

Hakcipta © tesis ini adalah milik pengarang dan/atau pemilik hakcipta lain. Salinan boleh dimuat turun untuk kegunaan penyelidikan bukan komersil ataupun pembelajaran individu tanpa kebenaran terlebih dahulu ataupun caj. Tesis ini tidak boleh dihasilkan semula ataupun dipetik secara menyeluruh tanpa memperolehi kebenaran bertulis daripada pemilik hakcipta. Kandungannya tidak boleh diubah dalam format lain tanpa kebenaran rasmi pemilik hakcipta.



**PENENTU KEPERCAYAAN TERHADAP INSTITUSI
ZAKAT: KAJIAN DALAM KALANGAN PIHAK
BERKEPENTINGAN DI NEGERI KEDAH**

HAFIZAH BINTI ZAINAL



UUM
Universiti Utara Malaysia

**DOKTOR FALSAFAH
UNIVERSITI UTARA MALAYSIA
OKTOBER 2017**

**PENENTU KEPERCAYAAN TERHADAP INSTITUSI ZAKAT: KAJIAN
DALAM KALANGAN PIHAK BERKEPENTINGAN
DI NEGERI KEDAH**



Oleh
HAFIZAH BINTI ZAINAL

UUM
Universiti Utara Malaysia

**Tesis yang diserahkan kepada Othman Yeop Abdullah School of Business,
Universiti Utara Malaysia,
Untuk Memenuhi Keperluan bagi Ijazah Doktor Falsafah**

KEBENARAN MENGGUNA

Dalam menyerahkan tesis ini bagi memenuhi syarat sepenuhnya untuk ijazah lanjutan Universiti Utara Malaysia, saya bersetuju bahawa perpustakaan universiti boleh secara bebas membenarkan sesiapa sahaja untuk memeriksa. Saya juga bersetuju bahawa penyelia saya atau jika ketiadaannya, Dekan Pusat Pengajian Perniagaan Islam diberi kebenaran untuk membuat sesalinan tesis ini dalam sebarang bentuk, sama ada keseluruhannya atau sebahagiannya bagi tujuan keserjanaan. Adalah dimaklumkan bahawa sebarang penyalinan atau penerbitan atau kegunaan tesis ini sama ada sepenuhnya atau sebahagian daripadanya bagi tujuan kewangan, tidak dibenarkan kecuali setelah mendapat kebenaran bertulis. Juga dimaklumkan bahawa pengiktirafan harus diberi kepada saya dan Universiti Utara Malaysia dalam sebarang kegunaan keserjanaan terhadap sebarang petikan daripada tesis saya.

Sebarang permohonan untuk menyalin atau mengguna mana-mana bahan dalam tesis ini, sama ada sepenuhnya atau sebahagiannya, hendaklah dialamatkan kepada:

Dekan Pusat Pengajian Perniagaan Islam
Universiti Utara Malaysia
06010 UUM Sintok
Kedah Darul Aman



UUM
Universiti Utara Malaysia

ABSTRAK

Isu mengenai kepercayaan terhadap institusi zakat dalam kalangan pihak berkepentingan terus diperdebatkan. Hal ini kerana institusi zakat memainkan peranan penting dalam pembangunan ekonomi umat Islam. Oleh itu, penentu kepercayaan terhadap institusi zakat perlu dikaji. Kajian lepas dalam bidang zakat kurang menjelaskan fenomena ini. Justeru, kajian ini bertujuan membincangkan hubungan langsung antara kepuasan agihan, kualiti perkhidmatan, sikap, norma subjektif, pengetahuan, nilai agama dan reputasi dengan kepercayaan terhadap institusi zakat. Kajian ini juga mengkaji kesan kepuasan agihan sebagai pengantara dalam hubungan kualiti perkhidmatan dan kepercayaan institusi zakat. Selain itu, sikap sebagai pengantara dalam hubungan norma subjektif dan kepercayaan juga turut dikaji. Kerangka kajian telah dibangunkan dan sembilan hipotesis diuji. Sebanyak 500 soal selidik telah diedarkan di Negeri Kedah kepada responden di 12 daerah yang terlibat. Daripada 500, 250 soal selidik telah diterima semula, dan hanya 230 soal selidik dapat digunakan untuk tujuan analisis statistik dengan kadar maklumbalas sebanyak 46%. Kesemua hipotesis telah diuji menggunakan analisis *Partial Least Squares Structural Equation* (PLS-SEM). Dapatan kajian menunjukkan bahawa kepuasan agihan, sikap dan reputasi mempunyai hubungan signifikan dengan kepercayaan. Sementara itu, kualiti perkhidmatan, norma subjektif, pengetahuan dan agama didapati tidak signifikan dengan kepercayaan. Seterusnya, kajian ini juga mendapati pembolehubah pengantara iaitu kepuasan agihan memainkan peranan sebagai pengantara mutlak dalam hubungan di antara kualiti perkhidmatan dan kepercayaan. Begitu juga dengan pembolehubah sikap turut didapati memainkan peranan sebagai pengantara mutlak dalam hubungan di antara norma subjektif dan kepercayaan. Implikasi kajian ini dapat menyediakan asas yang baik dalam membina strategi serta usaha baru supaya dapat menarik lebih ramai pihak berkepentingan untuk menyalurkan zakat mereka menerusi institusi formal.

Universiti Utara Malaysia

Kata Kunci: Penentu Kepercayaan, PLS, Institusi Zakat

ABSTRACT

The issue of trust in zakat institutions among the stakeholders is still being debated. This is because zakat institutions play an important role in development of Muslims economic. Therefore, the determinants of trust in zakat institutions need to be studied. Past studies in the field of zakat had discussed less about this phenomena. Therefore, the purpose of this study is to discuss the direct relationship between satisfaction of distribution, service quality, attitude, subjective norm, knowledge, religious values and reputation with trust in zakat institution. The study also examines the mediating effects of distribution satisfaction on the relationship between service quality and trust in zakat institution. Besides, attitude as a mediator on the relationship between subjective norm and trust in zakat institution was also studied. A research framework was developed, and nine hypotheses were tested. A total of 500 questionnaires were distributed to respondents of 12 districts in Kedah. Out of 500, 250 questionnaires were returned, and only 230 questionnaires usable for further statistical analysis with the response rate of 46%. All hypotheses have been tested using Partial Least Squares Structural Equation (PLS-SEM) analysis. Results have shown that distribution satisfaction, attitude and reputation were significant to trust. Meanwhile, service quality, subjective norms, knowledge and religious values were insignificant with trust. Furthermore, this study had also indicated that distribution satisfaction plays an important role as full mediation in relationship between service quality and trust. Similarly, attitude also found plays a significant role as full mediator in relationship between subjective norm and trust. The implication of this study shall provide a good foundation to form new strategies and efforts to attract more stakeholders to pay their zakat through formal institutions.

Keywords: *Determinants of Trust, PLS, Zakat Institutions.*

Universiti Utara Malaysia

PENGHARGAAN

Alhamdulillah, dipanjatkan kesyukuran ke hadrat Allah s.w.t kerana dengan limpah kurnia serta keizinanNya yang telah memberi kekuatan dan keupayaan kepada penyelidik untuk menyiapkan tesis ini dalam tempoh yang ditetapkan. Sekalung penghargaan dan terima kasih tidak terhingga kepada penyelia, Prof. Madya Dr. Azizi Abu Bakar dan Prof Madya Dr. Ram Al Jaffri Saad di atas segala bimbingan, nasihat, perhatian yang tidak ternilai dalam menyelia tesis ini dari permulaan sehingga berjaya menyiapkannya dengan sempurna. Jasa mereka yang sanggup meluangkan masa dalam urusan penyeliaan ini sangatlah dihargai. Terima kasih juga diucapkan kepada Dekan *Othman Yeop Abdullah Graduate School of Business*, kakitangan akademik dan bukan akademik dari Perpustakaan Sultanah Bahiyah dan semua fakulti di Universiti Utara Malaysia di atas kerjasama secara langsung dan tidak langsung dalam menyiapkan tesis ini.

Terima kasih juga tidak terhingga kepada responden yang terlibat dalam meluangkan masa untuk memberi maklumbalas dengan mengembalikan borang soal selidik yang telah diedarkan kepada mereka. Segunung penghargaan dan ucapan terima kasih tidak terhingga diucapkan juga kepada kedua ibubapa iaitu Encik Zainal Abd. Hamid dan Puan Samsinah Hashim di atas segala sokongan, pengorbanan, dan doa mereka yang telah mengiringi kejayaan pada hari ini. Didikan, pengorbanan dan dorongan nasihat yang tidak putus daripada mereka ini menjadi mercu kekuatan kepada penyelidik untuk berjuang dalam menyiapkan tesis ini. Kepada seluruh ahli keluarga yang juga tidak pernah jemu dalam memberikan nasihat dan motivasi kepada penyelidik semasa berada di saat kesukaran sangat dihargai. Akhir sekali, tidak lupa juga penghargaan kepada rakan-rakan seperjuangan yang banyak membantu dalam segala hal termasuklah perkongsian ilmu, motivasi, idea dan komen sejak dari permulaan tesis ini dijalankan sehinggalah dapat menyiapkan tesis ini dengan sempurna. Jasa kalian sangat dihargai, hanya Allah s.w.t sahaja yang dapat membalasnya.

ISI KANDUNGAN

KEBENARAN MENGGUNA	iv
ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
PENGHARGAAN	vii
ISI KANDUNGAN	viii
SENARAI JADUAL	xiii
SENARAI RAJAH	xv
SENARAI SINGKATAN	xvi

BAB 1: PENGENALAN

1.1 Pengenalan.....	1
1.2 Penyataan Masalah.....	6
1.3 Persoalan Kajian.....	12
1.4 Objektif Kajian.....	12
1.5 Sumbangan Kajian.....	13
1.5.1 Bidang Akademik.....	14
1.5.2 Institusi Zakat.....	14
1.5.3 Pihak Berkepentingan Zakat.....	15
1.6 Skop Kajian.....	16
1.7 Definisi Terma Kajian.....	17
1.8 Organisasi Tesis.....	18

BAB 2: SOROTAN KARYA

2.1 Pengenalan.....	20
2.2 Zakat.....	20
2.2.1 Definisi Zakat.....	21
2.3 Pengurusan Zakat Pada Zaman Rasulullah SAW.....	25
2.3.1 Pengurusan Zakat Pada Era Khulafa' al-Rasyidin.....	28
2.3.1.1 Sayidina Abu Bakar.....	28
2.3.1.2 Sayidina Umar al-Khattab.....	29
2.3.1.3 Sayidina Uthman Ibn Affan.....	31
2.3.1.4 Sayidina Ali Bin Abi Talib.....	31
2.4 Sejarah Zakat Di Malaysia.....	32
2.4.1 Zakat Semasa Penjajahan British.....	33

2.4.2 Perkembangan Pentadbiran Zakat di Malaysia.....	33
2.5 Perbezaan antara Cukai dan Zakat.....	37
2.6 Andaian Teoretikal.....	39
2.6.1 Teori Pihak Berkepentingan.....	39
2.7 Sorotan Karya Mengenai Zakat	43
2.7.1 Kajian Teori dan Emperikal Mengenai Zakat.....	44
2.7.1.1 Kepercayaan.....	51
2.7.1.2 Kepuasan Agihan	55
2.7.1.3 Kualiti Perkhidmatan.....	58
2.7.1.4 Sikap.....	61
2.7.1.5 Norma Subjektif	65
2.7.1.6 Pengetahuan	67
2.7.1.7 Nilai Agama	70
2.7.1.8 Reputasi.....	73
2.8 Rumusan	75
BAB 3: METODOLOGI KAJIAN	
3.1 Pengenalan.....	76
3.2 Pembangunan Rangka Kerja Konseptual dan Hipotesis.....	76
3.2.1 Hubungan antara Kepuasan Agihan dan Kepercayaan.....	78
3.2.2 Hubungan antara Kualiti Perkhidmatan dan Kepercayaan.....	80
3.2.3 Hubungan antara Sikap dan Kepercayaan	81
3.2.4 Hubungan antara Norma Subjektif dan Kepercayaan.....	83
3.2.5 Hubungan antara Pengetahuan dan Kepercayaan	85
3.2.6 Hubungan antara Nilai Agama dan Kepercayaan	86
3.2.7 Hubungan antara Reputasi dan Kepercayaan	88
3.2.8 Sikap sebagai Pengantara dalam Hubungan antara Norma Subjektif dan Kepercayaan Terhadap Institusi Zakat	90
3.2.9 Kepuasan Agihan sebagai Pengantara dalam Hubungan antara Kualiti Perkhidmatan dan Kepercayaan terhadap Institusi Zakat	91
3.3 Definisi Operasional dan Pengukuran Pembolehubah.....	93
3.3.1 Kepercayaan Terhadap Institusi Zakat.....	93
3.3.2 Ukuran Pembolehubah Eksogen.....	94
3.3.2.1 Kepuasan Agihan.....	94

3.3.2.2 Kualiti Perkhidmatan.....	95
3.3.2.3 Sikap.....	95
3.3.2.4 Norma Subjektif.....	96
3.3.2.5 Pengetahuan	97
3.3.2.6 Nilai Agama.....	97
3.3.2.7 Reputasi	98
3.4 Strategi dan Kaedah Kutipan Data.....	101
3.4.1 Pengumpulan Data.....	102
3.4.2 Penyusunan Soal Selidik.....	102
3.5 Populasi dan Pensampelan.....	102
3.5.1 Populasi.....	103
3.5.2 Pensampelan.....	103
3.5.3 Teknik Pensampelan.....	107
3.5.4 Prosedur Pengumpulan Data.....	109
3.6 Analisis Kebolehpercayaan.....	112
3.7 Analisis Kesahan.....	113
3.8 Prosedur Analisis Data.....	116
3.8.1 Structural Equation Modeling (SEM)	117
3.8.2 Statistik Deskriptif	117
3.8.3 PLS Path Modeling.....	119
3.9 Kajian Rintis	121
3.9.1 Ujian Kebolehpercayaan.....	122
3.10 Penambahbaikan Soal Selidik.....	124
3.11 Rumusan.....	124

BAB 4: DAPATAN DAN PERBINCANGAN KAJIAN

4.1 Pengenalan	125
4.2 Profil Sampel.....	125
4.3 Profil Responden.....	127
4.4 Analisis Deskriptif Pembolehubah Kajian.....	130
4.4.1 Kepercayaan.....	133
4.4.2 Kepuasan Agihan.....	134
4.4.3 Kualiti Perkhidmatan.....	135

4.4.4 Sikap.....	136
4.4.5 Norma Subjektif.....	138
4.4.6 Pengetahuan.....	139
4.4.7 Nilai Agama.....	140
4.4.8 Reputasi.....	141
4.5 Penyaringan Data	143
4.5.1 Ujian Bias Maklum Balas	143
4.5.2 Pengurusan Data tidak Lengkap.....	145
4.5.3 Ujian Pensisih.....	146
4.5.4 Ujian Kenormalan	148
4.6 Pendekatan Partial Least Square (PLS)- Structural Equation Modeling	149
4.7 Penilaian Model Pengukuran	151
4.7.1 Kesahan Kandungan.....	151
4.7.2 Kesahan Konvergen.....	154
4.7.3 Kesahan Diskriminan.....	157
4.8 Pembinaan Model Struktural.....	163
4.8.1 Kesan Saiz.....	163
4.8.2 Peramalan Kerelevanan Model.....	165
4.9 Analisis Model Berstruktur Laluan Koefisien bagi Pengujian Hipotesis	166
4.9.1 Pengujian Hipotesis dan Laluan Koefisien bagi Hipotesis Langsung.....	167
4.9.2 Keputusan Analisis Ujian Pengantara.....	172
4.10 Rumusan Ujian Hipotesis.....	177
4.11 Perbincangan Dapatan Kajian.....	178
4.11.1 Kepuasan Agihan.....	178
4.11.2 Kualiti Perkhidmatan.....	180
4.11.3 Sikap.....	180
4.11.4 Norma Subjektif.....	182
4.11.5 Pengetahuan.....	182
4.11.6 Nilai Agama.....	183
4.11.7 Reputasi.....	184
4.12 Rumusan.....	185

BAB 5: KESIMPULAN DAN CADANGAN KAJIAN

5.1 Pengenalan	187
5.2 Ringkasan Kajian	187
5.3 Keputusan dan Objektif Kajian	189
5.3.1 Objektif Pertama.....	190
5.3.2 Objektif Kedua.....	192
5.3.2.1 Kepuasan Agihan Terhadap Kepercayaan Institusi Zakat	192
5.3.2.2 Kualiti Perkhidmatan Terhadap Kepercayaan Institusi Zakat.....	194
5.3.2.3 Sikap Terhadap Kepercayaan Institusi Zakat	195
5.3.2.4 Norma Subjektif Terhadap Kepercayaan Institusi Zakat	197
5.3.2.5 Pengetahuan Terhadap Kepercayaan Institusi Zakat.....	198
5.3.2.6 Nilai Agama Terhadap Kepercayaan Institusi Zakat.....	200
5.3.2.7 Reputasi Terhadap Kepercayaan Institusi Zakat.....	201
5.3.3 Objektif Ketiga.....	203
5.3.4 Objektif Keempat.....	204
5.3.5 Objektif Kelima.....	204
5.4 Implikasi Kajian	208
5.4.1 Implikasi Kepada Teori.....	208
5.4.2 Implikasi Kepada Pengukuran.....	210
5.4.3 Implikasi Kepada Dasar	211
5.4.3.1 Kepuasan Agihan Terhadap Tahap Kepercayaan Institusi Zakat....	211
5.4.3.2 Sikap Terhadap Tahap Kepercayaan Institusi Zakat	213
5.4.3.3 Reputasi Terhadap Tahap Kepercayaan Institusi Zakat.....	214
5.5 Batasan Kajian	215
5.6 Cadangan Kajian Susulan	216
5.7 Rumusan.....	218
RUJUKAN	219
LAMPIRAN	243

SENARAI JADUAL

Jadual 2.1	Senarai Institusi Zakat Mengikut Kategori.....	35
Jadual 3.1	Bilangan Instrumen.....	98
Jadual 3.2	Instrumen untuk Pengukuran Pembolehubah Endogen dan Eksogen....	99
Jadual 3.3	Bilangan Penduduk Negeri Kedah Mengikut Daerah.....	105
Jadual 3.4	Bilangan Penduduk Negeri Kedah Mengikut Umur.....	105
Jadual 3.5	Responden yang diperlukan Bagi Kajian Soal Selidik.....	109
Jadual 3.6	Jadual Kebolehpercayaan Instumen Kajian.....	113
Jadual 3.7	Pengelasan Tahap Kepercayaan.....	119
Jadual 3.8	Rumusan Kaedah Analisis Data.....	120
Jadual 3.9	Analisis Kebolehpercayaan Instrumen Kajian Rintis.....	123
Jadual 4.1	Kadar Maklumbalas Responden.....	126
Jadual 4.2	Statistik Deskriptif bagi Taburan Kekerapan Responden	128
Jadual 4.3	Statistik Deskriptif Setiap Pembolehubah	131
Jadual 4.4	Pengelasan Tahap Setiap Pembolehubah	132
Jadual 4.5	Analisis Deskriptif Pembolehubah Kepercayaan.....	134
Jadual 4.6	Analisis Deskriptif Pembolehubah Kepuasan Agihan.....	135
Jadual 4.7	Analisis Deskriptif Pembolehubah Kualiti Perkhidmatan.....	136
Jadual 4.8	Analisis Deskriptif Pembolehubah Sikap.....	137
Jadual 4.9	Analisis Deskriptif Pembolehubah Norma Subjektif.....	139
Jadual 4.10	Analisis Deskriptif Pembolehubah Pengetahuan.....	140
Jadual 4.11	Analisis Deskriptif Pembolehubah Nilai Agama.....	141
Jadual 4.12	Analisis Deskriptif Pembolehubah Reputasi.....	142
Jadual 4.13	Kumpulan Statistik sampel Bebas ujian- <i>t</i>	145
Jadual 4.14	Hasil Ujian Statististik Kepencongan dan Kurtosis.....	149
Jadual 4.15	Beban Faktor Signifikan	153
Jadual 4.16	Analisis Kesahan Konvergen	155
Jadual 4.17	Analisis Kesahan Fornell & Larcker.....	158
Jadual 4.18	Muatan Silang (Cross Loading) Item-item.....	160
Jadual 4.19	Kesimpulan Keseluruhan Jadual Kesahan Diskriminan.....	162
Jadual 4.20	Kesan Saiz Terhadap Kepercayaan (konstruk eksogen)	164
Jadual 4.21	Peramalan Kerelevanan Model	166
Jadual 4.22	Keputusan Hipotesis Hubungan Langsung Model	171

Jadual 4.23	Keputusan Analisis Pembolehubah Pengantara (Mediator).....	176
Jadual 4.24	Kesimpulan Kesan Pengantara Kepuasan Agihan dan Sikap Terhadap Kepercayaan.....	176
Jadual 4.25	Rumusan Ujian Hipotesis.....	177



SENARAI RAJAH

Rajah 2.1	Kategori Pihak Berkepentingan Firma.....	42
Rajah 2.2	Kategori Pihak Berkepentingan Institusi Zakat.....	43
Rajah 3.1	Rangka Kerja Tahap Kepercayaan Pihak Berkepentingan Terhadap Institusi Zakat di Malaysia.....	78
Rajah 3.2	Aliran Proses Pengumpulan Data.....	110
Rajah 4.1	Boxplot Sebelum digantikan dengan Nilai Min.....;;	147
Rajah 4.2	Boxplot Selepas digantikan dengan Nilai Min.....	148
Rajah 4.3	PLS Algorithm	169
Rajah 4.4	Laluan Koefisien	170
Rajah 4.5	PLS Algorithm.....	174
Rajah 4.6	Laluan Koefisien	175
Rajah 5.1	Model Tahap Kepercayaan Terhadap Institusi Zakat.....	210



UUM
Universiti Utara Malaysia

SENARAI SINGKATAN

AMOS	<i>Analysis of Moment Structures</i>
AMOS-SEM	<i>Analysis of Moment Structures-Structural Equation Modelling</i>
AVE	<i>Average Variance Extracted</i>
BTOS	<i>Bartlett Test of Sphericity</i>
CB-SEM	<i>Covariance Based-Structural Equation Modelling</i>
DYMM	Duli Yang Maha Mulia
GTP	Program Tranformasi kerajaan
JZNK	Jabatan Zakat Negeri Kedah
LISREL-SEM	<i>Linear Structural Relations-Structural Equation Modelling</i>
LZS	Lembaga Zakat Selangor
MAIAMP	Majlis Agama Islam dan Adat Melayu Perak
MAIDAM	Majlis Agama Islam dan Adat Melayu Terengganu
MAIK	Majlis Agama dan Adat Istiadat Melayu Islam Kelantan
MAIM	Majlis Agama Islam Melaka
MAIN	Majlis Agama Islam Negeri
MAINJ	Majlis Agama Islam Negeri Johor
MAIP	Majlis Agama Islam Perlis
MAIS	Majlis Agama Islam Selangor
NKRA	Budang Keberhasilan Utama Negara
PKZP	Pusat Kutipan Zakat Pahang
PLS-SEM	<i>Partial Least Square-Structural Equation Modelling</i>
PPPKZ	purata peratus perubahan kutipan zakat
PPZ	Pusat Pungutan Zakat Wilayah Persekutuan
PZM	Pusat Zakat Melaka
PZNS	Pusat Zakat Negeri Sembilan
PZPP	Pusat Zakat Pulau Pinang
PZS	Pusat Zakat Sabah
SERVQUAL	<i>Service Quality</i>
SMARTPLS	<i>Smart Partial Least Square</i>
TBS	Tabung Baitulmal Sarawak
VB-SEM	<i>Variance Based-Structural Equation Modelling</i>

BAB 1

PENGENALAN

1.1 Pengenalan

Pengurusan zakat di Malaysia diuruskan oleh institusi zakat yang ditubuhkan di setiap negeri yang mana keseluruhannya terdapat 14 buah institusi zakat. Perlembagaan Malaysia, Klausa 97(3) menyatakan bahawa setiap pengurusan zakat adalah terletak di bawah bidang kuasa dan tanggungjawab negeri masing-masing (*Perlembagaan Persekutuan*, 2006). Walaupun terdapat perbezaan dari sudut pengurusan, namun matlamat yang ingin dicapai oleh setiap institusi zakat negeri-negeri adalah sama sebagaimana yang ditetapkan oleh Islam. Pihak berkuasa di setiap negeri yang terlibat di dalam pengurusan zakat mempunyai tanggungjawab untuk mempromosi, mengumpul dan mengagih zakat dan memberi bantuan kepada golongan fakir dan miskin yang memerlukan. Di samping itu, golongan asnaf lain juga tidak terkecuali mengikut garis panduan yang telah ditetapkan oleh hukum Syariah (Patmawati, 2008). Oleh itu, institusi zakat merupakan sebuah agensi penting yang berperanan sebagai Institusi Jaminan Sosial (Patmawati, 2008; Razali & Rohayu, 2011).

Zakat boleh diklasifikasikan kepada dua bahagian iaitu pertamanya zakat fitrah yang di bayar oleh orang Islam di dalam bulan Ramadhan sementara yang kedua ialah zakat ke atas harta termasuklah zakat pendapatan, perniagaan, simpanan, tanaman, emas dan perak, dan sumber galian (Qardhawi, 2007). Berdasarkan surah al-Taubah ayat 60, zakat hanya boleh digunakan atau diagihkan kepada lapan golongan yang terlibat sahaja iaitu *al-Fuqara* (orang fakir), *al-Masakin* (orang miskin), *amil* (pemungut

zakat), *muallaf* (baru memeluk Islam), *al-Riqab* (hamba), *al-Gharimin* (orang yang dibebani hutang), *fi-Sabilillah* (orang yang berjuang di jalan Allah) dan *Ibn sabil* (musafir di perjalanan) (Terjemahan surah al-Taubah:60).

Justeru, jika lapan golongan asnaf yang layak menerima zakat ini dibantu dengan sewajarnya, maka satu sistem keselamatan sosial kepada umat Islam dapat dicapai (Hailani, 2009; Illi Diyana, Sanep, & Hairunnizam, 2013; Sarafadeen, 2012). Hal ini dapat dilakukan melalui perkongsian sebahagian kekayaan dari orang yang mempunyai lebih pendapatan atau mampu kepada golongan yang berhak dan memerlukan (Hairunnizam, Sanep, & Radiah, 2010; Norazlina & Abdul Rahim, 2011; Patmawati, 2008).

Matlamat utama zakat adalah bertujuan merapatkan jurang antara golongan miskin dan kaya (Hairunnizam, Radiah, & Sanep, 2012; Mujaini, 2009; Shamsiah, Asmak, & Sharifah Hayaati, 2010). Zakat sedikit sebanyak dapat mengawal aliran pendapatan setiap individu bagi mewujudkan keadilan sosial dalam kalangan mereka. Zakat juga akan dapat mengurangkan bebanan asnaf terutamanya dalam memenuhi keperluan asas.

Merujuk kepada data anggaran bancian penduduk pada tahun 2016, jumlah penduduk yang beragama Islam di Malaysia adalah yang terbesar berbanding agama-agama lain iaitu dianggarkan sebanyak 68.6% daripada kira-kira 31.7 juta rakyat Malaysia (Jabatan Perangkaan Malaysia, 2016). Manakala penduduk yang berumur 15-64 tahun dianggarkan sebanyak 69.5%. Namun, besarnya jumlah umat Islam belum dapat melambangkan pengumpulan zakat yang signifikan dan potensi jumlah kutipan yang

optimum. Pada tahun 2014, statistik kutipan zakat di seluruh negara dicatatkan mencecah RM2.46 bilion berbanding tahun 2013, iaitu RM2.24 bilion. Ini menunjukkan peningkatan kutipan lebih RM0.2 bilion atau 8.41% (Laporan Zakat PPZ MAWIP, 2011-2014). Namun sebaliknya berlaku di Kedah, pada tahun 2012 penurunan kutipan zakat mencatatkan kemerosotan kutipan sebanyak RM1.1 juta (Laporan Lembaga Zakat Negeri Kedah, 2017).

Pencapaian jumlah kutipan zakat yang positif ini berlaku disebabkan beberapa faktor. Faktor tersebut seperti saluran pembayaran yang pelbagai seperti potongan gaji, pembukaan kaunter zakat di bank dan pejabat pos, Kawanku Phone Banking Maybank dan kemudahan atas talian (Maybank 2U), penswastan institusi zakat, dan juga peningkatan pembayar zakat disebabkan peningkatan pendapatan (Mohd Ali, Hairunnizam, & Nor Ghani, 2004, Muhsin, 2014). Kemudahan secara atas talian yang pelbagai ini sangat penting bagi merealisasikan niat pembayar untuk membayar zakat kepada institusi zakat (Khadijah, Mohd Daud, Hasniyah, & Dayang Shobihah, 2013). Kutipan dana zakat sentiasa perlu dipertingkatkan supaya mampu membantu kerajaan dalam memerangi kemiskinan melalui Program Transformasi Kerajaan (GTP) dan Bidang Keberhasilan Utama Negara (NKRA). Ini dapat dilaksanakan melalui peningkatan taraf hidup isi rumah yang berpendapatan rendah (Program Transformasi Negara, 2011).

Walaupun institusi zakat mampu mencatat kejayaan dalam meningkatkan kutipan zakat tahun demi tahun, namun isu kepercayaan masyarakat terhadap mereka terus menjadi perhatian. Isu kepercayaan ini timbul berpunca daripada beberapa perkara seperti ketidakcekapan agihan zakat dan lebihan dana zakat yang tidak diagihkan

kepada asnaf yang layak (Hairunnizam et al., 2010; Md Hairi, 2009; Raudha, Sanep, Hairunnizam et al., 2011; Sanep & Hairunnizam, 2005a). Sebagai contoh, hampir setiap tahun dilaporkan berlakunya lebih dana zakat berjuta-berjuta di setiap negeri, namun masih berlaku asnaf yang layak memperolehi dana zakat tercicir daripada bantuan tersebut (Laporan Tahunan Zakat, 2015). Hal ini berlaku disebabkan kutipan dana zakat memuncak pada setiap akhir tahun dan memberi kekangan kepada pusat zakat untuk mengagihkan dana tersebut di samping kekurangan maklumat mengenai asnaf yang layak (Hairunnizam et al., 2010; Md Hairi, 2009; Raudha et al., 2011; Sanep & Hairunnizam, 2005a). Isu ini memberi kesan kepada kepercayaan pihak berkepentingan zakat. Apabila tahap kepercayaan masyarakat menurun, masalah kebocoran meningkat kerana mereka lebih rela untuk menyalurkan zakat secara langsung kepada asnaf setempat dan seterusnya mengabaikan asnaf yang lain (Hairunnizam et al., 2010; Suhaib, 2009).

Oleh yang demikian, kepercayaan itu sangat penting di dalam sesebuah organisasi bagi membentuk hubungan saling percaya dan dipercayai antara satu sama lain (Schoorman, Mayer, & Davis, 2007). Kepercayaan ini mengambil masa yang lama untuk dibentuk tetapi mudah untuk dimusnahkan dan sangat sukar untuk dipulihkan (Hoff & Bashir, 2014). Oleh yang demikian, faktor kepercayaan adalah faktor utama bagi menggerakkan jalinan hubungan transaksi pasaran dalam jangka masa panjang. Tambahan pula, ia juga merupakan sumber utama yang menjadi asas jalinan hubungan sesama firma atau antara firma dan pelanggan apabila berurusan (Sargeant & Lee, 2002). Sehubungan itu, terdapat ramai penyelidik membincangkan mengenai bagaimana pihak berkepentingan membina kepercayaan tersebut melalui hubungan antara penjual dan pembeli dalam sesebuah organisasi (Dwyer, Schurr, & Oh, 1987).

Sargeant dan Lee (2002) mendedahkan bahawa jika masyarakat mempunyai tahap kepercayaan yang rendah terhadap agensi bukan berasaskan keuntungan, maka keinginan mereka untuk menderma dan memberi sokongan terhadap institusi tersebut akan menurun. Ini kerana, kepercayaan masyarakat ini dianggap sebagai lesen dalam menjamin kesinambungan perjalanan institusi tersebut. Namun demikian, jika hal sebaliknya terjadi seperti berlakunya pecah amanah oleh golongan tertentu di dalam organisasi, ini akan memberi kesan yang besar sehingga boleh memusnahkan entiti tersebut (Herzlinger, 1996). Sebagai contoh, terdapat isu mengenai berhubung dakwaan salah guna dana dan lebih pembayaran gaji kepada pengurusan atasan oleh sebuah organisasi bukan kerajaan yang berteraskan agama Islam telah dilaporkan di media sosial (NGO mahu polis siasat dakwaan salah guna dana Yapeim, 15 Nov 2015). Hal ini secara langsung turut mempengaruhi kepercayaan penderma kepada organisasi tersebut yang mengakibatkan seramai 3000 daripada 5000 orang menarik diri dari meneruskan derma secara potongan gaji pada setiap bulan (Yapeim akan perjelas pada 3,000 penyumbang yang tarik diri, 23 Nov 2015).

Justeru, konsep kepercayaan ini menunjukkan kepercayaan merupakan elemen yang sangat penting dan perlu wujud di dalam sesebuah organisasi bagi meraih keyakinan dan kepercayaan orang ramai terhadapnya. Begitu jugalah halnya dengan institusi zakat. Kepercayaan masyarakat adalah sangat penting dalam menentukan kelestarian institusi ini. Ini kerana, dana zakat merupakan harta benda awam yang diamanahkan oleh pihak berkepentingan kepada institusi zakat untuk menguruskannya. Jika kepercayaan ini dihakis oleh masalah seperti ketidakpuasan agihan, ketidaktelusan dalam pentadbiran dan sebagainya, maka masyarakat akan berpaling kepada pihak lain untuk membayar zakat. Institusi zakat sangat bergantung kepada sumbangan daripada

orang ramai kerana ia juga merupakan organisasi bukan berasaskan keuntungan. Oleh yang demikian, sejajar dan peranannya sebagai sebuah organisasi bukan bersifat keuntungan, maka institusi ini perlu memastikan kepercayaan masyarakat umum berada pada tahap yang maksima. Semakin tinggi kepercayaan masyarakat terhadap institusi zakat, maka akan memberi kesan ke atas peningkatan kutipan dana zakat.

1.2 Penyataan Masalah

Institusi zakat merupakan sebuah organisasi yang diberi kepercayaan oleh masyarakat untuk mentadbir urusan mengenai zakat. Keberkesanan pentadbiran zakat dalam mengumpul dan mengagihkan dana zakat kepada golongan asnaf seringkali mendapat perhatian masyarakat. Hal ini disebabkan institusi zakat merupakan sebuah institusi yang memegang kepercayaan awam kerana institusi ini sentiasa terdedah kepada penilaian umum (Patmawati, 2008; Qardhawi, 2007). Apabila masyarakat mempunyai tahap kepercayaan yang rendah, maka keinginan mereka untuk membayar zakat dan memberi sokongan terhadap institusi tersebut akan menurun seperti yang berlaku terhadap organisasi bukan kerajaan (Sargeant & Lee, 2004; Adrian Sargeant & Lee, 2002; Suhaib, 2009).

Kebelakangan ini, terdapat pelbagai isu yang melanda institusi zakat telah memberi kesan kepada turunnya tahap kepercayaan masyarakat (Raudha et al., 2011). Hal ini berlaku disebabkan setiap tahun terdapat pelbagai aduan dilaporkan seperti kualiti perkhidmatan yang ditawarkan tidak memuaskan, agihan zakat tidak telus, lebihan dana, reputasi merosot dan penyelewengan oleh pekerja zakat (Hairunnizam, Sanep, & Radiah, 2011; Hairunnizam, Sanep, & Radiah, 2009; “Kesal Agihan Zakat Tak

Telus,” 2012; Nur Barizah & Hafiz Majdi, 2010; Raudha et al., 2011; Sistem Agihan Zakat Mesti Bermaruah, 2008). Sebagai contoh, terdapat laporan di dalam media terutamanya yang berkaitan dengan pengagihan zakat tidak diagihkan sepenuhnya (Mohd Harzrul, 2010; Mohd Fadly, 2010; Raudha et al., 2011).

Isu mengenai agihan zakat telah diusulkan oleh Hairunnizam et al. (2009) yang menyatakan bahawa walaupun kutipan dana zakat semakin baik, namun masih terdapat banyak perdebatan mengenai masalah agihan. Sebagai contoh, masalah kemiskinan tetap berlaku walaupun agihan zakat kepada asnaf yang berkelayakan telah diberikan. Selain itu, isu lebihan dana yang tidak diagihkan sepenuhnya ini pula telah membentuk persepsi negatif segelintir masyarakat yang menyumbang kepada sikap kurang percaya mereka terhadap ketelusan institusi zakat dalam mengagihkan dana zakat (Hairunnizam, et al., 2009; “Kesal Agihan Zakat Tak Telus,” 2012; Nur Barizah & Hafiz Majdi, 2010; Raudha et al., 2011).

Merujuk kepada laporan statistik kutipan dan agihan zakat, pada tahun 2014 menunjukkan jumlah kutipan di seluruh Malaysia adalah RM2.46 bilion dan pada tahun 2013 pula mencatatkan jumlah kutipan sebanyak RM2.24 bilion manakala bagi agihan pada tahun 2014 mencatatkan jumlah RM2.21 bilion dan pada tahun 2013 mencatatkan sebanyak RM1.89 bilion (Laporan Tahunan Zakat, 2015). Pada tahun 2014 menunjukkan lebihan dana sebanyak RM0.24 bilion manakala pada tahun 2011 adalah sebanyak RM0.35 bilion. Berdasarkan laporan data tersebut, dapat dirumuskan bahawa pada setiap tahun terdapat lebihan dana yang tidak diagihkan sepenuhnya oleh institusi zakat di seluruh negara. Isu lebihan dana ini memberi kesan negatif terhadap reputasi institusi itu sendiri yang boleh mempengaruhi kepercayaan pihak

berkepentingan (Abratt & Kleyn, 2012). Oleh itu, reputasi sesebuah organisasi harus berada pada tahap yang tinggi di mata masyarakat agar dapat merangsang kepercayaan pihak berkepentingan yang lain terhadap organisasi tersebut (Meijer, 2009).

Justeru, sesebuah organisasi harus menjaga kualiti perkhidmatan yang disediakan kerana perkhidmatan yang diberikan kepada pelanggan merupakan elemen penting dalam mempengaruhi kepercayaan (Hazra, Kailash & Srivastava, 2009; Kantsperger & Kunz, 2010; Nur Hafizah & Selamah, 2013). Bersangkutan itu, kepercayaan yang baik dapat memelihara hubungan jangka panjang di antara organisasi dan pihak berkepentingan (Morgan & Hunt, 1994). Kajian terdahulu mendapati bahawa kepercayaan yang tinggi boleh dicapai melalui perkhidmatan yang tulus dan konsisten (Gronroos, 2004; Gummesson, 2002; Kantsperger & Kunz, 2010).

Sehubungan itu, persepsi kualiti perkhidmatan yang positif akan melahirkan kepercayaan pihak berkepentingan untuk berurusan dengan institusi zakat tanpa keraguan. Tambahan pula, kajian oleh Chakraborty, Srivastava dan Marshall (2007) menyatakan bahawa peningkatan terhadap kepuasan akan dapat mengurangkan jumlah aduan yang diterima mengenai kualiti perkhidmatan dan juga dapat mengurangkan kos bagi menangani aduan tersebut.

Patmawati (2008) juga turut mencadangkan bahawa kepercayaan pembayar zakat perlu diperbaiki dari semasa ke semasa. Ini menunjukkan bahawa isu kepercayaan yang rendah terhadap institusi zakat adalah sangat membimbangkan. Hal ini terbukti bahawa terdapat segelintir umat Islam didapati cuba mengambil keputusan untuk mengagihkan zakat dengan sendiri kerana dipercayai kurang kepercayaan individu

tersebut terhadap institusi zakat (Utusan Online: 3 Oktober 2013). Ini di tambah pula dengan tahap pengetahuan asas zakat dalam kalangan masyarakat Islam yang sederhana boleh menyebabkan segelintir umat Islam tidak membayar zakat (Muhsin Nor Paizin, 2014).

Berdasarkan kepada statistik kutipan zakat di Kedah pada tahun 2008 hingga 2015 didapati berlaku peningkatan kutipan setiap tahun, kecuali pada tahun 2012 kutipan zakat didapati menurun sebanyak RM1.1 juta (Laporan Tahunan Lembaga Zakat Negeri Kedah, 2014). Kesan daripada pembayaran zakat terus kepada asnaf ini memberi kesan kepada kebocoran dan menyebabkan perkembangan ekonomi negara menjadi lemah akibat agihan zakat tidak dapat dikembangkan bagi manfaat meluas dan bersama (Utusan Online: 3 Oktober 2013). Hal ini berlaku disebabkan zakat yang diagihkan sendiri kebiasaannya tertumpu kepada sesuatu golongan sahaja berbanding zakat yang dikumpulkan oleh institusi zakat lazimnya boleh dikembangkan dengan meluas untuk manfaat umum (Sanep & Hairunnizam, 2005a).

Kajian yang dilakukan oleh Kamil (2002) terhadap 353 orang kakitangan awam persekutuan di negeri Kedah mendapati hubungan negatif di antara nilai agama dan kepatuhan zakat. Hal ini menunjukkan masih terdapat ramai responden cenderung untuk membayar zakat secara terus kepada penerima dan bukannya kepada institusi formal. Selain itu, Sanep, Hairunnizam dan Adnan (2006) turut melaporkan bahawa majoriti responden kurang yakin dengan pengurusan institusi zakat di Selangor walaupun mereka membayar zakat kepada institusi tersebut.

Kajian mereka mendapati bahawa terdapat seramai 430 (57.1%) tidak berpuas hati terhadap pusat pungutan tersebut berbanding seramai 323 orang (42.9%) yang berpuas hati. Manakala kajian oleh Hairunnizam et al. (2009) mendapati bahawa terdapat dua faktor penyumbang kepada ketidakpuasan hati iaitu ketidakcekapan dan ketelusan maklumat dalam mengagih dana zakat. Dapatan ini dipersetujui oleh Raudha et al. (2011) yang melakukan kajian terhadap Lembaga Zakat Selangor yang menunjukkan hanya sebanyak 71% responden yakin terhadap pengurusan agihan dana zakat berbanding faktor-faktor lain seperti faktor manusia, bukan manusia, pengurusan kutipan zakat, imej dan misi korporat serta faktor luaran. Hasil kajian yang diperolehi oleh penyelidik terdahulu seperti faktor nilai agama, ketidakpuasan hati terhadap kecekapan dan ketelusan maklumat dalam menguruskan dana zakat merupakan penyumbang kepada punca sebahagian masyarakat membayar zakat kepada saluran tidak rasmi (Hairunnizam Wahid & Sanep Ahmad, 2014; Raudha Md Ramli et al., 2011).

Berdasarkan sorotan karya, kajian mengenai kepuasan agihan, kualiti perkhidmatan, sikap, norma subjektif, pengetahuan, nilai agama dan reputasi terhadap kepercayaan di dalam konteks zakat sukar untuk diperolehi oleh penyelidik. Walau bagaimanapun, Mustafa, Mohamad, dan Adnan (2013) melihat kepada faktor yang mendasari kecenderungan pembayar zakat dalam mempercayai sesebuah institusi zakat. Antara faktor yang dibincangkan ialah peranan lembaga pengarah, amalan pendedahan, model institusi zakat kerajaan, dan pengurusan pihak berkepentingan.

Di Malaysia, kajian mengenai tahap keyakinan agihan zakat terhadap masyarakat Islam di Selangor ada dilakukan (Hairunnizam Wahid & Sanep Ahmad, 2014) namun

tertumpu di negeri Selangor sahaja. Jelasnya, kajian tersebut tidak melibatkan negeri-negeri lain. Ini memberi peluang kepada penyelidik untuk mengembangkan kajian ke negeri lain yang berteraskan kepada kajian kepercayaan pihak berkepentingan terhadap institusi zakat.

Ulasan karya terdahulu dalam bidang zakat menunjukkan kebanyakan kajian-kajian terdahulu lebih menumpukan kepada beberapa aspek, iaitu gelagat kepatuhan zakat (Farah Mastura & Zainol, 2015; Kamil, 2002; Ram Al Jaffri, 2010; Zainol, 2008), prestasi kecekapan (Abd Halim, Mohamed Saladin, Rozman, Siti Mariam, & Rashidah, 2015; Eza Ellany et al., 2014; Ismail & Masturah, 2014) dan kesan zakat kepada kualiti hidup asnaf (Mahyuddin, 2012).

Justeru, kajian ini bercadang untuk mengkaji tahap kepercayaan pihak berkepentingan terhadap institusi zakat dengan menggunakan teori pihak berkepentingan sebagai fokus utama. Oleh yang demikian, aplikasi metod dan teori ini menawarkan sumbangan penting dalam menambahkan literatur sedia ada di dalam bidang zakat dengan hasil dapatan yang diperolehi. Selain itu, dengan penambahan faktor baru di dalam teori ini dapat mengembangkan lagi model kepercayaan yang sedia ada. Tambahan pula, hasil dapatan kajian ini diharapkan mampu menerangkan fenomena mengenai kepercayaan terhadap institusi zakat oleh pihak berkepentingan dengan lebih baik dan jelas.

1.3 Persoalan Kajian

- i. Apakah kedudukan tahap kepercayaan pihak berkepentingan terhadap institusi zakat?
- ii. Adakah faktor kepuasan agihan, kualiti perkhidmatan, sikap, norma subjektif, pengetahuan, nilai agama dan reputasi mempengaruhi kepercayaan pihak berkepentingan terhadap institusi zakat?
- iii. Bagaimanakah kepuasan agihan memberi kesan pengantara (*mediation*) terhadap hubungan antara kualiti perkhidmatan dan kepercayaan pihak berkepentingan terhadap institusi zakat?
- iv. Adakah sikap memberi kesan pengantara (*mediation*) terhadap hubungan antara norma subjektif dan kepercayaan pihak berkepentingan terhadap institusi zakat?
- v. Apakah maklumat pihak berkepentingan dalam memperkasakan pengurusan zakat?

