

KESEDIAAN DAN KESANGGUPAN PEMBAYARAN ZAKAT PERNIAGAAN DI KALANGAN USAHAWAN PERUSAHAAN KECIL DAN SEDERHANA: KAJIAN KES DI DAERAH KUALA MUDA/YAN, KEDAH

Readiness and Willingness to Pay Business Zakat Among Small and Medium-Sized Business Entrepreneurs: A Case Study in Kuala Kuda/Yan District, Kedah

Nabila Ahmad^{1*}

Hafizah Hammad Ahmad Khan²

Azira Rahim³

Rosmaiza Abdul Ghani⁴

^{1,2,4} Faculty of Business & Management, Universiti Teknologi MARA, Kedah, Malaysia

³ Faculty of Business & Management, Universiti Teknologi MARA, Melaka, Malaysia

*Corresponding author (Email: nabila679@uitm.edu.my)

Received: 21 August 2022, Reviewed: 5 September 2022, Published: 30 September 2022

Abstrak: Zakat perniagaan merupakan salah satu zakat yang penting bagi umat Islam yang mempunyai lebihan harta dan pendapatan untuk menunaikannya. Walaupun kutipan zakat menunjukkan peningkatan saban tahun, namun begitu, bayaran zakat perniagaan dari kalangan usahawan perusahaan kecil dan sederhana adalah masih rendah. Kajian ini dijalankan bagi mengenalpasti faktor-faktor yang mempengaruhi kesediaan dan kesanggupan peniaga untuk membayar zakat perniagaan. Berdasarkan kaji selidik yang dijalankan terhadap 95 responden di kalangan peniaga kecil dan sederhana di daerah Kuala Muda/Yan, Kedah, didapati faktor sikap, norma subjektif dan kawalan gelagat tertanggap adalah signifikan. Berdasarkan analisa Rank Spearman, faktor sikap merupakan faktor utama yang mempengaruhi kesediaan dan kesanggupan membayar zakat perniagaan dan diikuti dengan faktor kawalan gelagat tertanggap, norma subjektif dan diikuti dengan faktor kesedaran, kefahaman dan pengetahuan. Dapatkan kajian ini dapat membantu pihak Lembaga Zakat Negeri Kedah (LZNK) untuk mempergiatkan usaha bagi meningkatkan kesedaran para peniaga perusahaan kecil dan sederhana supaya membayar zakat perniagaan secara konsisten.

Kata Kunci: Zakat Perniagaan, Kesediaan, Kesanggupan, Negeri Kedah, Usahawan

Abstract: *Zakat on business is one of the most important zakat for Muslims whose have an extra income and wealth to perform it. Although the zakat collection continued to rise every year, however, business zakat payment among small and medium-sized business entrepreneurs are still low. The purpose of this research is to identify the important factors that affects the readiness and willingness of small and medium entrepreneurs to pay business zakat. The survey conducted on 95 respondents among the small and medium-sized entrepreneurs in Kuala Muda/Yan district reveals that attitudes, subjective norm, and perceived behavioral control plays a significant role. The analysis based on the Spearman rank shows that attitudes play the most important role in influencing the readiness and willingness to pay business zakat and*

followed by perceived behavioral control, subjective norm as well as awareness. The findings of research can assist the Lembaga Zakat Negeri Kedah (LZNK) to boost strategies and efforts to increase awareness among the small and medium entrepreneurs to perform their responsibilities to pay business zakat consistently.

Keywords: Business Zakat, Readiness, Willingness, Kedah State, Entrepreneur

PENGENALAN

Zakat merupakan salah satu rukun Islam yang menjadi asas kewajipan bagi setiap umat Islam yang telah akil baligh dan berkemampuan atau mempunyai lebih pendapatan serta harta untuk menunaikannya. Zakat boleh diklasifikasikan kepada beberapa kategori iaitu zakat fitrah, zakat pendapatan, zakat perniagaan, zakat pelaburan, zakat wang simpanan, zakat emas dan perak serta bermacam-macam lagi (Lembaga Zakat Selangor, 2020).

Fungsi zakat adalah amat penting sebagai ibadah yang wajib dilaksanakan oleh setiap umat Islam dan ianya disebut di dalam al-Quran sebanyak 32 kali selepas solat (Khan, 2016). Firman Allah di dalam surah Al-Taubah ayat ke 103 yang bermaksud:

“..Ambillah zakat daripada harta mereka untuk membersihkan dan menyucikan mereka, dan berdoalah untuk mereka. Sesungguhnya doamu itu (menumbuhkan) ketenteraman jiwa bagi mereka. Allah Maha Mendengar, lagi Maha Mengetahui...”

(Surah Al-Taubah:103)

Walaupun kutipan zakat menunjukkan peningkatan saban tahun, namun begitu, bayaran zakat perniagaan dari kalangan usahawan perusahaan kecil dan sederhana adalah masih rendah berbanding dengan pembayaran zakat pendapatan melalui potongan gaji oleh pekerja dalam sektor awam terutamanya sektor pendidikan dan kesihatan (Ahmad et al., 2021).

