kualitatif dengan mengadakan sesi temubual terperinci (*in-depth intensive interview*) ke atas pegawai perhubungan awam dan pegawai media organisasi zakat setiap negeri bagi mencari kaedah terbaik mendekati kakitangan awam yang memenuhi syarat pelaksanaan zakat pendapatan tetapi masih belum melunaskannya lagi.

## **KESIMPULAN**

Walaupun cukai pendapatan mempunyai impak tersendiri dalam pembangunan negara, pembayaran zakat pendapatan sebagai alternatif kepada cukai pendapatan tetap mempunyai keistimewaan tersendiri dalam konteks negara Islam. Peranan zakat itu sendiri sebagai pembersih kepada harta milik setiap Muslim yang berkemampuan mampu memberi impak kepada bukan hanya pembangunan negara, malah kemajuan masyarakat Islam itu sendiri. Zakat mampu mengecilkan jurang diantara si miskin dan si kaya. Tetapi dalam memastikan setiap individu Muslim yang layak itu meletakkan kesedaran yang tinggi untuk melunaskan kewajipan zakat pendapatan, peranan media samaada media cetak, elektronik mahupun media baharu dilihat sebagai sangat signifikan dalam konteks masyarakat Islam moden hari ini. Dalam menghadapi dunia tanpa sempadan, media baharu dilihat sebagai wadah terkini untuk menyampaikan kesedaran mengenai kepentingan zakat pendapatan sebagai alternatif kepada cukai pendapatan.

## **PENGIKTIRAFAN**

Penyelidikan ini telah ditaja sepenuhnya oleh Universiti Sains Islam Malaysia di bawah Geran Penyelidikan Jangka Pendek USIM bermula tahun 2015 hingga 2017. Kod Projek Penyelidikan: PPP/USG-0115/FKP/30/11715.

**RUJUKAN**

- Atiyah, M. K. (1995). *Perakaunan zakat, teori dan praktis*. Kuala Lumpur: Dewan Bahasa dan Pustaka.
- Aza Shahnaz, A., Norzalina, Z., & Latifa Bibi, M. H. (2014). Keberkesanan medium maklumat sebagai perantara terhadap potensi berzakat: Kajian kes golongan muda (pelajar IPT). *E-proceedings of the Conference on Management and Muamalah (CoMM 2014)*. (e-ISBN: 978-983-3048-92-2).
- Dail, A. R. (1979). Zakat gaji dan pendapatan bebas. *Islamiyyat*, 26 (2), 50 – 67.
- Eza Ellany, A. L., & Mohd Rizal, P. (2011). *Faktor-faktor yang mempengaruhi pembayaran zakat pendapatan di Malaysia: Prosiding Perkem VI*, (2), 148 – 159.
- Hairunnizam, W., & Sanep, A. (2013). *Keberkesanan dan kesesuaian medium promosi agihan zakat: kajian kes di negeri Selangor: Prosiding Perkem VIII: 1*, 28 – 37.
- Hairunnizam, W., Sanep, A. & Mohd Ali, M. N. (2007). Kesedaran membayar zakat pendapatan di Malaysia. *Islamiyyat*. 29, 53 – 70.
- Ibrahim, H. (1989). *Asas pengiraan zakat perniagaan, penggajian dan pendapatan bebas*. Kuala Lumpur: Persatuan Kebajikan Islam Lembaga Hasil Dalam Negeri.
- Maizatul, H. M. (2004). Analisis fungsional ke atas media. *Jurnal Komunikasi*. 20, 117 – 132.
- Mohd Ali, M. N., Hairunnizam, W., & Nor Ghani, M. N. (2004). Kesedaran membayar zakat pendapatan di kalangan kakitangan profesional Universiti Kebangsaan Malaysia. *Islamiyyat*. 26 (2), 59 – 68.
- Muhsin, N. P. (2014). Amalan dakwah zakat di wilayah persekutuan malaysia: Satu pemerhatian. *Proceeding of the International Conference on Arab Studies and Islamic Civilization*. (e-ISBN 978-967-11768-4-9).
- Sanep, A. & Hairunnizam, W. (2005). *sumber zakat: Perluasan terhadap harga yang diikhtilaf, kumpulan kajian ekonomi & kewangan islam pusat pengajian ekonomi*. Kuala Lumpur: UKM.
- Sanep, A., Hairunnizam, W., & Adnan, M. (2006). Penswastaaan institusi zakat dan kesannya terhadap pembayaran secara formal di Malaysia. *International Journal of Management Studies*; 13 (2), 175 – 196.
- Tarimin, M. (1995). *Zakat pengajian: satu penilaian terbaru di Malaysia*. (Tesis Ph.D). Universiti Malaya.
- Yusuf, A. Q. (2011). *Fiqh al-zakah*. Petaling Jaya: Islamic Book Trust.