1.4 Objektif Kajian

- i. Mengenalpasti kedudukan tahap kepercayaan pihak berkepentingan terhadap institusi zakat.

- ii. Mengkaji pengaruh faktor kepuasan agihan, kualiti perkhidmatan, sikap, norma subjektif, pengetahuan, nilai agama dan reputasi terhadap kepercayaan pihak berkepentingan di institusi zakat.
- iii. Menentukan sama ada kepuasan agihan memberi kesan pengantara (*mediation*) terhadap hubungan antara kualiti perkhidmatan dan kepercayaan pihak berkepentingan terhadap institusi zakat.
- iv. Mengenalpasti sama ada sikap memberi kesan pengantara (*mediation*) terhadap hubungan antara norma subjektif dan kepercayaan pihak berkepentingan terhadap institusi zakat.
- v. Memperkasakan pengurusan zakat melalui maklumat pihak berkepentingan.

1.5 Sumbangan Kajian

Kajian empirikal berkaitan kepercayaan pihak berkepentingan terhadap institusi zakat sangat terhad dan masih belum diterokai sepenuhnya. Oleh itu, pelbagai persoalan yang berkaitan dengan fenomena ini masih belum terungkai. Umum mengetahui bahawa masyarakat akan hilang kepercayaan terhadap sesebuah institusi sekiranya berlaku isu penyelewengan di dalam organisasi tersebut sama ada melibatkan agensi kerajaan, swasta mahupun agensi bukan berasaskan keuntungan.

Oleh yang demikian, kepercayaan orang ramai sangat penting dalam menjamin kesinambungan sesebuah organisasi kerana jika masyarakat mempunyai tahap

kepercayaan yang rendah, keinginan mereka untuk memberi sokongan turut akan menurun (Sargeant & Lee, 2002). Oleh itu, dengan mengambil kira aspek-aspek tersebut, kajian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan yang bermakna kepada:

1.5.1 Bidang Akademik

Kajian ini diharapkan dapat menyumbang kepada ilmu pengetahuan di dalam bidang zakat. Selain itu, teori pihak berkepentingan yang digunakan dalam kajian ini merupakan usaha awal di samping penambahan pembolehubah-pembolehubah baru seperti kepuasan agihan, kualiti perkhidmatan, norma subjektif, sikap, pengetahuan dan nilai agama. Peranan pengantara seperti sikap dan kepuasan agihan juga memberi sumbangan baru dalam kajian ini.

Hasil dapatan yang diperolehi ini dapat membantu penyelidik lain terutamanya di dalam bidang zakat untuk mendapat idea dan seterusnya mengembangkan lagi kajian ini ke peringkat seterusnya. Kajian ini juga dapat menambahkan lagi bahan bacaan dalam bidang zakat khususnya.

1.5.2 Institusi Zakat

Hasil kajian ini diharapkan dapat memberikan input berguna kepada pihak berkuasa sama ada Majlis Agama Islam Negeri (MAIN) atau Jabatan Zakat Negeri (JZN). Input mengenai isu kepercayaan pihak berkepentingan terhadap institusi zakat ini diharapkan dapat membantu institusi zakat untuk mengenalpasti faktor-faktor yang mempengaruhi tahap kepercayaan mereka terhadap institusi zakat. Faktor-faktor tahap

kepercayaan ini dapat memastikan kelestarian institusi ini pada masa akan datang. Strategi bagi meningkatkan tahap kepercayaan pihak berkepentingan terhadap institusi tersebut juga dapat dirancang secara komprehensif. Seterusnya, melalui kajian ini juga dapat membantu institusi zakat untuk meningkatkan perkhidmatan yang ditawarkan sekaligus memberi kesan kepada pertambahan hasil kutipan zakat. Seterusnya meningkatkan tahap kepercayaan masyarakat yang sedikit tercalar akibat daripada kelemahan yang berlaku di dalam pengurusanya sebelum ini.

1.5.3 Pihak Berkepentingan Zakat

Pihak berkepentingan zakat terdiri daripada pembayar zakat, pekerja zakat, penerima zakat, kerajaan persekutuan, kerajaan negeri dan masyarakat Islam khususnya. Oleh itu, hasil kajian ini diharapkan dapat membantu pihak berkepentingan untuk melihat senario semasa yang berlaku mengenai kepercayaan pihak berkepentingan terhadap institusi zakat dan seterusnya dapat mengenalpasti punca mengapa golongan ini kurang mempercayai institusi zakat. Dengan mengetahui punca-punca yang mendorong mereka tidak mempercayai institusi zakat, maka dapatlah membentuk strategi untuk mengatasi masalah ini. Hal ini sangat penting kerana tanpa kepercayaan pihak berkepentingan, kutipan zakat mungkin akan menurun disebabkan mereka membayar zakat di saluran tidak rasmi seperti agensi perseorangan yang lain. Ini akan memberi kesan terhadap kebocoran wang zakat.

1.6 Skop Kajian

Kajian ini melibatkan pihak berkepentingan zakat di negeri Kedah iaitu terdiri daripada pihak berkepentingan berpengaruh (penerima zakat) dan pihak berkepentingan dominan (pembayar zakat dan kumpulan pengurusan tertinggi). Pihak berkepentingan zakat merujuk kepada mana-mana kumpulan atau individu yang boleh mempengaruhi atau dipengaruhi oleh pencapaian objektif sesebuah organisasi (Freeman, 1984). Negeri Kedah dipilih sebagai tempat kajian kerana merupakan antara negeri pertama yang mempunyai undang-undang zakat dan telah diwartakan pada tahun 1955 (Enakmen Zakat, 1955). Kedua, negeri Kedah mempunyai fatwa yang menyatakan tidak sah dari segi undang-undang dan syarak kepada seseorang yang tidak membayar zakat menerusi institusi formal atau amil yang sah. Ketiga, institusi zakat di Kedah diletakkan dibawah kuasa Sultan jika dibandingkan dengan negeri-negeri lain (Lembaga Zakat Negeri Kedah, 2016).

Umumnya, objektif kajian ini adalah untuk mengetahui tahap kepercayaan pihak berkepentingan, oleh itu, sasaran populasi kaji selidik ini difokuskan kepada jumlah pembayar zakat dan potensi pembayar zakat dalam kalangan orang Islam yang bekerja dan memenuhi ciri-ciri berikut; (i) Muslim yang berkhidmat di sektor awam, swasta atau bekerja sendiri; (ii) Muslim yang berumur 15 tahun dan ke atas dianggap sebagai bekerja (Jabatan Perangkaan Malaysia, 2014); (iii) Menetap di Negeri Kedah. Pemilihan responden ini disebabkan oleh mereka merupakan penyumbang utama dalam meningkatkan kutipan zakat.

1.7 Definisi Terma Kajian

Bahagian berikut akan membincangkan mengenai definisi konsep-konsep utama dalam kajian ini iaitu;

Kepercayaan di dalam Institusi Zakat (KIZ): Kepercayaan dijelaskan sebagai ciri-ciri yang dipegang oleh pembayar zakat terhadap jaminan yang diberikan oleh institusi zakat dan boleh dipercayai dalam memenuhi kepuasan pihak berkepentingan dalam mengagihkan dan menguruskan dana zakat (Abioye, 2012).

Kepuasan Agihan (KA): Kepuasan agihan dijelaskan sebagai keberkesanan institusi zakat dalam menguruskan dana zakat dengan baik seperti yang diharapkan oleh pihak berkepentingan zakat.

Sikap (S): Sikap dijelaskan sebagai penilaian individu terhadap sesuatu gelagat itu sama ada sikap itu baik (favourable) atau sebaliknya (unfavourable). Ianya melibatkan kepercayaan seseorang terhadap kemungkinan hasil yang berlaku. Semakin kuat kemungkinan yang terhasil, semakin kuat niat untuk melakukan tingkahlaku tersebut dan sebaliknya (Ajzen, 1991).

Kualiti Perkhidmatan (KP): Kualiti perkhidmatan dijelaskan sebagai perbezaan antara harapan atau jangkaan dengan prestasi sebenar (Grönroos, 1984; Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1994).

Norma Subjektif (NS): Norma subjektif dijelaskan sebagai tekanan sosial yang ditanggap (perceived) oleh individu untuk melakukan sesuatu gelagat tersebut atau sebaliknya (Ajzen, 1991).

Pengetahuan (P): Pengetahuan dijelaskan sebagai kapasiti untuk memperoleh, mengekalkan dan menggunakan maklumat, campuran kefahaman, pengalaman, kearifan dan kemahiran (Jamilah, Hasrina, Hamidah, & Juliana, 2011).

Nilai Agama (NA): Nilai agama dijelaskan sebagai garis panduan yang perlu diikuti oleh Muslim dalam melaksanakan aktiviti harian dan pertimbangan akhir mereka untuk menunaikan kewajipan membayar zakat (Kamil, Zainol, & Ram Al Jaffri, 2012).

Reputasi (R): Reputasi dijelaskan sebagai sejauh mana sesuatu institusi dipandang tinggi di mata pengguna (Weiss, Anderson, & MacInnis, 1999) dan tanggapan keseluruhan pihak berkepentingan terhadap prestasi syarikat dari masa ke semasa (Richard & Zhang, 2012).

1.8 Organisasi Tesis

Kajian ini mengandungi lima bab. Bab pertama pengenalan bermula dengan perbincangan awal secara ringkas mengenai konsep zakat dan kemudian diikuti dengan latar belakang kajian dalam pelbagai bidang kajian yang telah dilakukan sebelum ini oleh penyelidik terdahulu mengenai konsep kepercayaan. Seterusnya diikuti oleh pernyataan masalah kajian, persoalan kajian, objektif kajian, kepentingan kajian, skop kajian, dan penyusunan organisasi tesis.

Seterusnya, pada Bab dua dimulakan dengan perbincangan mengenai definisi zakat. Kemudian, akan dibincangkan mengenai sejarah zakat dari zaman Rasulullah SAW, Era Khulafa' al-Rasyidin dan di Malaysia. Di dalam bab ini juga turut membincangkan mengenai perbezaan antara cukai dan zakat. Selain itu, andaian teoretikal yang mampu menyokong pembolehubah-pembolehubah yang dicadangkan berdasarkan kajian-kajian lepas turut dibincangkan. Teori yang dicadangkan ialah teori pihak berkepentingan. Kemudian, pada bab dua ini diakhiri dengan perbincangan mengenai kajian lepas yang melibatkan kajian tentang pengurusan zakat dan persekitarannya di peringkat antarabangsa dan Malaysia secara terperinci.

Seterusnya pada Bab tiga pula dihuraikan berkenaan metodologi kajian. Ini termasuklah pembangunan rangka kerja kajian, hipotesis kajian, definisi operasional, kutipan data, populasi dan pensampelan serta teknik analisis data. Analisis kajian rintis turut dilakukan di dalam bab ini bertujuan menilai kesahan soal selidik yang dicadangkan oleh penyelidik berdasarkan penelitian-penelitian kajian lepas yang berkaitan.

Pada Bab empat pula, kajian ini membentangkan dapatan yang diperoleh hasil daripada analisis data. Perbincangan terperinci mengenai dapatan kajian dan hubungan di antara pembolehubah-pembolehubah yang dikaji turut dibincangkan.

Pada Bab lima, perbincangan mengenai objektif kajian dibincangkan. Selain itu, implikasi kajian dari sudut teori, pengukuran dan dasar turut dihuraikan. Seterusnya, batasan kajian dan cadangan kajian untuk pada masa hadapan turut dibincangkan dalam bab ini berasaskan penemuan yang diperolehi.

BAB 2

SOROTAN KARYA

2.1 Pengenalan

Dalam bab satu, penjelasan mengenai isu kepercayaan serta keyakinan pembayar zakat terhadap institusi zakat telah diberi perhatian. Oleh itu, bab kedua ini akan menjelaskan dengan lebih terperinci mengenai zakat iaitu definisi zakat dari pelbagai perspektif. Seterusnya, pengurusan zakat pada zaman Rasulullah SAW. akan dibincangkan di seksyen 2.3. Umumnya, di seksyen 2.4 akan diikuti dengan perbincangan mengenai sejarah zakat di peringkat antarabangsa dan seterusnya di Malaysia. Manakala perbezaan cukai dan zakat akan dibincangkan di seksyen 2.5 bertujuan untuk memberi maklumat mengenai konsep perbezaan antara keduanya secara terperinci. Akhir sekali, penelitian terhadap teori dan kajian-kajian lepas mengenai konsep kepercayaan serta pembolehubah-pembolehubah yang dicadangkan turut dibincangkan secara terperinci.

2.2 Zakat

Zakat merupakan salah satu daripada lima rukun Islam yang wajib dipatuhi oleh umat Islam. Zakat turut berperanan sebagai mekanisma keadilan sosio ekonomi kerana ianya merupakan salah satu sistem kehartaan dan ekonomi umat Islam dalam membangunkan kehidupan manusia (Patmawati, 2008). Pembayaran zakat kepada asnaf yang memerlukan bertujuan untuk melatih seseorang supaya taat kepada perintah Allah SWT. Kesannya, jika institusi zakat sepenuhnya dijadikan sebagai tempat pungutan zakat yang cemerlang, maka dana zakat yang diperolehi mampu

mengatasi masalah kemiskinan yang berlaku. Sehubungan itu, kajian ini perlu dilakukan bagi mencari jalan penyelesaian untuk meningkatkan kutipan zakat melalui penerapan sikap kepercayaan pihak berkepentingan kepada institusi zakat dalam menguruskan dana zakat. Isu mengenai kepercayaan ini telah dibincangkan di bab satu.

Pada bahagian berikut, kajian ini akan membincangkan mengenai definisi zakat secara terperinci berpandukan kepada ayat-ayat al-Quran dan al-Hadis sebagai sokongan.

2.2.1 Definisi Zakat

Zakat merupakan salah satu cabang daripada lima rukun asas dalam Islam yang diwajibkan ke atas setiap umat Islam. Perkataan zakat berasal dari perkataan arab yang dituturkan oleh masyarakat kuno, sebelum kedatangan Islam (Mujaini, 2012). Menurut ilmu bahasa, ungkapan zakat bererti *nama'* (kesuburan), *taharah* (kesucian), *barakah* (keberkatan) dan juga mempunyai maksud *tazkiyah tathir* (menyucikan) (Qardhawi, 2007).

Selain itu, kalimah zakat juga membawa maksud rahmat, berkembang, subur, kejayaan, bertambah baik, damai, sedekah dan terpuji (Qardhawi, 2007). Pengertian bersih dan suci dalam istilah zakat ialah membersihkan harta dan membersihkan diri orang kaya daripada bersifat kedekut dan bakhil. Dengan maksud yang lain iaitu menghindar diri orang fakir dan miskin daripada sifat dengki dan dendam terhadap orang kaya (Qardhawi, 2007). Berikut ialah definisi yang dikemukakan oleh para fuqaha' berpandukan kepada empat mazhab;

Dalam mazhab Syafi'i, zakat didefinisikan sebagai kadar yang ditentukan daripada beberapa jenis harta, yang wajib dikeluarkan kepada golongan manusia tertentu apabila cukup syarat tertentu. Para fuqaha' mazhab Maliki mendefinisikan zakat sebagai mengeluarkan sebahagian yang khusus daripada harta yang cukup nisab kepada orang yang berhak menerimanya (*mustahiq*), sekiranya sempurna milik dan cukup *haul* (setahun) iaitu bagi yang selain daripada harta galian, tanaman dan *rikaz* (harta temua/temuan/terpendam) (Zulkifli, 2010).

Di samping itu, mengikut pandangan para fuqaha' mazhab Hanafi pula mendefinisikan zakat sebagai menjadikan sebahagian harta yang khusus daripada harta yang khusus sebagai milik orang yang khusus, yang ditentukan oleh syarak kerana Allah SWT. Hanabilah pula mendefinisikan zakat sebagai hak wajib yang ada pada harta tertentu pada waktu yang tertentu pula atau hak yang wajib dikeluarkan daripada harta yang khusus kepada kumpulan yang khusus juga (Zulkifli, 2010).

Berdasarkan kajian Mujaini (2012) di dalam buku Zakat al-Mal al-Mustafad: Amalan dan Pengalaman di Malaysia menjelaskan pengertian zakat mengikut syariah dan ciri-ciri asas kewajipan zakat berpandukan kepada definisi oleh para fuqaha adalah seperti berikut:

“Penyerahan wajib sebahagian harta kekayaan kepada segolongan orang yang berhak menerimanya melalui amil yang bertauliah bagi mencari keredhaan Allah (ibadah), penyucian diri dan harta kekayaan untuk membangunkan masyarakat berdasarkan syarat-syarat yang ditentukan oleh syarak”.

(Mujaini, 2012)

Takrif petikan ayat tersebut memberikan ciri-ciri asas kewajipan zakat, antaranya ialah:

- i. Pelepasan milik harta bukan berdasarkan konsep hadiah, hibah (pemberian), anugerah, murah hati atau belas ihsan. Penyerahan itu adalah berdasarkan kewajipan (fardhu). Pemberi zakat diharamkan untuk mengambil semula harta yang dizakatkan, nilai atau manfaat setelah sempurna penyerahan.
- ii. Penyerahan sebahagian kekayaan telah ditentukan kadarnya sebanyak 2.5%-20% daripada pendapatan bersih sebagaimana yang dihukumkan oleh syarak dari satu masa ke satu masa yang tertentu.
- iii. Perbezaan syarat digunakan terhadap jenis-jenis harta kekayaan dan cara memperolehi pendapatan tersebut.
- iv. Penentuan kadar minimum nisab yang berbeza-beza berdasarkan jenis harta kekayaan dan cara pengusahaannya.
- v. Sistem pengagihan yang terkawal, dinamik dan berkesan kepada setiap asnaf yang berhak menerimanya.
- vi. Sistem zakat bertujuan membangunkan akidah, akhlak, ekonomi, pendidikan individu dan negara serta ummah supaya mendapat keredhaan Allah S.W.T.

Berdasarkan pengertian dan asas-asas di atas menunjukkan bahawa zakat menekankan kepada konsep kesepaduan kualiti dan kuantiti. Zakat diwajibkan ke atas umat Islam bertujuan memberi perlindungan kepada yang memerlukan, sebagai latihan kepada orang kaya untuk berkongsi dan jaminan pembangunan ummah. Oleh itu, sistem zakat dan institusi zakat menjadi satu mekanisme yang boleh menggarap keseluruhan sistem kehidupan masyarakat dan negara yang cemerlang.

Setelah meneliti definisi zakat dari pelbagai sudut, seterusnya kajian ini akan membincangkan mengenai kumpulan-kumpulan yang layak menerima zakat. Terdapat lapan kumpulan yang memerlukan dan berhak menerima dana zakat tersebut. Lapan kumpulan tersebut dikenali sebagai asnaf dan disebut oleh Allah dalam al-Quran Surah al-Taubah 60, iaitu *al-fuqara*¹, *al-Masakin*², *amil*³, *muallaf*⁴, *al-Riqab*⁵, *al-Gharimin*⁶, *fisabilillah*⁷ dan akhir sekali *ibn sabil*⁸.

“Sesungguhnya sedekah-sedekah (zakat) itu hanyalah untuk orang-orang fakir, dan orang-orang miskin, dan amil-amil yang mengurusnya, dan orang-orang muallaf yang dijinakkan hatinya, dan untuk hamba-hamba yang hendak memerdekakan dirinya, dan orang-orang yang berhutang, dan untuk (dibelanjakan pada) jalan Allah, dan orang-orang musafir (yang keputusan) dalam perjalanan. (Ketetapan hukum yang demikian itu ialah) sebagai satu ketetapan (yang datangnya) dari Allah dan (ingatlah) Allah Maha Mengetahui, lagi Maha Bijaksana”.

(Terjemahan surah al-Taubah: 60)

¹ Seseorang yang tidak mempunyai pendapatan atau mempunyai pendapatan tetapi tidak mencukupi keperluan harian.

² Mempunyai pendapatan tetapi tidak mencukupi untuk menanggung kehidupan.

³ Pegawai zakat yang dilantik oleh pihak berkuasa Islam untuk mengumpul dan mengurus dana zakat.

⁴ Orang yang baru memeluk Islam dan memerlukan keperluan

⁵ Mereka yang mempunyai ikatan dengan tuan mereka di mana kebebasan dihadkan (Sebagai contoh: Pusat pemulihan akhlak dan penagih dadah).

⁶ Mereka yang mempunyai hutang dan tidak mampu membayarnya.

⁷ Pejuang Islam yang berjuang menentang ketidakadilan terhadap orang Islam.

⁸ Ia merujuk kepada pelancong yang terkandas untuk tujuan yang dibenarkan oleh Islam.

Berdasarkan ayat terjemahan al-Quran di atas menunjukkan bahawa kesemua lapan asnaf ini perlu disantuni dalam agihan zakat sama ada oleh badan pengurusan zakat mahupun individu/institusi yang ingin mengagihkan sendiri zakat mereka secara terus kepada penerima ini. Oleh yang demikian, definisi zakat boleh dirangkumi sebagai penyerahan wajib sebahagian harta kekayaan kepada segolongan orang yang berhak menerimanya melalui amil yang bertauliah bagi mencari keredaan Allah SWT, penyucian diri dan harta kekayaan untuk membangunkan masyarakat berdasarkan syarat-syarat yang ditentukan oleh syarak (Lembaga Zakat Selangor, 2010).

2.3 Pengurusan Zakat Pada Zaman Rasulullah SAW

Bahagian ini menghuraikan asal usul terbentuknya pengurusan zakat. Pada zaman Rasulullah SAW, wahyu berhubung mengenai kewajipan mengeluarkan zakat telah diturunkan pada tahun kedua Hijrah (Qardhawi, 2007). Ketika era awal Islam ini, amalan zakat telah terbahagi kepada dua fasa iaitu peringkat Mekah dan peringkat Madinah. Peringkat awal perkembangan ini telah mengambil masa selama 23 tahun. Ketika di Mekah, masyarakat Badawi telah mempunyai satu sistem pengurusan yang bersifat lebih kepada menjaga keperluan dan kebajikan masyarakat. Mereka digalakkan untuk mengamalkan konsep sumbangan harta kepada pihak yang memerlukan seperti fakir, miskin dan asnaf yang lain. Namun, sepanjang 13 tahun, sistem seperti institusi pengurusan zakat yang khusus di mana mewajibkan golongan kaya mengeluarkan zakat kepada kelompok tertentu yang memerlukan adalah tidak diwujudkan lagi. Walau bagaimanapun, terdapat 3 aspek yang tidak diketahui kesahannya iaitu dari segi kadar zakat yang dikeluarkan, kaedah pungutan dan agihan zakat.

Dalam al-Quran, zakat telah dinyatakan sebanyak 30 kali dan turut disebut seiring dengan solat sebanyak 27 kali. Ini menunjukkan kewajipan menunaikan zakat adalah seiring dengan solat dan puasa. Di antaranya ialah firman Allah S.W.T. yang bermaksud:

“...Dan dirikanlah sembahyang, tunaikanlah zakat dan berikanlah pinjaman kepada Allah pinjaman yang baik dan kebaikan apa saja yang kamu perbuat untuk dirimu nescaya kamu akan memperolehi balasanNya di sisi Allah sebagai balasan yang paling baik dan yang paling besar pahalanya...”

(Terjemahan surah al-Muzzammil 73:20)

Kewajipan menunaikan zakat telah dinyatakan di dalam surah al-Taubah iaitu:

“Ambillah zakat dari sebahagian harta mereka, dengan zakat itu kamu membersihkan dan mensucikan mereka dan berdoalah untuk mereka. Sesungguhnya doa kamu itu menjadi ketenteraman jiwa bagi mereka. Dan Allah maha mendengar lagi maha mengetahui”

(Terjemahan surah al-Taubah 9:103)

Seruan dan perintah tersebut menggerakkan Rasullullah SAW untuk merancang dan melaksanakan satu sistem pengurusan zakat yang bersistematik. Menurut Kahf (1999) Rasullullah SAW sebagai ketua negara Madinah yang berskala kecil pada ketika itu telah melantik amil untuk memungut dan mengagihkan zakat. Pada waktu tersebut, terdapat ramai tenaga manusia berkhidmat secara sukarela dan mendorong hasil kutipan menjadi sangat tinggi kerana kepercayaan dan keimanan mereka adalah sangat kuat (Kahf, 1999).

Sehubungan itu, terdapat beberapa syarat tertentu yang perlu ada dalam diri seseorang calon tersebut sebelum dilantik sebagai petugas zakat (amil). Rasulullah SAW meletakkan syarat yang ketat iaitu calon tersebut mestilah mempunyai peribadi yang terpuji dan tidak meragukan, serta mempunyai pengetahuan yang luas mengenai wilayah dan kabilahnya. Rasulullah SAW telah menyamakan peranan tugas seorang amil atau pegawai zakat adalah seperti mujahid yang berjuang di jalan Allah. Hal ini kerana Hadis ini telah diriwayatkan daripada Abdul Rahman bin Auf iaitu:

“Seorang amil zakat yang bertugas dengan benar pahalanya sama dengan orang yang berperang di jalan Allah sampai dia pulang ke rumahnya”.

(Ibnu Hajar, 2007, kitab zakat, no. hadis 584)

Oleh itu, kesan daripada pemilihan ketat yang dilakukan oleh Rasulullah SAW sebelum melantik seseorang itu menjadi amil, menyebabkan pengurusan zakat pada zaman tersebut adalah yang sempurna dan memuaskan. Selain itu, Rasulullah SAW turut menetapkan satu kaedah yang sistematik di dalam proses kutipan dan agihan dana zakat iaitu hasil dana tersebut akan terus disalurkan kepada golongan asnaf setempat. Ini dibuktikan berdasarkan nas berikut, Dari Abu Juhaifah, ia berkata iaitu:

“Telah datang kepada kami amil zakat Utusan Rasulullah SAW, kemudian dia mengambil zakat dari orang-orang kaya di antara kami kemudian membahagikannya kepada para fakir miskin, waktu itu saya seorang anak yatim, maka dia memberiku zakat berupa unta betina muda”

(Sunan Tirmidzi, kitab zakat, no. hadis 649)

Justeru, hal ini dapat membuktikan bahawa pada zaman pemerintahan Rasulullah SAW adalah merupakan permulaannya sistem pengurusan zakat yang paling bersistematik dan tersusun. Kemudian, pentadbiran zakat telah diterajui oleh para khulafa al-Rasyidin selepas kewafatan baginda Rasulullah SAW.

2.3.1 Pengurusan Zakat Pada Era Khulafa' al-Rasyidin

Selepas kewafatan baginda Rasulullah SAW, amalan pembayaran zakat telah diteruskan oleh para sahabat Rasulullah SAW yang dikenali sebagai nama Khulafa' al-Rasyidin. Khulafa' al-Rasyidin merupakan gelaran yang diberikan kepada empat orang khalifah terkemuka yang menerajui pemerintahan Islam selepas kewafatan Rasulullah SAW. Mereka ialah Sayidina Abu Bakar, Umar al-Khattab, Uthman Affan dan Ali Abi Talib. Pada era pemerintahan Khulafa al-Rasyidin, tiada perubahan besar dilakukan terhadap hukum asas zakat seperti nisab, kumpulan asnaf dan agihan zakat. Walau bagaimanapun, terdapat perubahan dalam aspek lain seperti pentadbiran zakat dan jenis harta zakat yang dikenakan kepada umat Islam. Perubahan ini dilaksanakan disebabkan oleh faktor ekonomi semasa (Samad & Glenn, 2010).

2.3.1.1 Sayidina Abu Bakar

Khalifah Abu Bakar al-Siddiq merupakan khalifah pertama yang menggantikan pemerintahan Rasulullah SAW selepas kewafatan baginda. Pada zaman pemerintahan Khalifah Abu Bakar al-Siddiq, terdapat segelintir kumpulan Badawi mengingkari pembayaran zakat kerana menganggap ianya sebagai batu beban. Mereka menyatakan bahawa selepas kewafatan baginda Rasulullah SAW, pembayaran zakat adalah tidak

diwajibkan. Oleh demikian, Sayidina Abu Bakar mengambil langkah memerangi sesiapa yang mengingkari untuk membayar zakat kepada kerajaan seperti ketika Rasulullah SAW menjadi pemerintah. Langkah penguatkuasaan ini dilakukan kerana zakat merupakan kewajipan yang perlu dipatuhi oleh umat Islam kerana ia seiring dengan kewajipan solat. Di samping itu, pambanteras ini juga bertujuan untuk menstabilkan Madinah. Jika keadaan ini tidak dibanteras dan dibaiki, ianya mampu memberi pengaruh negatif. Hal ini disebabkan dana zakat mampu mengukuhkan integrasi sosio-ekonomi dan rohani dalam kalangan masyarakat miskin dan kaya (Qardhawi, 2007).

Sepanjang tempoh pemerintahan khalifah Abu Bakar, terdapat beberapa perubahan yang dilakukan mengenai zakat. Antara perubahan tersebut ialah mengenakan zakat ke atas ternakan seperti madu. Ini selari dengan kehendak Rasulullah SAW. Selain itu, khalifah Abu Bakar turut membina sebuah bilik khas sebagai tempat penyimpanan harta negara (Hamizul, 2012).

2.3.1.2 Sayidina Umar al-Khattab

Sayidina Umar al-Khattab adalah pemimpin kedua selepas pemerintahan Sayidina Abu Bakar dan dikenali sebagai al-Faroq. Pada zaman pemerintahan Sayidina Umar al-Khattab, terdapat pelbagai penambahbaikkkan yang dilakukan oleh beliau seperti menubuhkan undang-undang berdasarkan realiti sosial (Faisal, 2011). Selain itu, zakat ke atas barang dagangan turut dikenakan kerana perdagangan merupakan aktiviti utama.

Di samping itu, Sayidina Umar al-Khattab turut menubuhkan sebuah jawatankuasa yang menjaga bahagian kewangan. Setiap pengeluaran dan kemasukan dana akan dicatatkan dengan teliti untuk mengelakkan daripada berlakunya kebocoran zakat. Maka, sebagai pendokong kepada usaha ini, Baitul Mal ditubuhkan sebagai tempat untuk menyimpan harta negara. Harta ini termasuklah zakat, *kharaj*, *fidyah*, *usyr*, rampasan, *fay'* dan banyak lagi. Ini berbeza dengan zaman Sayidina Abu Bakar yang hanya menyediakan sebuah bilik sebagai tempat penyimpanan harta negara (Hamizul, 2012).

Penubuhan Baitul Mal merupakan usaha penting dalam pengurusan zakat selepas pemerintahan Sayidina Abu Bakar. Baitul Mal ditubuhkan hasil daripada cadangan yang dikemukakan oleh Khalid al-Walid iaitu *al-Diwan*. *Al-Diwan* merupakan sebuah jabatan khas yang mengendalikan harta kerajaan terutamanya dana zakat. Berikutan cadangan daripada Khalid al-Walid, Sayidina Umar al-Khattab menubuhkan sebuah *al-Diwan* iaitu sebuah jabatan khas untuk mengurus harta kerajaan. Dengan Penubuhan *al-Diwan*, Baitul Mal telah menjadi pusat menyimpan harta negeri terutamanya dana zakat (Hamizul, 2012).

Di samping itu, dari aspek perlantikan amil pula, Sayidina Umar al-Khattab telah melantik amil sebagai jawatan tetap dengan memberikan gaji sebagai pendorong kepada mereka untuk melaksanakan urusan mengenai zakat secara bersungguh-sungguh. Pada era pemerintahan Sayidina Umar al-Khattab, masalah kemiskinan dapat diatasi sehingga sukar untuk mencari penerima zakat yang berhak (Farooq, 2008). Hal ini adalah kesan daripada konsep pengagihan zakat yang diperkenalkan iaitu menjadikan penerima kaya dan mereka seterusnya menjadi pembayar zakat

(Qardhawi, 2007). Konsep agihan yang dilakukan ini menyebabkan lebih dana zakat tidak berlaku.

2.3.1.3 Sayidina Uthman Ibn Affan

Pada zaman pemerintahan Sayidina Uthman Ibn Affan, tidak terdapat banyak perubahan yang berlaku jika dibandingkan dengan pemerintahan sebelumnya. Demi untuk memperbaiki taraf hidup umat Islam, Sayidina Uthman menambahkan kadar bantuan kepada mereka sehingga 100% supaya bantuan yang diberikan adalah mencukupi. Kenaikan kadar bantuan tersebut kepada asnaf bertujuan untuk meningkatkan taraf kehidupan umat Islam sekaligus merapatkan jurang antara masyarakat miskin dan kaya (Wahairi, 1991; Siti, 2009; Jasni dan Anwar, 2012).

Terdapat dua kategori zakat yang diperkenalkan oleh Sayidina Uthman Ibn Affan iaitu zakat ketara dan tidak ketara. Zakat ketara bermaksud pembayar boleh membayar zakat secara langsung kepada penerima manakala zakat tidak ketara ialah membayar zakat menerusi amil yang dilantik oleh kerajaan (Wahairi, 1991; Siti, 2009; Jasni dan Anwar, 2012). Walau bagaimanapun, kerajaan mempunyai hak untuk melaksanakan undang-undang supaya zakat dibayar terus kepada amil yang dilantik oleh kerajaan di bawah konsep siyasah syar'iyah.

2.3.1.4 Sayidina Ali Bin Abi Talib

Semasa tampuk pemerintahan Sayidina Ali Bin Abi Talib, pemantauan ke atas tingkah laku amil yang dilantik oleh kerajaan menjadi fokus utama. Justeru, amil yang dilantik

perlu bersifat amanah, jujur, mujtahid dan profesional supaya keberkesanan kutipan dan agihan dapat dilaksanakan dengan proaktif dan inovatif. Selain itu, pemantauan yang dilakukan adalah untuk memastikan bahawa kebajikan pembayar zakat dijaga dan tiada unsur paksaan dilakukan ke atas mereka (Wahairi, 1991).

2.4 Sejarah Zakat Di Malaysia

Kedatangan Islam di Nusantara adalah pada abad ke-13 (Aidit, 1998). Merujuk kepada fakta, sejarah zakat di Malaysia juga bermula pada tarikh tersebut. Pada sejarah awal, data mengenai kutipan dan agihan zakat sangat sukar diperolehi kerana maklumat tersebut sangat terbatas sebelum kedatangan kuasa penjajah (Aidit, 1998). Pembayaran zakat sebelum kedatangan penjajah adalah tidak ditadbir dalam sebuah sistem yang tersusun. Zakat secara tradisinya akan dibayar kepada guru-guru agama kemudian akan diagihkan secara langsung kepada para asnaf yang memerlukan. Amalan ini adalah sukar untuk ditentukan sama ada pembayaran zakat menerusi guru agama ini merupakan kelaziman budaya atau sebaliknya.

Namun, menerusi pemerhatian, amalan sebegini merupakan amalan yang dilakukan dari satu generasi ke generasi (Azman, Mohammad, & Syed Mohd Najib, 2012). Ini kerana, masyarakat meletakkan kepercayaan kepada guru agama sepenuhnya untuk menjalankan tanggungjawab sebagai amil kerana mereka berpendapat guru agama adalah orang yang berpengetahuan dan layak dalam menentukan nisbah pengagihan zakat (Aidit, 1998). Sejarah zakat dibahagikan kepada empat peringkat masa yang berbeza iaitu era sebelum penjajahan, semasa penjajahan, pentadbiran zakat sebelum 1990-an dan pentadbiran zakat selepas 1990-an (Htay & Salman, 2014).

2.4.1 Zakat Semasa Penjajahan British

Pada zaman penjajahan British, perkara yang berkaitan dengan hal duniawi, agama dan adat istiadat adalah berasingan antara satu sama lain. MAIN bertanggungjawab ke atas semua adat istiadat Islam dan perkara yang berkaitan orang Melayu. Selain daripada tanggungjawab tersebut, selebihnya adalah di bawah bidang kuasa sivil British dan sistem undang-undang jenayah (Aidit, 1998). Ini membawa maksud, hal yang berkaitan dengan zakat adalah dibawah seliaan MAIN.

Merujuk kepada buku Zakat Satu Tinjauan, Kelantan merupakan negeri pertama yang menubuhkan satu badan seperti MAIN dan kemudiannya dijadikan sebagai panduan kepada negeri-negeri di Tanah Melayu. Di bawah model ini, Imam (pemimpin rohani) telah diberi kuasa untuk mentadbir hal-hal berkaitan zakat dan sebahagian daripada kutipan zakat akan diserahkan kepada kerajaan negeri sebagai sumber kewangan bagi hal ehwal Islam. Ini merupakan asal usul pentadbiran zakat yang telah dikendalikan dan kemudiannya diterapkan sehingga kini adalah di bawah pengawasan MAIN (Aidit, 1998).

2.4.2 Perkembangan Pentadbiran Zakat di Malaysia

Perlembagaan Malaysia meletakkan pentadbiran zakat adalah di bawah pentadbiran agama Islam iaitu di bawah bidang kuasa kerajaan negeri (Perlembagaan Malaysia). Bentuk organisasi dalam pengurusan zakat adalah berbeza bergantung kepada pentadbiran negeri tersebut (Kamil, 2002). Bagi Wilayah Persekutuan dan negeri yang mempunyai sultan atau raja, pentadbiran zakat adalah di bawah bidang kuasa negeri

masing-masing. MAIN merupakan organisasi yang bertanggungjawab terhadap pentadbiran zakat kecuali negeri Kedah yang merupakan satu badan yang bertindak bagi pihak Duli Yang Maha Mulia (DYMM). Di Kedah, Lembaga Zakat Negeri Kedah (LZNK) ditubuhkan khas bagi menjalankan tugas untuk memungut dan mengagihkan dana zakat. Ini kerana, LZNK adalah bebas dari seliaan MAIN itu sendiri (Azman et al., 2012).

Pada era sebelum tahun 1990-an, jumlah pungutan zakat mencatatkan jumlah yang agak rendah disebabkan beberapa faktor (Hairunnizam & Sanep, 2014). Salah satu daripada faktor tersebut ialah pembayaran zakat fitrah dan zakat padi diberi keutamaan untuk dibayar manakala zakat lain seperti zakat pendapatan, harta persendirian dan perniagaan dipandang remeh kepentingannya untuk dilaksanakan. Kedua, amil atau tugas memungut zakat dilaksanakan secara bermusim. Kutipan zakat umumnya dilakukan ketika bulan Ramadhan dan musim menuai padi sahaja.

Seperti yang dibincangkan sebelum ini, tradisinya pengurusan zakat dilakukan secara sendirian di mana seseorang akan membayar zakat secara langsung kepada amil dan kemudiannya akan diagihkan kepada mereka yang berhak dan memerlukan. Ketiga, berlakunya lambakan kerja dan tugas tidak teratur dengan sebaiknya merupakan faktor penyumbang kepada kutipan zakat yang rendah. Sebagai contoh, seorang pegawai ditugaskan dengan bebanan kerja yang pelbagai seperti perkara yang berkaitan dengan Baitulmal, termasuk zakat, ladang, wakaf dan sebagainya (Azman et al., 2012).

Selepas tahun 1990-an, sebuah badan telah ditubuhkan untuk mentadbir kutipan dan agihan zakat secara sistematik dan profesional yang membuka satu lembaran baru di bawah pentadbiran zakat. Ini dilakukan dengan melantik sebuah institusi yang bertindak sebagai anak syarikat di bawah MAIN dan berperanan melaksanakan tugas-tugas yang ditetapkan. Terdapat beberapa institusi zakat yang dikorporatkan sepenuhnya, separuh dikorporatkan, dan sepenuhnya berada di bawah MAIN. Pengkorporatan institusi zakat merupakan satu langkah untuk meningkatkan kualiti perkhidmatan dan kecekapan kutipan serta agihan dana zakat. Oleh yang demikian, institusi zakat di Malaysia boleh dibahagikan kepada tiga kategori iaitu dikorporatkan sepenuhnya, separa dikorporatkan dan sepenuhnya berada di bawah pentadbiran MAIN.

Jadual 2.1

Senarai Institusi-institusi Zakat Mengikut Kategori

Kategori	Institusi-institusi Zakat
Institusi dikorporatkan sepenuhnya	Pusat Pungutan Zakat Wilayah Persekutuan (PPZ)
	Pusat Zakat Melaka (PZM)
	Pusat Kutipan Zakat Pahang (PKZ)
	Pusat Zakat Negeri Sembilan (PZNS)
Institusi zakat separuh dikorporatkan	Lembaga Zakat Selangor (LZS)
	Pusat Zakat Pulau Pinang (PZPP)
	Pusat Zakat Sabah (PZS)
	Tabung Baitulmal Sarawak (TBS)
Institusi zakat tidak dikorporatkan	Jabatan Zakat Negeri Kedah (JZNK)
	Majlis Agama Islam Perlis (MAIP)
	Majlis Agama Islam Negeri Johor (MAINJ)
	Majlis Agama Islam dan Adat Melayu Perak (MAIAMP)
	Majlis Agama Islam dan Adat Melayu Terengganu (MAIDAM)
	Majlis Agama dan Adat Istiadat Melayu Islam Kelantan (MAIK)

Sumber: Laporan Zakat (2014)

Berdasarkan Jadual 2.1, di negeri Melaka pengurusan kutipan zakat diurus oleh PZM dan pentadbiran agihan masih kekal diletakkan di bawah pengawasan Baitulmal MAIM. Di samping itu, di Wilayah Persekutuan, kutipan diletakkan dibawah Pusat Zakat Wilayah dan agihan di bawah Jawatankuasa Agihan Baitulmal Wilayah. Manakala di Negeri Selangor, Peraturan Pentadbiran Undang-undang Islam (Zakat dan Fitrah) Pindaan 1955 memberi kuasa kepada Majlis Agama Islam Selangor (MAIS) untuk mengutip dan mengagihkan hasil zakat. Pada tahun 1994, Pusat Zakat Selangor (PZS) ditubuhkan dan diberi kuasa menjalankan tugas memungut zakat. Pada tahun 1998, agihan zakat telah diserapkan menjadi satu entiti perbadanan. Kemudian, pada tahun 2006 struktur pentadbiran PZS dinaiktaraf sebagai Lembaga Zakat Selangor (LZS).

Walau bagaimanapun, hanya sebahagian Pusat Zakat bertanggungjawab untuk mengutip dan mengagihkan dana zakat, seperti Johor, Pulau Pinang, Kedah, Terengganu, Kelantan dan Perlis di mana kedua sektor pentadbiran kutipan dan agihan diletakkan di bawah Pusat Zakat yang terletak di bawah pengawasan Baitulmal Majlis Agama Islam Negeri. Di Negeri Kedah, LZNK diberi kuasa mentadbir urusan kutipan dan agihan yang diletakan di bawah pengawasan secara langsung DYMM Sultan Kedah. Sehingga kini, struktur pentadbiran zakat di Malaysia berbeza di antara negeri-negeri. Di beberapa buah negeri, kutipan dan agihan ditadbir oleh entiti yang berbeza. Oleh yang demikian, dapat dilihat bahawa Majlis Agama dan baitumal negeri masih memainkan peranan penting dalam urusan pentadbiran zakat.

2.5 Perbezaan antara Cukai dan Zakat

Sistem zakat pada amnya mempunyai banyak persamaan dengan sistem cukai. Kedua-dua sistem ini melibatkan pungutan wang oleh wakil-wakil kutipan yang dilantik oleh pihak berkuasa daripada individu atau syarikat tertentu untuk kegunaan tertentu. Namun, dari segi falsafah dan konsepnya, sistem zakat dan cukai adalah berbeza (Kamil, 2006). Terdapat empat aspek yang membezakan antara zakat dan cukai iaitu konsep, aspek undang-undang, aspek ekonomi dan sosial, dan kesan etika dan kerohanian (Nur Barizah & Abdul Rahim, 2007).

Zakat terbahagi kepada beberapa kategori yang perlu dikeluarkan apabila memenuhi syarat-syarat tertentu iaitu zakat fitrah, zakat pendapatan, zakat harta, zakat perniagaan, zakat pertanian dan zakat ternakan. Manakala cukai pula terbahagi kepada dua kategori iaitu cukai langsung dan cukai tidak langsung. Cukai langsung terdiri daripada cukai korporat, cukai individu, cukai petroleum, cukai hartanah dan lain-lain cukai langsung. Sementara cukai tidak langsung adalah duti eksport, duti impot, cukai jualan dan cukai kastam (Lembaga Hasil Dalam Negeri, 2010).

Perbezaan dari segi undang-undang pula, sistem cukai menggunakan undang-undang yang khusus seperti Akta Cukai Pendapatan 1967 bagi cukai pendapatan dan akta-akta dan undang-undang tambahan yang lain yang telah dibahaskan dan diluluskan oleh Parlimen. Walau bagaimanapun, bagi sistem zakat pula, undang-undang mengenainya berada di bawah enakmen negeri masing-masing di bawah pentadbiran Hal Ehwal Agama Islam Negeri (Hasnan, 2006).

Selain itu, dari segi pengiraan di antara sistem cukai dan zakat adalah turut berbeza antara satu sama lain. Bagi pengiraan zakat, terdapat dua kaedah yang berbeza boleh digunakan iaitu kaedah modal kerja dan modal berkembang. Jumlah pendapatan bersih seseorang yang diperolehi akan didarabkan dengan 2.5%. Hasil yang didarab dengan peratusan tersebut dikira sebagai jumlah zakat yang perlu di bayar berdasarkan syarat-syarat tertentu. Manakala bagi cukai pula, pendapatan agregat (setelah mengambil kira semua pengecualian dan perlepasan cukai) akan didarabkan dengan 2.5% dan hanya jumlah itu sahaja yang dapat dikecualikan sebagai zakat oleh Lembaga Hasil Dalam Negeri (LHDN).

Kutipan wang zakat bertujuan untuk diagihkan kepada lapan golongan asnaf seperti yang telah dinyatakan di dalam al-Quran, iaitu fakir, miskin, amil, muallaf, riqab, gharimin, fisabilillah dan ibnu sabil. Manakala kutipan wang cukai digunakan oleh pemerintah untuk membiayai pelbagai projek dan pentadbiran kerajaan serta digunakan untuk memberi kemudahan serta pembangunan masyarakat tidak mengira agama.