Oleh yang demikian, mengenalpasti faktor-faktor yang mempengaruhi kesediaan dan kesanggupan para usahawan kecil dan sederhana untuk membayar zakat perniagaan adalah penting supaya dapat membantu pihak Lembaga Zakat di dalam meningkatkan kutipan zakat perniagaan dari perusahaan kecil dan sederhana.

Objektif kajian ini bertujuan untuk mengenalpasti faktor-faktor yang mempengaruhi kesediaan dan kesanggupan membayar zakat perniagaan di kalangan usahawan perusahaan kecil dan sederhana. Berdasarkan Teori Gelagat Terancang oleh Ajzen (1991), kajian ini mengkaji peranan sikap, norma subjektif dan kawalan gelagat tertanggap di dalam mempengaruhi kesediaan dan kesanggupan usahawan perniagaan kecil dan sederhana membayar zakat perniagaan. Kajian ini dapat menjadi penanda aras kepada lembaga zakat untuk merancang dan merangka strategi bagi meningkatkan jumlah kutipan zakat perniagaan.

Struktur kertas kajian ini adalah seperti berikut. Bahagian 2 membincangkan mengenai dapatan dari kajian lepas dan diikuti dengan metodologi kajian di Bahagian 3. Seterusnya, Bahagian 4 membincangkan dapatan kajian ini dan diikuti dengan kesimpulan di Bahagian 5.

KAJIAN LEPAS

Kesediaan para peniaga dan usahawan untuk membayar zakat perniagaan adalah bergantung dengan beberapa faktor yang digarap daripada teori yang diperkenalkan oleh Ajzen (1991) iaitu Teori Gelagat Terancang. Faktor utama yang mempengaruhi tingkap lalu seseorang adalah sikap, norma subjektif dan gelagat tertanggap. Terdapat banyak kajian yang menerangkan mengenai peranan sikap di dalam mempengaruhi sesuatu gelagat atau tingkah laku seseorang. Seperti yang dibincangkan oleh Ajzen (1991), sikap dapat mengukur samada seseorang individu itu mempunyai tanggapan atau penilaian yang baik atau tidak baik terhadap sesuatu gelagat. Dalam konteks perniagaan, sikap seseorang peniaga terhadap zakat perniagaan adalah berdasarkan penilaian peniaga itu sendiri samada adakah ia menguntungkan atau tidak untuk membayar zakat pendapatan (Saad, R. A. J., et al., 2009).

Faktor sikap merupakan faktor utama yang mampu mempengaruhi niat serta meningkatkan tahap kesedaran terhadap zakat perniagaan dan akhirnya menyumbang kepada gelagat untuk membayar zakat perniagaan (Kamil Md Idris & Ahmad Mahdzan Ayob, 2001; Zainol & Kamil, 2009). Ini turut disokong oleh Hassan et al. (2019) yang mendapati bahawa sikap adalah salah satu faktor terpenting yang mempengaruhi niat pembayaran zakat di kalangan individu yang bekerja sendiri. Menurut Khalil et al. (2019), faktor sikap boleh dibahagikan kepada lima bahagian iaitu sikap positif, sikap was-was, sikap bersyarat, sikap am dan sikap tanpa syarat. Sikap positif, sikap was-was dan sikap bersyarat menjurus kepada hubungan yang positif terhadap gelagat kepatuhan pembayar zakat pendapatan manakala sikap am dan sikap tanpa syarat dapat mempengaruhi niat kepatuhan pembayaran zakat pendapatan secara positif (Kamil & Ahmad, 2001).

Dapatan terkini dari kajian oleh Sadallah et al. (2022) di Algeria mendapati bahawa sikap mempunyai hubungan positif terhadap keinginan membayar zakat di kalangan usahawan dan ini adalah selari dengan dapatan kajian oleh Fathony & Nor (2019) di Malaysia. Seterusnya, kepentingan mengenai faktor norma subjektif di dalam mempengaruhi gelagat individu turut mendapat perhatian di dalam kajian lepas. Norma subjektif merujuk kepada pengaruh sosial atau kumpulan rujukan seperti pasangan, ibu bapa atau rakan sebaya yang boleh mempengaruhi keputusan seseorang individu (Abashah et al., 2018; Bidin, Hussin & Salleh, 2011; Huda et al., 2012; Jogiyanto, 2007; Khalil, Amin & Azman, 2020; Noor Azman & Bidin, 2015). Namun begitu, menurut Chu & Wu (2004), norma subjektif boleh dibahagikan kepada dua bahagian iaitu komponen kepercayaan normatif prima iaitu yang datang dari kalangan keluarga serta normatif sekunder iaitu dari pengaruh guru dan rakan sebaya.

Rata-rata hasil kajian lepas menemui hubungan positif di antara norma subjektif dan gelagat pembayaran zakat (Amilahaq & Ghoniyyah, 2019; Bidin & Idris, 2009; Heikal, Khaddafi & Falahuddin, 2014); Saad et al., 2010; Yusfiarto, Setiawan & Nugraha, 2020). Menurut Zainol & Kamil (2009), seseorang individu yang beragama Islam cenderung mengambil pendapat individu Muslim yang lain dalam hal-hal agama Islam seperti zakat. Ini kerana, pandangan daripada kaum keluarga seperti pasangan suami dan isteri dan ibu bapa serta dari guru-guru dan rakan-rakan juga mampu memberikan pengaruh ke arah gelagat pembayaran zakat (Haji Othman, Sheh Yusuf & Abd Latib, 2018; Sareye & Haji-Othman, 2017). Sekiranya tanggapan sosial individu untuk membayar zakat perniagaan adalah positif, ini akan menjurus terhadap niat untuk membayar zakat perniagaan dan sebaliknya, jika

tanggapan sosial individu adalah negatif, ianya akan membantutkan niat untuk membayar zakat perniagaan (Ram Al-Jaffri, et al., 2011).

