

## STRATEGI PENGKOMERSIALAN WAKAF KORPORAT BAGI PEMBANGUNAN BANDAR PENDIDIKAN: TINJAUAN AWAL

*Corporate Waqf Commercialization Strategy for Development of Waqf City: A Preliminary Finding*

Rosyilah Abd Rashid <sup>1\*</sup>

Selamah Maamor <sup>2</sup>

Mohammad Hazim Firdaus Mohd Asr <sup>3</sup>

Khubaib Ramli <sup>4</sup>

<sup>1,3,4</sup>Pusat Pengajian Perniagaan Islam, Kolej Perniagaan, Universiti Utara Malaysia (UUM),

<sup>2</sup>Institut Penyelidikan dan Inovasi Zakat, Universiti Utara Malaysia (UUM), Sintok, Kedah, Malaysia

\*Corresponding author (Email: [rosyilah@gmail.com](mailto:rosyilah@gmail.com))

Received: 3 August 2023, Reviewed: 15 August 2023, Published: 30 September 2023

---

**Abstrak:** Konsep wakaf dapat diaplikasikan untuk meningkatkan keupayaan sistem pendidikan negara. Namun, untuk melaksanakan sesbuah projek wakaf, pihak pelaksana memerlukan kegiatan kewangan dan ekonomi. Penglibatan sektor korporat di dalam perlaksanaan projek wakaf akan menyediakan pelbagai pilihan dan mempercepatkan lagi fasa pembangunan. Pada ketika ini, penglibatan yang disebutkan merupakan salah satu daripada bentuk wakaf korporat. Walaupun pada asalnya wakaf dilakukan semata-mata kerana Allah Taala, dorongan tambahan seperti pengecualian cukai dan manfaat bersama dapat menggalakkan penglibatan korporat. Kajian ini bertujuan untuk mengenalpasti strategi pengkomersialan wakaf korporat yang bersesuaian bagi projek pembangunan berasaskan wakaf. Kajian kepustakaan, temubual separa berstruktur korporat dan analisis kandungan berdasarkan tema diaplikasikan bagi merealisasikan objektif utama kajian ini. Bagi meningkatkan penglibatan korporat, terma dan syarat perlu dinyatakan dengan terang sebelum pemindahan dana dibuat. Bahagian yang terpenting sekali ialah bagaimana korporat memperoleh faedah daripada inisiatif wakaf, maka pengaturan beberapa kontrak dan penggabungan konsep pemasaran berkemungkinan besar akan dipertimbangkan. Walau bagaimanapun, praktik wakaf korporat yang memusatkan dana beberapa korporat pada penerima manfaat tunggal daripada latar belakang yang sama agak mencabar kerana kesukaran untuk meraih kepercayaan. Rangka kerja komprehensif daripada perspektif undang-undang dan syariah diperlukan bagi membolehkan inisiatif wakaf bandar mengatur strategi bagi pengkomersialan wakaf bagi pembangunan bandar pendidikan. Praktik wakaf yang luas, terutamanya dengan penglibatan korporat yang ekstensif, sudah tentunya akan mendorong pihak berkuasa untuk menyediakan undang-undang wakaf yang lebih seragam dan berpusat kerana inisiatif ini memberi manfaat kepada pelbagai pihak dari sudut ekonomi dan sosial.