Rumusannya, masyarakat Islam perlu mempelajari tentang hukum hakam mengenai zakat supaya mereka tidak tergolong dalam golongan murtad (Shofian & Amir, 2002). Masyarakat perlu mengetahui bahawa kepentingan menyalurkan zakat kepada golongan yang memerlukan dapat membantu dan meringankan beban mereka dalam mengharungi kehidupan seharian. Justeru, melalui dana zakat ini juga dapat membangunkan ekonomi Islam agar terus maju ke hadapan.

2.6 Andaian Teoretikal

Teori merupakan satu set konstruk yang saling berkaitan, definisi, dan cadangan fenomena yang dibentangkan secara spesifik dengan menentukan hubungan antara pembolehubah bertujuan untuk menjelaskan dan meramalkan sesuatu fenomena tersebut (Kerlinger & Lee, 1999). Justeru, dengan adanya teori, penyelidik mampu memahami dan menyediakan penerangan mengenai fenomena yang dikaji dan seterusnya membina ramalan terhadap fenomena tersebut. Oleh yang demikian, kajian ini akan menggunakan teori pihak berkepentingan bagi meramal pembolehubah-pembolehubah yang telah dikenalpasti.

2.6.1 Teori Pihak Berkepentingan

Freeman (1984, p.25) mendefinisikan pihak berkepentingan sebagai *“stakeholders are any group or individuals that can affect or is affected by the achievement of an organization’s objectives”* yang bermaksud mana-mana kumpulan atau individu yang boleh mempengaruhi atau dipengaruhi oleh pencapaian objektif sesebuah organisasi”. Manakala Clarkson (1995) memberi takrifan pihak berkepentingan sebagai “orang atau kumpulan yang mempunyai tuntutan, hak milik, hak, atau kepentingan dalam syarikat dan aktivitinya, masa lalu, masa kini, atau pada masa hadapan”. Sehubungan itu, pihak berkepentingan merupakan satu kumpulan yang mempunyai kepentingan autoriti di dalam sesebuah organisasi (Donaldson & Preston, 1995).

Konsep asas teori pihak berkepentingan ini adalah perlindungan tidak hanya diberikan kepada pemegang saham sahaja tetapi turut juga diberikan kepada pihak lain yang

mempunyai kepentingan yang sama di mana mereka mendapat kesan daripada keputusan yang dibuat oleh sesebuah organisasi tersebut. Justeru, jika dilihat di dalam institusi zakat, setiap keputusan yang dibuat oleh pihak pengurusan zakat akan memberi kesan kepada pihak berkepentingan yang lain termasuklah pembayar zakat, pekerja zakat, penerima zakat, kerajaan persekutuan, kerajaan negeri dan masyarakat Islam khususnya.

Frooman (1999) menyatakan tiga persoalan penting yang perlu diberi perhatian terhadap teori pihak berkepentingan. Pertama, siapakah yang dianggap sebagai pihak berkepentingan sesebuah organisasi? Kedua, apakah yang diinginkan oleh pihak-pihak berkepentingan organisasi tersebut? Akhir sekali, bagaimanakah pihak berkepentingan ini mencapai hasrat keinginan mereka? Oleh itu, sesebuah organisasi perlu memastikan ketiga-tiga persoalan ini dikenal pasti bagi mencapai kecemerlangan organisasi mereka. Tujuan mengenal pasti pihak berkepentingan ini adalah supaya pihak organisasi dapat menyediakan keperluan dan perkhidmatan yang paling baik kepada mereka demi menjaga kepentingan pihak ini (Freeman, 1984). Justeru, teori pihak berkepentingan ini berupaya untuk mengatasi persoalan penting yang dihadapi oleh sesebuah organisasi dan juga faktor yang perlu diberi perhatian oleh organisasi tersebut dalam menjaga hubungan serta kepentingan-kepentingan pihak berkepentingan ini (Freeman, 1984).

Teori pihak berkepentingan telah banyak digunakan di dalam pelbagai bidang seperti pengurusan, pemasaran, perakaunan dan lain-lain. Collier (2008) memberi tumpuan kepada akauntabiliti organisasi terhadap pihak berkepentingan yang pelbagai. Selain itu, teori ini juga telah digunakan dalam konteks tanggungjawab sosial korporat di

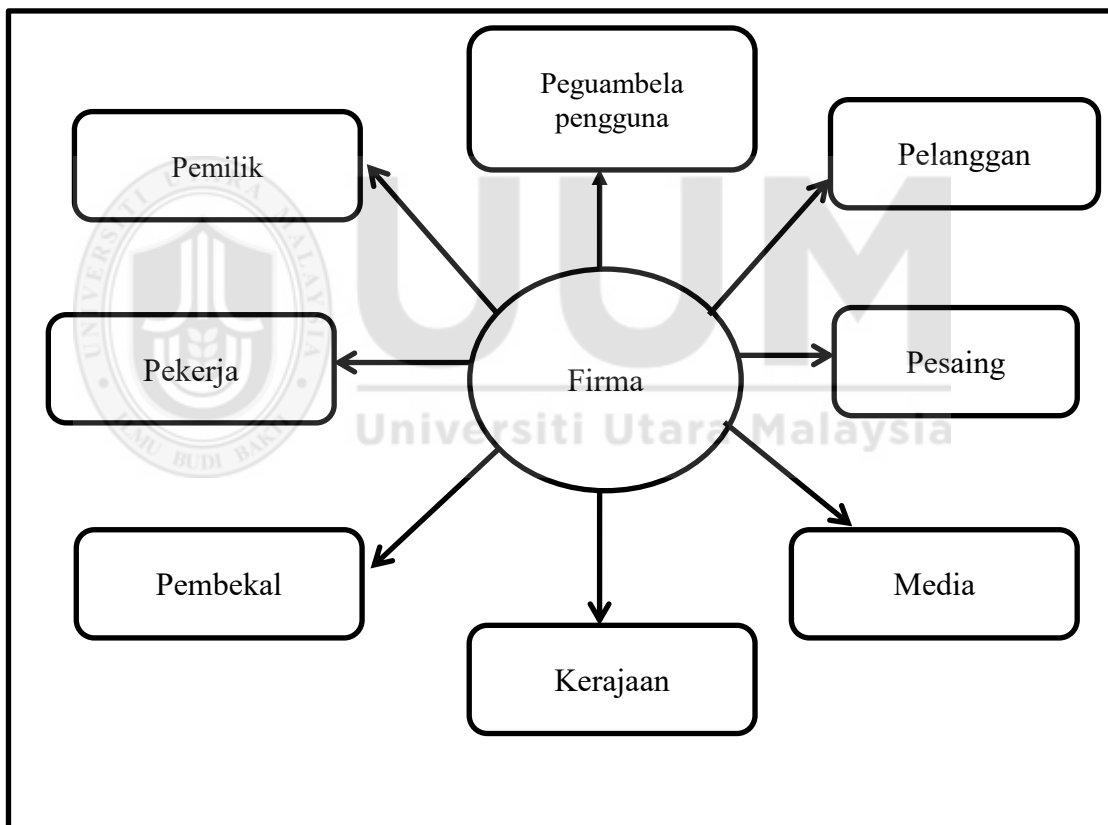
mana syarikat dikehendaki memberi pertimbangan kepada semua kumpulan yang terlibat dengan keputusan mereka (Branco & Rodrigues, 2006). Konteks lain yang berkaitan teori pihak berkepentingan ialah; laporan tahunan alam sekitar (Elijido-Ten, 2009); Pengurusan pihak berkepentingan untuk kemapanan organisasi (Garvare & Johansson, 2010); Aplikasi teori pihak berkepentingan terhadap hubungan strategi pembangunan pemasaran dalam organisasi bukan keuntungan (Knox & Gruar, 2007); Proses membuat keputusan di dalam francais antarabangsa (Altinay & Miles, 2006); dan salah laku pengurusan di dalam organisasi (Culpan & Trussel, 2005). Walau bagaimanapun, dalam bidang zakat, teori pihak berkepentingan sangat sedikit diuji.

Intipati teori pihak berkepentingan adalah perlindungan perlu diberikan kepada semua pihak berkepentingan. Ini adalah selaras dengan prinsip zakat yang memberikan keadilan sosial kepada umat Islam keseluruhannya. Teori pihak berkepentingan memerlukan organisasi untuk mengenal pasti siapakah pihak berkepentingan mereka. Menurut Frooman (1999) mengenalpasti pihak yang berkepentingan adalah salah satu daripada persoalan penting yang perlu diberi perhatian dalam teori ini. Konsep ini boleh digunakan di institusi zakat di mana pihak-pihak berkepentingan zakat telah dikenal pasti terdiri daripada enam kumpulan iaitu pembayar zakat, pekerja zakat, penerima zakat, kerajaan persekutuan, kerajaan negeri dan masyarakat Islam.

Seterusnya, pihak berkepentingan zakat diklasifikasikan kepada pihak-pihak berkepentingan utama dan pihak berkepentingan menengah untuk menunjukkan betapa pentingnya mereka kepada institusi zakat. Pihak berkepentingan utama terdiri daripada pembayar zakat, pekerja zakat dan penerima zakat sedangkan pihak

berkepentingan zakat lain berada di bawah kategori pihak berkepentingan menengah iaitu kerajaan persekutuan, kerajaan negeri dan masyarakat Islam.

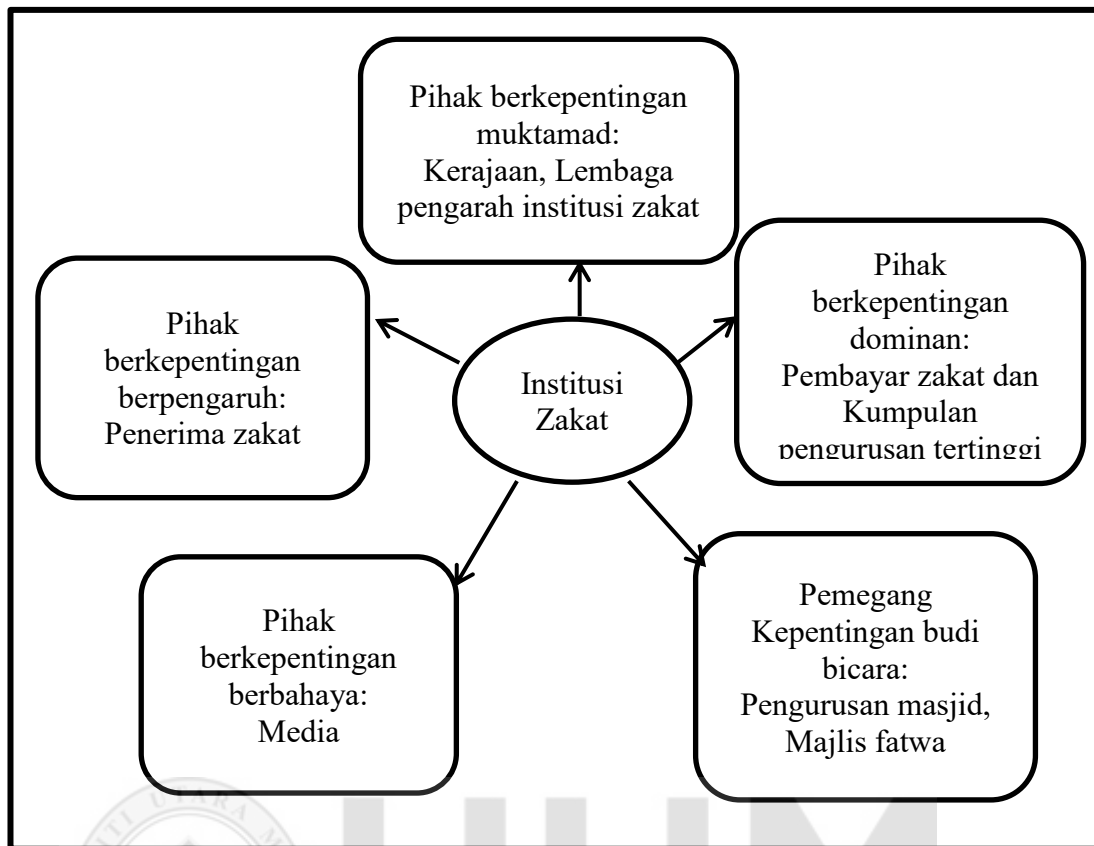
Kajian ini telah meletakkan teori pihak berkepentingan sebagai teori asas utama. Teori pihak berkepentingan sesuai diaplikasikan kerana inti pati teori pihak berkepentingan memberi perlindungan kepada semua pihak yang berkepentingan. Ini sejajar dengan semangat institusi zakat dalam memberikan keadilan ekonomi dan sosial untuk semua pihak.



Sumber: Strategic management: A stakeholder approach: Cambridge University Press

Rajah 2.1

Kategori Pihak Berkepentingan Firma



Rajah 2.2

Kategori Pihak Berkepentingan Institusi Zakat adaptasi dari Freeman (1984).

2.7 Sorotan Karya Mengenai Zakat

Pada bahagian berikutnya, kajian ini akan membincangkan dengan terperinci mengenai kajian zakat yang telah dilakukan oleh penyelidik terdahulu. Pada masa kini, kajian mengenai zakat mendapat sambutan yang memberangsangkan dalam kalangan penyelidik. Hal ini kerana mereka ingin memberi sumbangan idea bagi mengatasi masalah yang berlaku terhadap institusi zakat. Walau bagaimanapun, kebanyakan kajian mengenai zakat adalah lebih menjurus ke arah beberapa aspek iaitu gelagat kepatuhan zakat (Farah Mastura & Zainol, 2015; Kamil, 2002; Ram Al Jaffri, 2010; Zainol, 2008), prestasi kecekapan (Abd Halim, Mohamed Saladin, Rozman, Siti Mariam, & Rashidah, 2015; Eza Ellany et al., 2014; Ismail & Masturah, 2014;

Norazlina & Abdul Rahim, 2013) dan kesan zakat kepada kualiti hidup asnaf (Mahyuddin, 2012). Namun, kajian empirikal mengenai tahap kepercayaan pihak berkepentingan terhadap institusi zakat di Malaysia masih kurang diterokai. Maka, kajian ini merupakan sumbangan penting kepada pengetahuan dalam bidang zakat mengenai tahap kepercayaan pihak berkepentingan terhadap institusi zakat. Sorotan karya mengenai zakat akan dilakukan terlebih dahulu kerana ianya merupakan asas penting kepada pembentukan kerangka kajian. Selain itu, sorotan karya dilakukan bertujuan untuk mengukuhkan lagi kajian yang dijalankan kerana ianya menjadi asas panduan kepada perjalanan proses kajian ini sehingga mampu mencapai objektif yang ingin dicapai.

2.7.1 Kajian Teori dan Emperikal Mengenai Zakat

Kajian mengenai gelagat kepatuhan telah banyak dilakukan oleh penyelidik lepas. Mereka telah memberi tumpuan terhadap hubungan antara gelagat kepatuhan pembayar zakat dengan pelbagai jenis zakat seperti fitrah (Fidlizan, Mohd Yahya, Azila, & Salwa Amirah, 2015; Mohd Yahya, Fidlizan, & Mohamad Ali, 2013), pendapatan (Fidlizan, Azila, Fatimah Salwa, & Nor Hamizah, 2016; Eza Ellany & Mohd Rizal, 2011; Kamil, 2002; Zainol, 2008), simpanan (Farah Mastura & Zainol, 2015), dan perniagaan (Mohd Rahim, Rohani, Arifin, & Abdol Samad, 2014; Ram Al Jaffri, 2010; Izlawanie, 2016).

Fidlizan et al. (2015) telah mengkaji mengenai ketirisan bayaran zakat fitrah di institusi formal di Malaysia. Kajian ini mendapati bahawa berlaku peningkatan pembayaran zakat fitrah di institusi formal, walau bagaimanapun pembayaran zakat

secara langsung juga turut meningkat. Dapatan ini diperolehi melalui formula persamaan yang sama digunakan oleh Mohd Yahya et al. (2013) untuk mendapatkan jumlah pembayar zakat fitrah di Selangor. Namun, Mohd Yahya et al. (2013) melakukan analisis terhadap data pembayar zakat bermula tahun 1995 hingga 2011. Berdasarkan analisis tersebut, dapatan kajian menunjukkan jumlah kebocoran zakat fitrah tanpa melalui institusi formal turut menunjukkan jumlah peningkatan yang besar.

Dari aspek zakat pendapatan pula, Fidlizan et al. (2016) menjalankan kajian untuk mengenalpasti tahap kepatuhan zakat pendapatan kumpulan profesional di Universiti Pendidikan Sultan Idris. Kajian ini melihat dari aspek pengiraan jumlah pendapatan daripada setiap sumber penggajian yang diperolehi dari soal selidik oleh 112 orang kakitangan akademik Muslim. Hasil dapatan kajian mendapati bahawa pengetahuan masyarakat dalam membuat pengiraan zakat berada pada paras sederhana dan mereka beranggapan bahawa pengiraan zakat adalah terhad kepada gaji dan elaun bulanan sahaja.

Manakala Eza Ellany dan Mohd Rizal (2011) lebih tertumpu kepada kajian di sekitar Kuala Lumpur dan Selangor. Seramai 22 orang responden mengambil bahagian dalam kajian ini. Hasil dapatan kajian mendapati bahawa faktor pengetahuan agama memainkan peranan penting dalam peningkatan pembayaran zakat berbanding faktor lain seperti kesedaran kepentingan membayar zakat, zakat kurang membebankan, keimanan, pengaruh kawan, insentif rebat cukai, maklumat pendidikan zakat dan kepercayaan terhadap badan kutipan zakat.

Di samping itu, Kamil et al. (2003) pula menyiasat peranan faktor motivasi intrinsik seperti kualiti perkhidmatan yang ditanggap, tahap pengetahuan, tahap pendedahan kempen promosi dan tahap keagamaan terhadap gelagat kepatuhan zakat pendapatan dalam kalangan kakitangan awam persekutuan di negeri Kedah. Analisis komponen prinsipal dan regresi logistik multivariat digunakan. Kajian ini mendapati bahawa kualiti perkhidmatan, tahap pengetahuan zakat, tahap pendedahan kempen promosi berhubung positif dengan gelagat pembayaran zakat manakala tahap keagamaan mempunyai hubungan negatif. Hubungan negatif ini mungkin disebabkan oleh perbezaan pendapat mengenai zakat pendapatan dikenakan zakat. Manakala Zainol (2008) pula menggunakan penerokaan analisis faktor, pengesahan analisis faktor dan pemodelan persamaan berstruktur. Dapatan beliau membuktikan bahawa faktor yang diuji seperti sikap am, sikap tanpa syarat, kumpulan rujukan intim, kumpulan rujukan pasangan, penguatkuasaan, gelagat keagamaan berorganisasi, undang-undang yang ketat, kualiti perkhidmatan jaminan dan empati, kebolehpercayaan kredibiliti korporat, kekesanan diri, dan pengetahuan mempunyai perkaitan dengan niat gelagat kepatuhan gaji.

Farah Mastura dan Zainol (2015) telah membuat kajian mengenai gelagat kepatuhan zakat simpanan terhadap 80 individu Muslim yang bekerja di Universiti Utara Malaysia. Pembolehubah yang dikaji dalam kajian ini ialah sikap, kumpulan rujukan, nilai agama dan kredibiliti korporat ditanggap. Kesemua pembolehubah yang dikaji didapati mempengaruhi secara positif dan signifikan terhadap gelagat kepatuhan zakat simpanan. Manakala zakat perniagaan pula dikaji oleh Mohd Rahim et al. (2014) ke atas 276 orang usahawan SME di Selangor. Analisis Rasch Measurement Model digunakan untuk menganalisis data. Hasil analisis mempamerkan bahawa amalan

agama tidak mempengaruhi usahawan SME untuk membayar zakat perniagaan. Namun, kajian Ram Al Jaffri (2010) terhadap 227 orang usahawan di Kedah menggunakan faktor penerokaan, faktor pengesahan dan permodelan persamaan berstruktur mendapati hubungan positif yang signifikan di antara keberkesanan sendiri, rebat cukai, kemudahan pembayaran zakat, persepsi peniaga terhadap amil dan niat gelagat. Manakala sikap bersetuju dan sikap menolak turut mempunyai hubungan langsung terhadap gelagat kepatuhan. Peranan moderasi iaitu aliran tunai juga didapati mempunyai hubungan signifikan antara hubungan sikap dan norma subjektif terhadap niat, dan ibadat sunat juga mempunyai hubungan signifikan antara hubungan norma subjektif dengan niat.

Seterusnya, kajian Izlawanie (2016) pula memfokuskan kepada faktor peranan pentadbir zakat, keuntungan perniagaan, kepanjangan penubuhan perniagaan dan sikap usahawan zakat. Kajian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan kuantitatif. Seramai 47 orang usahawan mengambil bahagian. Data dianalisis menggunakan Mann-Whitney dan regresi logit ini mendapati bahawa faktor sikap usahawan zakat dan keuntungan perniagaan mempengaruhi kepatuhan zakat perniagaan.

Dari perspektif analisis kecekapan institusi zakat, Norazlina dan Abdul Rahim (2012; 2013) telah menggunakan data terkumpul di 14 buah institusi zakat di Malaysia pada tahun 2003 hingga 2007. Data dianalisis menggunakan Indeks Produktiviti Malmquist (MPI) dan Analisis Envelopment Data (DEA) untuk menganggarkan produktiviti dan kecekapan institusi zakat manakala model Tobit untuk menentukan faktor-faktor yang mempengaruhi kecekapan institusi zakat di Malaysia. Dalam tempoh kajian ini, faktor produktiviti keseluruhan (TFP) telah meningkat pada kadar purata 2.4%. Penemuan

empirikal berdasarkan regresi Tobit menunjukkan bahawa sistem pembayaran zakat, sistem zakat berkomputer, saiz lembaga, jawatankuasa audit dan desentralisasi sangat mempengaruhi kecekapan institusi zakat di Malaysia.

Hal ini berbeza dengan kajian oleh Abd Halim et al. (2015) yang membandingkan kecekapan antara dua buah institusi zakat iaitu di Selangor dan Negeri Sembilan. Seramai 303 orang responden mengambil bahagian dalam kajian ini dan indeks kecekapan zakat (Input, proses, output dan hasil) digunakan untuk mendapatkan data. Hasil kajian menunjukkan bahawa kecekapan institusi zakat adalah bergantung kepada sumber, proses dan pihak berkepentingan zakat.

Walau bagaimanapun, kajian oleh Eza Ellany et al. (2014) pula lebih memfokuskan kepada kecekapan agihan zakat yang dikategorikan kepada dua bentuk iaitu kewangan dan bukan kewangan. Data laporan tahunan institusi zakat dari tahun 2005 hingga 2010 digunakan sebagai data sekunder manakala soalan kaji selidik turut digunakan sebagai data primer. Data yang terkumpul dianalisis berdasarkan skor kecekapan lebihan zakat untuk menilai prestasi agihan kewangan manakala skor kecekapan keutamaan asnaf untuk mendapatkan prestasi agihan bukan kewangan. Hasil kajian mendapati bahawa terdapat hubungan negatif antara prestasi agihan kewangan dan bukan kewangan. Secara keseluruhannya, Majlis Agama Islam Negeri Sembilan menunjukkan prestasi kecekapan agihan yang terbaik bagi kategori kewangan manakala Majlis Agama Islam dan Adat Istiadat Melayu Kelantan bagi kategori bukan kewangan.

Hal ini berbeza dengan kajian yang dilakukan oleh Ismail dan Masturah (2014) yang lebih tertumpu kepada kecekapan kutipan dan agihan zakat di Lembaga Zakat Selangor (LZS). Laporan tahunan bermula tahun 2005 hingga 2011 digunakan untuk memperolehi data mentah. Kecekapan LZS diuji berdasarkan dua peringkat menggunakan model DEA. Hasil kajian mendapati kedua-dua kutipan dan agihan mempunyai kecekapan yang rendah dari segi kecekapan teknikal. Namun, agihan menunjukkan kecekapan yang lebih rendah berbanding kutipan. Secara keseluruhan, kecekapan peruntukan dan kos di LZS menunjukkan skor maksimum pada setiap tahun. Ini membuktikan bahawa LZS menggunakan sepenuhnya input yang ada untuk meminimumkan kos terlibat untuk menghasilkan output.

Walau bagaimanapun, kajian mengenai kepercayaan pihak berkepentingan di institusi zakat di Malaysia tidak banyak dilakukan. Sani Adamu dan Ram Al Jaffri (2016) telah menyoal dimensi kepercayaan dan hubungannya terhadap niat untuk membayar zakat di Kano Nigeria. Kajian rintis menggunakan soal selidik dilakukan untuk memperolehi data dan data dianalisis menggunakan perisian *Partial Least Square* (PLS). Hasil kajian mendapati kesemua item iaitu kualiti urus tadbir awam, kualiti agihan zakat, kualiti perkhidmatan dan modal lembaga ditanggap (*perceived board capital*) adalah sesuai diaplikasikan sebagai pembolehubah kajian.

Selain itu, Mustafa et al. (2013) dalam kajiannya pula telah mengkaji faktor-faktor yang mendasari kecenderungan pembayar zakat untuk mempercayai sesebuah institusi zakat di Nigeria. Seramai 390 orang profesional beragama Islam telah mengambil bahagian dalam kajian ini menggunakan kutipan data melalui soal selidik di 12 buah masjid. Data dianalisis menggunakan Model Persamaan Berstruktur (SEM). Hasil

kajian mendapati tiga faktor dikenalpasti mempengaruhi kepercayaan pembayar zakat iaitu modal lembaga, amalan pendedahan, model institusi zakat kerajaan, dan pengurusan pihak berkepentingan.

Di Malaysia, tahap keyakinan pembayar zakat terhadap LZS dalam mengurus kutipan dan agihan telah dilakukan (Raudha Md Ramli et al., 2011). Dalam kajian ini, data diperolehi dari 655 orang pembayar zakat di Selangor. Terdapat sebanyak enam faktor dikaji iaitu faktor manusia, bukan manusia, pengurusan kutipan zakat, pengurusan agihan zakat, faktor luaran, serta imej dan misi korporat LZS. Indeks keyakinan dan analisis diskriptif digunakan untuk menganalisis data. Hasil kajian membuktikan bahawa tahap keyakinan pembayar zakat terhadap keupayaan LZS dalam mengurus dana zakat adalah tinggi dan positif. Hal ini kerana skor indeks keyakinan bagi semua faktor mencatatkan tahap melebihi 70% dan dikategorikan sebagai sangat baik.

Di samping itu, terdapat juga kajian yang hanya mengkaji tahap keyakinan agihan zakat di Selangor (Hairunnizam & Sanep, 2014). Kajian ini bertujuan untuk mencadangkan beberapa faktor yang dapat meningkatkan tahap keyakinan agihan oleh pembayar zakat. 643 orang pembayar dan penerima zakat di sembilan daerah di Selangor mengambil bahagian dalam kajian ini. Analisis penjelajahan faktor (Exploratory Factor Analysis-EFA), korelasi dan kaedah pengesahan faktor (Confirmatory Factor Analysis-CFA) digunakan untuk menguji enam faktor yang dicadangkan. Hasil kajian menunjukkan bahawa tahap keyakinan terhadap institusi zakat adalah bersandarkan kepada tiga faktor utama iaitu imej korporat LZS, kaedah kutipan dan kaedah agihan zakat. Manakala tiga lagi faktor iaitu bukan manusia, manusia dan luaran menunjukkan faktor terakhir diberi perhatian oleh LZS.

Manakala kajian oleh Iman dan Sanep (2011) turut mengkaji tahap keyakinan di LZS namun lebih tertumpu kepada kualiti perkhidmatan yang diberikan. Faktor yang dikaji adalah sama seperti kajian oleh Hairunnizam dan Sanep (2014). Data diperolehi dari 100 orang kakitangan Universiti Kebangsaan Malaysia dan menggunakan Indeks TIPP untuk mengukur indeks keyakinan masyarakat terhadap LZS. Hasil kajian menunjukkan tahap keyakinan berada pada paras yang baik. Faktor manusia menunjukkan nilai indeks yang paling tinggi manakala faktor paling rendah dicatatkan ialah pengurusan agihan zakat.

Oleh yang demikian, hasil kajian mengenai tahap keyakinan yang ditunjukkan oleh kedua-dua penyelidik membuktikan bahawa faktor agihan zakat merupakan faktor terpenting perlu diberikan keutamaan dalam usaha untuk meningkat tahap keyakinan masyarakat terhadap institusi zakat. Justeru, berdasarkan perbincangan di atas, kajian empirikal mengenai gelagat kepatuhan zakat, prestasi kecekapan dan tahap keyakinan masyarakat di LZS banyak dilakukan tetapi literatur mengenai tahap kepercayaan pihak berkepentingan terhadap institusi zakat di Kedah masih kekurangan. Oleh yang demikian, adalah penting kajian yang mendalam mengenai hal ini dilakukan bagi mengisi lompong sedia ada. Kajian ini melibatkan lapan faktor yang dikaji iaitu kepercayaan, kepuasan agihan, kualiti perkhidmatan, sikap, norma subjektif, pengetahuan, nilai agama dan reputasi.

2.7.1.1 Kepercayaan

Penyelidik terdahulu dari pelbagai bidang disiplin seperti sosiologi, psikologi, pengurusan, ekonomi, komunikasi dan sains politik telah mengemukakan definisi

kepercayaan berdasarkan perspektif masing-masing (Armstrong & Yee, 2001; Chang, Yang, Yeh, & Hsu, 2016; Chang, Yeh, & Yang, 2014; Currall & Inkpen, 2002; Mayer, Davis, & Schoorman, 1995; Robinson, 1996; Rotter, 1967). Pendekatan yang berbeza ini mempunyai kekuatan dan kelemahan (Chang, Yeh, & Yang, 2014). Kelemahan yang dimaksudkan ialah setiap pendekatan definisi dan sumbangan yang dikemukakan mempunyai limitasi tersendiri berdasarkan bidang yang dikaji (Chang, Yeh, & Yang, 2014). Walau bagaimanapun, kepercayaan sering kali dikaitkan sebagai faktor penting dalam membina hubungan dalam sesebuah organisasi yang berjaya (Dwyer et al., 1987; Ghoshal & Bartlett, 1994; Hegner & Jevons, 2016; Knoll & Harjinder Gill, 2011).

Berpandukan kepada kenyataan sebelum ini, kepercayaan mempunyai makna yang berbeza berdasarkan fenomena dan bidang yang dikaji kerana setiap kajian mempunyai situasi yang berlainan. Namun demikian, kepercayaan memainkan peranan penting di dalam sesebuah masyarakat (Abdul-Rahman & Hailes, 2000), individu, kumpulan, atau sistem (Cook & Wall, 1980). Penyelidik terdahulu memberi takrifan kepercayaan sebagai “Kepercayaan umum terhadap orang lain” dan hal ini terjadi apabila seseorang individu menjangkakan sesuatu peristiwa berlaku akan memberi kesan kepada gelagat motivasi negatif jika perkara tersebut tidak dapat dipastikan berbanding kesan motivasi positif jika hal tersebut dapat dipastikan” (Deutsch, 1958). Ini selari dengan Rotter (1967) yang memberi maksud kepercayaan sebagai “perkataan, janji, lisan atau pernyataan bertulis yang menjadi pegangan individu mahupun kumpulan adalah boleh dipercayai”.

Mayer et al. (1995) pula mendefinisikan kepercayaan sebagai keinginan seseorang untuk menaruh harapan kepada pihak lain untuk melakukan sesuatu yang penting kepada dirinya tanpa mengawal pihak tersebut. Definisi ini turut diberikan oleh Currall dan Inkpen (2002b) sebagai kesanggupan seseorang individu menerima atau terdedah kepada risiko dengan menaruh harapan terhadap niat atau perilaku pihak lain yang di luar kawalannya. Begitu juga dengan Robinson (1996), beliau merujuk kepercayaan sebagai jangkaan, andaian atau kepercayaan seseorang individu tentang kemungkinan tindakan oleh pihak lain yang boleh mendatangkan kebaikan, atau sekurang-kurangnya tidak menjejaskan kepentingan dirinya. Individu yang berlainan budaya akan bertindak dengan cara berbeza (Chang et al., 2014).

Sementara itu, Armstrong dan Yee (2001) turut berpendapat bahawa kepercayaan merupakan norma budaya yang terbentuk hasil dari pengurusan yang baik dan berlaku disebabkan oleh implikasi daripada pihak yang dipercayai itu yang bersifat kebolepercayaan, jujur dan baik hati. Jadi, norma budaya kepercayaan dapat dibentuk dan dipupuk dengan adanya ruang dan peluang yang lebih banyak untuk berinteraksi dan berkomunikasi sesama pihak berkepentingan dan institusi zakat.

Mikami dan Inoguchi (2008) dan Vigoda-Gadot (2006) berpendapat bahawa kepercayaan terhadap seseorang institusi adalah berdasarkan kepada persepsi masyarakat terhadap institusi itu sendiri. Sesebuah kumpulan mahupun individu yang tidak meletakkan kepercayaan antara satu sama lain akan menyumbang kepada faktor kegagalan di dalam kumpulan tersebut. Sebagai contoh, ahli-ahli lembaga pengarah yang dilantik di dalam seseorang institusi tidak mempunyai kepercayaan di antara setiap ahlinya akan sentiasa menyebabkan perbalahan, hilang rasa hormat dan

tiada sifat keterbukaan untuk memberikan cadangan kerana berasa was-was sesama sendiri. Justeru, kegagalan ini akan menjadi penghalang kepada pencapaian organisasi dalam memberi komitmen, tanggungjawab dan hasil yang diinginkan (Migliore & DeClouette, 2011). Hal ini selari dengan persekitaran institusi zakat, kepercayaan pembayar zakat memainkan faktor penting dalam melestarikan perjalanan institusi tersebut (Mustafa et al., 2013).

Selain itu, terdapat beberapa kajian yang membuktikan bahawa wujudnya hubungan yang positif antara kepercayaan dan persepsi masyarakat terhadap perkhidmatan yang diterima daripada institusi kerajaan (Van de Walle & Bouckaert, 2003; Walle & Six, 2014; Welch, Hinnant, & Moon, 2004). Hal ini disokong oleh kajian Fadilah, Nurleli, Lestari, dan Helliana (2012) yang mengkaji mengenai faktor meningkatkan kepercayaan pelanggan di Lembaga Amil Zakat Indonesia. Dapatan kajian tersebut mendapati bahawa apabila kepercayaan dari pelanggan adalah tinggi, maka organisasi akan mendapat maklum balas dan persepsi positif. Ini memberi kesan kepada prestasi organisasi yang cemerlang (Fadilah et al., 2012).

Berdasarkan kajian dari perspektif perbankan pula, kepercayaan merupakan teras dalam pembangunan hubungan di antara bank dan pelanggan (Hoq, Sultana, & Amin, 2010). Dalam kajian Ball, Coelho, dan Machas (2004), kepercayaan digunakan sebagai pembolehubah pengantara yang mempunyai kesan signifikan ke atas kesetiaan pelanggan. Hoq et al. (2010) juga mendapati hubungan antara kepercayaan dan pelanggan adalah signifikan. Justeru, kajian ini wajar dijalankan dalam usaha untuk menyelidik faktor-faktor mempengaruhi kepercayaan pihak berkepentingan terhadap institusi zakat. Manakala dari perspektif komunikasi, Chang et al. (2016) melakukan

kajian untuk memahami dan menerangkan bagaimana masyarakat China di Taiwan dalam menjelaskan kepercayaan dalam kehidupan harian mereka. Kajian ini menggunakan kaedah kualitatif melalui cara temubual terhadap 14 orang responden. Hasil kajian ini mendapati kepercayaan terbentuk berdasarkan hubungan dyad (dua individu) di mana seseorang itu membuat keputusan untuk mempercayai orang lain adalah berdasarkan kepada pengetahuan, pengalaman lepas, norma budaya dan sosial luar masyarakat.

Justeru, kepercayaan dalam kajian ini dikonseptualkan sebagai kesanggupan seseorang individu menerima atau terdedah pada risiko dengan menaruh harapan terhadap niat atau perilaku pihak lain yang di luar kawalannya (Currall & Inkpen, 2002). Ini merujuk sebagai ciri-ciri yang dipegang oleh pihak berkepentingan terhadap jaminan yang diberikan oleh institusi zakat adalah boleh dipercayai dalam memenuhi kepuasan pihak berkepentingan dalam mengagihkan dan menguruskan dana zakat (Abioye, 2012).

2.7.1.2 Kepuasan Agihan

Perkataan kepuasan (satisfaction) berasal dari bahasa Latin iaitu “*satis*” bermaksud sangat baik dan “*facio*” bermaksud usaha memenuhi sesuatu. Menurut Kotler dan Amstrong (2009) kepuasan pelanggan adalah tahap jangkaan dan harapan pembeli terhadap sesuatu produk. Manakala menurut Kotler, Brady, Goodman, dan Hansen (2009), kepuasan merupakan perasaan gembira atau sedih yang timbul akibat dari perbandingan di antara persepsi dan harapan pelanggan. Jika hasil yang diperolehi tidak seperti yang diharapkan, maka pelanggan tidak akan berasa kepuasan.

Sebaliknya, jika hasil yang diperolehi melebihi harapan, maka pelanggan akan puas dan gembira. Ini selari dengan takrifan yang diberikan oleh Oliver (1997) bahawa kepuasan ialah “*a judgment that a product, or service feature, or the product or service itself, provides a pleasurable level of consumption-related fulfilment, including levels of under or over fulfilment*” (p.13). Ini bermaksud kepuasan adalah andaian terhadap sesuatu produk atau perkhidmatan yang ditawarkan adalah melebihi jangkauan.

Berdasarkan perbincangan di atas, pendekatan kumulatif kepuasan ini menggambarkan tanggapan umum pelanggan mengenai prestasi produk atau perkhidmatan yang ditawarkan (Muhammad Tahir & Kalthom, 2014). Justeru, kepuasan pelanggan dapat dijadikan sebagai salah satu ciri-ciri utama bagi mengukur kesetiaan pelanggan (Trasorras, Weinstein, & Abratt, 2009; Wang & Lo, 2006) dan juga pengukur kepada sejauh mana sesuatu produk atau perkhidmatan yang diberikan oleh organisasi tersebut memenuhi jangkauan pelanggan (Kumari & Rani, 2011).

Jika pelanggan menilai pengalaman mereka dengan sesebuah organisasi adalah baik, ianya menunjukkan bahawa tahap kepuasan dan kesanggupan/kesediaan untuk pengulangan belian akan meningkat (Chiu, Hsu, Lai, & Chang, 2012; Jani & Han, 2013). Ranaweera dan Prabhu (2003) berpendapat bahawa untuk mengekalkan komitmen jangka masa panjang pengguna dalam perkhidmatan dalam talian, sesebuah organisasi akan sentiasa melihat di luar jangkauan kepuasan pelanggan mereka untuk membina kepercayaan yang ada agar pengguna tidak berasa was-was untuk menggunakan perkhidmatan yang disediakan.

Dalam bidang zakat, aspek kepuasan agihan zakat dijelaskan sebagai keberkesanan institusi zakat dalam menguruskan dana zakat dengan baik seperti yang diharapkan oleh pembayar zakat. Keberkesanan agihan zakat kepada golongan fakir dan miskin seringkali mendapat perhatian masyarakat di mana mereka ingin melihat sejauhmana institusi zakat berperanan dalam membasmi kemiskinan. Oleh yang demikian, situasi ini menjadi tanda aras kepada institusi zakat sama ada berjaya atau sebaliknya dalam menjaga kebajikan asnaf utama iaitu fakir dan miskin (Abd Halim et al., 2015; Mahyuddin, 2012). Semakin tinggi kepuasan agihan oleh pihak berkepentingan terhadap institusi zakat, maka akan meningkatkan pengulangan pembayaran zakat mereka kepada institusi formal kerana kepercayaan mereka juga turut meningkat.

Justeru itu, untuk mengekalkan prestasi kutipan zakat, kepuasan prestasi agihan harus ditingkatkan supaya masyarakat membayar zakat menerusi institusi zakat (Eza Ellany & Mohd Rizal, 2011; Sanep et al., 2006). Hal ini jelas membuktikan bahawa pengagihan zakat yang telus merupakan tanggungjawab dan amanah besar yang perlu dipikul oleh institusi zakat (Qardhawi 1997; Mahmood Zuhdi, 2003).

Merujuk kepada Manual Pengagihan Zakat, antara objektif agihan zakat ialah menunaikan hak dan tanggungjawab kepada asnaf seperti mana yang ditetapkan oleh Syarak, meningkatkan taraf hidup golongan asnaf dalam semua bidang kehidupan merangkumi aspek-aspek rohani, aqli dan jasmani, membantu melaksanakan usaha memantap dan meninggikan penghayatan agama Islam, mempertahankan dan meningkatkan martabat ummah (JAWHAR, 2007). Jika agihan zakat ini memenuhi dan mencapai objektif yang digariskan, maka masyarakat akan merasakan kepuasan

terhadap institusi zakat dalam menjalankan urusan agihan. Kesannya, ini akan menanamkan sifat kepercayaan mereka terhadap institusi zakat.

Berdasarkan kajian lepas, terdapat beberapa penemuan kajian empirikal mengenai kepuasan agihan (Hairunnizam, et al., 2005; Hairunnizam & Sanep, 2014; Sanep & Zulkifli, 2010; Sanep & Hairunnizam, 2004). Menurut Nor Azmi (2006), ketidakyakinan terhadap institusi zakat terutamanya dalam aspek ketelusan agihan serta ketidakcekapan pengurusan zakat menyebabkan wujudnya ketidakpatuhan. Ini bermakna, perasaan puas hati memainkan peranan dalam menentukan tempat di mana bayaran zakat dibuat. Semakin puas hati individu terhadap pengurusan pusat zakat, semakin tinggi darjah kepatuhan untuk membayar zakat kepada pusat zakat (Sanep & Hairunnizam, 2005a; Hairunnizam et al., 2005). Oleh yang demikian, faktor kepuasan agihan dijangkakan memberi kesan ke atas kepercayaan pihak berkepentingan terhadap institusi zakat.

2.7.1.3 Kualiti Perkhidmatan

Kualiti perkhidmatan telah ditakrifkan oleh beberapa penyelidik, tetapi salah satu yang paling meluas diterima mendefinisikannya sebagai perbezaan antara harapan atau jangkaan dengan prestasi sebenar (Grönroos, 1984; Parasuraman et al., 1994) atau penilaian secara keseluruhan terhadap keunggulan/keutamaan sesuatu produk atau perkhidmatan (Zeithaml, 1988). Selain itu, kualiti perkhidmatan ditakrifkan juga sebagai faedah (benefit) nilai pelanggan (Orth, et. al., 2004; Sweeney & Soutar, 2001), di mana faedah merujuk kepada hasil yang pelanggan perolehi, manakala kos adalah perbelanjaan yang dilakukan oleh pelanggan (Kotler et al., 2009). Semenjak model

dan skala pengukuran SERVQUAL oleh Parasuraman, Zeithaml, and Berry (1994) dibangunkan, terdapat banyak kajian yang cuba untuk meningkatkan skala tersebut seperti Cronin & Taylor (1994), dan banyak diaplikasikan dalam konteks yang lebih spesifik. Model SERVQUAL merupakan salah satu teori-teori pemasaran yang mempunyai pengaruh besar dalam amalannya (Roberts, Kayande, & Stremersch, 2014).

Dalam konteks perkhidmatan pelanggan, kualiti yang baik adalah pakej perkhidmatan yang diberi meliputi kualiti sesuatu produk, perkhidmatan dan juga persekitaran di mana barangan dan perkhidmatan itu diberi (Brady & Cronin, 2001). Hal ini adalah perkhidmatan yang berkualiti lahir daripada pengurusan yang berkualiti. Sesebuah organisasi yang cemerlang dapat melahirkan perkerja yang cemerlang dan berkualiti hasil pengurusan yang baik. Justeru, mereka mampu memberikan perkhidmatan yang berkualiti kepada pelanggan.

Manakala perkhidmatan berkualiti dari perspektif Islam, akhlak pekerja memainkan peranan penting dalam memberikan perkhidmatan. Akhlak Nabi Muhammad SAW merupakan contoh terbaik untuk dijadikan ikutan. Di dalam al-Quran Allah SWT bersabda yang bermaksud:

“Sesungguhnya telah ada pada (diri) Rasulullah itu suri teladan yang baik bagimu (yaitu) bagi orang yang mengharap (rahmat) Allah dan (kedatangan) hari kiamat dan dia banyak menyebut Allah”.

(Terjemahan surah al-Ahzab: 21)

Berdasarkan kepada sejarah kehidupan Nabi Muhammad SAW, Baginda telah berniaga di Syam seawal usia 12 tahun dengan mengikuti bapa saudaranya Abu Talib. Setelah menganjak usia 25 tahun, Saidatina Khadijah pula mengamanahkan Baginda untuk membawa barang dagangan untuk diniagakan ke Syam. Perniagaan yang dijalankan oleh Baginda memperolehi keuntungan yang besar berbanding orang lain sebelum ini. Kepercayaan orang ramai terhadap Baginda berdasarkan sifat jujur dan akhlak terpuji yang dipamerkan ini menyebabkan baginda memperolehi keuntungan besar. Ini melambangkan kualiti perkhidmatan yang dipamerkan oleh baginda adalah yang terbaik di mata masyarakat. Kualiti perkhidmatan yang terbaik ini mampu memelihara hubungan jangka panjang antara penjual dan pembeli (Caceres & Paparoidamis, 2007; Garbarino & Johnson, 1999; Morgan & Hunt, 1994).