Selain itu, kajian yang dijalankan terhadap peniaga di Nigeria oleh Muhammad & Saad (2016) pula mengambil kira norma subjektif sebagai pembolehubah moderator di dalam mengkaji hubungan antara pengaruh rakan sebaya dan keputusan individu untuk membayar zakat. Dapatkan kajian ini menyokong bahawa pengaruh rakan sebaya mempunyai hubungan positif dengan niat untuk membayar zakat. Sebaliknya, di Indonesia, kajian oleh Utami, Hartoyo & Yuliati (2021) mendapatkan bahawa hubungan antara norma subjektif dan gelagat membayar zakat melalui pusat zakat adalah tidak signifikan manakala Santoso et al., (2021) pula mendapatkan bahawa faktor norma subjektif tidak mempengaruhi niat individu untuk membayar zakat. Namun demikian, kajian terkini yang dijalankan oleh Arrosyid, & Priyojadimiko (2022) mendapatkan bahawa norma subjektif mempunyai hubungan langsung dengan gelagat pembayaran zakat di mana tindakan membayar zakat dipengaruhi oleh insan terdekat yang turut membayar zakat.

Faktor ketiga yang dikenalpasti boleh menyumbang ke arah kesediaan peniaga untuk membayar zakat perniagaan adalah kawalan gelagat tertanggap di mana gelagat atau kelakuan individu terjadi oleh kerana persepsi mudah atau sukar seseorang itu untuk melakukan sesuatu gelagat tersebut (Khalil, et al., 2019). Menurut Ajzen (1991), Sekiranya individu itu beranggapan sesuatu perkara itu mudah untuk dilakukan, maka beliau akan terdorong untuk melakukannya tetapi sebaliknya jika sesuatu perkara itu dianggap sukar untuk dilaksanakan, jadi mereka kurang terdorong untuk melaksanakannya. Berdasarkan kajian yang dijalankan oleh Haji-Othman et al. (2017) di kalangan pendidik dan Malebana (2014) di kalangan pelajar yang menjadi usahawan, faktor gelagat tertanggap mempengaruhi niat membayar zakat secara signifikan. Keputusan kajian yang dijalankan oleh Zainol & Kamil (2009) mendapatkan bahawa faktor kawalan gelagat ditanggap mampu meningkatkan ramalan niat untuk melaksanakan zakat. Dalam konteks zakat perniagaan, individu yang mempunyai kawalan gelagat ditanggap tinggi bakal mempunyai niat yang tinggi untuk membayar zakat berbanding dengan mereka yang mempunyai kawalan gelagat ditanggap yang rendah. Dapatkan kajian ini adalah konsisten dengan dapatan kajian yang oleh Saad, R. A. J., et al., (2010). Namun begitu, kajian oleh Andam, A. C., & Osman, A. Z. (2019) di Filipina mendapatkan bahawa kawalan gelagat tertanggap tidak mempunyai pengaruh yang kuat dengan keputusan untuk membayar zakat.

Selain itu, faktor persekitaran dalaman seperti penyampaian maklumat yang telus dan konsisten oleh pihak institusi zakat dapat meningkatkan kepercayaan dan keyakinan orang ramai kepada institusi zakat dan seterusnya berpotensi meningkatkan hasil kutipan zakat (Mohd Farihal Osman et al., 2019). Menurut Zainol & Kamil (2009), aspek kepuasan terhadap agihan zakat oleh institusi zakat memberikan pengaruh yang signifikan kepada kepatuhan membayar zakat. Ini turut disokong oleh Mohamad Ishak, Izzatul Ussna & Mohd Rizuan (2016) yang mendapatkan bahawa hubungan diantara pusat zakat dan peniaga merupakan faktor penting untuk meningkatkan pembayaran zakat perniagaan. Faktor seterusnya yang dapat mempengaruhi gelagat membayar zakat perniagaan adalah faktor kesedaran dan kefahaman seseorang (Hasan, 2005; Zilani, et al., 2018). Menurut Rosele, Abdullah dan Ariffin (2015), selari dengan pertumbuhan syarikat kecil dan sederhana yang dimiliki oleh orang Islam serta peningkatan tahap kesedaran untuk membayar zakat, ini dapat meningkatkan kutipan zakat perniagaan. Ini bermaksud dengan menjalankan program-program dan inisiatif berkenaan

kepentingan zakat perniagaan, ianya mampu untuk meningkatkan kesedaran dan kefahaman terhadap zakat perniagaan seterusnya berpotensi untuk meningkatkan jumlah kutipan zakat perniagaan.