**Kata Kunci:** Wakaf Korporat, Pengkomersialan, Pendidikan, Bandar Wakaf, Penglibatan Korporat

**Abstract:** *The concept of waqf could be implemented to improve the national education system's capabilities. However, a sustainable waqf project requires the project administrator to obtain financial and economic strengths. The private sector's involvement in waqf project implementation will provide alternatives and accelerate the development phase. Although the initial intention for waqf practice is only for the sake of Allah SWT, extra encouragements such as tax exemption and mutual benefits could enhance corporate involvement. This study aims to identify adequate corporate waqf commercialization strategies for waqf-based project development. Library study, semi-structured interview to corporate members, and thematic content analysis are applied to achieve the main objectives of the study. To enhance corporate involvement, the terms and conditions for the project must be spelled out clearly before fund transfers. The important part is how the project fits the sector's interest; hence an arrangement of contracts and integrated marketing concept should be considered. Nonetheless, the corporate waqf practice which centralized waqf fund to a sole beneficiary is challenging because of trust issues. A comprehensive legal and Shariah framework is required to enable waqf city initiative to strategize the commercialization of waqf-based education city development. The massiveness of waqf practice and extensive corporate involvement surely drive the authority to draft standardized and centralized waqf legislation as waqf initiative for the benefits of multiple parties in terms of economy and social.*

**Keywords:** Corporate Waqf, Commercialization, Waqf City, Corporate Involvement, Semi-Structured Interview

---

## PENGENALAN

Antara tujuan amalan wakaf dilakukan ialah membolehkan harta yang diwakafkan itu dimanfaatkan oleh pihak tertentu untuk tempoh masa yang panjang. Sebagai contoh, wakaf harta seperti tanah dapat digunakan selagi mana tanah tersebut wujud dan sesuai untuk digunakan. Namun, dengan tadbir urus korporat yang tidak kompeten dan proaktif, pemanfaatan harta tersebut boleh terjejas. Tanah yang diwakafkan berpotensi berakhir dengan keadaannya terbiar dan tidak terurus. Akhirnya, hasrat pewakaf terkubur dan masyarakat tidak mendapat faedah daripada harta wakaf itu. Maka, pengkomersialan wakaf hadir sebagai alternatif bagi memastikan perbelanjaan pengurusan dan pembangunan bandar pendidikan dapat ditampung secara berterusan untuk tempoh yang lama. Menurut Kamus Dewan Edisi Keempat, komersial merujuk kepada sifat perdagangan (DBP, 2005). Manakala, pengkomersialan wakaf bermaksud sebarang aktiviti yang bertujuan untuk menjana pendapatan daripada harta wakaf. Aktiviti tersebut boleh terdiri daripada sektor pertanian, perhotelan, perlancongan, perumahan, dan tidak terhad kepada sektor yang disebutkan ini. Selain itu, pilihan bentuk harta wakaf yang digunakan bagi pengkomersialan juga tidak ditentukan. Sebagai contoh, pengurusan wakaf Universiti Al-Azhar telah menguruskan dana wakaf terkumpul secara produktif. Institusi Al-Azhar mempunyai dana wakaf yang amat besar dan aset harta tidak alih yang terdiri daripada ribuan hektar ladang kurma dan bangunan sewaan yang berterusan memberikan pulangan kepada institusi itu saban tahun (Kasdi, 2018). Kertas kerja ini membincangkan strategi pengkomersialan yang berpotensi bagi merancakkan pembangunan dan menampung pengoperasian Bandar Pendidikan Berasaskan Wakaf Padang

Terap. Menerusi perlaksanaan yang berkesan, projek akan lebih terdedah kepada umum, lantas meningkatkan prospek wakaf dan pelaburan sedia ada, yang dapat memberikan pulangan yang cukup bagi mewujudkan projek yang mampu. Aktiviti pengkomersialan ini berlaku ketika fasa pembangunan infrastruktur dan prasarana, dan pengoperasian bandar pendidikan.