Kajian tentang kualiti perkhidmatan dan kepuasan pelanggan sering dijalankan (Caruana, et al., 2000; Cronin, et al., 2000; Keiningham et al., 2007; Trasorras et al., 2009; Wang & Lo, 2002; Brady & Cronin, 2001). Awalnya, Cronin et al. (2000) mengkaji tentang kualiti perkhidmatan, nilai perkhidmatan, kepuasan pelanggan dan niat perilaku di dalam beberapa industri perkhidmatan. Mereka mendapati bahawa kualiti perkhidmatan, nilai perkhidmatan, dan kepuasan semuanya berhubungan langsung dengan niat perilaku (behavioural intentions).

Dalam konteks persekitaran zakat, pihak institusi zakat perlu memberikan perkhidmatan yang berkualiti kepada para pelanggan khususnya kepada para pembayar zakat dan pihak berkepentingan yang lain. Orang ramai yang mempunyai pengalaman secara terus bagi mendapatkan perkhidmatan di institusi zakat akan merasa puas sekiranya kehendak dan kemahuan mereka dapat dipenuhi. Ini akan

mewujudkan sikap kepercayaan yang positif dalam kalangan mereka. Berdasarkan kajian oleh Mohamad Noor Sahidi (2013), peranan institusi zakat dalam memberikan khidmat yang berkualiti kepada masyarakat adalah faktor penting bagi menarik dan menggalakkan usahawan untuk membayar zakat perniagaan. Beliau turut menyatakan bahawa sesuatu perkhidmatan dikatakan berkualiti jika operasi sesebuah organisasi menepati jangkaan pelanggan sebelum dan selepas mendapat perkhidmatan. Oleh yang demikian usahawan akan merasa puas hati dengan perkhidmatan institusi zakat sekiranya perkhidmatan yang diberikan adalah melebihi tanggapan mereka.

Di samping itu, mutu perkhidmatan yang berkualiti ini juga mampu membantu sesebuah organisasi untuk memperbaiki operasi dalaman syarikat, meningkatkan mutu komunikasi antara pihak luaran dan dalaman kerana mempunyai panduan kerja yang disediakan dan tanggungjawab yang telah ditetapkan dengan jelas, meningkatkan kesedaran terhadap isu kualiti, menaikkan produktiviti, meningkatkan kepuasan pelanggan dan juga kepercayaan terhadap sesuatu produk mahupun perkhidmatan yang ditawarkan oleh syarikat tersebut (Gotzamani & Tsiotras, 2002).

Oleh yang demikian, dalam kajian ini, kualiti perkhidmatan yang disediakan oleh pejabat zakat perlu dinilai sejauh manakah pembayar zakat berpuas hati dengan perkhidmatan yang disediakan oleh pejabat zakat. Pembolehubah kualiti perkhidmatan ini juga diramalkan akan memberi pengaruh kepada kepercayaan pihak berkepentingan terhadap institusi zakat. Dengan kualiti perkhidmatan yang cemerlang, institusi zakat dijangkakan mampu meraih kepercayaan pihak berkepentingan ini untuk membayar zakat menerusi institusi zakat yang disediakan.

2.7.1.4 Sikap

Ajzen (1991) memberi takrifan sikap adalah penilaian individu terhadap sesuatu gelagat itu sama ada sikap itu baik (favourable) atau sebaliknya (unfavourable). Sikap yang positif akan menggalakkan individu itu untuk melakukan gelagat tersebut (Fazio, et al., 1989). Faktor penentu kepada sikap ialah kepercayaan gelagat (behavioural belief), iaitu penilaian kepada natijah atau akibat yang berlaku daripada gelagat tersebut. Manakala Fishbein & Ajzen (1974) memberi maksud sikap ialah kesediaan untuk melakukan sesuatu secara konsisten tanpa mengira perkara tersebut menguntungkan atau tidak menguntungkan terhadap sesuatu objek atau perkara.

Penilaian yang menguntungkan akan melahirkan sikap yang positif manakala penilaian yang tidak menguntungkan akan membentuk sikap yang negatif kepada individu tersebut. Berdasarkan teori gelagat terancang oleh Ajzen (1991), sikap mempunyai kesan secara langsung terhadap niat gelagat. Manakala menurut Mohd Heikal, Muammar Khaddafi, dan Falahuddin (2014), sikap merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi niat seseorang untuk melakukan sesuatu. Ini juga boleh diandaikan bahawa sikap berupaya untuk mempengaruhi niat seseorang sama ada untuk mempercayai institusi zakat atau sebaliknya.

Oleh yang demikian, perbincangan definisi di atas menunjukkan sikap adalah kesanggupan atau kerelaan untuk berkelakuan secara konsisten. Ini bermaksud sikap merupakan kesediaan untuk bertindak dengan cara tersendiri terhadap sesuatu objek sikap dan hal ini tidak dianggap sebagai bentuk gelagat. Menurut Oskamp dan Schultz (2005), objek sikap boleh terdiri daripada pelbagai maksud iaitu benda, orang,

keadaan, tempat, idea, peristiwa, institusi, dan kelakuan. Penilaian dan pengalaman individu terhadap suatu objek, peristiwa atau individu lain secara tidak langsung membina sikap dalam diri seseorang. Ini selari dengan takrifan yang diberikan oleh Robbins dan Decenzo (2004). Manakala Cooper dan Schindler (2014) berpendapat sikap dan gelagat mempunyai kaitan antara satu sama lain, namun kedua-duanya tidak berhubungan secara langsung. Berdasarkan definisi yang diberikan di atas, kedua-duanya menunjukkan bahawa sikap bukanlah satu bentuk gelagat walaupun saling berkaitan antara satu sama lain. Sikap adalah kerelaan atau kesediaan seseorang untuk melakukan sesuatu gelagat dan sikap memainkan peranan secara positif dalam menyempurnakan sesuatu gelagat tersebut.

Dalam kajian lepas, terdapat dua aliran pemikiran mengenai sikap. Aliran pemikiran ini mendakwa bahawa sikap adalah suatu konstruk yang luas dan kompleks. Dalam aliran pemikiran pertama, Ajzen (1991) mentakrifkan sikap sebagai satu penilaian terhadap sesuatu objek sikap. Manakala bagi aliran pemikiran kedua, Alport et al. (1967) berpendapat bahawa sikap adalah suatu kesediaan mental dan fizikal yang berbentuk kepercayaan, perasaan dan kecenderungan terhadap gelagat. Ajzen berhujah bahawa sikap adalah berdimensi tunggal manakala Alport pula berpendapat bahawa sikap mempunyai pelbagai dimensi dan mempunyai konstruk yang luas dan kompleks.

Berdasarkan kepada pendapat Alport di atas, terdapat tiga asas kedudukan yang mencerminkan kesediaan individu iaitu kognitif, efektif dan tingkah laku. Sebelum sesuatu tindakan itu berlaku, ketiga-tiga asas ini secara serentak memainkan peranannya bersama-sama. Sebagai contoh, sebagai pihak berkepentingan zakat, mereka akan menilai ketiga-tiga asas ini terlebih dahulu sebelum membuat keputusan

sama ada mahu membayar zakat menerusi institusi zakat atau terus kepada asnaf. Pertimbangan sama ada untuk membayar terus kepada asnaf atau institusi zakat ini berlaku disebabkan perbezaan pendapat antara masyarakat. Sesetengah masyarakat mungkin beranggapan bahawa institusi zakat menguruskan pentadbirannya dengan baik dan cekap tetapi pada masa yang sama juga terdapat sesetengah masyarakat yang berpendapat institusi zakat gagal melaksanakan tanggungjawabnya secara telus dan berintegriti dalam soal kutipan dan agihan (Hairunnizam et al., 2009; Nur Barizah & Hafiz Majdi, 2010; Raudha et al., 2011). Justeru, hal ini menunjukkan bahawa sikap pembayaran menerusi institusi zakat adalah kompleks kerana fungsinya adalah pelbagai. Manakala kajian oleh Kamil dan Ahmad Mahdzan (2002) mendapati sikap positif, was-was dan bersyarat mempunyai hubungan positif dengan gelagat kepatuhan zakat gaji dalam kalangan penjawat awam persekutuan di Kedah.

Teori sikap telah diperkenalkan oleh Sherif dan Hovland (1961) yang dinamakan sebagai Teori Latitud Sikap (TLS). Berdasarkan teori ini, sikap hendaklah diukur secara latitud, iaitu selang satu kedudukan sama ada seseorang itu dapat menerima atau tidak terhadap sesuatu objek sosial (institusi dan isu) (Ram Al Jaffri, Kamil & Zainol, 2009). Pengukuran sikap berdasarkan latitud ini terbahagi kepada tiga situasi, iaitu latitud penerimaan, penolakan dan tanpa komitmen. Bagi latitud penerimaan, seseorang menunjukkan satu set kedudukan sikap yang dapat menerima sesuatu objek sosial tersebut dengan baik manakala latitud penolakan adalah sebaliknya, iaitu set kedudukan sikap yang membantah terhadap sesuatu objek sosial. Seterusnya, latitud tanpa komitmen pula menunjukkan satu set kedudukan sikap tanpa arah iaitu seseorang itu berada di tengah-tengah di mana tidak menerima mahupun menolak sesuatu objek sosial.

Justeru, dalam aspek kepercayaan terhadap institusi zakat, kedudukan sikap pembayar zakat dalam menyalurkan wang zakat mereka menerusi institusi zakat sangat berkait rapat dengan penerimaan, penolakan, dan keadaan tanpa komitmen. Berpandukan kepada dasar inilah, penyelidik mengambil pendekatan untuk mengkaji secara lebih terperinci bagi mengkaji faktor sikap dengan kepercayaan pihak berkepentingan terhadap institusi zakat.

2.7.1.5 Norma Subjektif

Norma subjektif atau faktor-faktor sosial adalah merujuk kepada tekanan sosial yang ditanggap (perceived) oleh individu untuk melakukan sesuatu gelagat tersebut atau sebaliknya (Ajzen, 1991). Kepercayaan yang berhubung norma subjektif ini dikenali sebagai kepercayaan normatif (normative belief). Kepercayaan normatif ini adalah dipengaruhi oleh kepercayaan seseorang terhadap individu atau kumpulan rujukannya yang lain (reference belief) (Shalihen, 2011).

Menurut Zainol, Kamil, dan Faridahwati (2009), norma subjektif dikaitkan dengan kepercayaan yang disampaikan oleh orang lain, sama ada daripada individu atau/dan melalui maklum balas daripada sesebuah kumpulan. Norma subjektif merupakan tindak balas persepsi seseorang untuk melakukan sesuatu gelagat atau sebaliknya kesan tekanan sosial keatasnya (Ramayah, Nasurdin, Noor, & Sin, 2004). Semakin penting individu itu dalam kehidupan seseorang, semakin kuat seseorang itu akan melaksanakan sesuatu gelagat seperti yang diingini oleh individu tersebut (Ajzen & Fishbein, 1980). Tekanan sosial ini berbentuk pendapat, sokongan dan nasihat

daripada orang lain. Walau bagaimanapun, tekanan tersebut boleh menjadi positif mahupun negatif.

Justeru, pengaruh sosial atau kumpulan rujukan (reference group) adalah penting bagi setiap peringkat individu dalam membina sikap dan gelagat mereka termasuklah kanak-kanak, remaja, atau orang dewasa. Norma-norma yang menjadi pegangan oleh sesebuah masyarakat ini secara umumnya akan dipindahkan kepada individu melalui interaksi bersama kumpulan yang berada di persekitaran mereka. Apabila seseorang individu menganggap gelagat tersebut merupakan faktor-faktor sosial penting baginya, beliau secara amnya akan berkeinginan untuk melakukan gelagat tersebut. Dalam kajian Bobek & Hatfield (2003), terdapat dua faktor utama yang memberi kesan kepada kumpulan rujukan dan gelagat iaitu penyesuaian (conformity) dan perselisihan (*dissension*). Ini membawa maksud bahawa seseorang akan cuba untuk menyesuaikan dirinya dengan sesuatu norma yang dipegang oleh sesebuah kumpulan masyarakat itu.

Merujuk teori pembelajaran sosial, gelagat dan sikap individu adalah dipengaruhi oleh persekitaran di mana kedua-duanya terbentuk berdasarkan kepada peniruan terhadap gelagat orang lain (Bandura, 1977). Teori ini menunjukkan bahawa individu mempelajari sesuatu gelagat sosial adalah berdasarkan kepada pemerhatian dan juga meniru gelagat orang lain. Dalam sosiologi, pengaruh sosial utama ialah ibu bapa, rakan sebaya, majikan, organisasi, pasangan dan media massa merupakan pengaruh utama terhadap psikologi, emosi, dan pembangunan moral individu (Moschis & Churchill, 1978).

Berdasarkan kenyataan di atas, dalam bidang kepatuhan cukai langsung dan zakat, pengaruh utama terhadap psikologi, emosi, dan pembangunan moral individu adalah berpunca daripada ibu-bapa, rakan sebaya, dan pasangan (suami/isteri) individu tersebut. Kajian Zainol, (2008) dalam persekitaran kepatuhan zakat pendapatan menyatakan bahawa pasangan suami isteri akan menggalakkan sesama mereka untuk membayar zakat kerana membayar zakat adalah tuntutan agama.

Walau bagaimanapun, dalam bidang kepatuhan cukai langsung pula mendapati bahawa gelagat kepatuhan cukai boleh didorong oleh rakan-rakan sebaya (Trivedi & Shehata, 2005). Oleh itu, faktor norma subjektif ini dianggap sebagai faktor yang mampu mempengaruhi kepercayaan pihak berkepentingan di dalam institusi zakat. Justeru, penyelidik merasakan bahawa pembolehubah norma subjektif wajar dikaji secara mendalam kerana masih kekurangan kajian lepas yang menjalankan kajian berasaskan fenomena sedemikian.

2.7.1.6 Pengetahuan

Pengetahuan didefinisikan sebagai kapasiti untuk memperoleh, mengekal dan menggunakan maklumat, campuran kefahaman, pengalaman, kearifan dan kemahiran (Jamilah, Hasrina, Hamidah, & Juliana, 2011). Penguasaan pengetahuan ini memerlukan dua asas utama yang saling melengkapi iaitu konsep sesuatu objek itu difikirkan secara keseluruhan di mana hal ini memerlukan kebolehan daya fikir, manakala yang kedua ialah konsep yang diperolehi melalui tanggapan di mana hal ini memerlukan kuasa pancaindera (Badran, 1995). Menurut Badran (1995) juga, pengetahuan secara semula jadinya bergantung kepada cara perolehan idea yang

berbeza iaitu melalui persepsi atau tanggapan, imaginasi, memori, pengadilan, konsep yang abstrak dan pertimbangan (Jamilah et al., 2011). Manakala Widen-Wulff dan Suomi (2007) pula berpendapat bahawa pengetahuan terletak pada minda manusia dan wujud apabila seseorang itu melakukan sesuatu apabila mengetahui sesuatu perkara tersebut.

Wang dan Noe (2010) berpendapat bahawa dunia moden sekarang telah menjadi masyarakat yang berpengetahuan, di mana memberi penekanan terhadap kepentingan perkongsian pengetahuan mengenai prestasi sesebuah organisasi. Pengetahuan dalam diri seseorang boleh memberi kesan terhadap gelagatnya secara langsung atau melalui perubahan sikapnya (Hungerford & Yolk, 1990). Individu yang mempunyai pengetahuan lebih akan memahami mengenai sesuatu perkara dengan terperinci berbanding orang lain. Hal ini kerana, pengetahuan dibentuk oleh individu itu sendiri; oleh yang demikian, interaksi dalam kalangan pekerja penting untuk membina dan membentuk pengetahuan baru kepada organisasi (Wang, Tseng, & Yen, 2014).

Berdasarkan kajian lepas, Eriksen dan Fallan (1996) mendapati sikap terhadap cukai boleh ditingkatkan melalui pengetahuan yang baik. Kajian yang dilakukan oleh mereka mendapati bahawa kumpulan yang mengambil kursus elektif undang-undang cukai dengan kumpulan yang tidak mengambil kursus tersebut memperolehi dapatan yang berbeza. Dapatan ini melaporkan bahawa kumpulan pelajar yang mengambil kursus tersebut mempunyai perubahan secara signifikan pada sikap terhadap melarikan cukai dan kesaksamaan sistem cukai. Ini berbeza dengan keputusan kumpulan yang tidak mengambil kursus tersebut adalah tidak mempunyai sebarang perubahan. Oleh yang demikian, dapat dilihat bahawa dengan peningkatan terhadap

pengetahuan mengenai cukai, maka gelagat melarikan cukai oleh individu merupakan sesuatu yang membimbangkan.

Sehubungan itu, Chiou (1999) berpendapat bahawa apabila seseorang pengguna mempunyai pengetahuan terhadap sesuatu produk, maka niat untuk membeli produk tersebut adalah tinggi. Bagi individu yang berpengetahuan kurang tentang sesuatu produk, maka niat untuk membeli produk tersebut adalah kurang kerana pengetahuan memberi kesan positif terhadap niat pembelian dan pembuat keputusan (Lin & Chen, 2006). Manakala kajian yang dilakukan oleh Nor Aziah (2004) mendapati kefahaman tentang perundangan percukaian mempunyai hubungan signifikan dengan sikap kepatuhan cukai. Dalam kajian ini lagi, Nor Aziah (2004) mendapati bahawa mereka yang berpengetahuan mempunyai keinginan untuk lebih patuh dan menurut kehendak perundangan dalam melakukan pengishtiharaan cukai. Kajian Hajah Mustafa (1996) turut mendapati bahawa mereka yang berpengetahuan akan mempunyai aras kepatuhan yang tinggi berbanding mereka yang mempunyai pengetahuan yang rendah atau cetek pengetahuan.

Dalam persekitaran zakat, tahap pengetahuan merupakan elemen penting dalam menentukan sikap individu terhadap institusi zakat yang sedia ada. Pengetahuan mengenai zakat juga akan memudahkan mereka memahami kesan yang bakal diterima jika mereka tidak membayar zakat. Antara kesan tersebut ialah ekonomi umat Islam akan terjejas dan golongan asnaf tidak dapat dibantu sepenuhnya untuk mengurangkan bebanan hidup mereka. Tanpa pengetahuan dan kefahaman mengenai kepentingan zakat, maka kepatuhan untuk membayar zakat menjadi sukar bagi individu tersebut.

Walaupun bagaimanapun, dalam bidang zakat, terdapat beberapa penyelidik seperti Kamil (2002) dan Ram Al Jaffri (2010) mengkaji pengetahuan terhadap zakat dan gelagat kepatuhan tetapi mereka tidak melihat pengaruh pengetahuan terhadap kepercayaan di dalam institusi zakat. Justeru itu, pembolehubah pengetahuan ini wajar dikaji dan dijangkakan dapat memberi kesan ke atas kepercayaan pihak berkepentingan terhadap institusi zakat dan sekaligus dapat memenuhi lompang kajian-kajian terdahulu.

2.7.1.7 Nilai Agama

Islam merupakan sebuah agama lengkap dengan panduan berdasarkan al-Quran dan al-Hadis sebagai rujukan kepada umat Islam. Golongan yang mempunyai keimanan akan mengikut segala garis panduan serta arahan yang telah ditetapkan oleh Allah SWT. Ini menunjukkan mereka mengabdikan diri untuk taat kepada perintah Allah SWT. Dalam perspektif zakat, tuntutan membayar zakat merupakan sebahagian daripada rukun Islam iaitu tiang agama. Justeru, unsur nilai agama adalah penting dalam melaksanakan pembayaran zakat. Sehubungan itu, seseorang yang tinggi nilai agamanya lebih terdorong untuk membayar zakat berbanding orang yang rendah nilai agamanya (Nurul Huda, Nova Rini, Yosi Mardoni, & Purnama Putra, 2012).

Berdasarkan kajian lepas, keagamaan ditakrifkan sebagai garis panduan yang perlu diikuti oleh Muslim dalam melaksanakan aktiviti harian dan pertimbangan akhir mereka untuk menunaikan kewajipan membayar zakat (Kamil, Zainol, & Ram Al Jaffri, 2012). Oleh yang demikian, nilai agama berupaya mempengaruhi seseorang untuk melakukan kebaikan.

Kepercayaan terhadap agama dapat membentuk sikap, gelagat, dan karakter seseorang individu (Barro & McCleary, 2003; Mohd Rizal, Mohd Rusyidi, & Wan Fadillah, 2013; Shehu, 2009). Faktor agama mampu memberi kesan terhadap kesihatan mental dan mengubah sikap individu ke arah kehidupan yang positif. Oleh yang demikian, dalam jangka masa panjang, faktor agama ini berupaya mengubah ekonomi, gaya hidup dan kualiti hidup individu. Agama ditakrifkan sebagai gabungan sistem kepercayaan yang berstruktur di antara tradisi, nilai moral, ritual dan kerjasama dalam masyarakat bertujuan untuk mengekalkan kepercayaan terhadap tuhan atau kuasa yang tertinggi (Chatters, 2000).

Islam di dalam bahasa arab merupakan al-Din bermaksud agama, merangkumi tiga nilai yang syumul iaitu akidah, syariah dan akhlak (Qardhawi, 2007; Rahisam, 2013). Akidah sangat penting kepada kehidupan manusia kerana ia merupakan teras seseorang manusia dalam beragama (Che Zarrina & Joni Tamkin, 2006). Manakala keimanan adalah perkara penting sebagai penggerak kebaikan, pemahaman syariat dan pembentukan akhlak mahmudah. Selain itu, pendidikan keimanan juga penting dalam menentukan tindakan ekonomi seorang Muslim (Qardhawi, 2007) dan keimanan ini dapat ditingkatkan melalui ibadah. Ini adalah kerana agama mempunyai kuasa besar, menjadi panduan kepada manusia untuk beramal sebagai satu cara hidup (Ahmad Munawar, Mohd Yusof, & Jawiah, 2011). Secara amnya, seseorang individu yang melibatkan diri dengan berbagai aktiviti keagamaan akan berpotensi untuk mematuhi rukun agama seperti hal membayar zakat. Ini selari dengan takrifan keagamaan, iaitu *“the personal practice of religion”* (Allport & Ross, 1967, p. 432).

Nilai keagamaan dalam konteks kajian ini merujuk kepada tiga aspek utama iaitu kekuatan pegangan akidah, pemahaman terhadap syariat Islam dan pengamalan akhlak sebagai seorang Islam. Hal demikian menunjukkan keperluan penerapan nilai keagamaan dalam meningkatkan pegangan akidah, mengukuhkan amal ibadah merupakan elemen penting dalam kehidupan manusia (Salasiah Hanin, Zainab, & Noor Shakirah, 2012). Tanpa nilai keagamaan, seseorang individu itu akan bergerak tanpa arah tujuan. Ini akan menyebabkan kesesatan dalam mencari tujuan hidup yang sebenar dan juga akan memberi kesan kepada ancaman akidah. Sebagai contoh, pembayar zakat yang tidak membayar zakat melalui saluran sah kepada lapan golongan asnaf yang ditetapkan oleh Allah tidak akan mendapat pahala malahan mendapat dosa. Hal ini berkaitan dengan nilai keagamaan yang dimiliki oleh individu itu sendiri dengan mengambil cara mudah mengagihkan dana zakat mereka kepada sesiapa sahaja tanpa mengikut panduan yang telah ditetapkan oleh syariah.

Andainya ancaman akidah ini tidak ditangani dengan suatu mekanisme yang mantap, ia boleh menyebabkan kepercayaan pembayar zakat menurun dan akhirnya memberi impak dari aspek kutipan zakat. Maka elemen-elemen ketaqwaan dan keimanan adalah pengaruh yang kuat dalam membentuk psikologi, tabiat dan kebaikan personaliti (Noor Shakirah, 2011). Walau bagaimanapun, harus diketahui bahawa nilai agama seseorang sangat sukar untuk diukur (Qardhawi, 2007) kerana ianya merupakan hak Allah SWT dalam mengadili hamba-Nya.

Bertepatan dengan kenyataan di atas, maka rumusan tinjauan ini menggabungkan ketiga-tiga aspek iaitu kekuatan pegangan akidah, pemahaman terhadap syariat Islam dan pengamalan akhlak sebagai seorang Islam. Dengan mengambil kira semangat

meningkatkan syariat Islam dan memperkasakan institusi dakwah, maka kajian ini menghujahkan kepentingan mekanisme untuk meningkatkan nilai keagamaan dalam kalangan umat Islam agar mereka menerapkan kepercayaan di dalam institusi zakat sebagai pengurus dana zakat umat Islam yang telus. Justeru, ini akan memberi kesan kepada pembayar untuk mempercayai institusi zakat dan membayar zakat menerusinya. Ini selari dengan fatwa di Negeri Kedah di mana ianya mewajibkan semua orang Islam di Kedah membayar zakat kepada saluran rasmi. Individu yang tidak membayar zakat menerusi saluran tersebut dianggap sebagai melanggar perintah agama kerana tidak mentaati pemerintah.

Walau bagaimanapun, berdasarkan laporan kajian lepas, perbincangan mengenai hubungan antara agama dan kepercayaan terhadap institusi zakat agak sukar untuk ditemui. Oleh itu, mengkaji pembolehubah ini dalam konteks kepercayaan pihak berkepentingan terhadap institusi zakat akan menawarkan sumbangan penting dalam memenuhi jurang yang sedia ada.

2.7.1.8 Reputasi

Reputasi ditakrifkan sebagai persepsi masyarakat terhadap kejujuran dan perhatian sesebuah organisasi kepada pihak berkepentingannya (Doney & Cannon, 1997) dan sejauh mana sesuatu institusi tersebut dipandang oleh pihak pengguna (Weiss et al., 1999). Reputasi juga merupakan tanggapan keseluruhan pihak berkepentingan terhadap prestasi syarikat dari masa ke semasa (Richard & Zhang, 2012). Berdasarkan kepada kamus Concise Oxford, reputasi boleh didefinisikan sebagai “*Reputation is what generally said or believed about a person’s or thing’s character or standing*”

(p.659). Ini membawa maksud bahawa reputasi merupakan apa yang diperkatakan umum atau kepercayaan terhadap sesuatu sifat mahupun kedudukan. Oleh yang demikian, reputasi boleh dicapai melalui maklumat dari orang sekeliling atau sumber lain. Ini kerana, pelanggan tidak mempunyai pengalaman secara langsung terhadap organisasi mahupun penjual. Maklumat yang positif boleh meningkatkan kepercayaan pelanggan. Hal ini selari dengan Abratt dan Kleyn (2012) yang menyatakan bahawa pengalaman lepas terhadap produk dan reputasi syarikat akan membentuk keyakinan pengguna terhadap sesebuah syarikat. Oleh yang demikian, reputasi sesebuah syarikat merupakan gambaran akhir dalam memenuhi harapan dan permintaan pengguna (Abratt & Kleyn, 2012) serta menilai sejauh mana sesebuah organisasi dipandang oleh mereka (Weiss et al., 1999).

Reputasi boleh dikaitkan berdasarkan kepada kumpulan mahupun individu. Sesebuah kumpulan dapat dinilai oleh pihak luar berdasarkan reputasi ahlinya ataupun purata keseluruhan kumpulan tersebut (Josang, Roslan, & Boyd, 2007; Malaga, 2001). Reputasi syarikat adalah penting kerana ia menandakan bakal pelanggan baru dan menyumbang kepada hubungan jangka panjang dengan pelanggan (Anderson & Weitz, 1989).

Hal ini begitu juga persamaan dengan pembayar zakat. Mereka memilih saluran untuk membayar zakat berdasarkan reputasi institusi zakat itu sendiri. Individu yang mempunyai reputasi yang baik adalah mudah untuk dipercayai oleh orang lain walaupun tanpa pengalaman secara langsung dengan individu tersebut (McKnight, Cummings, & Chervany, 1998). Ini kerana, mereka yang mempunyai reputasi yang baik dikategorikan sebagai individu yang boleh dipercayai disebabkan reputasi boleh

mencerminkan kecekapan profesional. Hal ini boleh dijadikan sandaran kepada sesebuah organisasi seperti institusi zakat. Rumusannya, institusi zakat harus sentiasa menjaga reputasinya di mata masyarakat agar kepercayaan dapat diterapkan. Institusi yang cemerlang mampu meraih reputasi yang baik.

2.8 Rumusan

Dalam Bab dua ini telah dibincangkan secara teliti mengenai konsep zakat dan sejarahnya. Pengetahuan mengenai konsep zakat sangat penting supaya asal usul zakat dapat diketahui umum. Bermulanya dari zaman Rasulullah SAW dan seterusnya diwarisi oleh para khulafa' al-Rasyidin. Pada era pemerintahan khulafa' al-Rasyidin, pentadbiran institusi zakat lebih meluas dan teratur dengan penambahbaikan dalam sistem sedia ada dengan terbinanya konsep Baitulmal. Di samping itu, dalam bab ini juga turut mencadangkan andaian teoretikal yang sesuai dengan kajian ini iaitu teori pihak berkepentingan. Dengan adanya teori, fenomena kajian dapat dijelaskan dengan mudah dan terperinci.

Selain itu, sorotan karya kajian lepas dalam bidang zakat turut diketengahkan untuk melihat lompang-lompang sedia ada untuk dipenuhi oleh penyelidik dalam kajian ini. Setelah mendapati ulasan karya tersebut, ulasan mengenai pembolehubah-pembolehubah yang dijangkakan mampu memberi pengaruh terhadap kepercayaan institusi zakat turut dibincangkan dalam bab ini. Dengan adanya sorotan kajian lepas, kajian ini mampu untuk memperlihatkan perkaitan-perkaitannya pembolehubah yang dicadangkan oleh penyelidik adalah lebih jelas.

BAB 3

METODOLOGI KAJIAN

3.1 Pengenalan

Bab tiga ini membincangkan tentang rekabentuk kajian dan metodologi yang digunakan dalam kajian ini. Perbincangan rekabentuk kajian ini dapat memberi gambaran fenomena sebenar mengenai kajian yang dilakukan, penerangan instrumen yang dipilih untuk pengumpulan data, populasi dan sampel serta prosedur kajian yang digunakan. Penyiasatan terhadap kepercayaan pihak berkepentingan kepada institusi zakat adalah berasaskan kepada teori pihak berkepentingan. Seterusnya, operasionalisasi pembolehubah mengikut model kerangka teori ini dibincangkan.

Kemudian, bab ini menerangkan mengenai kutipan data, populasi, pensampelan, unit analisis, saiz sampel, dan kaedah pensampelan. Dalam kajian ini, penyelidik menggunakan kaedah kuantitatif di mana soal selidik yang berstruktur dibangunkan. Akhir sekali, keputusan analisis kebolehpercayaan dan kesahan data di peringkat kajian rintis dibincangkan dalam bab ini.

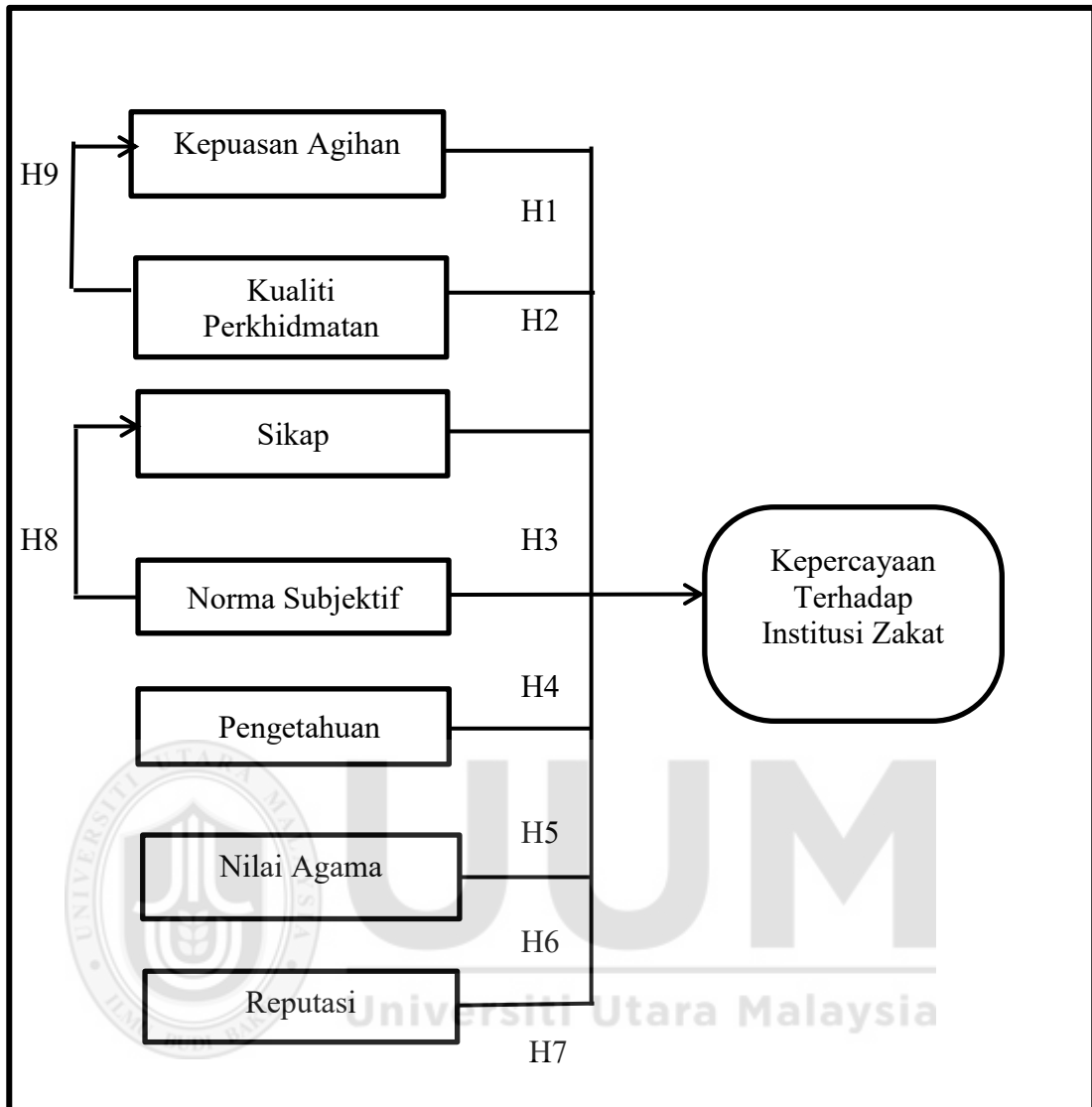
3.2 Pembangunan Rangka Kerja Konseptual dan Hipotesis

Kepercayaan masyarakat terhadap institusi zakat menyebabkan pembayar zakat tidak membayar zakat atau tidak menyalurkan zakat mereka menerusi institusi zakat yang sah. Hal ini menyebabkan kebocoran hasil kutipan zakat. Jika umat Islam sangat mempercayai institusi zakat, kecenderungan kutipan zakat untuk meningkat lebih

tinggi akan menjadi kenyataan dan dengan itu dapat mengurangkan ketirisan dalam pengurusan zakat. Perkara ini, membolehkan lebih banyak dana zakat dapat diagihkan kepada penerima zakat dan kemiskinan dapat dibasmi secara maksima walaupun tidak secara sepenuhnya.

Oleh itu, kajian ini cuba untuk mengisi jurang yang sedia ada dengan membangunkan sebuah model kerangka konseptual bagi menentukan faktor-faktor yang mempengaruhi kepercayaan pihak berkepentingan terhadap institusi zakat. Pembangunan model kerangka konseptual ini adalah berdasarkan kepada literatur dalam bidang zakat dan bidang lain yang berkaitan. Rangka kerja kepercayaan terhadap institusi zakat dipaparkan pada gambar Rajah 3.1 yang berasaskan kepada teori pihak berkepentingan. Terdapat tujuh pembolehubah tidak bersandar dan satu pembolehubah bersandar serta dua faktor pengantara.

Berdasarkan Rajah 3.1, beberapa pembolehubah dicadangkan untuk dimuatkan di dalam kerangka kerja konseptual yang dijangka boleh mempengaruhi kepercayaan pihak berkepentingan terhadap institusi zakat. Antara pembolehubah-pembolehubah tersebut ialah kepuasan agihan, kualiti perkhidmatan, sikap, norma subjektif, pengetahuan, nilai agama dan reputasi. Pembolehubah yang dinyatakan ini diandaikan mampu untuk mempengaruhi kepercayaan terhadap institusi zakat. Pada subtopik berikut dibincangkan secara terperinci mengenai pembolehubah-pembolehubah ini dan seterusnya akan dibangunkan hipotesis kajian.



Rajah 3.1

Rangka Kerja Tahap Kepercayaan Pihak Berkepentingan Terhadap Institusi Zakat

3.2.1 Hubungan antara Kepuasan Agihan dan Kepercayaan

Pembolehkan kepuasan agihan zakat dijangkakan signifikan mempengaruhi pembayaran zakat sebagaimana telah dibuktikan dalam kajian terdahulu (Sanep & Hairunnizam, 2004). Semakin tinggi tingkat kepuasan terhadap pengagihan zakat maka akan semakin tinggi tahap kepatuhan membayar zakat kepada institusi formal

(Sanep & Hairunnizam, 2004). Oleh yang demikian, kepercayaan masyarakat terhadap kecekapan dan ketelusan pengurusan institusi zakat perlu ditingkatkan supaya individu akan membayar zakat kepada institusi zakat (Sanep & Hairunnizam, 2005a). Kajian Sanep dan Hairunnizam (2005a) menunjukkan bahawa apabila kepuasan agihan meningkat, maka kepercayaan terhadap institusi zakat akan turut meningkat. Dapatan ini sehaluan dengan kajian oleh Hairunnizam dan Sanep (2014) yang menengahkan faktor kecekapan institusi menguruskan kutipan dan agihan didapati signifikan dalam menarik kepercayaan pembayaran zakat melalui institusi formal.

Di samping itu, kajian terhadap persepsi masyarakat yang dilakukan oleh Sanep dan Hairunnizam (2005a) dan Sanep et al. (2006) turut mendapati bahawa punca kepada kebocoran kutipan zakat adalah disebabkan oleh faktor agihan zakat yang tidak memuaskan. Implikasinya, kepuasan masyarakat dan kepercayaan dari aspek pengagihan zakat sangat memainkan peranan yang penting dalam menentukan sikap masyarakat untuk membayar zakat kepada institusi formal (Hairunnizam et al., 2010; Md Hairi, 2009; Raudha et al., 2011; Sanep & Hairunnizam, 2005b; Sanep et al., 2006).

Rumusannya, semakin tinggi kepuasan agihan terhadap pengurusan zakat oleh pusat zakat, maka semakin tinggi kepatuhan individu untuk membayar zakat secara formal kepada pusat zakat (Aninainie, Sanep, & Hairunnizam, 2013; Sanep et al., 2006). Ini selari dengan kajian ini yang mengandaikan bahawa kepatuhan mempunyai peranan yang sama dengan kepercayaan di mana apabila seseorang patuh maka individu tersebut turut percaya kepada institusi zakat. Oleh yang demikian, semakin tinggi

kepuasan agihan semakin tinggi kepercayaan kepada institusi zakat. Justeru, hipotesis dibangunkan seperti berikut:

H₁: Terdapat hubungan positif dan signifikan di antara kepuasan agihan dan kepercayaan terhadap institusi zakat.

3.2.2 Hubungan antara Kualiti Perkhidmatan dan Kepercayaan

Kajian lepas telah menunjukkan bahawa kualiti perkhidmatan yang baik dan konsisten akan menimbulkan kepercayaan dalam kalangan pelanggan (Hazra et al., 2009; Kantsperger & Kunz, 2010). Di samping itu, kepercayaan yang baik mampu memelihara hubungan jangka panjang di antara organisasi dan pelanggan (Caceres & Paparoidamis, 2007; Garbarino & Johnson, 1999; Morgan & Hunt, 1994). Oleh itu, kepercayaan pelanggan merupakan elemen utama dalam memelihara dan membina hubungan. Rumusnya, kepercayaan yang tinggi boleh tercapai melalui perkhidmatan yang tulus dan konsisten (Gronroos, 2004; Kantsperger & Kunz, 2010). Ini kerana, pelanggan bukan hanya melihat kepada produk atau perkhidmatan semata-mata tetapi lebih kepada permintaan secara holistik termasuklah penawaran maklumat selepas sesuatu barang dibeli. Apabila semua permintaan dapat dipenuhi, maka kemesraan dan kepercayaan dapat dibangunkan di antara pelanggan dan penjual (Gronroos, 2004).

Dalam persekitaran zakat, kualiti perkhidmatan institusi zakat mampu menarik perhatian orang ramai untuk membayar zakat. Berdasarkan kajian oleh Kamil (2002) menunjukkan bukti empirikal bahawa dengan memperbaiki kualiti perkhidmatan,

kecenderungan kepatuhan menjadi lebih baik. Selain itu, perkhidmatan yang berkualiti juga menggalakkan pelanggan untuk mengekalkan kesetiaan dan keyakinan pembayar zakat dan mampu menarik lebih ramai pembayar zakat untuk menyumbang kepada institusi zakat (Azlina, Zairy, Mahyuddin, Ahmad Zubir & Norida, 2016). Oleh itu, persepsi kualiti perkhidmatan yang positif akan melahirkan kepercayaan pembayar zakat dan berasaskan kepada kepercayaan tersebut, pembayar akan berurusan dengan institusi zakat tanpa sebarang keraguan. Merujuk kepada perkaitan tersebut, hipotesis di bawah telah dibentuk:

H₂: Terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara kualiti perkhidmatan dan kepercayaan terhadap institusi zakat.

3.2.3 Hubungan antara Sikap dan Kepercayaan

Terdapat banyak kajian terdahulu melaporkan usaha untuk meningkatkan gelagat kepatuhan bermula melalui pembaikan sikap (Silver, 1995) kerana sikap adalah elemen utama dalam membuat keputusan (Ajzen & Fishbein, 1980; Mueller, 1986). Berdasarkan kepada bidang psikologi, sikap dibahagikan kepada tiga komponen utama iaitu kognitif, afektif dan gelagat. Hasil kajian lalu menunjukkan sikap diuji dalam pelbagai dimensi (Kamil, 2002; Oliver & Bearden, 1985; Shih & Fang, 2004; Shimp & Kavas, 1984). Namun dalam kajian ini sikap diuji berdasarkan unidimensi.

Dalam persekitaran zakat, Kamil dan Ahmad Mahdzan (2002) mengkaji peranan sikap penjawat awam persekutuan terhadap fatwa kewajipan zakat gaji dan kesannya terhadap gelagat kepatuhan. Mereka telah membahagikan sikap kepada lima dimensi,

iaitu sikap positif, sikap was-was, sikap bersyarat, sikap am dan sikap teknikal. Kajian mereka mendapati bahawa dimensi sikap positif, sikap was-was dan sikap bersyarat berkait secara positif dan signifikan dengan gelagat kepatuhan zakat gaji. Selain itu, keingkaran membayar zakat menerusi institusi zakat berpunca daripada sikap individu tersebut. Ini selari dengan dapatan kajian Kamil, Derashid dan Engku Ismail (1997) yang melaporkan bahawa sikap kepatuhan sangat penting dalam menentukan kepatuhan untuk membayar zakat. Manakala Sanep dan Hairunnizam (2005) menyokong bahawa persepsi terhadap agihan mempengaruhi sikap positif terhadap pembayaran zakat secara formal.

Selain itu, kajian mengenai sikap turut dilakukan dalam bidang lain seperti penggunaan teknologi di mana sikap menunjukkan hubungan yang signifikan terhadap niat penggunaan perdagangan mudah alih (M-commerce) di India (Mishra, 2014). Sementara itu, Echchabi, Azouzi, dan Aziz (2016) turut menemui hubungan signifikan antara sikap dan niat gelagat penerimaan perbankan Islam di Tunisia. Selain itu, Kautonen, van Gelderen, dan Tornikoski (2013) pula menemui hubungan signifikan antara sikap dan gelagat keusahawanan.

Namun demikian, kajian dalam bidang zakat yang memfokuskan perkaitan antara sikap dan kepercayaan terhadap institusi zakat sangat sukar dijumpai. Oleh yang demikian, kajian ini menjangkakan faktor sikap ini dapat mempengaruhi kepercayaan pembayar zakat terhadap institusi zakat. Ini kerana, sekiranya sikap tidak mahu mempercayai institusi zakat ada dalam diri individu, maka mereka tidak akan membayar zakat menerusi institusi tersebut. Dengan itu, hipotesis berikut dibentuk adalah seperti di bawah:

H3: Terdapat hubungan yang positif dan signifikan di antara sikap dan kepercayaan terhadap institusi zakat.

3.2.4 Hubungan antara Norma Subjektif dan Kepercayaan

Norma subjektif merupakan kepercayaan seseorang yang terbentuk daripada pengaruh faktor sosial atau kumpulan rujukan yang rapat dengan kehidupan individu dalam membuat keputusan (Fishbein & Ajzen, 1975; Hanno & Violette, 1996, Eagly, AH, dan Chaiken, S. 1993). Dalam kajian ini, norma subjektif merujuk kepada sejauh mana seseorang merasakan tuntutan “kepentingan” orang lain kepada individu yang mempengaruhi keputusannya untuk melakukan sesuatu gelagat. Peranan kumpulan rujukan ini adalah lebih cenderung kepada memberi pendapat, menasihati dan menyokong. Norma Subjektif mampu mempengaruhi ke atas pilihan seseorang sama ada untuk melibatkan dirinya dengan sesuatu gelagat walaupun pada awalnya gelagat tersebut adalah tidak baik baginya ataupun sebaliknya. Jika rujukan tersebut didapati penting baginya, maka gelagat tersebut akan dipatuhi (Tan, Ooi, Sim, & Phusavat, 2012).

Kajian mengenai kepercayaan normatif yang diuraikan kepada beberapa kumpulan rujukan telah banyak dilakukan oleh penyelidik terdahulu (Oliver & Bearden, 1985; Shimp & Kavas, 1984). Penguraian ini dilakukan disebabkan terdapat pelbagai pendapat mengenai kumpulan rujukan tentang sesuatu objek atau gelagat dan memerlukan penjelasan yang lebih jelas (Taylor & Todd, 1995). Namun demikian, kajian ini menggunakan subjek normatif secara tunggal tanpa penguraian. Berdasarkan kajian terdahulu dalam pelbagai bidang didapati norma subjektif memberi pengaruh

positif dan signifikan terhadap niat gelagat kepatuhan zakat (Farah Mastura & Zainol, 2013; Zainol et al., 2009; Sanep, Nor Ghani, & Zulkiffli, 2011).