Kesedaran, kefahaman dan pengetahuan mengenai zakat juga menjadi salah satu faktor yang penting untuk memupuk rasa tanggungjawab masyarakat untuk membayar zakat. Kajian oleh Hairunnizam, Sanep & Mohd Ali (2005) menunjukkan bahawa golongan muda mempunyai tahap kesedaran yang rendah terhadap tanggungjawab untuk membayar zakat tetapi berpotensi untuk membayar zakat pada masa hadapan sekiranya terdapat kempen atau program berkenaan zakat dijalankan. Ini kerana kebanyakan pembayar zakat kurang pengetahuan asas tentang zakat (Mohd Asri et al., 2017). Kesedaran individu mengenai kewajipan dan tanggungjawab membayar zakat adalah berkait rapat dengan faktor kefahaman dan pengetahuan terhadap ibadat zakat itu sendiri. Menurut Mohamad Ishak, Izzatul Ussna & Mohd Rizuan (2016), kekurangan pengetahuan dan kefahaman dalam penilaian dan penaksiran zakat perniagaan akan menyebabkan bilangan pembayar zakat perniagaan akan berkurangan. Maka pentingnya bagi pihak berwajib untuk menjalankan aktiviti pendidikan zakat bersama-sama para usahawan Muslim bagi menyampaikan ilmu zakat perniagaan secara berterusan.

Berdasarkan perbincangan di atas, dapatlah disimpulkan bahawa faktor sikap, norma subjektif, kawalan gelagat ditanggap serta faktor kesedaran dan kefahaman memainkan peranan penting di dalam mempengaruhi pembayaran zakat. Memandangkan bayaran zakat perniagaan di kalangan usahawan perusahaan kecil dan sederhana masih rendah, menkaji faktor sikap, norma subjektif, kawalan gelagat ditanggap serta faktor kesedaran dan kefahaman di dalam konteks perniagaan kecil dan sederhana adalah bermanfaat bagi pihak Lembaga Zakat dan penggubal dasar di dalam merangka strategi bagi meningkatkan kutipan zakat perniagaan.

METODOLOGI

Kajian ini dijalankan dalam kalangan peniaga perusahaan kecil dan sederhana (IKS) di sekitar daerah Kuala Muda dan Yan, Kedah. Kajian ini menggunakan kaedah kuantitatif di mana soal selidik telah direka dan diadaptasi dengan berpandukan kajian yang lepas. Saiz populasi peniaga kecil dan sederhana yang telah berdaftar di Kedah adalah seramai 465 peniaga. Saiz sampel ditentukan melalui kaedah yang dibangun oleh Cochran (1963) di mana sekurang-kurang 80 responden diperlukan. Bagi kajian ini, 1ebanyak 100 perusahaan kecil dan sederhana yang beroperasi di daerah Kuala Muda/Yan, Kedah telah dipilih secara rawak melaui senarai IKS yang diperolehi daripada Laman Web Perusahaan Kecil dan Sederhana (IKS). Kaedah pengumpulan data adalah secara bersemuka dan atas talian. Dapatan kajian ini dianalisa secara deskriptif bagi mengenalpasti profil responden serta analisa berdasarkan Korelasi Rank Spearman bagi menjawab objektif kajian ini iaitu mengkaji hubungan di antara sikap, norma subjektif, kawalan gelagat ditanggap dan kesedaran dengan kesediaan dan kesanggupan membayar zakat perniagaan oleh usahawan perusahaan kecil dan sederhana.

DAPATAN KAJIAN

Bagi menjawab objektif kajian ini, soalan kaji selidik telah diedarkan kepada 100 orang responden yang terdiri daripada usahawan perusahaan kecil dan sederhana di daerah Kuala Muda/Yan, Kedah secara bersemuka dan atas talian. Namun begitu, hanya 95 kaji selidik yang lengkap dan boleh digunakan untuk analisa. Jadual 1 menunjukkan profil responden bagi kajian

ini. Dapatan kajian menunjukkan 62% daripada responden adalah perempuan dan 38% adalah lelaki di mana 78% responden sudah berkahwin, 14% adalah bujang, 6% bercerai dan 2% adalah balu. Dapatan kajian juga menunjukkan majoriti responden adalah dalam lingkungan umur 31-40 tahun iaitu sebanyak 47%, diikuti oleh 29% yang berumur diantara 41 - 50 tahun, 13% responden berusia didalam lingkungan umur 21 - 30 tahun, 7% diantara 51 - 60 tahun manakala responden berumur di bawah 20 tahun dan melebihi 60 tahun, masing-masing adalah seramai 3% dan 1%. Selain itu, majoriti responden iaitu 36% mempunyai pendidikan SPM dan setara, diikuti oleh kelayakan sijil dan diploma iaitu sebanyak 35%, 18% daripada responden mempunyai Ijazah manakala responden yang mempunyai Sarjana/PHD dan PMR masing-masing ialah seramai 7% dan 4%.