## **METODOLOGI**

Di dalam kajian ini, pendekatan kualitatif akan diaplikasikan bagi memenuhi objektif yang ingin dicapai kajian ini. Melalui pendekatan ini, kaedah pengumpulan maklumat seperti kajian kepustakaan akan digunakan di dalam menganalisis maklumat berkenaan undang-undang, kepatuhan syariah, strategi pengkomersialan serta isu dan cabaran bagi perlaksanaan model. Menurut Bowen (2009), kajian kepustakaan ataupun analisis dokumen merupakan suatu kaedah sistematik di dalam mengulas dan menilai dokumen yang berkenaan sama ada iaanya berbentuk media cetak ataupun paparan maya. Untuk tujuan pemilihan dokumen yang akan diberi penekanan, persampelan bertujuan yang merupakan persampelan bukan kebarangkalian akan digunakan. Persampelan ini membolehkan pemilihan dokumen dibuat berdasarkan kesesuaian dan nilai ilmiahnya (Saunders et al., 2009). Bagi kajian ini, kajian-kajian lepas yang berkaitan pengkomersialan harta wakaf dan isu-isu yang berbangkit akan diselidiki secara mendalam. Setelah itu, analisis kandungan yang menilai kandungan simbolik di dalam dokumen-dokumen secara sistematik akan digunakan untuk mengekstrak maklumat-maklumat yang berguna bagi daptan kajian (Kolbe & Burnett, 1991).

## **PENGKOMERSIALAN WAKAF DI MALAYSIA**

Pengkomersialan wakaf merupakan suatu amalan yang telah dipraktikkan terutamanya oleh pihak pemegang amanah bagi membolehkan harta yang diwakafkan untuk menjana keuntungan yang dapat meluaskan lagi manfaat harta wakaf tersebut. Hasil daripada keuntungan yang dijana oleh pengkomersialan ini dapat digunakan bagi membayai pengurusan tanah dan harta tersebut, sama ada dari sudut pembayaran gaji, penyelenggaraan bangunan atau penyediaan prasarana terbaharu bagi bandar pendidikan tersebut. Kajian-kajian lepas menumpukan isu-isu pengkomersialan, pemasaran wakaf dan pendanaan projek wakaf. Nor et al. (2019) meneliti isu pengkomersialan tanah wakaf berdasarkan kajian penghakiman mahkamah. Antara daptan menarik kajian ini ialah pertindihan bidang kuasa mahkamah sivil dan syariah, serta keperluan penyeragaman undang-undang wakaf dan pemusatannya yang dapat merancakkan lagi pengkomersialan wakaf sekiranya dapat diselesaikan. Hal yang sama turut dikaji oleh Nor et al. (2022) menerusi penelusuran terhadap kesan undang-undang semasa terhadap perlaksanaan dan pengkomersialan wakaf. Antara isu yang ketara ialah tanah wakaf tidak didaftarkan, bidang kuasa mahkamah terhadap amalan wakaf tidak bersesuaian, pengurusan wakaf tidak efektif dan pemilihan lokasi tanah wakaf yang tidak strategik sehingga memerlukan istibdal untuk dibuat. Isu-isu dapat dipertimbangkan dalam merangka strategi pengkomersialan agar alternatif lain dapat digariskan.

Selain itu, terdapat juga kajian yang menyelidiki kaedah pendanaan ataupun pembiayaan sesbuah projek wakaf melalui pendanaan awam. Azganin et al. (2021) mengkaji model pendanaan awam bagi tujuan projek yang berlatarbelakangkan aktiviti perladangan. Dapatan kajian ini mencadangkan dua model pendanaan awam iaitu model yang berasaskan wakaf tunai dan wakaf harta. Dana dan aset yang dikumpulkan melalui model ini digunakan

bagi membiayai projek-projek perladangan untuk peladang-peladang kecil dan institusi wakaf. Kajian lain yang membincangkan hal yang sama ialah Thaker (2018), Thaker et al. (2018), Thaker dan Pitchay (2018), dan Hapsari et al. (2022). Kajian-kajian ini membahaskan pelbagai sudut bagi model pendanaan awam wakaf (crowdfunding waqf model) (CWM). Seterusnya, faktor-faktor yang menarik minat pemberi dana juga diselidiki di dalam kajian seperti Thaker (2018) dan Sukmana et al. (2022). Kedua-dua kajian ini memerhatikan sikap pemberi dana apabila berhadapan model pendanaan awam yang mengaplikasikan teknologi kewangan. Oleh itu, teori model penerimaan teknologi (TAM) digunakan sebagai konsep yang mendasari metodologi kajian. Thaker (2018) mendapati tanggapan kebergunaan dan tanggapan mudah diguna mempunyai impak positif terhadap niat pemberi dana dalam membantu institusi wakaf untuk membangunkan tanah di Malaysia, di mana tanggapan mudah diguna mempunyai hubungan positif dan terus dengan tanggapan kebergunaan pemberi dana untuk menggunakan CWM. Sukmana et al. (2022) juga memperoleh dapatan yang hampir sama apabila mendapati model penerimaan ini mempunyai impak positif dan signifikan terhadap sikap pemberi dana. Syahputra dan Taufiq (2022) dan Amuda et al. (2014) pula menjalankan kajian yang berkonsepkan kajian kes yang berdasarkan lokaliti atau tempat.