Selain itu, kajian yang dilakukan oleh Nurul Huda, Nova Rini, Yosi Mardon dan Purnama Putrai (2012) turut mendapati norma subjektif ibu bapa memainkan peranan yang agak besar dalam menggalakkan responden membayar zakat harta. Penemuan ini membuktikan bahawa ibu bapa memainkan peranan besar dalam menggalakkan dan menyokong anak-anak mereka untuk membayar zakat harta. Tambahan pula, dapatan turut menunjukkan bahawa peranan ustaz dan keluarga (pasangan) memainkan peranan penting dalam mempengaruhi responden membayar zakat harta. Kajian oleh Farah Mastura dan Zainol (2015) juga mendapati bahawa kumpulan rujukan memberi pengaruh signifikan ke atas gelagat kepatuhan zakat simpanan. Sementara itu, kajian oleh Mohd Heikal et al. (2014) turut mendapati norma subjektif mempunyai hubungan positif dan signifikan terhadap niat untuk membayar zakat komersial oleh usahawan.

Namun demikian, kajian mengenai peranan norma subjektif terhadap kepercayaan institusi zakat masih lagi terhad dan sukar untuk dijumpai oleh penyelidik. Sehubungan itu, bagi melihat peranan norma subjektif dalam bidang zakat yang memfokuskan kepada kepercayaan terhadap institusi zakat, hipotesis dibangunkan dan diuji. Hipotesis yang dibangunkan adalah seperti berikut:

H4: Terdapat hubungan yang positif dan signifikan di antara norma subjektif dan kepercayaan terhadap institusi zakat.

3.2.5 Hubungan antara Pengetahuan dan Kepercayaan

Pengetahuan terletak pada minda manusia dan ianya hanya wujud jika terdapat minda manusia untuk mengetahui sesuatu (Widen-Wulff & Suomi, 2007). Pengetahuan yang terdapat dalam diri individu mampu mempengaruhi tindakan seseorang dalam membuat keputusan. Individu yang mempunyai pengetahuan tinggi akan lebih berupaya untuk memahami sesuatu. Dapatan kajian oleh Noraza (2012) dalam bidang cukai melaporkan bahawa faktor pengetahuan cukai didapati mempunyai perhubungan yang positif dengan pelaksanaan tafsiran. Manakala dapatan oleh Fu dan Elliott (2013) turut menegaskan bahawa pengguna yang mempunyai tahap pengetahuan yang tinggi dan pengguna yang mempunyai tahap pengetahuan yang rendah memberi kesan secara berbeza terhadap hubungan sikap dan norma subjektif terhadap niat untuk membeli produk. Dari segi persekitaran kajian mengenai perbankan pula, Wahyuni (2012) mendapati pengetahuan mempunyai hubungan positif dan signifikan terhadap niat menggunakan perbankan Islam. Semakin tinggi pengetahuan yang dimiliki oleh masyarakat Islam, semakin tinggi niat untuk menggunakan perbankan Islam.

Begitu juga dalam persekitaran zakat, pengetahuan individu memainkan peranan penting dalam mewujudkan kepercayaan dan pematuhan pembayaran zakat kepada institusi zakat. Sekiranya seseorang individu Muslim mempunyai pengetahuan tinggi mengenai zakat, maka mereka akan lebih cenderung untuk membayar zakat (Zainol, 2008). Selain itu, kajian lain turut mendapati bahawa seseorang individu yang mempunyai pengetahuan tinggi mengenai zakat berkemungkinan untuk membayar zakat kepada institusi zakat adalah tinggi (Kahf, 1999; Mohd Ali et al., 2004; Nur Barizah & Hafiz Majdi, 2010; Hairunnizam, Sanep, & Mohd Ali, 2007; Nur Azura et

al. 2005). Seterusnya Sanep et al. (2006) turut menyokong bahawa faktor pengetahuan dan pemahaman mengenai zakat mampu mempengaruhi pembayaran zakat. Di samping itu juga, hasil penelitian oleh Kamil (2002) juga turut mendapati bahawa faktor pengetahuan zakat mempengaruhi kepatuhan zakat pendapatan secara positif. Namun demikian, penyelidik sangat sukar untuk menemui kajian lepas yang spesifik memfokuskan hubungan pengetahuan dan kepercayaan. Justeru, penyelidik membuat andaian bahawa faktor pengetahuan memainkan peranan penting dalam mempengaruhi kepercayaan. Ini kerana, faktor pengetahuan mampu mempengaruhi kepatuhan membayar zakat di institusi zakat. Oleh itu, hipotesis berikut dibentuk seperti di bawah:

H₅: Terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara pengetahuan dan kepercayaan terhadap institusi zakat.

3.2.6 Hubungan antara Nilai Agama dan Kepercayaan

Dalam persekitaran zakat, beberapa kajian terdahulu telah menggunakan tahap nilai agama sebagai salah satu faktor penyumbang kepada gelagat kepatuhan zakat (Hairunnizam et al., 2012; Rahim, Rohani, Arifin, & Abdol Samad, 2014; Sanep & Zulkifli, 2010). Walau bagaimanapun, dapatan ke atas pengaruh faktor ini adalah bercampur-campur. Sebagai contoh, Kamil (2002) mendapati wujud hubungan negatif antara tahap keagamaan dan pembayaran zakat manakala kajian oleh Mohd Ali et al. (2004) mendapati bahawa tahap keagamaan dan pendidikan agama mempengaruhi pembayaran zakat secara positif. Dalam kajian ini, Kamil (2002) mendapati mereka yang beragama tinggi lebih cenderung untuk membayar zakat secara terus kepada

penerima berbanding kepada institusi zakat yang disediakan. Kajian yang dilakukan oleh Nurul Huda et al. (2012) pula menyokong dapatan Mohd Ali et al. (2004) bahawa individu yang menunjukkan ketaatan kepada perintah Islam mengenai kewajipan membayar zakat khususnya sangat mempengaruhi niat mereka untuk membayar zakat. Namun demikian, kajian lain dalam bidang zakat turut menyiasat hubungan di antara nilai keagamaan dan gelagat kepatuhan zakat (Kamil et al., 2012; Zainol Bidin, 2008). Dapatan kajian mereka mendapati hubungan antara kedua-duanya adalah positif dan signifikan. Dalam perspektif kajian lain, Rehman dan Shabbir (2010) mendapati bahawa nilai keagamaan dan gelagat penggunaan produk-produk baru dalam kalangan masyarakat Islam mempunyai hubungan signifikan. Manakala kajian oleh Syed Shah, Hawati, Zanariah, Che Aniza, dan Ahsan, (2012) turut mendapati bahawa terdapat hubungan signifikan di antara keagamaan dan niat untuk menggunakan pembiayaan perumahan Islam.

Selain itu, kajian oleh Zainol (2008) turut melaporkan bahawa individu yang mempunyai keagamaan yang tinggi akan mempunyai niat yang tinggi untuk membayar zakat pendapatan gaji. Hal ini kerana, pematuhan zakat merupakan lambang kepada tahap keimanan dan kepercayaan di dalam diri seseorang individu terhadap agamanya (Yusuf & Derus, 2013). Walau bagaimanapun, kajian lain seperti Hairunnizam, Sanep dan Radiah (2011) mendapati bahawa faktor keagamaan tidak mempunyai hubungan positif dalam mempengaruhi tingkat kepuasan kualiti hidup. Namun, kajian ini turut melaporkan bahawa tingkat pendapatan dipengaruhi oleh faktor keagamaan dan pendidikan tetapi bukan signifikan terhadap orang miskin. Disamping itu, Nur Barizah dan Hafiz Majdi (2010) turut mendapati bahawa faktor agama dan perkara berkaitan Islam mempengaruhi responden membayar zakat.

Walaupun kajian ini berbeza dengan kajian lepas, faktor keagamaan dijangka akan mempengaruhi kepercayaan pihak berkepentingan terhadap institusi zakat. Justeru, hipotesis berikut dibentuk:

H₆: Terdapat hubungan yang positif dan signifikan di antara nilai agama dan kepercayaan terhadap institusi zakat.

3.2.7 Hubungan antara Reputasi dan Kepercayaan

Reputasi merupakan asas kepada kejayaan korporat (Park, Lee, & Kim, 2014). Sesebuah institusi dipandang tinggi oleh masyarakat disebabkan oleh reputasinya yang memberangsangkan (Ram Al Jaffri, Md Hairi, & Kamil, t.t.) dan reputasi yang dibawa ini akan sentiasa menjadi perhatian mereka (Ram Al Jaffri et al., 2009). Hal ini kerana, reputasi merupakan hasil akhir persepsi pelanggan mengenai sebaik mana sesebuah organisasi tersebut dapat memenuhi jangkaan dan permintaan mereka (Abratt & Kleyn, 2012). Tambahan pula, Schaarschmidt, Walsh, dan Ivens (2015) berpendapat bahawa masyarakat luar mengadili pekerja-pekerja di sesebuah firma adalah berdasarkan kepada reputasi firma dan bukannya kemahiran yang dimiliki oleh pekerja tersebut.

Kajian lepas oleh Salamin dan Hanappi (2014) dalam bidang perbankan menyatakan bahawa terdapat pengaruh positif di antara reputasi dan kepercayaan terhadap organisasi kewangan. Dapatan ini membuktikan bahawa sesebuah organisasi yang mempunyai reputasi positif adalah terhasil daripada kejayaan mereka dalam meningkatkan tahap kepercayaan dengan pihak luar.

Moorman, Deshpande dan Zaltman (1993) menyokong bahawa reputasi dan kecekapan sesebuah institusi adalah asas penting dalam kepercayaan. Hasil kajian empirikal ini mendapati terdapat hubungan signifikan antara reputasi pembekal dan kepercayaan (Moorman et al., 1993). Ganesan (1994) menyokong dapatan ini dengan menyatakan reputasi pembekal memainkan peranan penting dalam meningkatkan kredibiliti peruncit yang merupakan komponen utama kepada kepercayaan.

Dalam persekitaran umum, reputasi sesebuah organisasi harus berada pada tahap yang tinggi di mata masyarakat agar dapat merangsang kepercayaan pihak pelanggan terhadap organisasi tersebut (Bennett & Gabriel, 2003). Reputasi yang tinggi dapat meningkatkan jangkaan pihak berkepentingan mengenai tingkah laku organisasi pada masa hadapan (Petkova, Wadhwa, Yao, & Jain, 2014). Hal ini juga mempunyai persamaan di dalam persekitaran zakat, reputasi institusi zakat perlu berada pada tahap yang tinggi di mata masyarakat agar dapat merangsang kepercayaan pihak pembayar zakat dan pihak berkepentingan yang lain. Sikap positif masyarakat terhadap institusi zakat dapat meningkatkan jumlah pembayar dan jumlah kutipan zakat. Namun, sikap negatif menyebabkan masyarakat membayar zakat kepada saluran tidak rasmi (Aidit, 1989). Maka penyelidik mengandaikan bahawa faktor reputasi mampu untuk mempengaruhi kepercayaan terhadap institusi zakat. Justeru hipotesis berikut dibentuk seperti di bawah.

H7 : Terdapat hubungan yang positif dan signifikan di antara reputasi dan kepercayaan terhadap institusi zakat.

3.2.8 Sikap sebagai Pengantara dalam Hubungan antara Norma Subjektif dan Kepercayaan Terhadap Institusi Zakat

Kajian oleh Ajzen (1991) telah mencadangkan bahawa norma subjektif berhubung secara langsung dengan niat gelagat. Namun demikian, terdapat kajian lain yang dilakukan untuk melihat hubungan tidak langsung faktor sikap sebagai pembolehubah pengantara dalam hubungan antara norma subjektif dan niat (Buchan, 2005; Chang, 1998). Walau bagaimanapun, kajian yang melihat kepada hubungan antara norma subjektif dengan kepercayaan dan sikap sebagai pembolehubah pengantara dalam bidang zakat kurang mendapat perhatian para penyelidik lepas. Kajian terdahulu dalam pelbagai bidang mendapati bahawa pembolehubah sikap merupakan pengantara dalam hubungan antara sikap dan niat (Buchan, 2005; Chang, 1998; Powpaka, 2002; Rossi, de Matos & Ituassu, 2007; Tarkiainen & Sundqvist, 2005; Shalihen, 2011).

Buchan (2005) mendapati sikap berhubung secara positif sebagai pengantara dalam hubungan antara norma subjektif dan niat gelagat. Dalam kajian Rossi et al. (2007) pula menyatakan bahawa penerimaan dan sokongan kumpulan rujukan (saudara atau rakan) mempengaruhi niat seseorang untuk membeli barangan cetak rompak adalah positif dan signifikan melalui sikap seseorang itu. Manakala Tarkiainen dan Sundqvist (2005) turut mendapati norma subjektif berhubung secara positif dengan niat melalui sikap.

Selain itu, Powpaka (2002) turut menyokong pendapat yang sama iaitu kajiannya mendapati sikap berhubung positif dengan niat melalui norma subjektif dan sebaliknya norma subjektif turut berhubung dengan niat melalui sikap secara positif. Tambahan

pula, Shalihen (2011) turut memperolehi dapatan kajian yang sama iaitu sikap memainkan peranan sebagai pengantara di antara norma subjektif dan niat kepatuhan cukai jualan tempatan. Dalam bidang zakat, Zainol et al. (2009) mendapati norma subjektif berhubung dengan niat melalui sikap secara positif di dalam kajiannya mengenai kepatuhan zakat. Ini dipersetujui oleh kajian Aleassa (2009) yang turut mendapati pembolehubah sikap hanya mempengaruhi sebahagian dari norma subjektif terhadap gelagat penggunaan perisian komputer secara tidak sah.

Sehubungan itu, kajian ini cuba untuk melihat hubungan pembolehubah sikap sebagai pengantara yang memfokuskan kepada kepercayaan pihak berkepentingan kepada institusi zakat. Sepanjang pengetahuan penyelidik, kajian sebegini adalah sangat terhad. Justeru, hasil kajian ini dijangka akan dapat menambah bukti kajian empirikal serta memberi sumbangan literatur dalam bidang yang berkaitan. Maka, hipotesis berikut dibentuk seperti di bawah.

H₈: Sikap adalah pengantara dalam hubungan antara norma subjektif dan kepercayaan terhadap institusi zakat.

3.2.9 Kepuasan Agihan sebagai Pengantara dalam Hubungan antara Kualiti Perkhidmatan dan Kepercayaan terhadap Institusi Zakat

Kualiti perkhidmatan dan kepuasan pelanggan seringkali dianggap sama, namun secara umum, kepuasan dilihat sebagai konsep yang lebih luas sedangkan penilaian kualiti perkhidmatan berfokus pada dimensi tertentu daripada perkhidmatan tersebut. Dengan demikian, kualiti perkhidmatan yang dipersepsikan merupakan salah satu

komponen daripada kepuasan pelanggan (Zeithaml, Bitner & Gremler, 2006). Parasuraman et al., (1994) mengemukakan lima dimensi di dalam pengukuran kualiti perkhidmatan yang dikenali sebagai SERVQUAL model. Lima dimensi untuk mengukur kualiti perkhidmatan ini ialah kebolehpercayaan (reliability), jaminan (assurance), layanan (responsiveness), empati (empathy) dan kezahiran (tangibles).

Kajian tentang kualiti perkhidmatan dan kepuasan pelanggan sering dijalankan, termasuklah kajian oleh (Caruana et al., 2000; Cronin et al., 2000; Fang, Chiu, & Wang, 2011; Muslim, Zatilaziya, Wan Faizatul Aniza, Siti Zaroha, & Emilia, 2013). Awalnya, Cronin et al. (2000) mengkaji tentang kualiti perkhidmatan, nilai, kepuasan pelanggan dan niat perilaku dalam beberapa industri perkhidmatan. Mereka mendapati bahawa kualiti perkhidmatan, nilai perkhidmatan, dan kepuasan semuanya berhubung secara langsung dengan niat perilaku (*behavioral intentions*). Seterusnya, Jayawardhena dan Farrell (2011) turut menguji pembolehubah yang sama dan didapati kualiti perkhidmatan positif berhubung dengan kepuasan pelanggan dan juga positif berhubung dengan niat gelagat.

Namun demikian, terdapat kajian lain yang turut membuktikan wujudnya hubungan yang positif antara kepercayaan dan persepsi masyarakat terhadap perkhidmatan yang diterima daripada institusi kerajaan (Van de Walle & Bouckaert, 2003; Welch, Hinnant, & Moon, 2004; Vigoda & Yuval, 2003). Selain itu, kajian oleh Ravichandran et al. (2010) turut mendapati bahawa kualiti perkhidmatan mempunyai pengaruh langsung ke atas kepuasan pelanggan secara keseluruhan terhadap sektor perbankan di India.

Walau bagaimanapun, kajian di dalam persekitaran zakat yang tertumpu kepada kajian sebegini adalah sangat sukar untuk dijumpai oleh penyelidik. Justeru, penyelidik mengandaikan bahawa pembolehubah pengantara kepuasan agihan ini mampu untuk memberi sumbangan bukti imperikal kepada kajian di dalam bidang zakat amnya dan bidang lain khasnya. Justeru, hipotesis berikut dibentuk seperti di bawah:

H₉: Kepuasan agihan adalah pengantara dalam hubungan antara kualiti perkhidmatan dan kepercayaan terhadap institusi zakat.

3.3 Definisi Operasional dan Pengukuran Pembolehubah

Pembolehubah bersandar untuk kajian ini adalah kepercayaan terhadap institusi zakat. Memahami pembolehubah ini adalah penting untuk mendapatkan penjelasan yang mendalam tentang fenomena kajian. Pembolehubah bersandar dibangunkan mengikut pembolehubah yang dikaji iaitu pembolehubah bebas seperti kepuasan agihan, kualiti perkhidmatan, sikap, norma subjektif, pengetahuan, nilai agama dan reputasi. Dalam kajian kepercayaan ini, kajian ini merujuk kepada sejauhmanakah tahap kepercayaan yang dimiliki oleh pihak berkepentingan terhadap institusi zakat dalam mengurus dana zakat yang di amanahkan oleh pembayar zakat berdasarkan kepada faktor-faktor yang dicadangkan oleh penyelidik sebelum ini.

3.3.1 Kepercayaan Terhadap Institusi Zakat

Kepercayaan adalah keyakinan pihak berkepentingan zakat terhadap institusi zakat kerana institusi zakat bertanggungjawab menguruskan dan menjaga dana zakat yang

disalurkan oleh pembayar zakat kemudian disalurkan kepada asnaf yang memerlukan. Bagi mengukur pembolehubah kepercayaan, lima item diadaptasi daripada instrumen yang dibangunkan oleh Abioye (2012) dan lima item dari Ram Al Jaffri (2010). Semua 10 item ini mempunyai kenyataan positif dan diukur menggunakan skala lima mata likert, 5 “sangat setuju” dan skor 1 “sangat tidak setuju”. Skor paling tinggi ialah 50 (10 item x 5 mata) dan skor ini menunjukkan tahap kepercayaan terhadap institusi zakat adalah sangat tinggi. Sementara skor paling rendah ialah 10 (1 x 10 item) dan ini menunjukkan tahap kepercayaan terhadap institusi zakat adalah sangat rendah. Soalan lengkap adalah seperti yang ditunjukkan di bahagian lampiran.

3.3.2 Ukuran Pembolehubah Eksogen (bebas)

Pembolehubah eksogen dalam kajian ini ialah kepuasan agihan, kualiti perkhidmatan, sikap, norma subjektif, pengetahuan, nilai agama dan reputasi. Pengukuran ini dilakukan berdasarkan kepada kesesuaian pembolehubah dan tahap pengukuran ini juga berdasarkan kepada instrumen yang dapat menjelaskan hubungan di antara pembolehubah bersandar dan tidak bersandar.

3.3.2.1 Kepuasan Agihan

Kepuasan agihan adalah persepsi/tanggapan pihak berkepentingan terhadap agihan dana zakat yang dilakukan atau perkhidmatan yang diberikan oleh institusi zakat yang telah memenuhi jangkaannya. Ini disebabkan, pihak berkepentingan zakat tidak akan merasa puas selagi tanggapan jangkaan mereka belum dipenuhi. Sebaliknya pihak berkepentingan ini hanya akan merasa puas jika persepsinya sama atau melebihi dari

jangkaan. Dengan kata lain, keseluruhan tindak balas kepuasan pihak berkepentingan ini bergantung kepada pengalamannya bersama institusi zakat. Bagi mengukur pembolehubah kepuasan agihan, lima item telah diadaptasi daripada instrumen oleh Ram Al Jaffri (2010) telah diguna pakai. Empat item ini mempunyai kenyataan positif dan satu item negatif diukur menggunakan skala lima mata likert, 5 “sangat setuju” dan skor 1 “sangat tidak setuju”.

3.3.2.2 Kualiti Perkhidmatan

Kualiti perkhidmatan ditakrifkan sebagai kualiti daripada perkhidmatan yang diterima oleh pihak berkepentingan zakat berserta perkhidmatan yang diberikan oleh institusi zakat. Antara perkhidmatan yang disediakan oleh institusi zakat adalah kaunter bayaran, perkhidmatan pelanggan, nasihat pelanggan, keperluan pelanggan, komunikasi dan kemudahan (Kamil, 2002; Ram Al Jaffri, 2010; Zainol, 2008). Bagi mengukur pembolehubah ini, lima item diadaptasikan daripada instrumen yang dibangunkan oleh Brady dan Cronin (2001) telah digunakan. Semua lima item ini mempunyai kenyataan positif dan diukur menggunakan skala lima mata likert, 5 “sangat setuju” dan skor 1 “sangat tidak setuju”.

3.3.2.3 Sikap

Dalam kajian ini, sikap didefinisikan sebagai penilaian seseorang terhadap sesuatu gelagat sama ada baik atau sebaliknya adalah berdasarkan kepada kepercayaan gelagat (behavioural belief) dan hasil penilaian (outcome evaluations) yang dibuat. Definisi ini selari dengan Ajzen (1991) yang menyatakan bahawa tindakan seseorang adalah

bersandarkan kepada kepercayaan gelagat dan hasil penilaiannya. Sikap terhadap kepercayaan institusi zakat ditakrifkan sebagai tanggungjawab untuk mematuhi pembayaran zakat kepada institusi zakat yang disediakan. Instrumen yang digunakan untuk mengukur pembolehubah sikap telah diadaptasikan daripada instrumen yang dibangunkan oleh Ram Al Jaffri et al. (2009). Sebanyak tujuh item positif dan 1 item negatif digunakan bagi mengukur pembolehubah sikap ini dengan menggunakan skala likert lima mata iaitu 5 “sangat setuju” dan skor 1 “sangat tidak setuju”. Skor maksimum ialah 40 (8 item x 5 mata) manakala skor minimum ialah 8 (8 item x 1 mata).

3.3.2.4 Norma Subjektif

Norma subjektif dalam kajian ini didefinisikan sebagai persetujuan, dorongan, sokongan dan nasihat yang diberikan oleh orang yang penting bagi pihak berkepentingan zakat untuk mempengaruhinya mempercayai institusi zakat. Orang-orang penting yang dimaksudkan ini termasuklah kawan atau rakan sebaya, keluarga, masyarakat, dan ketua kumpulan. Bagi mengukur pembolehubah norma subjektif ini, instrumen yang dibangunkan oleh Taylor & Todd (1995) telah diadaptasikan oleh penyelidik di dalam kajian ini. Sebanyak lima item yang mempunyai kenyataan positif telah digunakan dan konstruk ini diukur dengan menggunakan skala likert lima mata iaitu 5 “sangat setuju” dan 1 “sangat tidak setuju”. Jumlah skor maksimum ialah 25 (5 mata x 5 item) manakala jumlah minimum ialah 5 (1 mata x 5 item).

3.3.2.5 Pengetahuan

Pengetahuan dalam kajian ini ditakrifkan sebagai maklumat yang dimiliki mengenai zakat. Pengetahuan merujuk pada pengetahuan responden tentang undang-undang zakat, rebat, pengecualian cukai dan yang berkaitan dengan institusi zakat. Pembolehubah pengetahuan ini diukur dengan mengadaptasi instrumen yang dibangunkan oleh Nor Aziah (2004). Semua soalan mempunyai lima item dan diukur dengan menggunakan skala likert lima mata iaitu 5 “sangat setuju” dan 1 “sangat tidak setuju”. Jumlah skor maksimum ialah 25 (5 mata x 5 item) manakala jumlah minimum ialah 5 (1 mata x 5 item).

3.3.2.6 Nilai Agama

Nilai agama dalam kajian ini dioperalisasikan sebagai nilai-nilai agama yang dimiliki oleh pihak berkepentingan zakat yang bersangkutan dengan Islam berdasarkan kepada akidah, syariah dan akhlak. Nilai-nilai keagamaan melibatkan persepsi terhadap kepercayaan dan keimanan, amalan ibadah wajib dan sangat dituntut oleh Islam, akhlak dan komitmen kepada aktiviti-aktiviti berkaitan agama. Pembolehubah keagamaan ini menggunakan soalan yang dibangunkan oleh Kamil, Zainol dan Ram Al Jaffri (2012). Semua soalan mempunyai enam item dan diukur dengan menggunakan skala likert lima mata iaitu 5 “sangat setuju” dan 1 “sangat tidak setuju”. Jumlah skor maksimum ialah 30 (5 mata x 6 item) manakala jumlah minimum ialah 6 (1 mata x 6 item).

3.3.2.7 Reputasi

Reputasi dalam kajian ini merujuk kepada tanggapan sejauh mana institusi zakat dipandang oleh pihak berkepentingan zakat dari masa ke semasa. Pembolehubah reputasi ini menggunakan soalan yang dibangunkan oleh Hairunnizam dan Sanep, (2011). Semua soalan mempunyai tujuh item dan diukur dengan menggunakan skala likert lima mata iaitu 5 “sangat setuju” dan 1 “sangat tidak setuju”. Jumlah skor maksimum ialah 35 (5 mata x 7 item) manakala jumlah minimum ialah 7 (1 mata x 7 item). Jadual 3.1 berikut menunjukkan bilangan instrumen yang terdapat dalam kajian ini.

Jadual 3.1

Bilangan Instrumen

Bil.	Pembolehubah	Sumber	Item
1.	Kepercayaan	Abioye, 2012; Ram Al Jaffri Saad (2010)	10
2.	Kepuasan Agihan	Ram Al Jaffri et al. (2010)	5
3.	Kualiti perkhidmatan	Brady & Cronin (2001)	5
4.	Sikap	Ram Al Jaffri Saad, Kamil Md.Idris, & Zainol Bidin, (2009)	8
5.	Norma subjektif	Taylor & Todd (1995)	5
6.	Pengetahuan	Nor Aziah (2004)	5
7.	Nilai agama	Kamil Md Idris, Zainol Bidin, & Ram Al Jaffri Saad (2012)	6
8.	Reputasi	Hairunnizam Wahid & Sanep Ahmad (2011)	7

Jadual 3.2

Instrumen untuk Pengukuran Pembolehubah Endogen dan Eksogen.

Bil.	Pembolehubah	Sumber	Item
1.	Kepercayaan	Abioye, 2012; Ram Al Jaffri Saad (2010)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Institusi zakat mendedahkan maklumat zakat secara telus. 2. Institusi zakat menjalankan aktiviti yang patuh syariah. 3. Institusi zakat mempunyai ahli lembaga pengarah yang terkemuka. 4. Institusi zakat tidak memperuntukan dana zakat untuk perkhidmatan lain. 5. Institusi zakat tidak mengambil kesempatan terhadap pembayar dan penerima zakat. 6. Institusi zakat menjalankan tanggungjawab dengan amanah. 7. Urusan zakat dilaksanakan dengan cekap. 8. Institusi zakat mengagihkan wang zakat secara adil. 9. Institusi zakat mempunyai imej yang baik. 10. Saiz kutipan zakat menunjukkan institusi zakat diyakini orang ramai.
2.	Kepuasan agihan	Ram Al Jaffri (2010)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Wang zakat diuruskan dengan baik. 2. Orang ramai merungut terhadap sistem agihan wang zakat. (R) 3. Sistem agihan zakat menepati kehendak syarak. 4. Wang zakat telah diagihkan kepada kumpulan yang berhak (asnaf) secara adil. 5. Ramai orang yang berhak, seperti fakir miskin mendapat wang zakat dari institusi zakat.
3.	Kualiti perkhidmatan	Brady dan Cronin (2001)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya percaya institusi zakat menawarkan perkhidmatan yang baik. 2. Saya menjangkakan persekitaran institusi zakat adalah memuaskan. 3. Interaksi saya dengan staf institusi zakat berjalan dengan baik. 4. Staf di institusi zakat akan memberi maklumbalas dengan cepat terhadap apa yang saya perlukan. 5. Saya gembira dengan apa yang institusi zakat sediakan kepada pelanggannya.

Jadual 3.2 (Sambungan)

Bil.	Pembolehubah	Sumber	Item
4	Sikap	Ram Al Jaffri, Kamil Md.Idris dan Zainol, 2009	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya berpuas hati apabila membayar zakat kepada institusi zakat. 2. Saya suka membayar zakat kepada institusi zakat. 3. Saya pasti membayar zakat kepada institusi zakat. 4. Membayar zakat kepada institusi zakat suatu tindakan yang tepat. 5. Saya sokong zakat dibayar institusi pejabat zakat. 6. Saya berasa lapang dan senang hati membayar zakat kepada institusi t zakat. 7. Lebih elok membayar sendiri zakat kepada orang miskin.(R) 8. Saya pasti bayar kepada institusi zakat walaupun tanpa arahan.
5	Norma subjektif	Taylor dan Todd (1995)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Orang yang mempengaruhi tingkah laku saya berpendapat saya perlu membayar zakat di institusi zakat. 2. Orang yang penting bagi saya berpendapat bahawa saya perlu membayar zakat di institusi zakat. 3. Orang yang saya hormati berpendapat bahawa saya perlu membayar zakat di institusi zakat. 4. Orang yang rapat dengan saya berpendapat bahawa saya perlu membayar zakat di institusi zakat. 5. Orang yang mempengaruhi keputusan saya berpendapat bahawa saya perlu membayar zakat di institusi zakat.
6	Pengetahuan	Nor Aziah (2004)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pembayar zakat boleh mendapatkan pengecualian cukai jika membayar zakat di institusi zakat. 2. Institusi zakat tidak akan mengambil lebihan duit dari apa yang sepatutnya. 3. Pembayar zakat boleh bergantung kepada institusi zakat untuk mendapatkan laporan zakat yang tepat. 4. Saya rasa institusi zakat perlu selaraskan undang-undang di setiap negeri. 5. Saya tahu tentang undang-undang zakat di negeri ini.

Jadual 3.2 (Sambungan)

Bil.	Pembolehubah	Sumber	Item
7	Nilai agama	Kamil, Zainol, dan Ram Al Jaffri (2012)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Al-Quran ialah rujukan ilmu kepada saya. 2. Allah banyak memberi petunjuk kepada saya. 3. Sembahyang lima waktu banyak membantu saya. 4. Allah akan menghukum orang yang tidak membayar zakat. 5. Tidak membayar zakat adalah salah di sisi Islam. 6. Tidak membayar zakat adalah berdosa.
8	Reputasi	Hairunnizam dan Sanep (2011)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Institusi zakat mempunyai ciri-ciri pengurusan korporat yang cemerlang. 2. Institusi zakat mempunyai imej institusi Islam yang berwawasan. 3. Institusi zakat tidak menerima sebarang rungutan masyarakat. 4. Segala aduan ditangani dengan baik oleh institusi zakat. 5. Institusi zakat mempunyai maklumat pengurusan dana zakat yang memuaskan. 6. Institusi zakat mempunyai hubungan yang erat dengan masyarakat. 7. Institusi zakat mengurus dana zakat dengan berkesan.

3.4 Strategi dan Kaedah Kutipan Data

Pengumpulan data yang sistematik dan boleh diterima pakai memerlukan strategi dan kaedah kutipan data dengan betul. Hal ini bertujuan untuk mengatasi kesilapan dalam memilih responden yang sesuai dalam kajian. Kesilapan responden yang dipilih oleh seseorang penyelidik boleh mengakibatkan data yang dikumpul adalah tidak sah kerana responden tersebut tidak mewakili sampel kajian. Sub topik berikutnya membincangkan strategi dan kaedah kutipan data dengan terperinci.

3.4.1 Pengumpulan Data

Dalam kajian ini, kaedah kuantitatif dan kualitatif berbentuk tinjauan melalui soal selidik dan temubual digunakan untuk mengumpul data. Kaedah tinjauan adalah sesuai bagi kajian ini kerana subjek atau unit analisis melibatkan populasi yang besar dan bertaburan luas. Menurut Zikmund (2003), kaedah tinjauan ini dapat memberikan maklumat yang cepat dan tepat. Di samping itu, kaedah ini juga membolehkan penyelidik menguji pelbagai pembolehubah sosioekonomi (Andreoni, Erard & Feinstein, 1998). Manakala kaedah temubual digunakan bertujuan untuk mendapatkan maklumat supaya dapat mengukuhkan lagi hasil data kajian kuantitatif yang diperolehi.

3.4.2 Penyusunan Soal Selidik

Soal selidik dipecahkan kepada sembilan bahagian. Bahagian-bahagian tersebut ialah: Kepuasan Agihan, Kualiti Perkhidmatan, Sikap, Norma Subjektif, Pengetahuan, Nilai agama, Reputasi, Kepercayaan terhadap Institusi Zakat, dan Demografi. Kesemua soalan adalah berbentuk konstruk skala lima mata likert kecuali soalan bahagian demografi. Contoh soal selidik telah dilampirkan di bahagian Lampiran.

3.5 Populasi dan Pensampelan

Sub topik di bawah membincangkan secara terperinci mengenai populasi dan pensampelan kajian yang akan digunakan untuk menjalankan kajian ini.

3.5.1 Populasi

Populasi merujuk kepada sekumpulan orang, peristiwa, atau sesuatu benda yang menarik keinginan penyelidik untuk mengkajinya sementara sampel merupakan subset populasi (Sekaran & Bougie, 2014). Populasi dalam kajian soal selidik ini ialah individu yang berumur 15 tahun ke atas dan menetap di Negeri Kedah. Selain itu, sasaran populasi adalah individu Muslim yang bekerja merangkumi institusi kerajaan dan swasta. Individu yang bekerja merupakan pembayar zakat dan juga potensi pembayar zakat pada masa hadapan.

Seterusnya, pensampelan kajian akan dibincangkan dengan teliti dalam sub topik berikutnya. Perancangan pensampelan yang teliti dan teratur memudahkan penyelidik untuk membuat kajian dan seterusnya dapat mengurangkan kos, masa serta ralat pengukuran (Piaw, 2014).

3.5.2 Pensampelan

Pensampelan adalah proses memilih sebahagian subjek daripada sesuatu populasi untuk dijadikan responden kajian (Piaw, 2014). Prosedur pensampelan adalah suatu perkara yang sangat penting kerana ianya membolehkan sampel dipilih secara rawak sebagai mewakili populasi. Dalam kajian ini, unit analisis terdiri daripada individu muslim yang bekerja dan memenuhi ciri-ciri berikut; (i) Muslim yang berkhidmat di sektor awam, swasta atau bekerja sendiri; (ii) Muslim yang berumur 15 tahun dan ke atas dianggap sebagai bekerja (Jabatan Perangkaan Malaysia, 2014); (iii) Menetap di Negeri Kedah.

Pembahagian populasi adalah berdasarkan kepada 12 daerah di Kedah. Pembahagian berdasarkan daerah digunakan untuk mengenalpasti bilangan penduduk. Antara daerah-daerah yang terlibat ialah Baling, Bandar Baharu, Kota Setar, Kuala Muda, Kubang Pasu, Kulim, Padang Terap, Pendang, Pulau Langkawi, Sik, Yan dan Pokok Sena.

Responden yang terdiri daripada penduduk muslim yang bekerja di negeri Kedah dipilih berdasarkan setiap daerah. Ini bertujuan untuk mendapatkan data yang sahih dan adil. Penerangan terperinci mengenai pemilihan responden dibincangkan dengan lebih lanjut di bahagian teknik pensampelan. Merujuk kepada data yang diperolehi daripada statistik negeri Kedah (2014), terdapat seramai 2,046,200 orang penduduk yang menetap di semua daerah tersebut. Manakala individu yang berusia di antara 15 tahun ke atas ialah sebanyak 1,199,980 orang (Statistik Negeri Kedah, 2014).

Pemilihan negeri Kedah sebagai lokasi kajian adalah di atas beberapa sebab. Pertama, negeri Kedah merupakan negeri pertama yang memiliki undang-undang zakat dan telah diwartakan pada tahun 1955 (Lembaga Zakat Negeri Kedah, 2017). Pewartaan ini memberi kuasa kepada institusi zakat Kedah untuk mengambil tindakan undang-undang kepada sesiapa yang tidak mematuhi arahan. Kedua, negeri Kedah mempunyai fatwa yang menyatakan tidak sah dari segi undang-undang dan syarak kepada seseorang yang tidak membayar zakat menerusi institusi formal atau amil yang sah. Ketiga, institusi zakat di Kedah diletakkan dibawah kuasa Sultan jika dibandingkan dengan negeri-negeri lain. Keempat, ciri-ciri pihak berkepentingan adalah sama seperti negeri-negeri lain di Malaysia. Jadual 3.3 di bawah berikut menunjukkan jumlah penduduk Negeri Kedah mengikut daerah.

Jadual 3.3

Bilangan penduduk Negeri Kedah Mengikut Daerah

Bil.	Daerah	Bilangan Penduduk (2014)
1.	Baling	139,000
2.	Bandar Baharu	43,500
3.	Kota Setar	379,700
4.	Kuala Muda	488,300
5.	Kubang Pasu	233,500
6.	Kulim	308,700
7.	Pulau Langkawi	99,100
8.	Padang Terap	64,900
9.	Sik	69,200
10.	Yan	69,900
11.	Pendang	97,600
12.	Pokok Sena	52,700
Jumlah		2,046,200

Sumber: Statistik Negeri Kedah Tahun 2014

Penduduk di kawasan bandar yang berumur 15 ke atas diandaikan sudah bekerja sama ada dalam sektor perkhidmatan mahupun pertanian. Berdasarkan statistik JPBD, di kawasan bandar terdapat sekurang-kurangnya 60 peratus penduduk bekerja. Oleh itu, penyelidik mengandaikan bahawa di setiap bandar mempunyai 60% penduduk bekerja daripada keseluruhan populasi.

Jadual 3.4

Bilangan Penduduk Negeri Kedah Mengikut Umur

Bil.	Daerah	Bilangan Penduduk 15 tahun ke atas (2014)
1.	Baling	83,400
2.	Bandar Baharu	26,100
3.	Kota Setar	227,820
4.	Kuala Muda	292,980

Jadual 3.4 (Sambungan)

Bil.	Daerah	Bilangan Penduduk 15 tahun ke atas (2014)
5.	Kubang Pasu	140,100
6.	Kulim	185, 220
7.	Pulau Langkawi	59,460
8.	Padang Terap	38,940
9.	Sik	13,840
10.	Yan	41,940
11.	Pendang	58,560
12.	Pokok Sena	31,620
	Jumlah	1,199,980

Sumber: Statistik Negeri Kedah Tahun 2014

Responden dipilih berdasarkan ciri-ciri berikut:

- i. Sekurang-kurangnya 60 peratus penduduk bekerja berumur 15 tahun dan ke atas. Individu yang bekerja merupakan pembayar dan potensi pembayar zakat.
- ii. Kawasan bandar mempunyai jumlah populasi yang tinggi. Oleh yang demikian, penduduk yang berkepadatan tinggi dan ekonomi yang pesat akan membawa kepada pengumpulan zakat yang tinggi berbanding daerah luar bandar.
- iii. Kawasan bandar mempunyai kuasa beli pengguna yang besar. Kuasa beli yang besar melambangkan pendapatan individu yang tinggi. Apabila semakin tinggi pendapatan individu, secara tidak langsung jumlah pembayaran zakat oleh individu turut meningkat.

3.5.3 Teknik Pensampelan

Kajian ini akan menggunakan teknik pensampelan kawasan pelbagai lapisan dan persampelan rawak. Teknik ini digunakan kerana kawasan kajian adalah luas dan bilangan subjek mempunyai pelbagai ciri. Selain itu, penyelidik juga tidak mempunyai senarai nama setiap subjek dalam populasi. Bagi memilih sampel kawasan pelbagai lapisan, setiap individu dalam setiap lapisan dalam populasi mempunyai peluang yang sama untuk dipilih sebagai responden. Berikut merupakan langkah-langkah menyediakan sampel kawasan pelbagai lapisan.

- i. Penyelidik mengenalpasti unit lapisan pertama pensampelan iaitu daerah-daerah di negeri Kedah. Terdapat sebanyak 12 daerah iaitu Baling, Bandar Baharu, Kota Setar, Kuala Muda, Kubang Pasu, Kulim, Padang Terap, Pendang, Pulau Langkawi, Sik, Yan dan Pokok Sena. Semua unit tersebut dilabelkan dan pemilihan unit-unit tersebut dibuat secara rawak untuk memperolehi sebilangan unit yang dikehendaki.
- ii. Dalam setiap unit daerah yang dipilih, penyelidik mengenalpasti unit-unit lapisan kedua, iaitu bandar-bandar dalam daerah.
- iii. Dalam setiap unit bandar yang dipilih, penyelidik mengenalpasti unit-unit lapisan ketiga, iaitu pekan-pekan, dan kemudian penyelidik memilih secara rawak sebilangan unit pekan tersebut.

- iv. Dalam setiap unit pekan yang dipilih, penyelidik akan mengenalpasti unit-unit lapisan keempat, iaitu rumah-rumah, dan kemudian pilih secara rawak sebilangan unit rumah tersebut.
- v. Dalam setiap unit rumah yang dipilih, penyelidik akan mengenalpasti lapisan kelima, iaitu individu-individu yang mempunyai ciri-ciri yang dikehendaki seperti beragama Islam dan bekerja.

Menurut Sekaran dan Bougie (2014), dari populasi 823, 187 jumlah sampel saiz yang mencukupi ialah sebanyak 384 responden. Namun demikian, penyelidik telah menghantar 500 borang soal selidik untuk mengatasi masalah kadar pulangan yang rosak, tidak dikembalikan dan tidak lengkap. Saiz ini disokong oleh Cohen (1992) yang mengatakan minimum saiz sampel ditentukan melalui hubungan antara pembolehubah bersandar dan pembolehubah tidak bersandar dengan menggunakan kaedah *10 time rule* berdasarkan anak panah IV ke DV. Ini bermakna, sampel saiz yang diperlukan di dalam kajian ini adalah sebanyak 70 sampel.

Penentuan bilangan soal selidik bagi setiap daerah yang telah dipilih berdasarkan saiz sub-sampel yang terdapat dalam setiap daerah. Selain itu, pemilihan sub-sampel haruslah mempunyai peluang yang sama untuk dipilih. Jadual 3.5 menunjukkan bilangan soal selidik yang akan diedarkan di setiap daerah. Jadual di bawah menunjukkan jumlah populasi yang beragama Islam dan berumur 15 tahun keatas

Jadual 3.5

Responden yang diperlukan bagi Kajian Soal Selidik

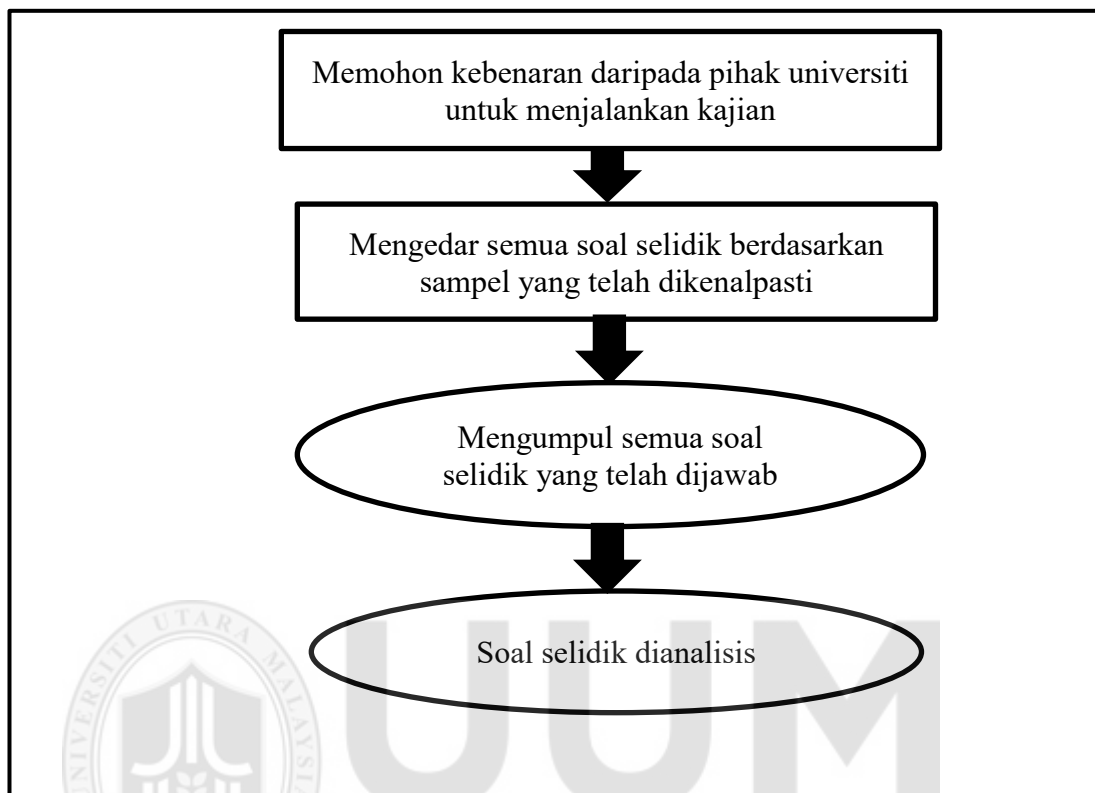
Bil.	Daerah	Bilangan Penduduk 15 tahun ke atas (2014)	Nisbah	Sampel
1.	Baling	57, 212	$(57, 212/823, 187)*500$	35
2.	Bandar Baharu	17, 905	$(17, 905/823, 187)*500$	11
3.	Kota Setar	156, 285	$(156, 285/823, 187)*500$	95
4.	Kuala Muda	200, 984	$(200, 984/823, 187)*500$	122
5.	Kubang Pasu	96, 109	$(96, 109/823, 187)*500$	58
6.	Kulim	127, 061	$(127, 061/823, 187)*500$	77
7.	Pulau Langkawi	40, 790	$(40, 790/823, 187)*500$	25
8.	Padang Terap	26, 713	$(26, 713/823, 187)*500$	16
9.	Sik	9, 494	$(9, 494/823, 187)*500$	6
10.	Yan	28,771	$(28,771/823, 187)*500$	18
11.	Pendang	40, 172	$(40, 172/823, 187)*500$	24
12.	Pokok Sena	21, 691	$(21, 691/823, 187)*500$	13
	Jumlah	823, 187		500

Sumber: Statistik Negeri Kedah 2014

3.5.4 Prosedur Pengumpulan Data

Pada peringkat pertama proses pengumpulan soal selidik ialah penyelidik memohon surat daripada institusi pengajian sebagai sokongan membenarkan penyelidik untuk mengumpul data daripada responden. Masa yang diberikan kepada responden untuk menjawab soal selidik adalah selama 14 hari. Masa tambahan selama 5 hari turut diberikan kepada responden yang belum memulangkan soal selidik sebelum ini. Selepas daripada tempoh tersebut, penyelidik akan membuat lawatan susulan untuk mendapatkan soal selidik tersebut. Sekiranya tiada jawapan, penyelidik menganggap soal selidik tersebut gagal dipulangkan semula. Setelah maklumbalas diperolehi adalah mencukupi, proses menganalisis data dilakukan. Proses analisis data ini akan menggunakan program SPSS dan persamaan permodelan berstruktur (Structural

Equation Modeling-SEM) bagi menganalisis konstruk-konstruk yang berhubung dan berkait bertujuan menjawab soalan dan objektif kajian.