Bagi jenis perniagaan, 44% adalah peniaga yang mengusahakan perniagaan makanan, manakala diikuti oleh perkhidmatan sebanyak 20% dan peruncitan adalah sebanyak 16%. Industri yang paling kecil bilangan responden ialah daripada pembekalan kerajaan, perabot, taska, telekomunikasi dan peralatan iaitu masing-masing diwakili oleh 1% responden sahaja. Rata-rata responden iaitu 51% telah menjalankan perniagaan di antara 1-5 tahun dan diikuti dengan 26% responden telah bermula di antara 6-10 tahun, 10% di antara 11-15 tahun dan 6% sahaja yang melebihi 20 tahun. Kebanyakan responden iaitu 48% didapati memperoleh pendapatan bulanan di bawah RM 3000, diikuti dengan 14% yang mendapat pendapatan di antara RM 4001 ke RM 5000. Menariknya, 11% daripada responden didapati mendapat pendapatan bulanan melebihi RM 10 000 sebulan. Kajian ini mendapati majoriti responden iaitu 73% melaksanakan kewajipan membayar zakat perniagaan manakala 27% responden didapati tidak membayar zakat perniagaan.

Jadual 1. Profil Responden

Perkara	Perincian	Bilangan (n = 95)	Peratus (%)
Jantina	Lelaki	36	38
	Perempuan	59	62
Status Perkahwinan	Bujang	13	14
	Berkahwin	74	78
Umur	Bercerai	6	6
	Balu	2	2
Kelayakan	≤ 20	3	3
	21 – 30	12	13
	31-40	45	47
	41-50	27	29
	51-60	7	7
	> 60	1	1
Kelayakan	≤PMR	4	4
Akademik	SPM dan setara	34	36
	Sijil / diploma	33	35
	Ijazah	17	18
Jenis IKS	Sarjana/ PhD	7	7
	Jahitan	2	2
	Pakaian dan fesyen	3	3
	Kosmetik	4	4
	Makanan	42	44

	Pelbagai	2	2
	Pemasaran	4	4
	Pembekalan kerajaan	1	1
	Perabot	1	1
	Peralatan	1	1
	Perkhidmatan	19	20
	Peruncitan	14	16
	Taska	1	1
	Telekomunikasi	1	1
Tempoh Perniagaan	1-5 tahun	48	51
	6-10 tahun	25	26
	11-15 tahun	9	10
	16-20 tahun	7	7
	> 20 tahun	6	6
Pendapatan	≤ RM3000	46	48
Bulanan	RM3001-RM4000	8	9
	RM4001-RM5000	13	14
	RM5001-RM6000	4	4
	RM6001-RM7000	6	6
	RM7001-RM8000	3	3
	RM8001-RM9000	3	3
	RM9001-RM10000	2	2
	>RM10000	10	11
Membayar zakat perniagaan	Ya	69	73
	Tidak	26	27

Seterusnya, Jadual 2 statistik deskriptif bagi faktor yang dikaji iaitu sikap, norma subjektif, kawalan gelagat tertanggap dan kesedaran. Data sisihan piawai adalah penting bagi melihat bagaimana data tersebar di sekitar mean.

Jadual 2. Statistik Deskriptif

	Sikap	Norma Subjektif	Kawalan Gelagat Tertanggap	Kesedaran
N	95	95	95	95
Mean	4.406	3.981	3.875	4.115
Sisihan Piawai	0.551	0.698	0.650	0.645
Min	3	2.33	1.833	2.5
Max	5	5	5	5

Bagi menjawab objektif kedua kajian ini, analisa berdasarkan Korelasi Rank Spearman digunakan bagi mengenalpasti hubungan di antara sikap, norma subjektif, kawalan gelagat tertanggap dan kesedaran dengan kesediaan dan kesanggupan membayar zakat perniagaan oleh usahawan perusahaan kecil dan sederhana. Sekiranya nilai $p < 0.01$, ini bermaksud korelasi adalah signifikan dan hipotesis nol haruslah ditolak.

Jadual 3. Nilai rho Spearman bagi faktor-faktor di dalam model kajian

	Kesanggupan	Sikap	Norma Subjektif	Kawalan Gelagat	Kesedaran Tertanggap
Kesanggupan	-				
Sikap	0.762***	-			
Norma Subjektif	0.590***	0.601***	-		
Kawalan Gelagat	0.650***	0.523***	0.538***	-	
Tertanggap					
Kesedaran	0.491***	0.547***	0.472***	0.451***	-

***p<0.001, N=95

Korelasi Rank Spearman mengira korelasi dengan menghitung ranking data terlebih dahulu. Berdasarkan hasil dapatan Analisa korelasi di dalam Jadual 3, faktor sikap didapati sebagai faktor yang mempunyai ranking korelasi yang paling tinggi di dalam model kajian ini, yang mempengaruhi kesanggupan dan kesediaan usahawan kecil dan sederhana di daerah Kuala Muda dan Yan, untuk membayar zakat. Oleh kerana nilai rho adalah 0.762, maka hubungan diantara sikap dan kesanggupan untuk membazar zakat adalah positif. Nilai sisihan piawai di Jadual 2 bagi faktor sikap juga menunjukkan nilai paling kecil. Ini bermakna jawapan daripada responden adalah paling konsisten untuk faktor ini. Ini diikuti oleh faktor kawalan gelagat tertanggap dan norma subjektif. Kesedaran pula, merupakan faktor yang paling sederhana di dalam mempengaruhi kesanggupan dan kesediaan usahawan kecil dan sederhana untuk membayar zakat. Nilai rho bagi ketiga-tiga faktor masing-masing adalah 0.650, 0.590 dan 0.491, maka hubungan faktor-faktor tersebut, dengan kesanggupan membayar zakat adalah positif. Kesemua faktor yang terlibat di dalam model kajian adalah signifikan, di dalam nilai p adalah kurang dari 0.01.