Syahputra dan Taufiq (2022) mendapati kesedaran masyarakat, pengurusan pendaftaran tanah wakaf, manual nazir wakaf dan pemerkasaan institusi wakaf mampu meningkatkan penggunaan serta pengoptimuman pengurusan tanah wakaf di wilayah Aceh. Kajian ini turut menumpukan jalan penyelesaian bagi mengoptimumkan penggunaan wakaf termasuklah dengan cara pengkomersialan tanah wakaf. Sementara itu, Amuda et al. (2014) meneroka kemungkinan untuk dana wakaf dari Malaysia untuk dipindahkan ke negara lain seperti Nigeria. Kajian ini membuka perspektif baharu tentang cara sektor pertanian dapat dibangunkan melalui pengkomersialan wakaf. Beberapa kajian mengkaji strategi pemasaran berkesan bagi projek berasaskan wakaf. Rahman dan Idris (2018) mengetengahkan model komunikasi AIDA yang diperkenalkan oleh Elmo Lewis pada tahun 1898 di dalam pemasaran wakaf. Konsep-konsep pemasaran yang cuba diketengahkan ini boleh dijadikan panduan dalam pemilihan kaedah pemasaran yang paling sesuai mengikut masa, tempat dan jenis projek wakaf. Menurut Saufi dan Hamid (2022), pemasaran projek wakaf dipengaruhi faktor imej, kuantiti, kualiti, personaliti dan kebolehpercayaan yang menentukan sama ada usaha pemasaran yang dilakukan itu berjaya ataupun tidak.

## **STRATEGI BERKESAN BAGI PENGKOMERSIALAN WAKAF KORPORAT BANDAR PENDIDIKAN**

Pengkomersialan wakaf di bandar pendidikan berkonsepkan wakaf ini boleh dilaksanakan melalui beberapa inisiatif atau strategi. Dalam konteks pembangunan Bandar Pendidikan Berasaskan Wakaf Padang Terap, strategi pengkomersialan ini bertujuan bagi meningkatkan lagi penglibatan pihak korporat di dalam sesebuah projek wakaf. Maka, segala kecenderungan dan perkara yang menjadi pertimbangan sektor tersebut diutamakan. Bagi meningkatkan penglibatan korporat, terma dan syarat perlu dinyatakan dengan terang sebelum pemindahan dana dibuat. Bahagian yang terpenting sekali ialah bagaimana korporat memperoleh faedah daripada inisiatif wakaf, maka pengaturan beberapa kontrak dan penggabungan konsep pemasaran berkemungkinan besar akan dipertimbangkan. Pertama sekali, bagi meningkatkan penglibatan korporat di dalam projek wakaf ini, pihak pemaju dan Yayasan Wakaf Pendidikan, yang ditubuhkan bagi pentadbiran dan pengurusan bandar pendidikan tersebut

perlu mengamalkan amalan tadbir urus yang telus dan cekap. Bahkan pihak pengurusan tersebut perlu menonjolkan hal itu kerana imej dan reputasi merupakan hal penting dalam usaha meningkatkan penglibatan pihak luar (Saufi & Hamid 2022). Pihak korporat sudah tentunya ingin mengelak risiko-risiko perniagaan yang tidak perlu dan boleh dielak. Dalam hal ini, dapatan Thaker (2018) dan Sukmana et al. (2022) juga boleh dilihat sebagai isyarat kepada tadbir urus yang cekap apabila pemberi dana bereaksi secara positif terhadap elemen tanggapan kebergunaan dan tanggapan mudah diguna.