Rajah 3.2
Aliran Proses Pengumpulan Data

Prosedur yang ter papar seperti Rajah 3.2 di atas adalah mengenai proses pengumpulan data primer dan sekunder. Walau bagaimanapun, terdapat tiga sumber data yang telah digunakan dalam kajian ini:

- a. Data Primer: Terdapat tiga sumber utama dalam memperolehi data primer iaitu melalui al-Quran dan Hadis, temubual dan soal selidik.
 - i) Al-Quran dan Hadis: Bertujuan untuk mendapatkan sumber asal mengenai hukum-hukum zakat bagi menyokong kajian ini.

- ii) Temubual: Bertujuan untuk mendapatkan maklumat pihak berkepentingan bagi memberi pendapat mengenai langkah untuk memperkasakan institusi zakat.
- iii) Soal selidik: Bertujuan untuk mendapatkan maklumat bagi menyokong kajian ini. Saiz sampel yang digunakan harus menepati ciri-ciri yang dicadangkan oleh Sekaran dan Bougie (2014) seperti berikut:
1. Saiz sampel yang besar dari 30 dan kurang dari 500 adalah paling sesuai bagi kajian.
 2. Sampel dibahagikan kepada subsampel. Sebagai contoh; lelaki/perempuan, muda/tua dan sebagainya, minimum saiz sampel sebanyak 30 adalah perlu bagi setiap kategori.
 3. Dalam kajian multivariat (termasuk analisis regresi berganda), saiz sampel perlu beberapa kali (sebaik-baiknya 10 kali atau lebih) sebanyak bilangan pembolehubah di dalam kajian.
 4. Bagi kajian eksperimental mudah dengan kawalan eksperimen ketat (Sebagai contoh pasangan dipadankan), kajian yang berjaya adalah mungkin dengan sampel yang kecil seperti 10 hingga 20.
- iv) Data Sekunder: diperolehi melalui pejabat yang berkaitan seperti Jabatan Wakaf, Zakat dan Haji (JAWHAR) serta Jabatan Zakat yang

berkaitan. Selain itu, terbitan majalah, surat khabar, jurnal dan melalui internet untuk mendapatkan maklumat. Dalam kajian ini, data sekunder adalah penting bagi mendapatkan gambaran keseluruhan kajian terdahulu mengenai skop kajian bidang zakat. Selain itu, data sekunder dalam kajian ini juga menyumbang sebanyak lebih dari 50 peratus ke arah pelaksanaan objektif kajian yang dibentuk.

3.6 Analisis Kebolehpercayaan

Bagi menghasilkan dapatan yang tepat, analisis kebolehpercayaan harus dilakukan bertujuan untuk mengesahkan kestabilan alat kajian yang digunakan. Ianya terdiri daripada dua aspek iaitu kestabilan dan konsistensi (Sekaran & Bougie, 2014). Kestabilan di sini bermaksud keupayaan untuk menghasilkan dapatan yang konsisten merentas masa dalam pelbagai keadaan ujian termasuk ujian tanpa kawalan atau tahap keadaan responden. Sementara itu, konsistensi pula merujuk kepada keseragaman item instrumen (Sekaran & Bougie, 2014).

Kebolehpercayaan dinilai berdasarkan kepada sejauhmana kesemua item bagi setiap konstruk mempunyai perkaitan antara satu sama lain (Churchill, 1979). Menurut Ghazali dan Sufean (2016) pula, kebolehpercayaan merupakan satu ukuran yang dilakukan untuk melihat sifat ketekalan sesuatu item yang terdapat di dalam soal selidik. Oleh itu, kajian rintis perlu dilakukan untuk menguji ketekalan instrumen yang akan digunakan kepada populasi sebenar adalah boleh diterima.

Kajian rintis (pilot test/pilot study) perlu dilakukan untuk melihat keseragaman item instrumen melalui *Composite reliability (CR)* dan *indicator reliability (IR)*. CR bertujuan untuk mengukur kepercayaan ketekalan dalaman (*internal consistency reliability*). Nilai CR yang perlu dicapai adalah seperti Jadual 3.6:

Jadual 3.6

Jadual Kebolehpercayaan Instrumen Kajian

Nilai	Kebolehpercayaan
Di bawah 0.5	Terlalu rendah dan tidak memuaskan
0.5 hingga 0.60	Rendah dan kurang memuaskan
0.60 hingga 0.70	Memuaskan
0.70 hingga 0.90	Tinggi dan memuaskan
Di atas 0.90	Kemungkinan konsep dalam item-item bertindihan

Sumber: Hair et al. (2014)

Berdasarkan Jadual 3.6, had minimum bagi CR adalah 0.70 tetapi 0.60 diterima dalam kajian penerokaan (Hair et al., 2014). Manakala bagi Nunally (1967), nilai di antara 0.60-0.70 adalah tahap kepercayaan yang mencukupi dan nilai antara 0.70-0.90 adalah memuaskan (Nunally & Bernstein, 1994). Piaw (2012) pula menyatakan bahawa nilai antara 0.80-0.95 menunjukkan tahap kebolehpercayaan adalah tinggi dan memuaskan.

3.7 Analisis Kesahan

Pembolehubah yang berbentuk konstruk harus melalui ujian kesahan (*validity*) sebelum ujian kebolehpercayaan dilakukan. Kesahan bermaksud ukuran yang dilakukan dapat memberi gambaran sebenar pada konsep yang dipertimbangkan

(Babbie, 2007). Menurut Ary, Jacobs, dan Sorensen (2010) pula, kesahan adalah merujuk kepada sejauhmana sesuatu instrumen benar-benar mengukur pembolehubah yang dimaksudkan atau mengukur apa yang perlu diukur. Sesuatu instrumen dianggap tidak sah apabila mengukur apa yang tidak sepatutnya diukur (Sekaran & Bougie, 2014).

Kesahan di dalam kajian kuantitatif dapat dicapai apabila ukuran konsep diperingkat operasional dapat mewakili dengan tepat terhadap konsep yang didefinisikan diperingkat konseptual dan ianya perlu berbeza di antara satu sama lain (Piaw, 2012). Terdapat beberapa jenis kesahan seperti kesahan luaran (external validity), kesahan dalaman (internal validity), kesahan muka (face validity), kesahan kriteria (criterion validity), kesahan konstruk (construct validity) dan kesahan kandungan (content validity) (Babbie, 2007; Cooper & Schindler, 2014). Dalam kajian sains sosial, kesahan kandungan dan konstruk adalah penting untuk dilaksanakan (Murphy & Davidshofer, 2005).

Oleh itu, bagi tujuan kajian ini, penyelidik menggunakan kesahan kandungan dan kesahan konstruk bagi mengukur kesahan soal selidik. Kesahan kandungan ini adalah bersifat subjektif, maka ia tidak dapat ditentukan dengan analisis tetapi dapat ditentukan melalui budi bicara dan penelitian rapi (Cooper & Schindler, 2014). Instrumen-instrumen yang dibangunkan di dalam kajian ini adalah berasaskan kepada penelitian literatur, para akademik, pengamal dalam bidang yang dikaji dan kajian rintis. Bagi memastikan kesahan kandungan, beberapa tindakan telah diambil seperti merujuk kepada tiga orang pakar bahasa, tiga pakar dalam bidang kajian, dan responden yang mempunyai ciri-ciri yang sama dengan responden sebenar. Tujuan

kesahan kandungan dilakukan adalah untuk memastikan kebolehpercayaan instrumen yang akan diukur pada persekitaran sebenar dapat memenuhi kriteria-kriteria seperti yang dicadangkan oleh penyelidik-penyelidik terdahulu.

Manakala, kesahan konstruk pula merujuk kepada darjah sesuatu pengukur dalam menilai konstruk yang patut dinilai (Sekaran & Bougie, 2014). Manakala Piaw (2012) mentakrifkan kesahan konstruk adalah sejauhmana hipotesis yang dibuat adalah berdasarkan kepada teori-teori yang digunakan. Sesuatu pengukur bagi sesuatu konstruk dikatakan sah apabila ia dapat mewakili ciri-ciri konstruk yang terdapat di dalam sampel. Proses untuk mengesahkan konstruk yang dicadangkan harus melibatkan tiga langkah. Pertama, konstruk yang dicadangkan perlu didefinisikan secara teliti dan hipotesis yang dicadangkan dan tahap hubungan antara konstruk terhadap pembolehubah-pembolehubah lain harus dibangunkan.

Kedua, alat ukuran instrumen perlu dibangunkan dan kemudian tahap kebolehpercayaan perlu dinilai. Ketiga, hubungan antara pembolehubah-pembolehubah yang lain harus dikaji. Kesahan konstruk akan melihat kepada *convergent validity (CV)* dan *discriminant validity (DV)*. CV mengukur sejauh mana kekuatan hubungan di antara pembolehubah dengan pembolehubah yang lain. Bagi menilai CV, penyelidik perlu melihat kepada indikator *outer loading* dan *average variance extracted (AVE)*. Nilai outer loading yang tinggi menggambarkan persamaan di antara konstruk adalah tinggi. Nilai AVE perlu melebihi 0.50, jika di bawah aras 0.50 menunjukkan terdapat kesilapan yang berlaku di dalam konstruk (Hair et al., 2014).

DV mengukur sejauh mana sesuatu konstruk berbeza antara satu sama lain melalui standard empirikal. Terdapat tiga analisis untuk mengukur iaitu;

- 1) *Cross loading*,
- 2) *Fornel-Lacker criterion*
- 3) *Heterotrait Monotrait Ratio (HTMT)*

3.8 Prosedur Analisis Data

Kajian ini bertujuan untuk mengkaji hubungan antara pembolehubah bebas terhadap pembolehubah bersandar. Oleh itu, kajian ini akan menggunakan teknik analisis melibatkan beberapa peringkat. Fasa pertama, proses penyaringan data dan ujian bagi memenuhi andaian-andaian multivariat akan dilakukan. Tujuan teknik ini dilakukan adalah bagi melihat kesesuaian data untuk analisis statistik (Hair et al., 2014). Pada peringkat kedua, data akan dianalisis menggunakan analisis faktor bertujuan mengenalpasti struktur asas (underlying structure) pembolehubah-pembolehubah kajian (Hair et al. 2014). Pada peringkat ketiga, persamaan permodelan berstruktur (structural equation modeling-SEM) bagi menganalisis konstruk-konstruk yang berhubung dan berkait dengan kepercayaan pihak berkepentingan terhadap institusi zakat dijalankan.

Justeru, bagi mencapai tujuan ini, data dianalisis dengan menggunakan IBM-SPSS versi 22 bagi ujian saringan dan ujian statistik deskriptif digunakan. Kemudian, SMART PLS versi 3.0 digunakan sebagai platform untuk *Structural Equation Modeling*

(SEM). Berikut akan dibincangkan secara terperinci mengenai analisis data yang akan digunakan di dalam kajian ini.

3.8.1 *Structural Equation Modeling (SEM)*

SEM terbahagi kepada dua PLS-SEM dan CB-SEM. PLS-SEM merupakan kaedah analisis yang popular pada masa kini untuk mengkaji hubungan di antara pembolehubah-pembolehubah sebagai alternatif kepada teknik CB-SEM seperti LISREL, AMOS dan program lain (Hair et al., 2014). Penggunaan PLS-SEM membawa beberapa kelebihan seperti kebolehan untuk menguji model pengukuran dan model struktur secara serentak (Hair et al., 2014). Antara kelebihan penggunaan PLS-SEM ialah ianya berupaya untuk menganalisis data yang tidak normal, model yang kompleks, sampel saiz kecil dan menguji faktor penerokaan (Hair et al., 2014). Oleh yang demikian, dalam kajian ini memilih PLS-SEM kerana dapat mengukur model yang kompleks. Justeru, hasil kajian nanti diharapkan dapat memperolehi dapatan yang tepat bagi mencapai objektif dan menjawab persoalan kajian.

3.8.2 *Statistik Deskriptif*

Statistik deskriptif merupakan statistik yang digunakan untuk menghuraikan ciri-ciri pembolehubah (Piaw, 2012). Statistik diskriptif bertujuan untuk memperihalkan set-set data mentah yang diambil dari sampel bagi memahami ciri-ciri sampel yang terpilih dari satu-satu populasi (Sekaran & Bougie, 2014). Statistik diskriptif juga digunakan untuk menentukan min, median, sisihan piawai, kekerapan dan peratusan serta menjelaskan ciri-ciri utama bagi sampel kajian (Sekaran & Bougie, 2014).

Bagi mencapai objektif pertama, penyelidik akan menggunakan kaedah statistik deskriptif untuk mengenalpasti kedudukan tahap kepercayaan pihak berkepentingan terhadap institusi zakat. Terdapat tiga kaedah yang boleh digunakan untuk menghuraikan sesuatu pembolehubah dalam fenomena iaitu mengukur kecenderungan memusat, mengukur keserakan dan pempiawaikan data (Piaw, 2012).

Namun, bagi mencapai objektif ini, penyelidik menggunakan kaedah mengukur kecenderungan memusat dengan menggunakan nilai min. Min merupakan nilai purata yang digunakan untuk mewakili satu set nilai-nilai yang diperhatikan (Piaw, 2012). Bagi menentukan tahap kepercayaan responden, skor bagi setiap pembolehubah dikategorikan ke dalam tiga tahap, iaitu rendah, sederhana, dan tinggi. Penentuan ini adalah berdasarkan kepada skor min deposit bagi setiap pembolehubah. Bagi tujuan ini, skor min terendah dan tertinggi ditentukan daripada skala pengukuran yang digunakan. Dengan ini, skor min terendah ialah 1 dan skor min tertinggi ialah 5. Nilai julat seterusnya didapati dengan menolak skor min terendah daripada skor min tertinggi. Nilai julat ini kemudiannya dibahagi dengan tiga (Pallant, 2001) bagi menghasilkan nilai julat antara tiga kategori tahap di atas. Dengan itu, julat bagi tahap kepercayaan rendah adalah antara 1.00-2.33, tahap kepercayaan sederhana adalah antara 2.34-3.66, dan tahap kepercayaan tinggi adalah antara 3.67-5.00 (rujuk Jadual 3.7). Setelah mendapati nilai min, penyelidik dapat membuat perbandingan sama ada kedudukan tahap kepercayaan pihak berkepentingan terhadap institusi zakat adalah tinggi, sederhana atau rendah.

Jadual 3.7

Pengelasan Tahap Kepercayaan

Bil.	Kategori Tahap	Skor Min
1.	Tinggi	3.67 - 5.00
2.	Sederhana	2.34 - 3.66
3.	Rendah	1.00 - 2.33

Sumber: Pallant (2001)

3.8.3 PLS Path Modeling

Pada subtopik di atas telah dibincangkan mengenai penggunaan model persamaan struktur (SEM) bagi menguji hipotesis yang dibentuk berdasarkan rangka kerja teoretikal di dalam kajian ini. SEM merupakan analisis yang sesuai kerana mempunyai keupayaan untuk menghuraikan hubungan teknik multivariat bagi generasi kedua (Fornell, 1987). PLS SEM juga dikenali sebagai *PLS Path Modeling* (PLS-PM) yang berbeza prosedur analisisnya berbanding dengan pendekatan *covariance-based* LISREL (Vinzi, Trinchera & Amato, 2010).

PLS-PM menggunakan pendekatan mengandaikan penyebab hubungan di dalam model yang mengambil kira konstruk terpendam yang diukur secara tidak langsung oleh indikator-indikator di dalam kajian ini. Terdapat beberapa penyelidik seperti Chin (1998), Tenenhaus, Vinzi, Chatelin & Lauro (2005), Wold (1982) menghuraikan isu metodologi dan metod hasil dapatan secara jelas dengan menyediakan syarat-syarat di dalam pembagunan metodologi ini.

PLS-PM merupakan idea asas yang berupaya mengkaji kerumitan sesuatu konsep sebab akibat yang terdiri daripada pembolehubah terpendam (latent) dan setiap

daripadanya diukur melalui beberapa indikator yang diperhatikan (*observed*) yang dikenali sebagai Pembolehubah Manifest (MV) (Vinzi et al, 2010). Di dalam kajian ini, pembolehubah bebas terdiri daripada kepuasan agihan, kualiti perkhidmatan, sikap, norma subjektif, pengetahuan, nilai agama dan reputasi. Sementara bagi pembolehubah tidak bebas ialah kepercayaan, manakala pembolehubah pengantara ialah sikap dan kepuasan agihan. Berdasarkan Jadual 4.8 di bawah menunjukkan analisis yang akan digunakan oleh penyelidik untuk mencapai objektif kajian yang telah ditetapkan.

Jadual 3.8

Rumusan Kaedah Analisis Data

Bil.	Objektif Kajian	Analisis PLS-SEM
1.	Mengenalpasti kedudukan tahap kepercayaan pihak berkepentingan terhadap institusi zakat.	Statistik Deskriptif (Nilai skor min)
2.	Mengenalpasti pengaruh faktor kepuasan agihan, kualiti perkhidmatan, sikap, norma subjektif, pengetahuan, agama dan reputasi terhadap tahap kepercayaan pihak berkepentingan terhadap institusi zakat.	Path coefficient
3.	Mengenalpasti sama ada kepuasan agihan memberi kesan pengantara (<i>mediator</i>) terhadap hubungan antara kualiti perkhidmatan dan kepercayaan pihak berkepentingan terhadap institusi zakat.	Path coefficient
4.	Mengenalpasti sama ada sikap memberi kesan pengantara (<i>mediator</i>) terhadap hubungan antara norma subjektif dan kepercayaan pihak berkepentingan terhadap institusi zakat.	Path coefficient

3.9 Kajian Rintis

Kajian rintis bertujuan untuk memperolehi kesahan dan kebolehpercayaan item-item soal selidik. Ujian ini dilakukan awal sebelum kajian sebenar dilakukan oleh penyelidik untuk mengumpul data responden untuk dianalisis. Proses melakukan kajian rintis ini adalah melibatkan sekumpulan kecil penduduk atau masyarakat untuk memperolehi maklumat awal. Menurut Hussin dan Maisaroh (2010), tujuan kajian rintis dilakukan adalah untuk:

- i. Mengetahui kesahan dan kebolehpercayaan semua item soalan yang dibina.
- ii. Mengetahui semua kenyataan di dalam soal selidik jelas dan mudah difahami.
- iii. Memperbaiki pernyataan item yang kurang jelas yang akan menyebabkan takrifan yang berlainan oleh responden.
- iv. Menimbang tempoh masa yang diambil untuk menjawab borang soal selidik yang diedarkan.

Oleh itu, penyelidik melakukan ujian rintis ke atas sampel yang sebenar iaitu pihak berkepentingan institusi zakat yang terdiri daripada staff akademik di Universiti Utara Malaysia, Universiti Teknologi Mara Perlis dan Universiti Malaysia Perlis. Sebanyak 100 borang soal selidik telah diedarkan, namun hanya 72 soal selidik sahaja telah dikembalikan. Bilangan responden yang diperolehi untuk kajian rintis ini (72

responden) melebihi cadangan minimum 38 responden (Hertzog, 2008). Semakin besar saiz sampel, semakin kuat dapatan akan diperolehi.

Dalam kajian ini, pengukuran semua konstruk adalah bersifat reflektif. Ketekalan dalaman seperti pengukuran kebolehpercayaan instrumen menggunakan nilai Cronbatch Alpha atau kaedah statistik lain perlu dikira bagi konstruk ini (Petter, Straub, & Rai, 2007) bagi memastikan semua konstruk mempunyai konsistensi dan mengukur fenomena yang sama (Jarvis, Mackenzie, & Podsakoff, 2003).

Dua jenis analisis akan dijalankan untuk ujian rintis ini iaitu kebolehpercayaan dan analisis kesahan. Analisis kebolehpercayaan dilakukan dengan menggunakan *Cronbach Alpha* manakala analisis faktor digunakan untuk menilai kesahan instrumen kajian. Sementara itu, analisis faktor digunakan kerana dapat menyediakan penyelidik dengan penilaian empirikal daripada hubungkait di antara pembolehubah melalui penilaian kesahan kandungan (Hair et al., 2014).

3.9.1 Ujian Kebolehpercayaan

Kebolehpercayaan merujuk kepada penilaian tahap konsistensi di antara instrumen-instrumen di dalam sesebuah konstruk (Hair et al., 2014). Umumnya, ia membawa kepada dapatan yang sama jika langkah-langkah pengukuran ini digunakan secara berulang-ulang. Ini adalah selari dengan cadangan oleh Hair et al. (2014) dan Sekaran (2004) *Cronbach Alpha* merupakan teknik yang paling kerap digunakan untuk mengukur kebolehpercayaan sesebuah konstruk dalam kalangan penyelidik sains sosial. Oleh itu, kajian ini menggunakan nilai *Cronbach Alpha* dalam mengukur

kebolehpercayaan sesebuah konstruk. Dapatan ujian rintis ini digunakan untuk melihat kesesuaian data dan juga ketekalan dalaman data.

Jadual 3.9

Analisis Kebolehpercayaan Instrumen Kajian Rintis (n=72)

Pembolehubah	Bilangan Item	Cronbach Alpha
Kepercayaan	10	0.92
Kepuasan Agihan	5	0.63
Kualiti Perkhidmatan	5	0.91
Sikap	8	0.83
Norma Subjektif	5	0.94
Pengetahuan	5	0.60
Nilai Agama	6	0.90
Reputasi	7	0.92

Jadual 3.9 menunjukkan nilai *Cronbach Alpha* bagi semua konstruk dalam kajian ini. Secara umumnya, had minimum bagi *Cronbach Alpha* adalah 0.70 tetapi 0.60 diterima dalam kajian penerokaan (Hair et al., 2014). Manakala bagi Nunally (1967), nilai di antara 0.60-0.70 adalah tahap kepercayaan yang mencukupi dan nilai antara 0.70-0.90 adalah memuaskan (Nunally & Bernstein, 1994). Piaw (2014) pula menyatakan bahawa nilai antara 0.80-0.95 menunjukkan tahap kebolehpercayaan adalah tinggi dan memuaskan. Analisis kebolehpercayaan kajian rintis dalam kajian ini menunjukkan bahawa kesemua konstruk mempunyai kebolehpercayaan yang lebih tinggi daripada tahap yang disyorkan iaitu 0.60. Secara umumnya, nilai *Cronbach Alpha* bagi semua konstruk dalam kajian ini adalah antara 0.6 hingga 0.94.

3.10 Penambahbaikan Soal Selidik

Selepas kajian rintis dijalankan, terdapat beberapa perubahan dilakukan ke atas borang soal selidik iaitu:

- i. Pembahagi soalan mengikut bahagian dibuang untuk mengelakkan isu “*leading question*” kepada responden dari bersikap bias.
- ii. Soalan asal skala pengukuran sikap diubahsuai seperti berikut:
 - a. Butiran “Pasti bayar kepada pejabat zakat walaupun tanpa arahan” diubahsuai kepada “Saya pasti bayar kepada pejabat zakat walaupun tanpa arahan”.
- iii. Butiran soalan demografi responden diubahsuai di bahagian skala umur, pendidikan tertinggi dan pendapatan bulanan.

3.11 Rumusan

Bab ini telah dibincangkan secara terperinci mengenai rekabentuk kajian, lokasi kajian, instrumen yang digunakan untuk mengumpul data, dan kriteria-kriteria pemilihan responden dalam kajian ini. Pemahaman terhadap metodologi kajian adalah penting bagi mengetahui bagaimana data ditafsirkan dan aras hubungan pekali di antara pembolehubah-pembolehubah dapat dikesan dengan tepat bagi memastikan objektif kajian tercapai. Ia juga dapat memberi pengetahuan kepada pengguna yang merujuk kepada kajian ini bagaimana penyelidik memproses data untuk menghuraikan keseluruhan data ke dalam bentuk yang mudah dan ringkas.

BAB 4

DAPATAN DAN PERBINCANGAN KAJIAN

4.1 Pengenalan

Bab ini melaporkan dapatan analisis yang dijalankan untuk menjawab objektif dan persoalan kajian yang telah dibentangkan dalam Bab 1 serta hipotesis kajian yang dibangunkan dalam Bab 3. Bab ini terdiri daripada lapan pecahan bahagian. Bahagian pertama membincangkan tentang profil sampel dan profil responden. Seterusnya, analisis deskriptif melibatkan pembolehubah-pembolehubah kajian turut dibincangkan. Pada bahagian keempat, penyaringan data dilakukan dengan ujian bias maklum balas, pengurusan data tidak lengkap, ujian pensisih dan ujian kenormalan. Kemudian, pada bahagian seterusnya diterangkan secara ringkas tentang pendekatan analisis PLS-SEM. Dapatan kajian tentang model pengukuran turut akan dibincangkan dengan terperinci dalam bahagian ini. Pada bahagian ketujuh, penilaian model struktural dibentangkan dengan teliti untuk melihat kesan saiz dan peramalan kerelevanan model dalam kajian ini. Bahagian kelapan pula membincangkan mengenai analisis model berstruktur bagi menjawab hipotesis-hipotesis yang telah dibangunkan sebelum ini. Bab ini diakhiri dengan perbincangan mengenai dapatan analisis pemboleh ubah pengantara dalam kajian ini.

4.2 Profil Sampel

Seperti yang dibincangkan dalam Bab 3, data kajian diperolehi melalui soal selidik yang telah diedarkan kepada responden. Jadual 4.1 menunjukkan rumusan profil

sampel yang diperolehi daripada 12 daerah di Kedah. Berikut dibentangkan secara terperinci mengenai maklumbalas responden yang diperolehi hasil daripada pengumpulan data yang dijalankan untuk dianalisa.

Jadual 4.1

Kadar Maklumbalas Responden

Daerah	Bilangan Soal Selidik		%	Bilangan Data	
	Diedarkan	Diterima		Diterima	Digugurkan
Baling	35	21	60	4	17
Bandar Baharu	11	5	45	-	5
Kota Setar	95	37	39	3	34
Kuala Muda	122	62	51	2	60
Kubang Pasu	58	32	55	1	31
Kulim	77	36	47	3	33
P.Langkawi	25	15	60	2	13
Padang Terap	16	7	44	1	6
Sik	6	3	50	-	3
Yan	18	10	56	2	8
Pendang	24	15	63	1	14
Pokok Sena	13	7	54	1	6
Jumlah	500	250		20	230

Berdasarkan Jadual 4.1, sejumlah 500 soal selidik mula diedarkan pada 15 Ogos 2016 dan berakhir pada 30 September 2016. Sebanyak 12 daerah di Negeri Kedah mengambil bahagian dalam kajian ini. Tujuan mempunyai responden di semua daerah adalah penting untuk memastikan sampel adalah wakil penduduk. Dalam tempoh pengumpulan data ini, responden diberi peluang untuk menjawab semua soalan dan memulangkan semula soal selidik kepada penyelidik. Sehingga tarikh akhir berkenaan, sejumlah 250 soal selidik telah diterima semula. Walau bagaimanapun, dari 250 soal selidik berkenaan, 20 kes telah ditolak akibat daripada data tidak lengkap. Ini

bermaksud, kadar maklum balas adalah 50%. Responden dari daerah Kuala Muda mencatatkan jumlah tertinggi memberi maklum balas iaitu seramai 62 orang, daerah Kota Setar 37 responden dan diikuti daerah Kulim 36 responden.

Berdasarkan maklum balas responden tersebut, daripada 250 soal selidik, hanya 230 sahaja yang boleh digunakan untuk dianalisis. Oleh yang demikian, berlaku pengurangan kepada 46% kadar maklum balas. Kadar tindak balas untuk kajian ini dipercayai sesuai berdasarkan tiga sebab utama. Pertama, ianya sejajar dengan saranan Hair et al. (2014). Hair et al. (2014) mencadangkan bahawa saiz sampel yang baik ialah bagi ujian analisis statistik adalah sekurang-kurangnya 10 kali ganda daripada jumlah pembolehubah dikaji. Kedua, Hair et al. (2014) turut mencadangkan bahawa analisis SEM perlu sekurang-kurangnya saiz sampel sebanyak 200. Selain itu, jumlah soal selidik yang digunakan telah dianggap mencukupi untuk mewakili penduduk dan untuk menjalankan analisis SEM (Hair et al, 2014; Kline, 2011). Justeru, jumlah sampel sebanyak 230 responden dalam kajian ini dengan bilangan 7 pembolehubah bebas adalah memenuhi saranan bagi tujuan analisis statistik seterusnya.

4.3 Profil Responden

Statistik deskriptif daripada responden berkelayakan secara terperinci dibentangkan dalam Jadual 4.2 di bawah. Maklumat ini dikategorikan dari segi umur, jantina, pendidikan tertinggi, status perkahwinan, pendapatan bulanan dan kepercayaan kepada institusi zakat. Berikut akan dibincangkan secara terperinci mengenai statistik deskriptif bagi taburan kekerapan responden.

Jadual 4.2

Statistik Deskriptif bagi Taburan Kekerapan Responden (n= 230)

Demografi	Kekerapan	Peratus (%)	Peratus kumulatif
Umur:			
15 - 20 tahun	28	12.2	12.2
21 - 30 tahun	101	43.9	56.1
31 - 40 tahun	51	22.2	78.3
41 - 50 tahun	40	17.4	95.7
51 - 60 tahun	8	3.5	99.1
61 tahun ke atas	2	0.9	100
Jumlah	230	100	
Jantina:			
Lelaki	121	52.6	52.6
Perempuan	109	47.4	100
Jumlah	230	100	100
Pendidikan Tertinggi:			
Ujian Penilaian Sekolah Rendah	5	2.2	2.2
Penilaian Menengah Rendah	38	16.5	18.7
Sijil Pelajaran Malaysia	55	23.9	42.6
Diploma	47	20.4	63.0
Sarjana Muda	52	22.6	85.7
Sarjana	30	13.0	98.7
Doktor Falsafah (PhD)	3	1.3	100.0
Jumlah	230	100	
Status Perkahwinan:			
Bujang	57	24.8	24.8
Berkahwin	164	71.3	96.1
Duda/Janda	9	3.9	100.0
Jumlah	230	100	
Pendapatan Bulanan:			
Bawah RM1000	32	13.9	13.9
RM1001-RM2000	52	22.6	36.5
RM2001-RM3000	42	18.3	54.8
RM3001-RM4000	39	17.0	71.7
RM4001-RM5000	23	10.0	81.7
Lebih RM5001	42	18.3	100
Jumlah	230	100	

Berdasarkan Jadual 4.2, secara keseluruhan, dari 230 sampel, taburan responden mengikut jantina mencatatkan keseimbangan antara lelaki dan perempuan. Dapatan menunjukkan responden lelaki adalah 121 (52.6%) manakala perempuan ialah 109 orang (47.4%). Majoriti umur responden ialah dalam julat 21-30 tahun bersamaan 101 orang (43.9%). Manakala jumlah responden paling rendah terdiri daripada umur 61 tahun ke atas ialah seramai 2 orang (0.9%). Dari segi tahap pendidikan tertinggi, kebanyakan responden adalah berkelayakan Sijil Pelajaran Malaysia iaitu 55 orang (23.9%). Manakala sarjana muda ialah 52 responden (22.6%), Diploma 47 responden (20.4%), Penilaian Menengah Rendah 38 responden (16.5%), Sarjana 30 responden (13%) dan Doktor Falsafah ialah 3 responden (1.3%).

Dari segi taraf perkahwinan, majoriti responden berkahwin ialah 164 (71.3%), 24.8 peratus atau 57 responden adalah bujang dan responden duda/janda ialah 9 (3.9%). Selain itu, dari segi pendapatan bulanan menunjukkan majoriti responden adalah berpendapatan dalam julat RM1001-RM2000 iaitu 52 (22.6%), manakala 42 responden mencatatkan pendapatan RM2001-RM3000 (18.3%) dan berpendapata lebih RM5001 (18.3%). Responden yang berpendapatan bawah RM1000 ialah 32 (13.9%) dan 23 responden adalah berpendapatan RM4001-RM5000.

Rumusannya, berdasarkan analisis demografi menunjukkan majoriti responden adalah lelaki. Ini memberi kelebihan data yang lebih tepat kerana lelaki merupakan ketua keluarga dan pencari nafkah. Oleh yang demikian, mereka lebih bertanggungjawab untuk membayar zakat pada setiap tahun. Selain itu, majoriti responden adalah berumur di antara 21-30 tahun. Pada umur sebegini, kebanyakan responden baru membina kehidupan dan lebih aktif untuk bekerja dan mencari pendapatan untuk

menampung kehidupan seharian. Oleh yang demikian, mereka lebih terdedah kepada isu yang dialami dalam negara termasuklah berkaitan zakat. Juteru, pemilihan responden adalah tepat bagi kajian ini.

4.4 Analisis Deskriptif Pembolehubah Kajian

Jadual 4.3 membentangkan statistik deskriptif setiap pembolehubah dalam kajian ini. Analisis deskriptif mampu memberi gambaran umum kepada penyelidik mengenai corak responden dalam memberi jawapan dalam soal selidik berdasarkan kepada nilai purata, sisihan piawai, varian dan sebagainya (Sekaran & Bougie, 2014). Kajian ini melibatkan sebanyak tujuh pembolehubah tidak bersandar dan satu pembolehubah bersandar yang akan dianalisis. Dapatan ujian statistik deskriptif menunjukkan bahawa nilai purata kesemua pembolehubah berada dalam lingkungan 3.31 sehingga 4.88 dan kesemuanya positif.

Manakala dapatan analisis sisihan piawai pula mencatatkan pembolehubah tertinggi ialah reputasi (0.91) dan pembolehubah paling rendah ialah nilai agama (0.19). Skor minimum adalah sebanyak 1.00 manakala skor maksimum ialah 5.00. Gambaran jumlah skor, kekerapan dan peratus bagi setiap pembolehubah secara jelas dibentangkan dalam Jadual 4.3. Pengelasan mengikut skor min untuk mengenalpasti tahap setiap pembolehubah telah dilakukan oleh penyelidik berdasarkan saranan Pallant (2001). Hal ini disebabkan untuk menilai tahap yang dikumpul oleh setiap pembolehubah dapat dilihat dengan lebih jelas berpandukan tahap rendah (1.00-2.33), sederhana (2.34-3.66) dan tinggi (3.67-5.00). Formula ini telah dijelaskan di Bab 3 sebelum ini.

Jadual 4.3

Statistik Deskriptif Setiap Pembolehubah (n=230)

Pembolehubah	Item	Minimum	Maksimum	Min	Sisihan Piawai
Kepercayaan	10	1.60	5	3.52	0.77
Kepuasan Agihan	5	1.25	5	3.66	0.81
Kualiti perkhidmatan	5	1.60	5	3.60	0.75
Sikap	8	1.83	5	3.91	0.78
Norma Subjektif	5	1.60	5	3.53	0.78
Pengetahuan	5	2.40	5	4.00	0.58
Nilai agama	6	4.33	5	4.88	0.19
Reputasi	7	1.00	5	3.31	0.91

Skala Likert lima mata: 1=Sangat tidak setuju; 5=Sangat setuju

Seterusnya, Jadual 4.4 pula menunjukkan jumlah skor min setiap pembolehubah secara terperinci. Jumlah skor min adalah terletak di antara 65.51 hingga 117.7. Sejumlah 110 (47.8%) responden mempunyai tahap kepercayaan sederhana. Manakala, 102 (44.3%) responden menunjukkan tahap kepercayaan yang tinggi dan hanya 18 (7.8%) responden mempunyai tahap kepercayaan yang rendah. Bagi tahap kepuasan agihan pula, seramai 119 (51.7%) responden mencatatkan tahap tinggi, tahap sederhana 97 (42.2%) responden dan selebihnya tahap rendah iaitu 14 (6.1%) responden. Bagi pembolehubah kualiti perkhidmatan pula, ditunjukkan bahawa 120 (52.2%) responden berada pada tahap sederhana, manakala 105 (45.7%) responden pada tahap tinggi diikuti 5 (2.2%) responden pada tahap rendah. Selain itu, sebanyak 163 (70.9%) responden mencapai tahap pembolehubah sikap adalah tinggi, sederhana 53 (23%) responden dan rendah ialah 14 (6.1%) responden.

Sementara itu, tahap norma subjektif turut menunjukkan 110 (47.8%) responden berada pada tahap tinggi, 100 (43.5%) responden tahap sederhana dan 20 (8.7%)

responden pada tahap rendah. Seterusnya, pembolehubah pengetahuan turut berada tahap tinggi iaitu 161 (70%) responden dan tahap sederhana 69 (30%) responden. Manakala tahap pembolehubah bagi nilai agama pula mencatatkan kesemua 230 (100%) responden menunjukkan berada pada tahap yang tinggi. Akhir sekali, pembolehubah reputasi menunjukkan seramai 113 (49.13%) responden berada pada tahap sederhana, 83 (36.09%) responden tahap tinggi dan selebihnya 34 (14.78%) responden pada tahap rendah.

Selepas mengenalpasti analisis deskriptif bagi kesemua pembolehubah kajian, analisis secara terperinci bagi setiap item pembolehubah turut dilakukan bertujuan untuk mengenalpasti tahap skor min.

Jadual 4.4
Pengelasan Tahap Setiap Pembolehubah (n=230)

Pembolehubah	Tahap	Kekerapan	Peratus	Skor Min	Jumlah Skor Min
Kepercayaan (10)	Rendah	18	7.8	13.8	117.7
	Sederhana	110	47.8	42.47	
	Tinggi	102	44.3	60.9	
Kepuasan agihan (5)	Rendah	14	6.1	8.75	64.84
	Sederhana	97	42.2	25.15	
	Tinggi	119	51.7	30.94	
Kualiti Perkhidmatan (5)	Rendah	5	2.2	5.8	65.51
	Sederhana	120	52.2	24.56	
	Tinggi	105	45.7	35.15	
Sikap (8)	Rendah	14	6.1	8.33	79.66
	Sederhana	53	23	24.38	
	Tinggi	163	70.9	46.95	
Norma Subjektif (5)	Rendah	20	8.7	7.6	70.36
	Sederhana	100	43.5	27.46	
	Tinggi	110	47.8	35.3	

Jadual 4.4 (Sambungan)

Pembolehubah	Tahap	Kekerapan	Peratus	Skor Min	Jumlah Skor Min
Pengetahuan (5)	Rendah	-	-	-	66.58
	Sederhana	69	30	23.49	
	Tinggi	161	70	43.09	
Nilai Agama (6)	Rendah	-	-	-	32.73
	Sederhana	-	-	-	
	Tinggi	230	100	32.73	
Reputasi (7)	Rendah	34	14.78	13.29	87.27
	Sederhana	113	49.13	30.41	
	Tinggi	83	36.09	43.57	

Nota: Pengiraan analisis adalah berdasarkan kepada jumlah skor. Purata jumlah skor min adalah berdasarkan skala lima mata likert; kepuasan agihan, kualiti perkhidmatan, sikap, norma subjektif, pengetahuan, nilai agama, reputasi dan kepercayaan.

4.4.1 Kepercayaan

Berdasarkan Jadual 4.5, analisis bagi setiap item kepercayaan menunjukkan bahawa skor min terletak di antara 3.29 hingga 3.81. Responden menunjukkan tahap persetujuan sederhana bagi setiap item-item pembolehubah kepercayaan kecuali item “Institusi zakat menjalankan aktiviti yang patuh syariah” mencatatkan tahap skor min tertinggi (min=3.81, Sp=0.90). Skor min terendah (min=3.29, sp=1.05) ialah bagi item “Institusi zakat mendedahkan maklumat zakat secara telus” yang mencatatkan tahap min paling rendah. Berdasarkan dapatan ini menunjukkan bahawa ramai responden tidak bersetuju bahawa institusi zakat mendedahkan maklumat secara telus. Mereka beranggapan bahawa segala kutipan dan agihan zakat tidak dibentangkan kepada umum seperti ke mana institusi zakat salurkan dana zakat. Namun demikian, secara keseluruhan dapat disimpulkan bahawa purata skor min bagi semua item berada pada

paras sederhana. Justeru, hal ini perlu diberi perhatian oleh pihak zakat demi untuk meraih kepercayaan pihak berkepentingan.

Jadual 4.5

Analisis Deskriptif Pembolehubah Kepercayaan

Item	Minimum	Maksimum	Min	Sisihan Piawai
Institusi zakat mendedahkan maklumat zakat secara telus.	1.00	5.00	3.29	1.05
Institusi zakat menjalankan aktiviti yang patuh syariah.	1.00	5.00	3.81	0.90
Institusi zakat mempunyai ahli lembaga pengarah yang terkemuka.	1.00	5.00	3.50	0.94
Institusi zakat tidak memperuntukan dana zakat untuk perkhidmatan lain.	1.00	5.00	3.37	0.88
Institusi zakat tidak melakukan penyelewengan terhadap pembayar dan penerima zakat.	1.00	5.00	3.43	1.02
Institusi zakat menjalankan tanggungjawab dengan amanah.	1.00	5.00	3.58	0.99
Urusan zakat dilaksanakan dengan cekap.	1.00	5.00	3.41	1.09
Institusi zakat mengagihkan wang zakat secara adil.	1.00	5.00	3.42	1.03
Institusi zakat mempunyai imej yang baik.	1.00	5.00	3.43	1.07
Jumlah wang hasil kutipan zakat menunjukkan institusi zakat diyakini orang ramai.	1.00	5.00	3.49	1.06

4.4.2 Kepuasan Agihan

Jadual 4.6 membentangkan dapatan analisis skor min bagi setiap item pembolehubah kepuasan agihan. Skor min semua item terletak dalam lingkungan 2.72 hingga 3.76.

Skor min tertinggi (min=3.76, sp=0.89) ialah bagi item “Sistem agihan zakat menepati kehendak syarak”. Manakala skor min terendah (min=2.72, sp=1.28) ialah bagi item “Orang ramai merungut terhadap sistem agihan wang zakat”. Ini menunjukkan ramai responden bersetuju bahawa sistem agihan yang dilakukan oleh institusi zakat adalah memenuhi hukum syarak. Ini mungkin disebabkan oleh institusi zakat merupakan sebuah institusi sosial yang menjaga kebajikan umat Islam. Justeru, setiap ahli lembaga pengarah adalah terdiri dalam kalangan orang yang mempunyai latar belakang agama yang tinggi. Oleh yang demikian, keputusan untuk mengagihkan dana zakat perlulah menepati hukum syarak.

Jadual 4.6

Analisis Deskriptif Pembolehubah Kepuasan Agihan

Item	Minimum	Maksimum	Min	Sisihan Piawai
Wang zakat diuruskan dengan baik.	1.00	5.00	3.58	1.02
Orang ramai merungut terhadap sistem agihan wang zakat.	1.00	5.00	2.72	1.28
Sistem agihan zakat menepati kehendak syarak.	1.00	5.00	3.76	0.89
Wang zakat telah diagihkan kepada kumpulan yang berhak (asnaf) secara adil.	1.00	5.00	3.50	1.06
Ramai orang yang berhak, seperti fakir miskin mendapat wang zakat daripada institusi zakat.	1.00	5.00	3.74	1.10

4.4.3 Kualiti Perkhidmatan

Bagi item pembolehubah kualiti perkhidmatan, semua skor min setiap item terletak di antara 3.47 hingga 3.63. Skor min tertinggi (m=3.63, sp=0.94) yang menunjukkan

persetujuan responden paling ramai ialah melibatkan item “Saya menjangkakan persekitaran institusi zakat adalah memuaskan”. Manakala skor min terendah (min=3.47, sp=0.95) ialah bagi item “Staf di institusi zakat akan memberi maklumbalas dengan cepat terhadap apa yang saya perlukan”. Ini menunjukkan kebanyakan responden bersetuju bahawa persekitaran institusi zakat yang disediakan kepada masyarakat adalah memuaskan. Namun demikian, catatan skor ini menunjukkan kesemua skor min berada pada paras sederhana. Justeru, institusi zakat harus meningkatkan lagi kualiti perkhidmatan mereka agar berada pada tahap yang tinggi di mata pihak berkepentingan.