Oleh yang demikian, dapat disimpulkan bahawa semua faktor iaitu sikap, kawalan gelagat ditanggap, norma subjectif dan kesedaran mempunyai korelasi secara langsung dengan kesanggupan dan kesediaan pembayaran zakat perniagaan dikalangan usahawan perusahaan kecil dan sederhana di daerah Kuala Muda dan Yan. Kajian ini juga mendapati bahawa faktor siakap peniaga itu sendiri merupakan faktor yang paling utama di dalam mempengaruhi kesanggupan dan kesediaan membayar zakat perniagaan. Ini diikuti oleh faktor kawalan gelagat tertanggap, norma subjektif dan yang terakhir iaitu faktor kesedaran. Dapatkan kajian ini dapat membantu pihak Lembaga Zakat dan penggubal dasar di dalam merangka strategi bagi meningkatkan kutipan zakat perniagaan di kalangan usahawan perniagaan kecil dan sederhana.

KESIMPULAN

Zakat merupakan tuntutan wajib dalam agama Islam kepada semua umat Islam yang mempunyai lebihan pendapatan dan harta. Salah satu zakat yang dikira terpenting untuk umat Islam menunaikannya adalah zakat perniagaan. Kewajipan membayar zakat telah disebut di dalam al-Quran sebanyak 32 kali dan juga turut dinyatakan di dalam al-Hadith. Semua peniaga dan usahawan yang beragama Islam tidak kira sama ada mempunyai pernigan besar ataupun kecil, wajib membayar zakat perniagaan apabila keuntungan melebihi nisabnya.

Namun begitu, kutipan zakat perniagaan dari perniagaan kecil dan sederhana masih rendah. Oleh yang demikian adalah amat penting untuk mengenalpasti tahap kesediaan dan kesanggupan para peniaga kecil dan sederhana ini untuk membayar zakat perniagaan walaupun berdepan dengan situasi yang kian mencabar supaya kutipan zakat dapat dipertingkatkan lagi untuk membantu mereka yang berada dalam kemiskinan. Justeru itu, kajian ini dijalankan untuk mengenalpasti faktor-faktor penting yang mempengaruhi kesediaan dan kesanggupan para peniaga ini untuk membayar zakat perniagaan. Kajian ini mendapati bahawa faktor sikap peniaga adalah faktor yang paling utama yang mempengaruhi kesediaan dan kesanggupan membayar zakat dan diikuti dengan faktor norma subjektif, kawalan gelagat tertanggap dan faktor kesedaran, kefahaman dan pengetahuan tentang zakat perniagaan. Berdasarkan daptatan kajian pihak LZNK boleh merangka strategi yang lebih berkesan dan mengadakan kempen kesedaran dengan lebih giat lagi bagi memupuk kesediaan dan kesanggupan para peniaga perusahaan kecil dan sederhana untuk membayar zakat perniagaan dan kekal membayarnya walaupun menghadapi pelbagai cabaran semasa.

Kajian ini diharap dapat memberikan sedikit sebanyak input dan maklumat kepada penggubal dasar dan pihak LZNK untuk mempergiatkan lagi usaha meningkatkan kesedaran para peniaga perusahaan kecil dan sederhana untuk menjalankan kewajipan membayar zakat perniagaan. Inovasi dalam pelaksanaan zakat perlu dibangunkan seperti memantapkan sistem pembayaran zakat terutamanya zakat perniagaan, membangunkan aplikasi menerusi telefon bimbit bagi mempermudahkan peniaga membayar zakat perniagaan setiap bulan, mewujudkan aplikasi yang mampu memberikan informasi yang jelas dan konsisten kepada para peniaga, mewujudkan telegram usahawan kecil dan sederhana bagi setiap daerah supaya kempen kesedaran dan informasi berkaitan zakat perniagaan dapat diuar-uarkan dengan lebih cepat dan mudah. Pihak LZNK perlu memperkasakan penggunaan teknologi dalam menyampaikan maklumat dan melaksanakan proses kutipan zakat perniagaan supaya para peniaga tertarik untuk membayar zakat disebabkan kemudahan yang disediakan adalah terkini dan canggih.

Pihak kerajaan juga perlu memainkan peranan dengan memberikan kemudahan dan bantuan kepada LZNK seperti pengurangan pembayaran cukai, memberikan insentif potongan harga pembelian bahan mentah dan memberikan kemudahan teknologi yang berpatutan kepada peniaga kecil dan sederhana. Akhir sekali, para peniaga perusahaan kecil dan sederhana perlu memahami dan sedar akan tanggungjawab serta kewajipan membayar zakat perniagaan dan sentiasa berusaha kerasa supaya mereka dapat membantu golongan asnaf yang semakin meningkat ketika ini. Semua pihak perlu berganding bahu dalam mendepani cabaran yang mendarang serta terus bersemangat menjalankan tanggungjawab mereka dengan sebaik mungkin demi agama, bangsa dan negara.