Bagi memperhebatkan lagi penglibatan korporat di dalam projek wakaf, pihak pemasaran pemaju projek perlu mendekati dan membina rangkaian dengan pelbagai pihak, termasuklah institusi wakaf. hal ini juga dapat membina reputasi yang baik terhadap pemaju dan projek wakaf yang dijalankan. Jabatan Wakaf, Zakat dan Haji (JAWHAR) dapat membantu dalam melaksanakan sesbuah projek secara sistematik melalui koordinasi bersama Majlis Agama Islam Negeri (MAIN). Manakala, Yayasan Waqaf Malaysia pula meluaskan lagi kemampuan pemaju dalam mengumpul dana, membangunkan aset, dan melakukan pelaburan. Kerjasama bersama institusi wakaf ini akan membuka peluang bagi projek ini untuk lebih dikenali sektor korporat yang berminat bagi melakukan usahasama dalam projek wakaf. Bagi mengekalkan hubungan baik di antara pemaju dan penyumbang dana wakaf, pihak pemaju perlu menjalankan fungsi perhubungan awam dua hala yang akan memastikan pemaju projek menyedari perubahan persekitaran dan pandangan masyarakat awam (Cutlip et al., 2006).

Antara strategi pengkomersialan yang dapat memberikan impak terhadap penglibatan sektor korporat di dalam projek wakaf ialah memasukkan elemen ganjaran dan faedah bagi pemberi dana. Walaupun amalan wakaf dilakukan dengan niat ibadah kepada Allah SWT semata-mata, namun pewakaf masih boleh menerima manfaat daripada wakaf yang bertujuan umum. Antara kajian yang menggabungkan elemen ganjaran ini di dalam model mereka ialah Thaker dan Pitchay (2018). Menurut model tersebut, ganjaran ketara (tangible) yang bukan berbentuk kewangan seperti kupon, baucar atau hadiah diberikan kepada pemberi dana. Menurut Thaker dan Pitchay (2018) lagi, institusi wakaf di Malaysia boleh memberikan ganjaran dalam bentuk pelepasan cukai atau token penghargaan ke atas sumbangan yang diberikan oleh para penyumbang. Selain itu, pihak pemaju dan Yayasan Pendidikan Wakaf boleh mempraktikkan amalan pengurusan perniagaan yang sudah tidak asing lagi dalam menguruskan risiko iaitu diversifikasi pelaburan. Bandar Pendidikan Wakaf Padang Terap ini merangkumi sebelas jenis pembangunan, termasuklah hotel, pasaraya dan rumah kedai. Di samping itu, kaedah pelaburan juga boleh dipelbagaikan.

Konsep kontrak Islam iaitu ijarah, musharakah dan mudarabah boleh diaplikasikan mengikut prasarana dan infrastruktur yang ingin dibangunkan. Setelah itu, pendigitalan kaedah pengumpulan dana wakaf juga salah satu inisiatif yang dapat merancakkan penglibatan pendanaan projek sama ada daripada kalangan individu, pertubuhan bukan kerajaan, pertubuhan kerajaan mahupun korporat. Dapatan Hapsari et al. (2020) menunjukkan penggunaan CWM melalui platform atas talian mendapat sambutan yang baik daripada orang ramai. Strategi seterusnya ialah dengan mewujudkan bahagian pemasaran yang berperanan mendapatkan prospek pewakaf bukan sahaja terhad kepada korporat, malah daripada kalangan individu, pertubuhan bukan kerajaan atau pertubuhan kerajaan, di samping berfungsi sebagai rujukan maklumat bagi prospek tersebut. Bagi projek yang bergantung kepada pendanaan awam, pemasaran adalah salah satu komponen penting projek kerana ia dapat menguatkan