Jadual 4.7

Analisis Deskriptif Pembolehubah Kualiti Perkhidmatan

Item	Minimum	Maksimum	Min	Sisihan Piawai
Saya percaya institusi zakat menawarkan perkhidmatan yang baik.	1.00	5.00	3.56	1.06
Saya menjangkakan persekitaran institusi zakat adalah memuaskan.	1.00	5.00	3.63	0.94
Interaksi saya dengan staf institusi zakat berjalan dengan baik.	1.00	5.00	3.56	0.87
Staf di institusi zakat akan memberi maklumbalas dengan cepat terhadap apa yang saya perlukan.	1.00	5.00	3.47	0.95
Saya gembira dengan apa yang institusi zakat sediakan kepada pelanggannya.	1.00	5.00	3.58	1.02

4.4.4 Sikap

Jadual 4.8 menunjukkan analisis deskriptif bagi setiap item pembolehubah sikap. Skor min setiap item menunjukkan nilai tertinggi berada pada tahap 3.91 manakala terendah

ialah 2.43. Ini menunjukkan skor min berada dalam lingkungan 2.43 hingga 3.91. Item yang menunjukkan tahap persetujuan skor min tertinggi (min=3.91, sp=0.93) ialah “Saya berpuas hati apabila membayar zakat kepada institusi zakat”. Kemudian, diikuti oleh item kedua tertinggi (min=3.85, sp=0.98) iaitu “Saya pasti bayar kepada institusi zakat walaupun tanpa arahan”. Berdasarkan dapatan item ini menunjukkan tahap yang tinggi menunjukkan responden bersedia untuk membayar zakat kepada institusi zakat walaupun tanpa paksaan dari mana-mana pihak.

Seterusnya nilai skor min terendah (min=2.43, sp=1.14) ialah item “Lebih elok membayar sendiri zakat kepada orang miskin”. Hasil dapatan ini menunjukkan bahawa responden lebih berpuas hati membayar zakat kepada institusi zakat berbanding membayar sendiri zakat kepada orang miskin seperti mana dibahaskan sebelum ini. Hal ini menunjukkan bahawa mereka merasakan institusi zakat lebih arif melaksanakan tanggungjawab dengan lebih jitu dalam mengagihkan zakat kepada asnaf yang berhak berbanding apabila mereka salurkan zakat secara sendiri. Hal ini sekaligus dapat mengelakkan pertindihan asnaf yang sama memperolehi zakat dan seterusnya mengabaikan asnaf yang lain.

Jadual 4.8

Analisis Deskriptif Pembolehubah Sikap

Item	Minimum	Maksimum	Min	Sisihan Piawai
Saya berpuas hati apabila membayar zakat kepada institusi zakat.	1.00	5.00	3.91	0.93
Saya suka membayar zakat kepada institusi zakat	1.00	5.00	3.80	0.99

Jadual 4.8 (Sambungan)

Item	Minimum	Maksimum	Min	Sisihan Piawai
Saya pasti membayar zakat kepada institusi zakat.	1.00	5.00	3.77	1.06
Membayar zakat kepada institusi zakat suatu tindakan yang tepat.	1.00	5.00	3.83	1.04
Saya sokong zakat dibayar kepada institusi zakat.	1.00	5.00	3.79	1.05
Saya berasa lapang dan senang hati membayar zakat kepada institusi zakat.	1.00	5.00	3.82	1.07
Lebih elok membayar sendiri zakat kepada orang miskin.	1.00	5.00	2.43	1.14
Saya pasti bayar kepada institusi zakat walaupun tanpa arahan.	1.00	5.00	3.85	0.98

4.4.5 Norma Subjektif

Analisis deskriptif pembolehubah norma subjektif telah dibentangkan dalam Jadual 4.9. Nilai skor min setiap item berada pada tahap 3.34 hingga 3.44. Perkara ini menunjukkan kesemua item berada pada paras sederhana. Nilai skor min tertinggi (min 3.44, $sp=1.05$) adalah bagi item “Orang yang saya hormati berpendapat bahawa saya perlu membayar zakat di institusi zakat” dan item “Orang yang mempengaruhi keputusan saya berpendapat bahawa saya perlu membayar zakat di institusi zakat”. Seterusnya bagi item “Orang yang mempengaruhi tingkah laku saya berpendapat saya perlu membayar zakat di institusi zakat” mencatatkan skor min terendah (min=3.34, $sp=1.08$). Rumusan daripada dapatan ini menunjukkan bahawa orang yang mempengaruhi keputusan dan orang yang mempengaruhi tingkah laku responden sangat memberi kesan kepada mereka dalam membuat keputusan untuk membayar

zakat di institusi zakat. Orang yang mempengaruhi responden ini boleh terdiri daripada rakan-rakan, ibu bapa, keluarga, pasangan dan lain-lain.

Jadual 4.9

Analisis Deskriptif Pembolehubah Norma Subjektif

Item	Minimum	Maksimum	Min	Sisihan Piawai
Orang yang mempengaruhi tingkah laku saya berpendapat saya perlu membayar zakat di institusi zakat.	1.00	5.00	3.34	1.08
Orang yang penting bagi saya berpendapat bahawa saya perlu membayar zakat di institusi zakat.	1.00	5.00	3.39	1.09
Orang yang saya hormati berpendapat bahawa saya perlu membayar zakat di institusi zakat.	1.00	5.00	3.44	1.05
Orang yang rapat dengan saya berpendapat bahawa saya perlu membayar zakat di institusi zakat.	1.00	5.00	3.43	1.07
Orang yang mempengaruhi keputusan saya berpendapat bahawa saya perlu membayar zakat di institusi zakat.	1.00	5.00	3.44	1.04

4.4.6 Pengetahuan

Jadual 4.10 membentangkan analisis deskriptif setiap item pembolehubah pengetahuan. Skor min berada pada paras 3.46 hingga 4.20. Terdapat dua item yang mencatatkan tahap skor min tertinggi (min=4.20, sp=0.90) iaitu item “Pembayar zakat boleh mendapatkan pengecualian cukai jika membayar zakat di institusi zakat” dan item “Saya rasa institusi zakat perlu selaraskan undang-undang yang berkaitan

pembayaran zakat di setiap negeri”. Manakala item skor terendah (min=3.46, sp=1.02) ialah “Saya tahu tentang undang-undang zakat di negeri ini”. Dapatan ini menunjukkan bahawa kesemua item berada pada paras skor min tinggi. Ini membuktikan bahawa mereka mempunyai pengetahuan yang tinggi mengenai zakat.

Jadual 4.10

Analisis Deskriptif Pembolehubah Pengetahuan

Item	Minimum	Maksimum	Min	Sisihan Piawai
Pembayar zakat boleh mendapatkan pengecualian cukai jika membayar zakat di institusi zakat.	1.00	5.00	4.20	0.90
Institusi zakat tidak akan mengambil lebih wang dari apa yang sepatutnya.	1.00	5.00	3.94	0.96
Pembayar zakat boleh mendapatkan laporan zakat yang tepat.	1.00	5.00	3.98	0.95
Saya rasa institusi zakat perlu selaraskan undang-undang yang berkaitan pembayaran zakat di setiap negeri.	1.00	5.00	4.20	0.90
Saya tahu tentang undang-undang zakat di negeri ini.	1.00	5.00	3.46	1.02

4.4.7 Nilai Agama

Analisis deskriptif setiap item pembolehubah nilai agama telah dibentangkan dalam Jadual 4.11. Skor min dalam Jadual menunjukkan kesemua item berada pada tahap yang tinggi di mana berada dalam lingkungan 4.63 hingga 4.80. Namun demikian, skor min tertinggi (min=4.80, sp=0.52) turut tercatat pada dua item mempunyai skor yang sama. Antara item tersebut ialah “Allah banyak memberi petunjuk kepada saya” dan

item “Sembahyang lima waktu banyak membantu saya”. Manakala item mencatatkan skor min terendah ($\text{min}=4.63$, $\text{sp}=0.79$) ialah “Tidak membayar zakat adalah berdosa”. Oleh yang demikian, hal ini membuktikan bahawa kesemua responden mempunyai nilai agama yang tinggi kerana segala amalan yang diperintahkan oleh Allah telah mereka laksanakan.

Jadual 4.11

Analisis Deskriptif Pembolehubah Nilai Agama

Item	Minimum	Maksimum	Min	Sisihan Piawai
Al-Quran ialah rujukan ilmu kepada saya.	1.00	5.00	4.71	0.65
Allah banyak memberi petunjuk kepada saya.	1.00	5.00	4.80	0.52
Sembahyang lima waktu banyak membantu saya.	1.00	5.00	4.80	0.57
Allah akan menghukum orang yang tidak membayar zakat.	1.00	5.00	4.68	0.71
Tidak membayar zakat adalah salah di sisi Islam.	1.00	5.00	4.76	0.65
Tidak membayar zakat adalah berdosa.	1.00	5.00	4.63	0.79

4.4.8 Reputasi

Berdasarkan Jadual 4.12, catatan skor min kesemua item pembolehubah reputasi berada pada tahap sederhana. Skor min tertinggi ($\text{min}=3.63$, $\text{sp}=2.72$) ialah bagi item “Institusi zakat mempunyai imej institusi Islam yang berwawasan” manakala skor min terendah ialah item “Institusi zakat tidak menerima sebarang rungutan daripada masyarakat”. Dapatan ini menjelaskan bahawa ramai responden bersetuju institusi zakat mempunyai imej institusi Islam yang berwawasan. Walau bagaimanapun,

dapatan ini juga menerangkan bahawa responden turut mengakui institusi zakat tidak terlepas menerima rungutan daripada masyarakat.

Di samping itu, item kedua tertinggi (min=3.59, sp=1.06) ialah “Institusi zakat mempunyai ciri-ciri pengurusan korporat yang cemerlang”. Hal ini menunjukkan bahawa institusi zakat harus memperkemaskan lagi ciri-ciri pengurusan korporat yang mereka miliki agar terus dapat menawan hati pihak berkepentingan supaya berada pada tahap tinggi berbanding tahap sederhana ketika ini.

Jadual 4.12

Analisis Deskriptif Pembolehubah Reputasi

Item	Minimum	Maksimum	Min	Sisihan Piawai
Institusi zakat mempunyai ciri-ciri pengurusan korporat yang cemerlang.	1.00	5.00	3.59	1.06
Institusi zakat mempunyai imej institusi Islam yang berwawasan.	1.00	5.00	3.63	1.01
Institusi zakat tidak menerima sebarang rungutan daripada masyarakat.	1.00	5.00	2.72	1.20
Segala aduan ditangani dengan baik oleh institusi zakat.	1.00	5.00	3.25	1.00
Institusi zakat mempunyai maklumat pengurusan dana zakat yang memuaskan.	1.00	5.00	3.34	1.04
Institusi zakat mempunyai hubungan yang erat dengan masyarakat.	1.00	5.00	3.36	1.03
Institusi zakat mengurus dana zakat dengan berkesan.	1.00	5.00	3.30	1.11

4.5 Penyaringan Data

Sebelum menjalankan analisis, kajian ini perlu melakukan penyaringan data terlebih dahulu untuk mengesan data yang tidak lengkap. Tujuan penyaringan data adalah untuk melihat kesesuaian dan kedudukan data bagi menganalisis statistik multivariat. Data tidak lengkap berlaku apabila responden gagal untuk menjawab satu atau lebih butiran di dalam soal selidik. Selain itu, penyaringan data juga penting untuk memastikan data dimasukkan dengan betul dan bebas dari pensisih (outliers). Penyaringan data perlu dilakukan dalam analisis SEM kerana jika terdapat data yang tidak lengkap akan menyebabkan teknik analisis ini tidak dapat dilaksanakan (Schumacker & Lomax, 2004). Selain itu, kenormalan data tidak perlu dicapai kerana ianya merupakan analisis bukan parametrik (non-parametric) (Hair et al., 2013). Subtopik berikutnya akan membincangkan secara terperinci mengenai ujian bias maklum balas, pengurusan data tidak lengkap (missing value), kenormalan (normality) dan ujian pensisih (outlier).

4.5.1 Ujian Bias Maklum Balas

Ujian bias maklum balas dijalankan bertujuan untuk mengenalpasti kewujudan perbezaan yang signifikan di antara dua kumpulan responden yang berbeza iaitu paling awal dan paling lewat memberikan maklum balas. Menurut Sax, Gilmartin, dan Bryant (2003) bias maklum balas wujud apabila responden di dalam sesebuah kaji selidik adalah berbeza dari segi demografi yang pelbagai seperti jantina, umur dan tahap pendidikan.

Sasaran kajian ini adalah untuk mendapatkan sebanyak 500 sampel yang terdiri daripada pihak berkepentingan di seluruh daerah di Kedah. Sampel saiz kajian yang terlalu besar dipilih bertujuan untuk mengatasi masalah ralat pengukuran dan lain-lain (rosak, tidak lengkap, tercicir). Kadar maklum balas diperolehi sebanyak 50% hasil daripada penyeliaan dari penyelidik dan pembantu penyelidik sendiri dalam mengagihkan set soal selidik tersebut kepada responden. Walau bagaimanapun, terdapat beberapa orang responden tidak mahu untuk menjawab soal selidik kerana tidak mempunyai masa. Selepas pengumpulan data, 20 set soal selidik didapati rosak (tidak lengkap dan meragukan) semasa penyelidik memasukkan data ke dalam SPSS dan akhirnya 230 soal selidik sahaja yang dapat digunakan untuk analisis seterusnya.

Tambahan pula, satu fakta yang diketahui dalam statistik bahawa sampel yang baik adalah sampel yang mampu mewakili populasi kajian dengan tepat. Namun begitu, bias akan berlaku disebabkan oleh proses pengedaran semua set soal selidik yang dilakukan adalah tidak serentak dari segi masa kerana taburan responden yang berbeza. Oleh itu, Armstrong dan Overton (1977) mencadangkan bahawa ujian bias maklum balas perlu dijalankan dengan membahagikan responden kepada dua tempoh masa, iaitu pemulangan awal dan pemulangan lewat bagi mengatasi isu bias ini. Justeru, pembahagian data kepada dua kumpulan telah dijalankan di mana kedua-dua kumpulan mengandungi 115 responden.

Seterusnya, penyelidik mengadakan lompong sebanyak 20 responden di antara kedua-kedua kumpulan ini untuk membahagikan kumpulan awal dan akhir secara adil. Oleh yang demikian, kumpulan pertama terdiri daripada responden pertama sehingga ke-105 manakala kumpulan kedua terdiri daripada responden ke-125 sehingga ke-230.

Kajian ini kemudiannya menjalankan analisis ujian-t sampel bebas untuk menguji sekiranya terdapat maklum balas yang bias di antara responden awal dan akhir seperti yang dicadangkan oleh Chang dan Lee (2007). Dapatan ujian-*t* dalam Jadual 4.13 menunjukkan tidak terdapat perbezaan yang signifikan (nilai *p* pada 0.05 aras signifikan) di antara ke semua pembolehubah. Justeru, ini menunjukkan bahawa kedua-dua kumpulan responden mewakili populasi yang sama dan bebas daripada sebarang bentuk bias maklum balas.

Jadual 4.13

Kumpulan Statistik Sampel Bebas Ujian-t (n= 230)

Pembolehubah	Min	Ralat Terpiawai	Nilai <i>t</i>	Sig.
Kepuasan Agihan	0.041	0.102	0.4	0.690
Kualiti Perkhidmatan	-0.040	0.095	0.418	0.677
Sikap	0.077	0.096	0.808	0.421
Norma Subjektif	0.133	0.096	1.390	0.168
Pengetahuan	0.049	0.070	0.699	0.486
Agama	0.013	0.264	0.491	0.625
Reputasi	-0.022	0.122	-0.179	0.858
Kepercayaan	-0.044	0.997	-0.451	0.653

4.5.2 Pengurusan Data tidak Lengkap (Missing Value)

Hair et al. (2014) mencadangkan bahawa terdapat empat kaedah untuk mengendalikan data tidak lengkap. Pertama, soal selidik akan diabaikan apabila responden gagal untuk menjawab soal selidik kurang atau bersamaan dengan 10% daripada kesemua jawapan. Kedua, status data tidak lengkap akan diklasifikasikan sebagai calon untuk digugurkan jika responden tidak menjawab melebihi 15% daripada keseluruhan soal selidik.

Ketiga, penyelidik boleh menggantikan dengan nilai mean atau median menggunakan perisian SPSS jika responden tidak boleh menjawab dalam 20-30% daripada keseluruhan jawapan. Cara yang terakhir ialah mengecualikan soal selidik dengan data tidak lengkap daripada analisis jika responden tidak menjawab bersamaan atau melebihi 50% daripada keseluruhan jawapan.

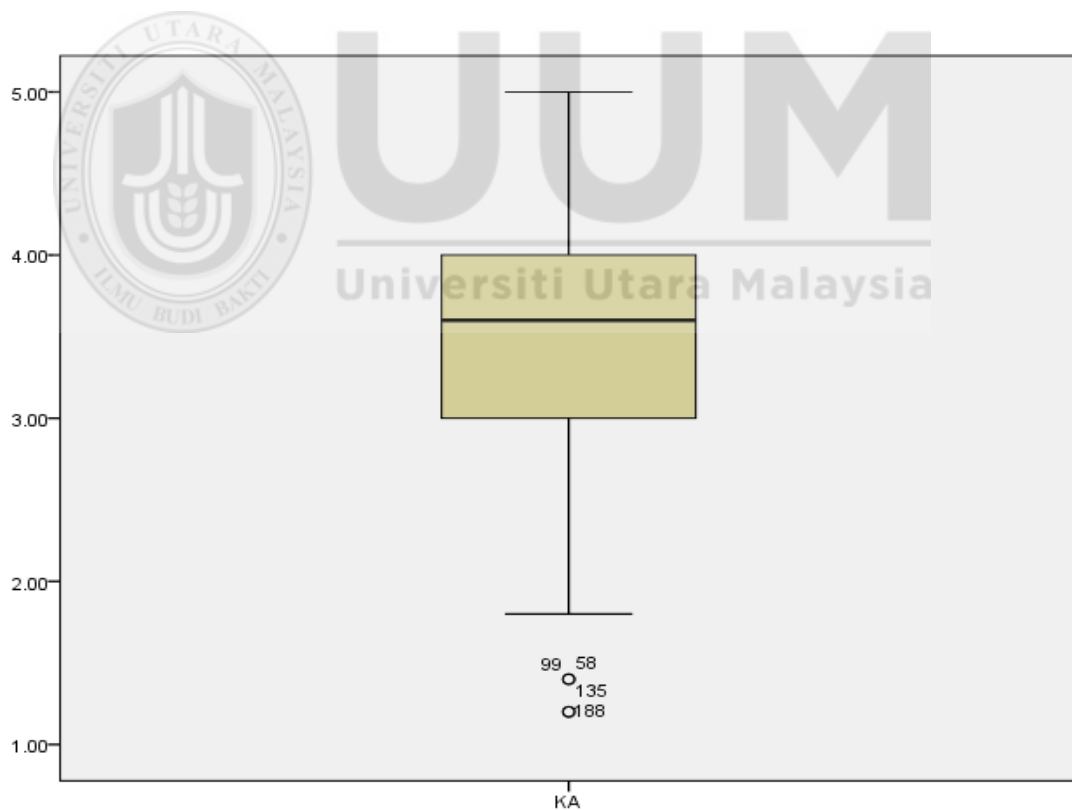
Walau bagaimanapun, pengguguran kes telah dilakukan kerana responden tidak menjawab soalan dengan lengkap. Oleh yang demikian, kajian ini menggunakan kaedah ketiga seperti yang dicadangkan oleh Hair et al. (2014) iaitu menggantikan data yang tidak lengkap dengan nilai min dalam SPSS jika terdapat tahap tindak balas responden yang rendah. Seterusnya, kajian ini telah menggugurkan sebanyak 20 set soal selidik disebabkan jawapan yang tidak lengkap dan meragukan kerana melebihi 50%. Hasilnya, selepas data tidak lengkap digantikan menggunakan perisian SPSS versi 21, maklumat lanjut adalah seperti di lampiran.

4.5.3 Ujian Pensisih (Outlier)

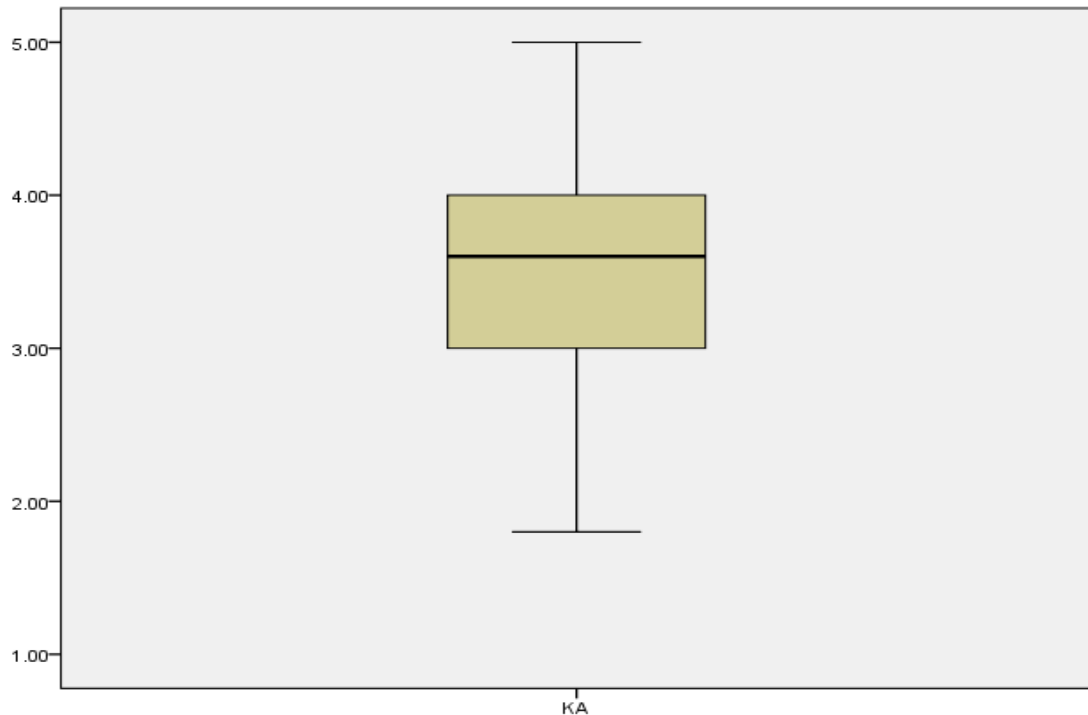
Ujian penyaringan data yang seterusnya bagi kajian ini ialah ujian pensisih. Pensisih bagi setiap item dikenalpasti dengan menggunakan kaedah Boxplot seperti yang dicadangkan oleh Coakes (2013) dan Pallant (2013). Tujuan utama Boxplot adalah untuk mengenal pasti skor yang ekstrem (extreme score) yang membawa kepada responden luar biasa. Nilai ekstrem dapat dikenalpasti apabila terdapat skor yang berada jauh daripada kotak. Sebagai contoh, terdapat satu skor melampau dalam Rajah 4.1, diwakili oleh empat bulatan kecil. Skor ini adalah markah daripada responden

yang ke-58, 99, 135 dan 188. Dengan merujuk kepada data kajian, didapati bahawa nilai skor ini adalah 1.4, 1.4, 1.2 dan 1.2.

Menurut Hair et al. (2014) hanya terdapat dua pilihan untuk berurusan dengan data outlier sama ada menggantikan dengan nilai min atau menghapuskan responden luar biasa tersebut (58, 99, 135, 188). Dalam kajian ini, pengkaji telah memilih kaedah pertama dengan menggantikan dengan nilai min 3.47 bagi kes-kes tersebut. Selepas semua kes telah digantikan dengan nilai min, Rajah 4.2 menunjukkan tiada lagi kewujudan responden yang luar biasa dalam set data. Seterusnya ujian kenormalan akan dijalankan untuk mengenalpasti corak taburan responden.



Rajah 4.1
Boxplot Sebelum Digantikan dengan Nilai Min



Rajah 4.2
Boxplot Selepas digantikan dengan Nilai Min

4.5.4 Ujian Kenormalan (Normality Test)

Bagi ujian kenormalan, pembolehubah-pembolehubah mencapai tahap kenormalan apabila hasil ujian menunjukkan nilai kepencongan (skewness) dan kurtosis kurang daripada ± 2.58 . Menurut Coakes (2013), sesuatu pemboleh ubah dikira mencapai tahap kenormalan jika nilai kepencongan dan kurtosis kurang daripada ± 2.58 . Jadual 4.14 menunjukkan nilai kepencongan dan kurtosis berada dalam lingkungan 2.58 sehingga -2.58. Hasil ujian kenormalan ini membuktikan bahawa taburan data adalah bersifat normal. Seterusnya, pendekatan PLS akan dibincangkan secara lanjut di bahagian berikutnya secara terperinci.

Jadual 4.14

Hasil Ujian Statistik Kependongan dan Kurtosis bagi Semua Pembolehubah.

	Kependongan		Kurtosis	
	Statistik	Ralat	Statistik	Ralat
Kepuasan Agihan	-.321	.160	.030	.320
Kualiti Perkhidmatan	-.032	.160	-.373	.320
Sikap	-.502	.160	-.135	.320
Norma Subjektif	-.148	.160	-.254	.320
Pengetahuan	-.124	.160	-.452	.320
Agama	-1.425	.160	1.125	.320
Reputasi	-.125	.160	-.307	.320
Kepercayaan	-.055	.160	-.424	.320

4.6 Pendekatan Partial Least Square (PLS) Structural Equation Modeling

Aplikasi model persamaan berstruktur (SEM) telah dibincangkan secara terperinci sebelum ini dalam Bab 3. Tujuan penggunaan SEM adalah untuk menguji hipotesis yang telah dibangunkan daripada kerangka teoretikal yang dicadangkan. Terdapat dua pendekatan SEM yang sering digunakan iaitu berdasarkan kovarian (CB-SEM) iaitu SEM-AMOS atau SEM-LISREAL dan pendekatan berdasarkan varian (VB-SEM) iaitu PLS-SEM. Pemilihan kedua-dua pendekatan ini adalah bergantung kepada objektif dan jenis data kajian penyelidik kerana kedua-duanya mempunyai kelebihan tersendiri. Secara umumnya, perbezaan utama di antara kedua-dua pendekatan ini ialah CBSEM secara asasnya digunakan untuk menguji teori yang telah terbina manakala PLS-VBSEM pula telah dianggap berorientasikan peramalan dalam memudahkan pembangunan teori.

CBSEM merupakan pendekatan yang sering diaplikasikan oleh penyelidik, namun pada masa kini mereka cenderung untuk menggunakan pendekatan VB-SEM kerana

ianya mempunyai kelebihan yang tersendiri berbanding teknik lain. Justeru, penyelidik memilih pendekatan PLS dalam kajian ini disebabkan oleh beberapa perkara. Pertama, PLS-SEM merupakan satu teknik penganalisan data yang boleh meramalkan sesuatu model secara serentak dan menyeluruh (Hair, Ringle & Sage, 2013). Kedua, PLS-VBSEM mampu meramalkan model yang kompleks seperti model hierarki, serta melihat kesan pembolehubah penyederhana (moderator) dan pengantara (mediator) (Chin, Marcolin, & Newsted, 2003). Ketiga, PLS-VBSEM juga mempunyai keupayaan untuk menggabungkan pembolehubah terpendam ke dalam analisis; pendekatan ini mempunyai kedua-dua justifikasi teori dan praktikal dengan meningkatkan anggaran statistik, mempersembahkan konsep-konsep teori dengan lebih baik, dan mengambil kira ralat pengukuran (bebas daripada sebarang andaian dari segi saiz sampel, kenormalan, dan multikolinearan) (Hair, Ringle & Sage, 2013).

Oleh yang demikian, analisis data kajian akan menggunakan perisian SmartPLS untuk menjalankan model laluan PLS (PLS Path Modelling). Tambahan pula, persamaan model berstruktur dikatakan sebagai penyatuan kepada dua pendekatan dominan iaitu analisis faktor dan analisis laluan. Kedua-dua pendekatan ini membolehkan pengkaji memeriksa secara serentak kedua-dua aspek penting dalam model iaitu model pengukuran yang secara lazimnya diukur menggunakan analisis faktor dan model struktural yang kebiasaannya diukur menggunakan analisis laluan. Dalam kajian ini, dapatan analisis akan dibentangkan menggunakan dua langkah pendekatan iaitu model pengukuran (measurement model) dan model struktural (structural model) seperti yang dicadangkan dalam literatur (Hair et al., 2014; Chin, 2010). Penjelasan berikutnya akan dijelaskan pada bahagian seterusnya.

4.7 Penilaian Model Pengukuran (Measurement Model)

Kajian ini melibatkan ciri model reflektif yang dikemukakan oleh Jarvis et al. (2003). Apabila menggunakan perisian SmartPLS, penilaian terhadap model pengukuran harus dilakukan terlebih dahulu. Kesesuaian item-item (beban faktor) perlu diukur bagi mengesahkan kesemua item tersebut benar-benar mengukur konstruk dan dapat membuktikan instrumen adalah boleh dipercayai. Oleh itu, beberapa penyelidik memberi saranan bahawa model pengukuran diukur menggunakan kebolehpercayaan dan kesahan pengukur untuk mewakili setiap konstruk (Chin, 2010; Hair et al., 2014; Henseler et al., 2009).

Tujuan pengukuran model ini adalah untuk mengesan penggunaan indikator yang bersesuaian dalam memastikan pengoperasian sesuatu konstruk berjalan dengan baik (Churchill, 1979). Oleh yang demikian, analisis kesahan kandungan, kesahan konvergen dan kesahan diskriminan perlu dilakukan bagi menilai model pengukuran ini (Hair et al., 2010).

4.7.1 Kesahan Kandungan

Secara teorinya, sorotan literatur lepas telah membuktikan kesemua item-item yang diadaptasi dari Abioye (2012), Ram Al Jaffri (2010), Brady dan Cronin (2001), Ram Al Jaffri, Kamil dan Zainol (2009), Taylor dan Todd (1995), Nor Aziah (2004), Kamil, Zainol, dan Ram Al Jaffri (2012), Hairunnizam dan Sanep (2011) adalah bersesuaian untuk mewakili konstruk. Namun demikian, bagi membuktikan secara statistik analisis faktor dijalankan. Kesemua nilai muatan faktor menunjukkan nilai-nilai bagi kesemua

item dalam konstruk adalah lebih tinggi berbanding nilai beban faktor konstruk-konstruk yang lain. Selain itu, kesemua indikator menunjukkan nilai yang tinggi iaitu melebihi 0.60 seperti saranan Hair et al. (2014) dan turut signifikan. Kedua-dua kriteria ini membuktikan bahawa item-item dalam kajian ini mempunyai kesahan kandungan yang baik.

Menurut Chow dan Chan (2008), beban item adalah lemah jika nilai kurang dari 0.30, wajar (fair) jika nilai di antara 0.31-0.50, sederhana jika nilai 0.51-0.60, sederhana kuat jika nilai 0.61-0.80, dan sangat kuat jika nilai di antara 0.81-1.0 (Krause, Gathmann, & Gorschewsky, 2008). Selain itu, Robinson, Shaver, & Wrightsman (1991) turut mencadangkan agar muatan faktor bagi hubungan antara item-item mestilah melebihi 0.30. Dalam kajian ini, dapat dilihat dalam Jadual 4.15 apabila kesemua beban faktor adalah melebihi 0.60. Ini menunjukkan bahawa kesemua beban faktor mempunyai nilai sama ada sederhana kuat atau sangat kuat. Terdapat sejumlah 3 item (A2_KA, C17_S, C18_S) telah dibuang kerana termasuk dalam kriteria item lemah. dual 4.15 menunjukkan bahawa dua item iaitu A2_K (0.348) dan C17_S (-0.102) digugurkan kerana nilai muatan kurang daripada 0.40. Namun begitu, C18_S turut digugurkan kerana apabila item tersebut digugurkan ianya berupaya meningkatkan nilai CR (0.949) dan AVE (0.729) berubah menjadi CR (0.960) dan AVE (0.799) untuk pembolehubah sikap. Oleh itu, kesemua lapan konstruk dalam model kajian iaitu kepuasan agihan, kualiti perkhidmatan, sikap, pengetahuan, nilai agama, norma subjektif, reputasi dan kepercayaan merupakan pengukur yang sah bagi setiap konstruk berdasarkan nilai parameter penganggar yang signifikan secara statistik seperti yang disarankan oleh Chow dan Chan (2008) serta Ramayah et al. (2011).

Jadual 4.15

Beban Faktor Signifikan

Konstruk	Item	Beban faktor	Ralat piawai	Nilai-T	Nilai-P
Kepuasan	A1_KA	0.807	0.038	21.392	0.000
Agihan	A3_KA	0.768	0.048	16.027	0.000
	A4_KA	0.888	0.015	57.511	0.000
	A5_KA	0.784	0.035	22.527	0.000
Kualiti Perkhidmatan	B6_KP	0.874	0.016	52.993	0.000
	B7_KP	0.862	0.020	42.550	0.000
	B8_KP	0.784	0.041	19.008	0.000
	B9_KP	0.829	0.031	27.148	0.000
Sikap	B10_KP	0.824	0.034	24.473	0.000
	C11_S	0.838	0.031	26.796	0.000
	C12_S	0.906	0.016	55.793	0.000
	C13_S	0.924	0.013	73.364	0.000
	C14_S	0.906	0.016	56.735	0.000
	C15_S	0.908	0.016	57.267	0.000
	C16_S	0.879	0.027	32.541	0.000
Norma Subjektif	D19_NS	0.839	0.028	29.596	0.000
	D20_NS	0.906	0.024	37.849	0.000
	D21_NS	0.931	0.013	70.082	0.000
	D22_NS	0.887	0.020	43.961	0.000
	D23_NS	0.900	0.021	43.903	0.000
Pengetahuan	E24_P	0.603	0.081	7.427	0.000
	E25_P	0.818	0.035	23.121	0.000
	E26_P	0.830	0.038	21.627	0.000
	E27_P	0.658	0.064	10.316	0.000
	E28_P	0.613	0.070	8.767	0.000
Agama	F29_A	0.867	0.222	3.900	0.000
	F30_A	0.854	0.207	4.123	0.000
	F32_A	0.822	0.23	3.571	0.000
	F33_A	0.744	0.261	2.855	0.004
	F34_A	0.717	0.241	2.98	0.003
Reputasi	G35_R	0.857	0.023	37.582	0.000
	G36_R	0.878	0.02	43.829	0.000
	G37_R	0.694	0.052	13.252	0.000
	G38_R	0.902	0.015	59.928	0.000
	G39_R	0.898	0.016	54.586	0.000
	G40_R	0.888	0.021	41.716	0.000
	G41_R	0.908	0.013	69.045	0.000
Kepercayaan	H42_K	0.803	0.038	21.274	0.000
	H43_K	0.81	0.027	29.761	0.000
	H44_K	0.733	0.041	17.818	0.000
	H45_K	0.667	0.06	11.034	0.000
	H46_K	0.837	0.03	28.332	0.000
	H47_K	0.859	0.024	36.035	0.000

Jadual 4.15 (Sambungan)

Konstruk	Item	Beban faktor	Ralat piawai	Nilai-T	Nilai-P
Kepercayaan	H48_K	0.898	0.015	61.526	0.000
	H49_K	0.925	0.011	85.394	0.000
	H50_K	0.9	0.023	39.711	0.000
	H51_K	0.866	0.021	40.975	0.000

Berdasarkan Jadual 4.15, kesemua beban faktor menunjukkan nilai yang signifikan terhadap konstruk-konstruk berdasarkan pada aras signifikan nilai $p < 0.01$. Ini membuktikan bahawa analisis faktor ini mampu menjelaskan kesahan konstruk dengan baik. Justeru, ianya turut membuktikan bahawa kesemua item menunjukkan kesahan kandungan konstruk yang baik.

4.7.2 Kesahan Konvergen (Convergent Validity)

Kajian ini secara umumnya menggunakan indikator reflektif. Kesahan konvergen ditunjukkan melalui hubungan secara teori antara pembolehubah-pembolehubah. Hair *et al.* (2010) mencadangkan tiga kaedah peramalan bagi mengukur kesahan konvergen iaitu melalui beban faktor item (factor loadings), kebolehpercayaan komposit (composite reliability) (*CR*), dan purata varian terekstrak (average variance extracted) (*AVE*). Oleh itu, penyelidik akan menunjukkan ketiga-tiga langkah tersebut bagi memastikan kesahan konvergen.

Pada peringkat permulaan, beban faktor bagi item dilihat terlebih dahulu. Berdasarkan analisis multivariat, faktor muatan bernilai 0.50 atau lebih adalah diterima untuk dianalisis (Fornell & Larcker, 1981; Hair *et al.*, 2014). Manakala beban faktor bagi nilai 0.40-0.70 perlu dipertimbangkan untuk digugurkan jika meningkatkan nilai

kebolehpercayaan komposit dan purata varian terekstrak (Hair et al., 2014). Selain itu, nilai purata varian terekstrak pula perlulah melebihi 0.50 bagi menunjukkan konstruk mampu menerangkan separuh daripada varian indikator (Hair et al., 2014). Seterusnya bagi mengukur kesahan konvergen, nilai kebolehpercayaan komposit perlulah melebihi 0.70 (Hair et al., 2014).

Berdasarkan Jadual 4.16, beban faktor bagi konstruk-konstruk adalah di antara 0.603-0.931. Nilai beban faktor yang kurang daripada 0.70 dikekalkan dan tidak dipertimbangkan untuk pengguguran kerana tidak memberi kesan besar kepada peningkatan nilai purata varian terekstrak dan kebolehpercayaan komposit.

Sebagai tambahan, Hair et al. (2014) turut menegaskan bahawa pengguguran beban faktor boleh memberi kesan kepada kesahan kandungan. Semua pembolehubah seperti KA (0.661), KP (0.698), S (0.799), NS (0.798), P (0.506), A (0.668) dan R (0.746) mencapai nilai AVE yang ditetapkan iaitu melebihi 0.506. Manakala, pengukuran CR pula menunjukkan kesemua konstruk melepasi nilai 0.50, iaitu KA (0.886), KP (0.92), S (0.960), NS (0.798), P (0.834), A (0.923) dan R (0.953).

Jadual 4.16

Analisis Kesahan Konvergen

Pembolehubah	Butiran	Beban faktor	Cronbach <i>a</i>	CR	AVE
Kepuasan Agihan	A1_KA	0.812	0.828	0.886	0.661
	A3_KA	0.764			
	A4_KA	0.887			
	A5_KA	0.784			
Kualiti Perkhidmatan	B6_KP	0.869	0.892	0.920	0.698
	B7_KP	0.856			
	B8_KP	0.788			
	B9_KP	0.836			

Jadual 4.16 (Sambungan)

Pembolehubah	Butiran	Beban faktor	Cronbach α	CR	AVE			
Sikap	B10_KP	0.826	0.950	0.960	0.799			
	C11_S	0.838						
	C12_S	0.907						
	C13_S	0.924						
	C14_S	0.904						
	C15_S	0.908						
Norma Subjektif	C16_S	0.880	0.936	0.952	0.798			
	D19_NS	0.841						
	D20_NS	0.908						
	D21_NS	0.931						
	D22_NS	0.885						
Pengetahuan	D23_NS	0.898	0.75	0.834	0.506			
	E24_P	0.603						
	E25_P	0.818						
	E26_P	0.83						
	E27_P	0.658						
Nilai Agama	E28_P	0.613	0.909	0.923	0.668			
	F29_A	0.867						
	F30_A	0.854						
	F31_A	0.886						
	F32_A	0.822						
	F33_A	0.744						
	F34_A	0.717						
	G35_R	0.857				0.942	0.953	0.746
	G36_R	0.878						
	G37_R	0.694						
G38_R	0.902							
G39_R	0.898							
G40_R	0.888							
G41_R	0.908							
H42_K	0.803	0.828	0.886	0.661				
H43_K	0.810							
H44_K	0.733							
H45_K	0.667							
H46_K	0.837							
H47_K	0.859							
H48_K	0.898							
H49_K	0.925							
H50_K	0.900							
H51_K	0.866							

4.7.3 Kesahan Diskriminan (Discriminant Validity)

Ujian kesahan diskriminan bertujuan untuk menunjukkan wujudnya perbezaan di antara satu pembolehubah dengan pembolehubah yang lain. Setiap item mestilah saling berkait antara konstruk masing-masing, tetapi berbeza dengan konstruk-konstruk lain. Bagi ujian ini, nilai kuasa dua purata varian ekstrak dibandingkan dengan hubungan antara konstruk-konstruk (Chin, 2010; Fornell & Larcker, 1981; Hair et al., 2014). Metod yang digunakan untuk menguji kesahihan diskriminan ini adalah melalui tiga kaedah iaitu *Fornell-Larcker*, muatan silang (cross loading), dan *Heterotrait Monotrait Ratio* (HTMT). Jadual 4.17 berikut menunjukkan analisis kesahan Fornell & Larcker. Kesemua nilai AVE adalah lebih tinggi daripada nilai lain daripada lajur dan baris. Justeru, analisis kesahan diskriminan dipenuhi dan analisis struktural dapat dilakukan untuk mengenalpasti antara hubungan pembolehubah tidak bersandar dan pembolehubah bersandar. Menurut Hair et al. (2014), kesahan diskriminan dapat dipenuhi sekiranya salah satu kaedah tersebut melepasi kriteria yang diperlukan.

Jadual 4.17

Analisis Kesahan Fornell & Larcker

Pembolehubah	A	K	KA	KP	NS	P	R	S
Nilai Agama	0.819							
Kepercayaan	0.137	0.852						
Kepuasan Agihan	0.158	0.754	0.813					
Kualiti Perkhidmatan	0.203	0.743	0.744	0.835				
Norma Subjektif	0.063	0.455	0.458	0.457	0.893			
Pengetahuan	0.265	0.459	0.420	0.479	0.345	0.711		
Reputasi	0.082	0.876	0.773	0.798	0.449	0.471	0.893	
Sikap	0.174	0.651	0.654	0.647	0.456	0.466	0.646	0.894

Jadual 4.17 menunjukkan nilai kuasa dua purata varian terekstrak (AVE) bagi setiap konstruk perlulah lebih tinggi daripada nilai lain daripada lajur dan baris di mana mereka berada untuk mengesahkan kesahan diskriminan bagi model ini. Oleh itu, secara keseluruhan, kesahan model pengukuran telah dibina. Maka, keputusan berikutnya bagi pengujian hipotesis adalah sah dan boleh dipercayai. Ini adalah kerana konstruk yang sah secara umumnya boleh membawa kepada dapatan kajian dan kesimpulan kajian yang turut sah dan boleh dipercayai. Justeru, secara statistiknya pembolehubah menunjukkan terdapat perbezaan di setiap pembolehubah yang dikaji.

Manakala Jadual 4.18 pula menunjukkan bahawa dua item iaitu A2_K (0.348) dan C17_S (-0.102) digugurkan kerana nilai muatan kurang daripada 0.40. Namun begitu, C18_S turut digugurkan kerana apabila item tersebut digugurkan ianya berupaya meningkatkan nilai CR (0.949) dan AVE (0.729) berubah menjadi CR (0.960) dan AVE (0.799) untuk pembolehubah sikap. Oleh itu, kesemua lapan konstruk dalam model kajian iaitu kepuasan agihan, kualiti perkhidmatan, sikap, pengetahuan, nilai agama, norma subjektif, reputasi dan kepercayaan merupakan pengukur yang sah bagi setiap konstruk berdasarkan nilai parameter penganggar yang signifikan secara statistik seperti yang disarankan oleh Chow dan Chan (2008) serta Ramayah et al. (2011).