PENGHARGAAN

Kajian ini merupakan sebahagian daripada projek penyelidikan Geran Zakat yang bertajuk “Kesediaan dan Kesanggupan Pembayaran Zakat Perniagaan Dalam Kalangan Usahawan Perusahaan Kecil dan Sederhana di Daerah Kuala Muda/Yan, Kedah” yang dibiayai oleh Lembaga Zakat Negeri Kedah (LZNK).

RUJUKAN

- Abashah, A., Samah, I. H. A., Saraih, U. N., Rashid, I. M. A., Ramlan, S. N., & Radzi, W. N. S. W. M. (2018). The impact of attitude and subjective norms towards zakat compliance behavior in Malaysia. *International Journal of Engineering & Technology*, 7(3.210), 171-174.
- Ahmad, S., Jamaluddin, N. A., Abdullah, S. F., Abdullah, S., & Mohamad, A. (2021). Pelaksanaan Mekanisme Kutipan Zakat Perniagaan: Satu Pendekatan Proaktif oleh suFaLembaga Zakat Negeri Kedah (LZNK). *International Research Journal of Shariah, Muamalat and Islam (IRJSMI)*, 3 (6), 1-11
- Ajzen, I., (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, vol. 50, p. 179-211
- Amilahaq, F., & Ghoniayah, N. (2019). Compliance behavior model of paying zakat on income through zakat management organizations. Share: *Jurnal Ekonomi dan Keuangan Islam*, 8(1), 114-141.
- Andam, A. C., & Osman, A. Z. (2019). Determinants of intention to give zakat on employment income: Experience from Marawi City, Philippines. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 10(4), 528–545. doi: 10.1108/JIABR-08-2016-0097
- Arrosyid, A., & Priyojadimiko, E. (2022). Analisis Pengaruh Sikap, Norma Subjektif, Kontrol Perilaku dengan Religiusitas dan Niat sebagai Variabel Moderasi terhadap Keputusan Muzakki dalam Membayar Zakat. Quranomic: *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 1(1), 15-37
- Bidin, Z., Hussin, Z., & Salleh, S. M. (2011). Pengaruh sikap dan norma subjektif terhadap niat gelagat kepatuhan cukai jualan tempatan. *International Journal of Management Studies*, 18(2), 237-251.
- Bidin, Z., & Md. Idris, K. (2009). Sikap, Norma Subjektif dan Kawalan Gelagat Ditanggap Terhadap Niat Gelagat Kepatuhan Zakat Pendapatan Gaji. *International Journal of Management Studies*, 16(1), 31–55.
- Chu, P., & Wu, T. (2004). Factors influencing tax-payer information usage behavior: Test of an Integrated Model. *PACIS 2004 Proceedings*, 430–443.
- Cochran, W.G. (1963). *Sampling Technique*. 2nd Edition, John Wiley and Sons Inc., New York.
- Fathony, S., & Nor, F. M. (2019). Gelagat Kepatuhan Pengusaha IKS terhadap Pembayaran Zakat Pernigaan: Satu Tinjauan di Daerah Seremban. *Jurnal Sultan Alauddin Sulaiman Shah*, 48-58
- Hairunnizam Wahid, Sanep Ahmad, dan Mohd Ali Mohd Noor. (2005). Kesedaran Membayar Zakat: Apakah Faktor Penentunya? *IJMS*, vol. 12(2), pp. 171-189
- Haji Othman, Y., Nazjmi, W., Fisol, M., Sholeh, M., & Yusuff, S. (2018). The moderating effect of islamic religiosity on compliance behavior of income Zakat in Kedah, Malaysia, 8(2), 281–286. <http://doi.org/10.6007/IJARAFMS/v8-i2/4382>
- Haji-Othman, Yusuf & Alwi, Ibadurrahman & Sheh Yusuff, Mohd Sholeh & Mohd Saufi, Mohd Shahid Azim. (2017). The Influence of Attitude, Subjective Norm, and Islamic Religiosity on Compliance Behavior of Income Zakat Among Educators. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*. 2017. 2222-6990. doi:10.6007/IJARBSS/v7-i11/3549