kehadiran pengurusan bandar pendidikan ini di dalam pasaran lantas menggalakkan lagi penglibatan masyarakat dan korporat. Pada masa yang sama, kesedaran wakaf masyarakat, yang sangat berperanan di dalam pengoptimuman wakaf menurut Syahputra dan Taufiq (2022), juga dapat ditingkatkan. Bahagian pemasaran ini menjadi tunjang dalam menonjolkan pengamalan tadbir urus yang telus dan cekap, meningkatkan perhubungan pelbagai pihak dan mempromosikan kelebihan yang bakal diperoleh korporat dalam penglibatannya.

Terdapat beberapa penambahbaikan yang dapat meningkatkan keberkesanannya strategi yang dirangka berdasarkan kajian perpustakaan ini. Strategi yang dikemukakan hendaklah digandingkan dengan ulasan ahli akademik dan pihak korporat bagi memastikan tahap keberkesanannya kerana pendapat mereka penting dalam mengenalpasti faktor yang menggalakkan amalan wakaf bagi disebatkan di dalam strategi pemasaran projek wakaf. Pandangan daripada korporat pula dapat dijadikan panduan dalam mengenalpasti keutamaan yang dititikberatkan oleh sektor tersebut. Walau bagaimanapun, praktik wakaf korporat yang memusatkan dana beberapa korporat pada penerima manfaat tunggal daripada latar belakang yang sama agak mencabar kerana kesukaran untuk meraih kepercayaan.

Namun, hal ini boleh diatasi melalui tadbir urus yang telus dan cekap, serta pernyataan terma dan syarat yang jelas mengenai pemusatan dana ini ketika perjanjian dimeterai antara pihak yang terlibat. Rangka kerja komprehensif daripada perspektif undang-undang dan syariah diperlukan bagi membolehkan inisiatif wakaf bandar mengatur strategi bagi pengkomersialan wakaf bagi pembangunan bandar pendidikan. Hal ini membantu pihak pemaju dan Yayasan Pendidikan Wakaf dalam menentukan skop pengkomersialan yang boleh dibuat. Isu-isu semasa yang dibangkitkan juga perlu diamati supaya pengoperasian bandar wakaf ini dapat beradaptasi dan mengambil langkah proaktif apabila menghadapi cabaran ketika perlaksanaannya.

## **PENUTUP**

Sebagai rumusan, aktiviti pengkomersialan merupakan antara kaedah yang boleh diaplikasikan setiap projek yang berasaskan wakaf. Ianya membantu pihak pengurusan bagi menjana pendapatan dan pengumpulan dana yang menyumbang kepada kekuatan kedudukan kewangan Strategi Tadbir urus telus & cekap Perhubungan Elemen ganjaran & faedah Diversifikasi Pendigitalan Bahagian pemasaran berkesan projek tersebut. Ia juga mempercepatkan lagi pembangunan tanah wakaf, lantas meningkatkan keyakinan pelabur dan pemberi dana terhadap pengurusan projek. Maka aktiviti ini perlulah dipadankan dengan strategi yang berkesan bagi mendapatkan sokongan daripada individu, pertubuhan bukan kerajaan, pertubuhan kerajaan, dan sektor korporat. Antara strategi pengkomersialan wakaf korporat yang berpotensi ialah pengamalan tadbir urus yang telus dan cekap, perhubungan bersama pelbagai pihak, pemasukan elemen manfaat dan faedah, diversifikasi portfolio pelaburan, pendigitalan bagi kaedah pengumpulan dana, dan pewujudan bahagian pemasaran berkesan.