- Hasan, B., & Mohd-Shahnaz, S. (2005). Kajian terhadap faktor yang mempengaruhi pembayaran zakat perniagaan di kalangan usahawan: Kes kajian Terengganu. Kertas kerja dibentangkan semasa Seminar Ekonomi dan Kewangan Islam, ESSET Bangi, Selangor.
- Hassan, S. G., Hameed, W. U., Basheer, M. F., & Ali, J. (2019). Zakat compliance intention among self-employed people: evidence from Punjab, Pakistan. *Al-Adwah*, 34(2), 80–96.
- Heikal, M., Khaddafi, M., & Falahuddin (2014). The Intention to Pay Zakat Commercial: An Application of Revised Theory of Planned Behavior. *Journal of Economics and Behavioral Studies*, 6(9), 727-734.
- Huda, N., Rini, N., Mardoni, Y., & Putra, P. (2012). The analysis of attitudes, subjective norms, and behavioral control on muzakki's intention to pay zakah. *International Journal of business and social science*, 3(22).
- Jogiyanto. (2007). R. Yogyakarta: Andi Offset
- Kamil Md. Idris & Ahmad Mahdzan Ayob. 2001. Peranan sikap dalam gelagat kepatuhan zakat pendapatan gaji. *Analisis* 9: 171-191
- Khalil, N. M., Azman, N. S., & Omar, P. M. F. F. A. (2019). Kesediaan pembayaran zakat pendapatan dalam kalangan kakitangan awam di wilayah persekutuan labuan: Satu kajian empirikal. *Labuan e-Journal of Muamalat and Society (LJMS)*, 79-91.
- Khalil, N. M., Amin, H., & Azman, N. S. (2020). Compliance Intention to Pay Zakat on Salary. *International Journal of Zakat*, 5(2), 37-50.
- Khan, S. A., (2016). The Term 'Zakat' in the Quran and The Semantic Effects of Its Translation of Quran. *Journal of Education and Social Sciences*, Vol. 5
- Lembaga Zakat Selangor (2020). zakatselangor.com.my
- Malebana, M. J., (2014). Entrepreneurial Intentions and Entrepreneurial Motivation of Soth African Rural University Students. *Journal of Economics and Behavioral Studies*, vol. 6 (9), pp. 709-726
- Mohd Asri, M. A., Mohd Danial Afiq, K. T., Adib Izzat, S., Faris Ridhwan, F. S., Nik Muhammad Farith Adruc, N. A., & Wan Muhammad Syafiq, W. Z. Z. (2017). Factors that Influence the Zakat Collection Funds : A Case in Kuantan. *South East Asia Journal of Contemporary Business, Economics and Law*, 13(1), 30–37.
- Mohd Farihal Osman, Shuhairimi Abdullah, Nadratun Nafisah Abdul Wahab dan Muhammad Nasri Md Hussain. Merangka Strategi Pelan Tindakan bagi Meningkatkan Kutipan Zakat. *Journal of Islamic, Social, Economics and Development*, vol. 4 (8), pp. 12-21
- Mohamad Ishak Mohamad Ibrahim, Izzatul Ussna Ridzwan dan Mohd Rizuan Abdul Kadir (2016). Faktor-Faktor Halangan Terhadap Potensi Zakat Perniagaan. *International Journal of Business, Economics and Law*, vol. 9 (5), pp. 185-189
- Noor Azman, F. M., & Bidin, Z. (2015). Factors influencing zakat compliance behavior on saving. *International Journal of Business and Social Research*, 5(1), 118-128.
- Rosele, M. I., Abdullah, L., & Ariffin, M. F. M. (2015). Zakat atas Syarikat di Malaysia: Analisis Potensi. *Jurnal Intelek*, 10 (1), 25-32
- Saad, R. A. J., Bidin, Z., Idris, K. M., & Hussain, M. H. M. (2010). Gelagat Kepatuhan Zakat Perniagaan: Aplikasi Teori Tindakan Beralasan.

- Saad, R. A. J., Idris, K. M., & Bidin, Z. (2009). Peraturan Pembayaran Zakat kepada Institusi Zakat: Sikap Peniaga dan Kesannya terhadap Gelagat Pembayaran Zakat Perniagaan. *Jurnal Syariah*, 17 (3), 607-630
- Sadallah, M., Abdul-Jabbar, H., & Aziz, S. A. (2022). Promoting zakat compliance among business owners in Algeria: the mediation effect of compliance intention. *Journal of Islamic Marketing*. <https://doi.org/10.1108/JIMA-11-2021-0366>
- Santoso, S., Cahyono, Y., Wafirotin, K. Z., & Ayutika, R. D. N. (2021). An Analysis of Muzakis Behavior in Paying Zakat Mal and Factors Influencing It: The Perspective of The Theory of Planned Behavior. *JIFA (Journal of Islamic Finance and Accounting)*, 4(2), 94-107.
- Sareye, J. M., & Haji-Othman, Y. (2017). The influence of attitude, subjective norms and service quality on intention to pay business zakat among single business owners at Kuala Ketil, Malaysia. *International Journal of Novel Research in Humanity and Social Sciences*, 4(1), 100-107.
- Utami, A.R., Hartoyo & Yuliati, L. N. (2021). Behavior of Paying Zakat through Zakat Institutions. *International Journal of Research and Review*, 8(12), 260-269
- Yusfiarto, R., Setiawan, A., & Nugraha, S. S. (2020). Literacy and intention to pay zakat. *International Journal of Zakat*, 5(1), 15-27.
- Zilani, N. N., Noor, M. A. M., and Wahid, H., (2018). Kefahaman dan Kesedaran Membayar Zakat Perniagaan: Kajian Terhadap Peniaga Kecil di Bandar Tun Razak, Kuala Lumpur. *Prosiding Kebangsaan Ekonomi Malaysia*, ISSN: 2231-962X
- Zainol Bidin dan Kamil Md. Idris, (2009). Sikap, Norma Subjektif dan Kawalan Gelagat Ditanggap terhadap Niat Gelagat Kepatuhan Zakat Pendapatan Gaji. *IJMS*, vol. 16 (1), pp. 31-33