## RUJUKAN

- Amuda, Y. J., Embi, A. C., & Babatunde, O. H. (2014). An agricultural Approach to the commercialization of Cash Waqf between Malaysia and Nigeria. *Journal of Advanced Management Science*, 2(4), 344-348.
- Azganin, H., Kassim, S., & Sa'ad, A. A. (2021). Proposed waqf crowdfunding models for small farmers and the required parameters for their application. *Islamic Economic Studies*, 29(1), 2-17.
- Bowen, G. A. (2009). Document Analysis as a Qualitative Research Method. *Qualitative Research Journal*, 9(2), 27-40. <https://doi.org/10.3316/QRJ0902027>
- Cutlip, S. M., Center, A. H. & Broom, G. M. (2006). *Effective public relations*. Pearson Education Inc.
- Dewan Bahasa dan Pustaka (DBP) (2005). *Kamus Dewan Edisi Keempat*. DBP.
- Hapsari, M. I., Thaker, M. A. B. M. T., Mohammed, M. O., & Duasa, J. (2022). The likelihood of using crowdfunding-Waqf model in Malaysia. *International Journal of Ethics and Systems*, 38(4), 682-701.
- Hapsari, M. I., Bin, M. A., Muhammad, M. O., & Dausa, J. (2020). Crowdfunding For Developing Waqf Land a Study on Malaysia. *Jurnal Syarikah: Jurnal Ekonomi Islam*, 6(1), 1-10.
- Kasdi, A. (2018). The Empowerment of Productive Waqf in Egyptian Al-Azhar for Education and its Relevance to be Implemented in Indonesia. *International Journal of Mechanical Engineering and Technology (IJMET)*, 9(11), 1839-1851.
- Kolbe, R. H., & Burnett, M. S. (1991). Content-analysis research: An examination of applications with directives for improving research reliability and objectivity. *Journal of Consumer Research*, 18(2), 243–250. <https://doi.org/10.1086/209256>
- Nor, M. Z. B. M., Azahar, A., & Mohamad, A. M. (2019). Legal Impact on Waqf for Property Development and Commercialisation: Court Judgements Analysis. *Journal of Islamic, Social, Economics and Development*, 4(26), 77-86.
- Nor, M. Z. M., Alias Azhar, A. M. M., Yusof, Y., Hanisham, A., & Khalid, M. (2022). The Impact of Law on The Development and Commercialisation of Waqf Property. *International Journal of Law, Government and Communication*, 7(28), 52-59.
- Rahman, S. S. A., & Idris, J. (2018). Aplikasi Model AIDA Dalam Pengurusan Wakaf. *Jurnal Pengurusan & Penyelidikan Fatwa*, 13(1), 1-16.
- Saufi, M. S. A. & Hamid, M. A. (2022). Kesan Pemasaran Terhadap Wakaf Pendidikan Tinggi di Malaysia. *CIFER International Journal of Islamic Finance*, 1(1), 75-80.
- Saunders, M. N. K., Lewis, P. & Thornhill, A. (2009). *Research Methods for Business Students* (5th ed.). Pearson Education.
- Sukmana, R., Trianto, B., & Zaimsyah, A. M. (2022). Determinant factor of crowdfundingers' behavior in using crowdfunding waqf model in Indonesia: two competing models. *Journal of Islamic Marketing*, (ahead-of-print).
- Syahputra, A., & Taufiq, T. (2022). Waqf Optimization in Aceh Province. *Al-Tijary*, 95-111.
- Thaker, M. A. B. M. T. (2018). Factors influencing the adoption of the crowdfunding-waqf model (CWM) in the waqf land development. *Journal of Islamic Marketing*, 9(3), 578-597.

Thaker, M. A. B. M. T., & Pitchay, A. A. (2018). Developing waqf land through crowdfunding-waqf model (CWM): the case of Malaysia. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 9(3), 448-456.

Thaker, M. A. M. T., Thaker, H. M. T., & Pitchay, A. A. (2018). Modeling crowdfundingers' behavioral intention to adopt the crowdfunding-waqf model (CWM) in Malaysia: The theory of the technology acceptance model. *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*, 11(2), 231-249