Jadual 4.18

Muatan Silang (Cross Loading) Item-item

Item/ Pembolehubah	Kepuasan agihan	Kualiti perkhidmatan	Sikap	Norma subjektif	Pengetahuan	Agama	Reputasi	Kepercayaan
A1_KA	0.807	0.600	0.548	0.310	0.299	0.064	0.665	0.647
A3_KA	0.768	0.536	0.496	0.316	0.423	0.101	0.504	0.514
A4_KA	0.888	0.667	0.525	0.427	0.269	0.186	0.694	0.668
A5_KA	0.784	0.607	0.559	0.427	0.401	0.155	0.632	0.625
B6_KP	0.707	0.874	0.564	0.500	0.400	0.195	0.742	0.674
B7_KP	0.725	0.862	0.581	0.425	0.407	0.270	0.692	0.659
B8_KP	0.432	0.784	0.423	0.268	0.336	0.065	0.536	0.466
B9_KP	0.538	0.829	0.521	0.335	0.425	0.126	0.618	0.606
B10_KP	0.638	0.824	0.583	0.341	0.427	0.149	0.677	0.653
C11_S	0.604	0.614	0.838	0.383	0.418	0.109	0.575	0.546
C12_S	0.563	0.617	0.906	0.371	0.441	0.216	0.574	0.571
C13_S	0.585	0.596	0.924	0.402	0.401	0.194	0.571	0.570
C14_S	0.607	0.589	0.906	0.438	0.343	0.098	0.559	0.548
C15_S	0.573	0.532	0.908	0.440	0.438	0.190	0.538	0.605
C16_S	0.578	0.532	0.879	0.405	0.451	0.131	0.575	0.628
D19_NS	0.411	0.351	0.376	0.839	0.279	0.055	0.371	0.394
D20_NS	0.433	0.413	0.406	0.906	0.294	0.095	0.414	0.439
D21_NS	0.392	0.437	0.394	0.931	0.326	0.089	0.416	0.407
D22_NS	0.409	0.422	0.452	0.887	0.287	-0.005	0.442	0.440
D23_NS	0.395	0.417	0.400	0.900	0.361	0.053	0.368	0.370
E24_P	0.151	0.228	0.396	0.265	0.603	0.237	0.210	0.255
E25_P	0.353	0.343	0.356	0.233	0.818	0.202	0.370	0.383
E26_P	0.340	0.431	0.382	0.251	0.830	0.233	0.400	0.388
E27_P	0.310	0.352	0.276	0.287	0.658	0.215	0.289	0.262
E28_P	0.316	0.335	0.250	0.221	0.613	0.067	0.369	0.306

Jadual 4.18 (Sambungan)

Item/ Pembolehubah	Kepuasan agihan	Kualiti perkhidmatan	Sikap	Norma subjektif	Pengetahuan	Nilai agama	Reputasi	Kepercayaan
F29_A	0.154	0.172	0.186		0.077	0.276	0.867	0.076
F30_A	0.195	0.185	0.198	0.125	0.173	0.854	0.086	0.136
F31_A	0.137	0.212	0.182	0.086	0.218	0.886	0.069	0.076
F32_A	0.082	0.145	0.081	0.002	0.177	0.822	0.026	0.048
F33_A	0.083	0.153	0.05	-0.029	0.211	0.744	0.075	0.061
F34_A	0.028	0.112	0.043	-0.069	0.228	0.717	0.052	0.073
G35_R	0.624	0.703	0.551	0.413	0.459	0.055	0.857	0.734
G36_R	0.626	0.697	0.617	0.407	0.416	0.098	0.878	0.766
G37_R	0.503	0.467	0.314	0.320	0.289	0.071	0.694	0.562
G38_R	0.706	0.708	0.519	0.365	0.412	0.077	0.902	0.790
G39_R	0.709	0.695	0.607	0.38	0.446	0.110	0.898	0.815
G40_R	0.709	0.738	0.571	0.429	0.452	0.054	0.888	0.754
G41_R	0.764	0.736	0.593	0.416	0.353	0.046	0.908	0.830
H42_K	0.636	0.593	0.507	0.337	0.426	0.145	0.704	0.803
H43_K	0.612	0.592	0.559	0.351	0.496	0.197	0.689	0.810
H44_K	0.559	0.52	0.383	0.349	0.322	0.065	0.674	0.733
H45_K	0.538	0.464	0.379	0.349	0.264	0.016	0.578	0.667
H46_K	0.583	0.578	0.515	0.329	0.326	0.036	0.687	0.837
H47_K	0.620	0.57	0.575	0.320	0.394	0.129	0.684	0.859
H48_K	0.678	0.698	0.600	0.489	0.321	0.062	0.802	0.898
H49_K	0.689	0.706	0.619	0.432	0.377	0.09	0.814	0.925
H50_K	0.689	0.706	0.644	0.453	0.403	0.153	0.818	0.900
H51_K	0.695	0.704	0.561	0.400	0.463	0.180	0.790	0.866

KA: Kepuasan Agihan; KP: Kualiti Perkhidmatan; S: Sikap; NS: Norma Subjektif; P: Pengetahuan; A: Agama; R: Reputasi; K: Kepercayaan

Jadual 4.19

Kesimpulan Keseluruhan Jadual Kesahan Diskriminan

Pembolehubah Pemand	Butiran	Muatan	Kesahan Butiran	AVE	Kesahan Diskriminan
Kepuasan Agihan	A1_KA	0.807	0.659	0.661	Ya
	A3_KA	0.768	0.584		
	A4_KA	0.888	0.787		
	A5_KA	0.784	0.615		
	B6_KP	0.874	0.755		
Kualiti Perkhidmatan	B7_KP	0.62	0.733	0.698	Ya
	B8_KP	0.785	0.621		
	B9_KP	0.29	0.699		
	B10_KP	0.824	0.682		
	C11_S	0.834	0.702		
Sikap	C12_S	0.906	0.823	0.799	Ya
	C13_S	0.924	0.854		
	C14_S	0.906	0.817		
	C15_S	0.909	0.824		
	C16_S	0.880	0.774		
Norma Subjektif	D19_NS	0.839	0.707	0.798	Ya
	D20_NS	0.906	0.824		
	D21_NS	0.931	0.867		
	D22_NS	0.887	0.783		
	D23_NS	0.900	0.806		
Pengetahuan	E24_P	0.609	0.364	0.506	Ya
	E25_P	0.822	0.669		
	E26_P	0.830	0.689		
	E27_P	0.656	0.433		
	E28_P	0.604	0.376		
Nilai Agama	F29_A	0.861	0.752	0.670	Ya
	F30_A	0.853	0.729		
	F31_A	0.888	0.785		
	F32_A	0.828	0.676		
	F33_A	0.750	0.554		
Reputasi	F34_A	0.718	0.514	0.798	Ya
	G35_R	0.870	0.734		
	G36_R	0.889	0.771		
	G38_R	0.890	0.814		

Jadual 4.19 menunjukkan nilai AVE melebihi nilai yang disarankan oleh Chin et al., (2003), Chin (2010), Hair et al. (2011) iaitu $AVE > 0.5$ di mana semua konstruk terletak dalam julat 0.506-0.799. Selain itu, kedua-dua kriteria kesahan juga adalah

dipenuhi. Justeru, analisis berikut dapat dilakukan untuk mengenalpasti hubungan di antara pembolehubah tidak bersandar dan pembolehubah bersandar.

4.8 Pembinaan Model Struktural

Dalam PLS-SEM, pembinaan model struktural difokuskan kepada perubahan varian menggunakan nilai R^2 , kerelevanan sesuatu model menggunakan nilai Q^2 , dan tahap signifikan pekali laluan koefisien (path coefficient). Keputusan ujian bagi Nilai R^2 dan nilai Q^2 dibincangkan dalam bahagian 4.8.1 dan 4.8.2, manakala keputusan analisis tahap signifikan pekali laluan dibincangkan pada bahagian 4.9.1 dan 4.9.2.

4.8.1 Kesan Saiz (Effect Size)

Dalam menjalankan analisis menggunakan SmartPLS, bagi menilai kualiti sesuatu model, para pengkaji dicadangkan untuk melihat kepada kriteria-kriteria kebolehamalan model. Nilai R^2 bagi pemboleh ubah endogen dapat menggambarkan kekuatan dan ketepatan sesuatu model peramalan dengan menganggarkan kesan pembolehubah eksogen terhadap pemboleh ubah endogen. Bagi nilai R^2 , adalah sukar bagi menetapkan nilai khusus bagi menentukan nilai ketepatan model peramalan kerana ia bergantung kepada kerumitan model dan disiplin kajian (Hair et al., 2014).

Menurut Falk dan Miller (1992), tahap minimum bagi nilai R^2 ialah 0.10. Dalam bidang pemasaran, nilai R^2 0.25 dianggap lemah, 0.50 sederhana dan 0.75 dianggap tinggi, manakala dalam kajian gelagat pengguna, nilai R^2 0.20 sudah dianggap tinggi (Hair, Ringle, & Sarstedt, 2011). Dalam kajian ini, nilai bagi pembolehubah

kepercayaan ialah 0.791 yang menunjukkan 79.1% varian kepercayaan dapat dijelaskan oleh konstruk-konstruk kepuasan agihan, kualiti perkhidmatan, norma subjektif, sikap, nilai agama, pengetahuan dan reputasi. Nilai R^2 ini adalah bersesuaian dengan kajian berkaitan gelagat pengguna. Kesan saiz model ini pula diukur dengan mengolah (running) model secara serentak dengan membuang konstruk eksogen (R^2 excluded) serta mengekalkan konstruk eksogen (R^2 included). Perubahan R^2 yang diperoleh ini akan digunakan dalam meramalkan kesan saiz (f^2) dengan menggunakan formula berikut (Hair et al., 2014):

$$f^2 = \frac{R^2 \text{ included} - R^2 \text{ excluded}}{1 - R^2 \text{ included}}$$

Berasaskan panduan yang diberikan oleh Hair et al. (2014), nilai 0.02, 0.15 dan 0.35 dianggap mempunyai kesan saiz yang kecil, sederhana dan tinggi. Maka, konstruk-konstruk eksogen memberi kesan terhadap konstruk endogen dapat dilihat dengan mengira kesan saiz seperti Jadual 4.20.

Jadual 4.20

Kesan Saiz terhadap Kepercayaan (konstruk endogen)

Endogen	Eksogen	R^2 incl	R^2 excl	f^2	Kesan Saiz
Kepercayaan		0.791			
	Kepuasan Agihan		0.784	0.033	Sederhana
	Kualiti Perkhidmatan		0.791	0	Tiada
	Sikap		0.787	0.019	Sederhana
	Norma Subjektif		0.790	0.004	Kecil
	Pengetahuan		0.791	0	Tiada
	Nilai Agama		0.790	0.004	Kecil
	Reputasi		0.669	0.584	Tinggi

Berpandukan Jadual 4.20, dapatan analisis menunjukkan bahawa konstruk endogen kepercayaan dijelaskan oleh tujuh konstruk eksogen yang mempunyai kesan saiz di antara 0 hingga 0.584. Kesan saiz yang tertinggi ialah reputasi, manakala sikap dan kepuasan agihan mencatatkan kesan saiz yang sederhana. Selain itu, nilai agama dan norma subjektif menjelaskan kesan saiz yang kecil dan selebihnya iaitu kualiti perkhidmatan dan pengetahuan tidak menunjukkan sebarang kesan saiz ke atas pembolehubah bersandar ini.

4.8.2 Peramalan Kerelevanan Model (Predictive Relevance of The Model)

Keupayaan sesuatu model perlu dinilai berdasarkan kebolehamalan (predictive relevance) menggunakan kriteria Q^2 oleh penyelidik selain menilai ketepatan sesebuah model peramalan tersebut (Stone, 1974). Model peramalan ini boleh dinilai dengan menggunakan teknik pengukuran *cross-validated redundancy* yang diwakili oleh nilai Q^2 (Stone, 1974). Secara spesifiknya, apabila PLS-SEM menunjukkan peramalan relevan, ia dengan tepat meramalkan indikator-indikator bagi konstruk endogen dalam model pengukuran reflektif (Hair et al., 2014). Dalam model struktural ini, nilai Q^2 melebihi 0 adalah mencukupi bagi meramalkan kerelevanan sesuatu model (Hair et al., 2014). Nilai Q^2 diperoleh dengan menggunakan teknik *Blindfolding* dalam perisian SmartPLS (Hair et al., 2014). Teknik ini digunakan bagi meramalkan parameter dengan mengeluarkan sebahagian data dan menganggapnya sebagai data yang tidak lengkap. Kemudian, parameter tadi diproses bagi membina semula data mentah yang dianggap tidak lengkap sebelum ini, dan kesannya, teknik *blindfolding* ini menghasilkan nilai *cross-validity* iaitu nilai Q^2 .

Jadual 4.21

Peramalan Kerelevanan Model

Konstruk	R ²	Q ²
Kepercayaan	0.791	0.543

Jadual 4.21 membentangkan dapatan mengenai peramalan kerelevanan model dalam kajian ini. Nilai *cross-validity redundancy* bagi konstruk endogen kepercayaan ialah 0.543. Keputusan ini menunjukkan bahawa konstruk kepercayaan ini adalah relevan kerana nilainya melebihi 0 seperti yang dicadangkan Hair et al. (2014).

4.9 Analisis Model Berstruktur Laluan Koefisien (Structural Model Path Coefficients) bagi Pengujian Hipotesis

Selepas mengenalpasti ujian kesahan bagi model pengukuran dan model berstruktur, langkah yang perlu dilakukan seterusnya ialah melihat kepada laluan koefisien (path coefficients) bertujuan untuk menguji hipotesis-hipotesis yang telah dibangunkan dalam kajian ini. Pengujian hipotesis ini dilakukan menggunakan aplikasi perisian SmartPLS 3.0 seperti yang dibincangkan sebelum ini. Bagi perisian ini, teknik *bootstrapping* digunakan untuk melihat ketepatan peramalan dan hasil keputusan hubungan ini sama ada terdapat signifikan ataupun sebaliknya.

Antara objektif kajian ini adalah untuk melihat sama ada konstruk-konstruk yang dicadangkan dalam model kajian ini seperti kepuasan agihan, kualiti perkhidmatan, sikap, norma subjektif, nilai agama, pengetahuan dan reputasi merupakan faktor-faktor yang signifikan kepada kepercayaan terhadap institusi zakat. Dapatan yang diperoleh hasil analisis ini seterusnya mampu menjawab hipotesis kajian iaitu H₁, H₂, H₃, H₄, H₅, H₆ dan H₇.

Selain itu, objektif ketiga kajian ini melihat sama ada kepuasan agihan merupakan pengantara terhadap hubungan antara kualiti perkhidmatan dan kepercayaan ataupun tidak. Hasil dapatan analisis ini dapat menjawab hipotesis H₈. Manakala objektif keempat kajian ini juga ingin mengenalpasti sama ada pembolehubah sikap merupakan pengantara terhadap hubungan antara norma subjektif dan kepercayaan atau sebaliknya. Dapatan ini dapat menjawab hipotesis H₉.

Justeru, untuk menjawab persoalan kajian, penilaian terhadap model struktural dilakukan melalui dua peringkat bagi membuat perbandingan nilai R² dapat dilakukan. Peringkat permulaan, penilaian terhadap hubungan langsung antara pembolehubah tidak bersandar dan kepercayaan terhadap institusi zakat (model 1) dilakukan. Seterusnya, peringkat kedua analisis kajian ini akan menilai model pembolehubah pengantara yang dicadangkan iaitu sikap dan kepuasan agihan (Model 2).

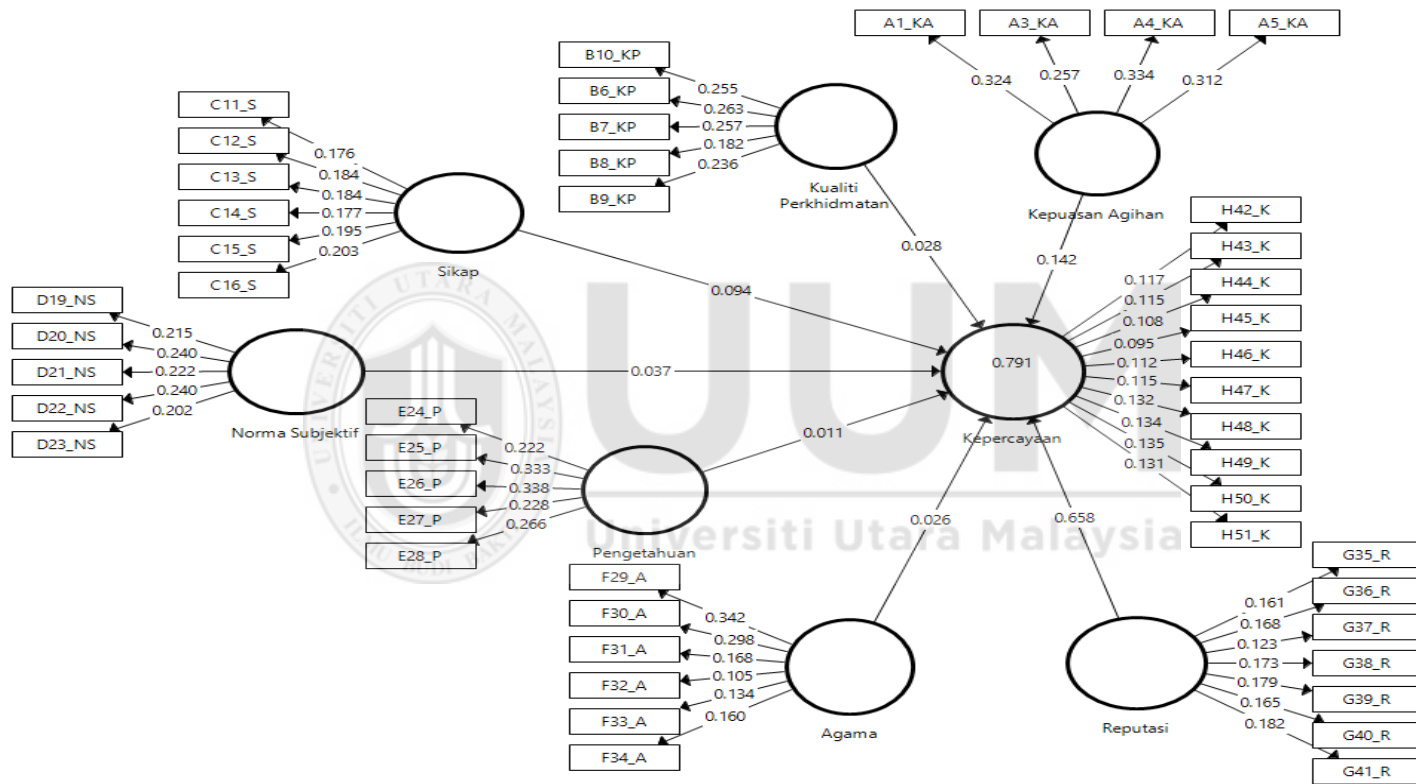
4.9.1 Pengujian Hipotesis dan Laluan Koefisien bagi Hipotesis Langsung

Rajah 4.3 menunjukkan model keputusan analisis *PLS Algorithm* manakala Rajah 4.4 pula memaparkan ujian laluan koefisien bagi kesemua pembolehubah. Seterusnya, Jadual 4.22 pula menunjukkan keputusan hipotesis hubungan langsung model. *Bootstrapping* dilakukan berdasarkan sampel *bootstrap* sebanyak 5000 untuk mendapatkan nilai-t seperti saranan Hair et al. (2014).

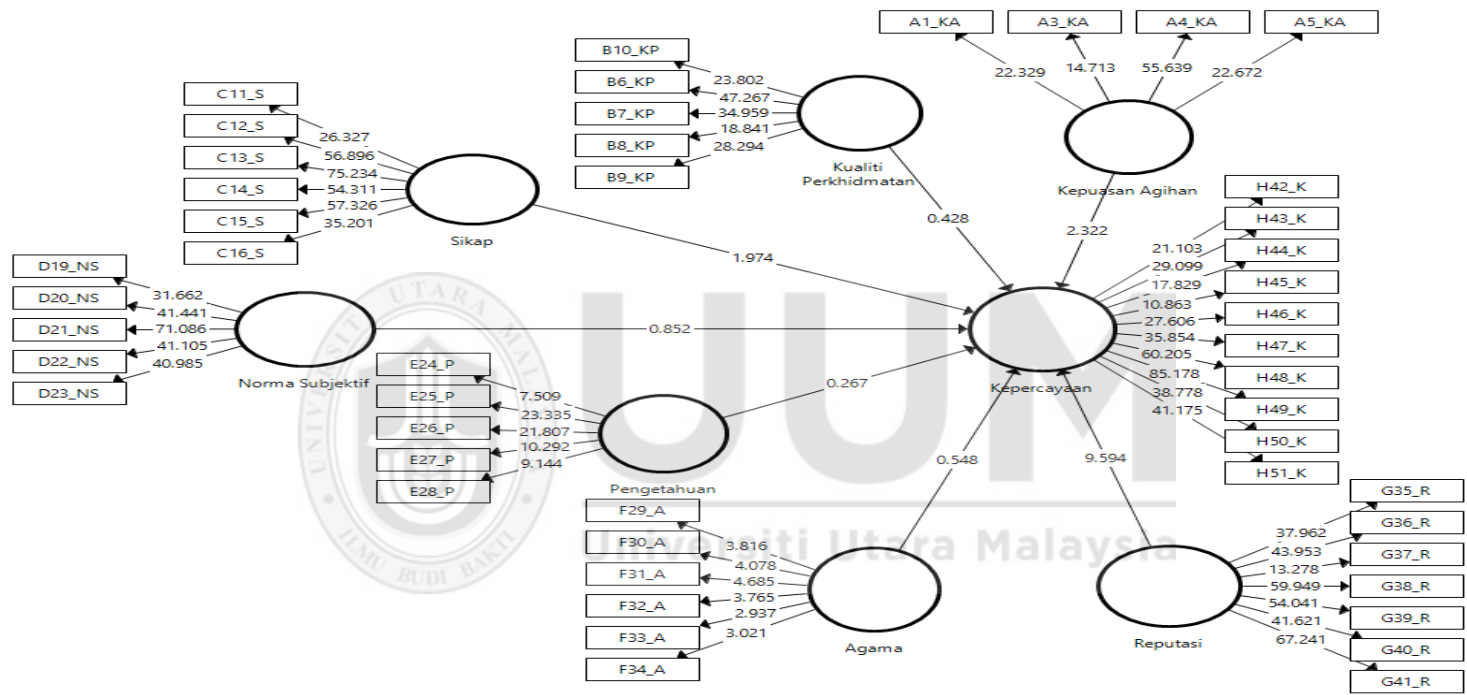
Pengujian menggunakan teknik ini adalah untuk mengenalpasti kesemua hubungan pembolehubah tidak bersandar dan pembolehubah bersandar. Seperti yang

diterangkan, model berstruktur ini dijadikan sebagai landasan untuk menjawab kesemua hubungan langsung kajian iaitu H₁, H₂, H₃, H₄, H₅, H₆ dan H₇. Keputusan hubungan langsung dipaparkan di Jadual 4.22. Terdapat tiga pembolehubah tidak bersandar iaitu kepuasan agihan (KA), sikap (S), dan reputasi (R) mempunyai hubungan positif dan signifikan terhadap pembolehubah bersandar iaitu kepercayaan (K).





Rajah 4.3
PLS Algorithm



Rajah 4.4

Laluan Koefisien

Jadual 4.22

Keputusan Hipotesis Hubungan Langsung Model

Hipotesis	Hubungan	Laluan Koefisien	Nilai t	Nilai p	Disokong/Tidak
H ₁	KA->K	0.142	2.322	0.020**	Disokong
H ₂	KP->K	0.028	0.428	0.669	Tidak
H ₃	S->K	0.094	1.974	0.048**	Disokong
H ₄	NS->K	0.037	0.852	0.394	Tidak
H ₅	A->K	0.026	0.548	0.789	Tidak
H ₆	P->K	0.011	0.267	0.584	Tidak
H ₇	R->K	0.658	9.594	0.000***	Disokong

*Signifikan pada tahap * $p < 0.01$, ** $p < 0.05$, *** $p < 0.001$*

Berdasarkan Jadual 4.22, terdapat tiga pembolehubah yang menunjukkan kesan yang signifikan terhadap kepercayaan. Antara pembolehubah-pembolehubah tersebut ialah kepuasan agihan ($\beta = 0.142$; $t = 2.322$; $p < 0.05$), sikap ($\beta = 0.094$; $t = 1.974$; $p < 0.05$) dan reputasi ($\beta = 0.658$; $t = 9.594$; $p < 0.001$). Ini menunjukkan bahawa hipotesis H₁, H₃ dan H₇ diterima dan disokong dalam kajian ini. Manakala selainnya terdapat empat pembolehubah didapati tidak signifikan iaitu kualiti perkhidmatan ($\beta = 0.028$; $t = 0.428$; $p < 0.05$), norma subjektif ($\beta = 0.037$; $t = 0.852$; $p < 0.05$), nilai agama ($\beta = 0.026$; $t = 0.548$; $p < 0.05$), dan pengetahuan ($\beta = 0.011$; $t = 0.267$; $p < 0.05$). Dapatan ini bermaksud hipotesis H₂, H₄, H₅ dan H₆ adalah ditolak dalam kajian ini.

Seterusnya, bagi menganalisis hubungan pengantara dengan pembolehubah bersandar, penyelidik akan memasukkan konstruk pengantara iaitu kepuasan agihan dan sikap untuk melihat kesan perubahan di antara kedua-duanya terhadap pembolehubah bersandar.

4.9.2 Keputusan Analisis Ujian Pengantara

Bahagian ini menjelaskan kesan kepuasan agihan sebagai faktor pengantara terhadap hubungan antara kualiti perkhidmatan dan kepercayaan (H₈). Selain itu, analisis ini turut menguji kesan sikap sebagai faktor pengantara terhadap hubungan antara norma subjektif dan kepercayaan (H₉). Pengaruh pengantara ini dapat dikenalpasti melalui hipotesis kelapan dan kesembilan (H₈ dan H₉) yang dibangunkan di Bab 3 dalam kajian ini berdasarkan objektif ketiga dan keempat. Rajah 4.5 dan 4.6 merupakan analisis model pembolehubah pengantara (Mediator).

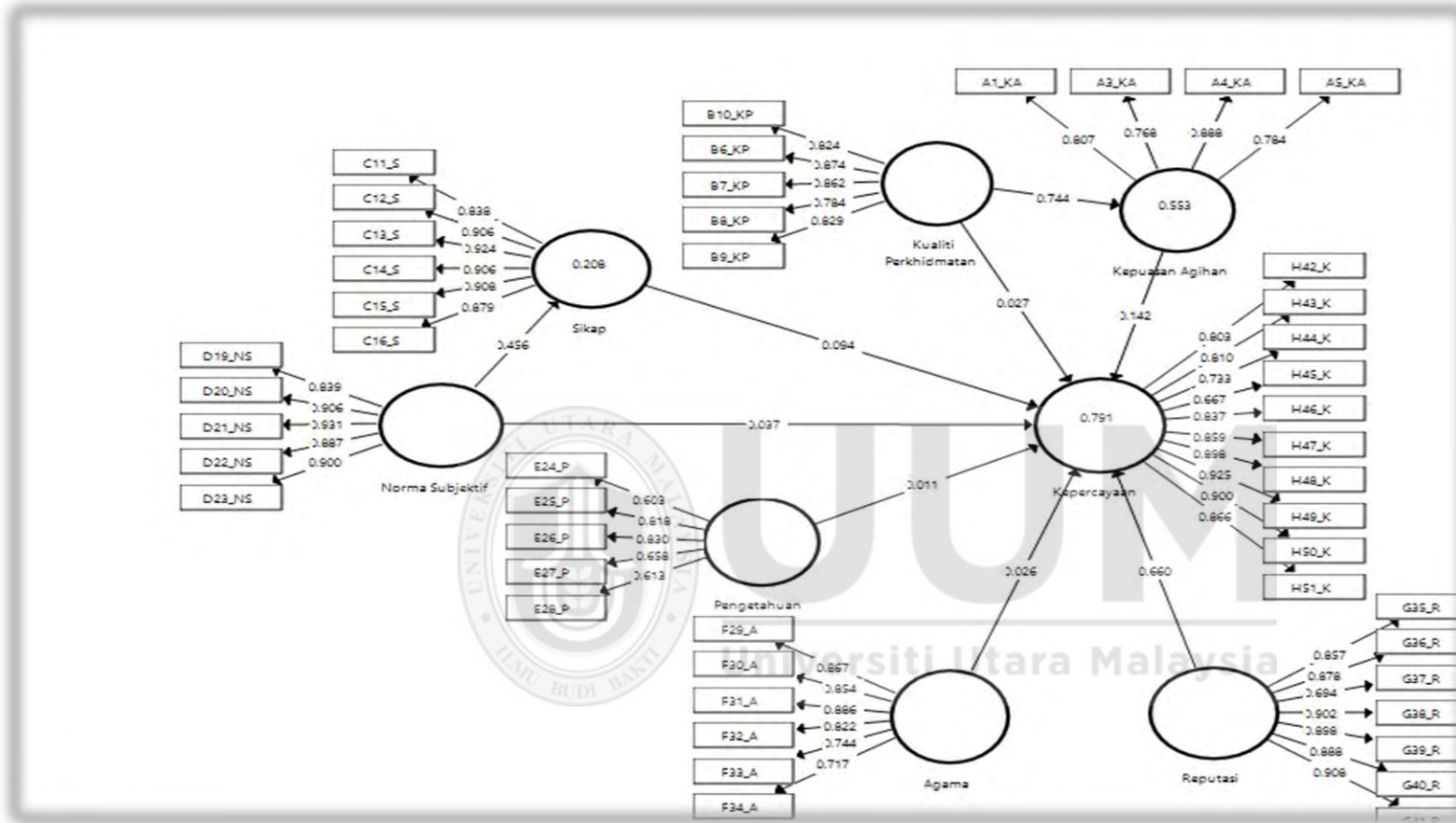
Bagi melihat hubungan pengantara ini, analisis *bootstrapping* laluan koefisien dilakukan. Berpandukan kepada teknik terdahulu yang dikemukakan oleh Baron dan Kenny (1986), peranan faktor pengantara berfungsi apabila memenuhi empat situasi (hubungan) berikut; (a) Pembolehubah tidak bersandar mempunyai hubungan signifikan dengan pembolehubah bersandar; (b) Pembolehubah tidak bersandar perlu mempunyai hubungan signifikan dengan faktor pengantara; (c) Faktor pengantara perlu signifikan dengan pembolehubah bersandar; (d) Akhirnya, apabila pembolehubah tidak bersandar dan pembolehubah bersandar dikawal, hubungan signifikan sebelumnya di antara pembolehubah tidak bersandar dan pembolehubah bersandar tidak lagi signifikan atau hubungannya semakin lemah. Keempat-empat langkah ini perlu diuji satu persatu.

Selain itu, terdapat kaedah lain yang digunakan untuk menguji faktor pengantara adalah menggunakan ujian Sobel. Hair et al. (2014) turut memberi saranan menggunakan kaedah *bootstrapping* yang pada asasnya dicadangkan oleh Hayes dan

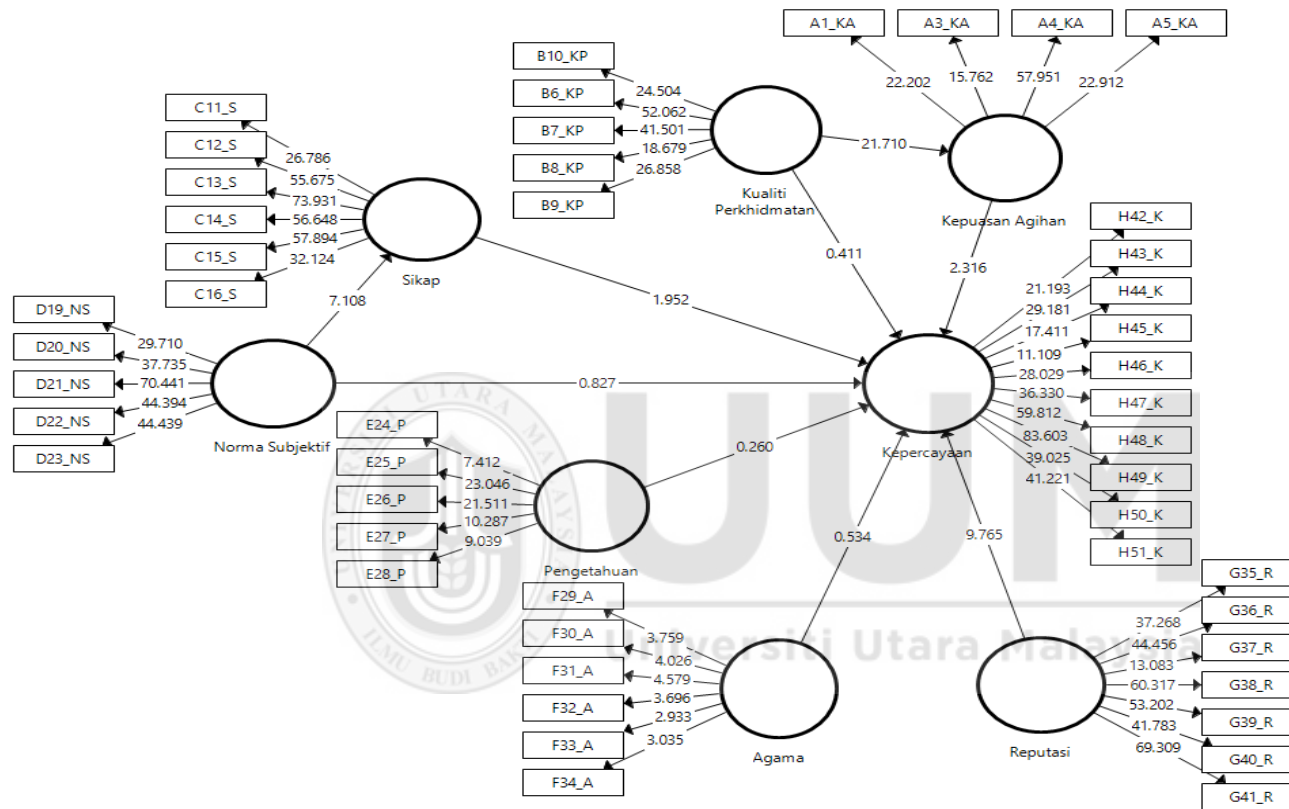
Preacher (2013) dan Preacher dan Hayes (2004, 2008) untuk melihat kesan ke atas faktor pengantara. Antara langkah yang dicadangkan ialah; (a) Mengenalpasti kesan hubungan langsung antara pembolehubah tidak bersandar dan pembolehubah bersandar, sama ada signifikan atau tidak. Dalam hal ini, Zhao, Lynch Jr., dan Chen (2010) memberi pendapat bahawa langkah ini bukanlah sesuatu syarat yang perlu dipenuhi kerana ianya memudahkan para penyelidik untuk mengkaji dan menghuraikan analisis pengantara; (b) Mengenalpasti kesan hubungan pembolehubah tidak bersandar terhadap pembolehubah bersandar melalui faktor pengantara. Jika signifikan, faktor pengantara boleh disahkan sebagai pengantara; (c) Mengira nilai *Variance Accounted For* (VAF) untuk menentukan sama ada faktor pengantara tersebut adalah mutlak atau sebahagian pengantara.

Dalam situasi ini, apabila nilai VAF kurang 20% menunjukkan tidak terdapat kesan faktor pengantara. Sebaliknya, apabila nilai VAF lebih 80%, ianya boleh dianggap sebagai pengantara mutlak. Manakala, apabila VAF terletak di antara 20% dan kurang dari 80% boleh dikategorikan sebagai sebahagian pengantara. Berikut merupakan langkah-langkah yang dilakukan oleh penyelidik untuk mengenalpasti kesan faktor pengantara seperti yang dibincangkan sebelum ini berdasarkan formula di bawah.

$$VAF = \frac{\text{Indirect effect}}{\text{total effect}}$$



Rajah 4.5
PLS Algorithm



Rajah 4.6
 Laluan Koefisien

Jadual 4.23

Keputusan Analisis Pembolehubah Pengantara (Mediator)

Hipotesis	Hubungan	Koefisien	Nilai t	Hasil Hipotesis Pengantara
H ₈	KP->KA->K	0.744	21.710***	Ya
H ₉	NS->S->K	0.456	7.108***	Ya

*Signifikan pada tahap *p<0.01, **p<0.05, ***p<0.001*

Berdasarkan Jadual 4.23, dapatan kajian menunjukkan bahawa faktor pengantara kepuasan agihan didapati positif dan signifikan terhadap hubungan antara kualiti perkhidmatan dan kepercayaan ($\beta = 0.744$; $t = 21.71$; $p < 0.01$). Manakala bagi pembolehubah pengantara yang kedua iaitu sikap turut didapati positif dan signifikan terhadap hubungan antara norma subjektif dan kepercayaan ($\beta = 0.456$; $t = 7.108$; $p < 0.01$). Oleh yang demikian, kedua-dua dapatan ini menyokong hipotesis (H₈ dan H₉). Seterusnya, kesan pengantaraan ini akan dilihat dengan lebih teliti berdasarkan saranan Hair et al. (2014) sama ada pengantara mutlak atau separa pengantara.

Jadual 4.24

Kesan Pengantara Kepuasan Agihan dan Sikap Terhadap Kepercayaan

Hipotesis	Hubungan	Hasil Hipotesis Pengantara
H ₈	Kualiti Perkhidmatan -> Kepuasan Agihan -> Kepercayaan 0.744 0.027	Pengantara Mutlak
H ₉	Norma Subjektif -> Sikap -> Kepercayaan 0.456 0.037	Pengantara Mutlak

Jadual 4.24 menunjukkan kedua-dua keputusan hubungan hipotesis (H₈ dan H₉) mempunyai kesan pengantara mutlak di dalam kajian ini. Pengiraan ini menunjukkan

H₈ mempunyai nilai VAF 0.96. Ini bermakna, 96% kesan kualiti perkhidmatan ke atas kepercayaan diterangkan melalui kepuasan agihan. Manakala H₉ mempunyai nilai VAF 0.92. Ini bermaksud, 92% kesan norma subjektif ke atas kepercayaan diterangkan melalui sikap. Sub topik berikutnya membentangkan keseluruhan ujian hipotesis.

4.10 Rumusan Ujian Hipotesis

Kajian ini menguji sebanyak sembilan hipotesis. Dapatan kajian menunjukkan terdapat hanya lima hipotesis yang disokong (H₁,H₃,H₇,H₈,H₉). Berikut merupakan rumusan ujian hipotesis.

Jadual 4.25

Rumusan Ujian Hipotesis

Hipotesis	Hubungan	Koefisien	Nilai t	Disokong/Tidak
H ₁	KA->K	0.142	2.333*	Disokong
H ₂	KP->K	0.027	0.414	Tidak disokong
H ₃	S->K	0.094	1.999*	Disokong
H ₄	NS->K	0.037	0.813	Tidak disokong
H ₅	A->K	0.026	0.543	Tidak disokong
H ₆	P->K	0.011	0.267	Tidak disokong
H ₇	R->K	0.660	9.630***	Disokong
H ₈	KP->KA->K	0.744	21.710***	Disokong (Pengantara mutlak)
H ₉	NS->S->K	0.456	7.108***	Disokong (Pengantara mutlak)

*Signifikan pada tahap *p<0.01, **p<0.05, ***p<0.001*

4.11 Perbincangan Dapatan Kajian

Berdasarkan keseluruhan hipotesis, terdapat sebanyak lima hipotesis yang menyokong kajian ini iaitu hipotesis H₁, H₃, H₇, H₈, dan H₉. Justeru, ini membuktikan bahawa terdapat tiga faktor yang dicadangkan dapat meningkatkan kepercayaan pihak berkepentingan terhadap institusi zakat. Antara faktor tersebut ialah kepuasan agihan, sikap dan reputasi. Perbincangan secara terperinci mengenai setiap faktor adalah seperti berikut.

4.11.1 Kepuasan Agihan

Hipotesis pertama (H₁) menunjukkan bahawa terdapat hubungan yang positif dan signifikan di antara kepuasan agihan dan kepercayaan. Hal ini menunjukkan kepuasan agihan merupakan satu elemen penting yang mendorong pihak berkepentingan untuk mempercayai institusi zakat. Kecekapan agihan merupakan nadi utama atau sebagai kayu pengukur kepada kejayaan sesebuah institusi zakat dalam melaksanakan tanggungjawabnya mengurus dana zakat yang diamanahkan oleh masyarakat. Agihan yang memuaskan memberi impak besar kepada pihak berkepentingan untuk terus menyalurkan zakat mereka kepada institusi formal.

Kajian lepas telah mengakui bahawa kepuasan agihan merupakan satu elemen penting mempengaruhi pembayaran zakat (Sanep & Hairunnizam, 2004). Dapatan ini selari dengan kajian oleh Hairunnizam dan Sanep (2014) yang menyatakan faktor kecekapan institusi zakat menguruskan hal kutipan dan agihan didapati signifikan dalam menarik kepercayaan pembayaran zakat melalui institusi formal. Agihan zakat yang tidak

memuaskan akan menyebabkan kebocoran zakat berlaku. Kajian ini turut disokong oleh Aninainie et al. (2013) dan Sanep et al. (2006) yang menyatakan bahawa semakin tinggi tingkat kepuasan agihan, semakin tinggi kepatuhan individu membayar zakat menerusi institusi formal. Seseorang yang patuh secara langsung bermaksud mereka turut mempercayai institusi zakat.

Agihan zakat yang memuaskan adalah penting bagi pihak berkepentingan. Hal ini kerana kepuasan merupakan perasaan yang timbul dalam diri sama ada sedih atau gembira hasil dari perbandingan persepsi dan harapan yang diinginkan. Jika pihak berkepentingan mendapati agihan adalah tidak seperti yang diharapkan, maka mereka tidak akan berasa puas dan seterusnya mengambil langkah untuk membayar zakat kepada saluran lain. Sebaliknya, jika mereka mendapati bahawa agihan adalah memuaskan seperti yang diharapkan, maka mereka akan berasa puas dan gembira terhadap institusi zakat.

Namun, dalam kajian ini menunjukkan bahawa pihak berkepentingan mempunyai tahap kepuasan agihan yang tinggi kerana hampir sebahagian responden adalah berpuas hati. Perkara ini berlaku mungkin kerana dengan kemajuan teknologi yang memberangsangkan, segala aktiviti yang dilakukan oleh institusi zakat telah disebarikan menerusi laman sosial seperti *Facebook*, *Twitter*, *Instagram*, *Whatapps* dan lain-lain membuka mata pihak berkepentingan. Sekaligus hal ini memberi peluang kepada institusi zakat mendekati diri dengan masyarakat. Penyebaran maklumat mengenai agihan ini memberi pengalaman positif kepada masyarakat di luar mengenai kewujudan institusi zakat. Impak yang positif menunjukkan bahawa wang zakat diagihkan dengan betul dan adil kepada kumpulan yang berhak (asnaf).

4.11.2 Kualiti Perkhidmatan

Hipotesis kedua (H_2) dalam kajian ini tidak mempengaruhi kepercayaan pihak berkepentingan terhadap institusi zakat. Namun demikian, kualiti perkhidmatan dalam kajian ini menunjukkan berada pada tahap sederhana. Kemungkinan faktor kualiti perkhidmatan berada pada tahap sederhana kerana terdapat pelbagai kaedah pembayaran zakat yang pelbagai seperti potongan gaji, mesin ATM, telefon pintar, secara dalam talian (online) dan lain-lain. Faktor lokasi yang jauh juga merupakan penyumbang utama masyarakat lebih terdorong untuk memilih jalan mudah menunaikan tanggungjawab mereka sebagai pembayar zakat. Hal ini menyebabkan mereka tidak bersemuka dengan pegawai zakat untuk berurusan secara langsung mengenai hal zakat. Justeru, hal ini sukar bagi pihak berkepentingan untuk menilai kualiti perkhidmatan yang ditawarkan oleh sesebuah institusi zakat dan memberi dapatan yang tidak tepat dalam kajian ini.

4.11.3 Sikap

Manakala hipotesis ketiga (H_3) juga membuktikan bahawa sikap juga merupakan faktor penting yang memberi pengaruh kepada kepercayaan pihak berkepentingan terhadap institusi zakat. Dapatan ini sehaluan dengan kajian lepas oleh Kamil, Derashid dan Engku Ismail (1997) yang menyatakan bahawa sikap kepatuhan sangat penting dalam menentukan kepatuhan untuk membayar zakat.

Sikap baik dan positif mampu menggalakkan pihak berkepentingan membayar zakat atau mempercayai institusi zakat. Dalam kajian ini, sikap berada pada tahap yang

tinggi. Hal ini mungkin kerana pihak berkepentingan beranggapan bahawa institusi zakat merupakan sebuah organisasi Islam yang menjaga ekonomi umat Islam. Oleh yang demikian, sebagai sebuah organisasi Islam, sudah semestinya institusi zakat akan melaksanakan urusan dana zakat dengan cemerlang bagi membantu masyarakat yang memerlukan dan sedikit sebanyak dapat membasmi kemiskinan. Namun sebaliknya, sikap negatif pula mampu mempengaruhi pihak berkepentingan untuk tidak mempercayai institusi zakat dan seterusnya menolak untuk membayar zakat menerusi institusi tersebut. Perkara ini boleh berlaku kerana masyarakat yang berbeza sikap mempunyai pendapat dan pandangan yang pelbagai mengenai institusi zakat. Penilaian yang negatif terhadap institusi zakat akan membentuk masyarakat bersikap negatif. Contohnya, segala isu yang timbul seperti laporan media mengenai penyelewengan pekerja zakat akan membentuk sikap masyarakat yang negatif.

Selain itu, peningkatan kutipan zakat pada setiap tahun juga merupakan salah satu punca pihak berkepentingan mempunyai tahap sikap yang tinggi terhadap institusi zakat. Kutipan yang memberangsangkan merupakan pendorong kepada masyarakat untuk menyalurkan zakat mereka menerusi institusi zakat. Mereka beranggapan bahawa semakin tinggi kutipan zakat, semakin ramai asnaf dapat dibantu. Ini menunjukkan bahawa wang yang disalurkan dalam bentuk zakat merupakan salah satu sumbangan besar yang dapat mereka berikan kepada masyarakat Islam yang memerlukan.

Oleh yang demikian, ini menunjukkan bahawa sikap merupakan salah satu faktor penting yang mempengaruhi niat seseorang untuk membayar zakat menerusi institusi

tersebut atau sebaliknya. Justeru, institusi zakat harus sentiasa mencari langkah atau membentuk modus operandi bagi membentuk sikap positif dalam masyarakat.

4.11.4 Norma Subjektif

Hasil dapatan kajian menunjukkan bahawa hipotesis keempat (H_4) bukan merupakan faktor penting mempengaruhi kepercayaan pihak berkepentingan terhadap institusi zakat. Norma subjektif atau kumpulan rujukan seperti pasangan, ibu bapa, rakan-rakan dan lain-lain membuktikan bahawa golongan ini tidak memberi kesan kepada pihak berkepentingan dalam membuat keputusan untuk membayar zakat kepada institusi zakat.

Hal ini mungkin disebabkan tanggungjawab membayar zakat adalah terletak pada keputusan individu itu sendiri. Perintah membayar zakat adalah wajib bagi setiap individu yang beragama Islam. Justeru, tanpa pengaruh norma subjektif dalam membuat keputusan untuk membayar zakat kepada institusi zakat, kewajipan untuk membayar zakat tetap terus dilakukan oleh mereka. Oleh yang demikian, norma subjektif bukanlah merupakan faktor penting dalam kajian ini.

4.11.5 Pengetahuan

Hipotesis kelima (H_5) turut menunjukkan bahawa faktor pengetahuan bukanlah merupakan faktor yang mempengaruhi kepercayaan pihak berkepentingan terhadap institusi zakat. Namun demikian, berdasarkan analisis skor min menunjukkan faktor ini berada pada tahap yang tinggi. Ini membuktikan bahawa ramai pihak

berkepentingan mempunyai pengetahuan mengenai zakat. Walau bagaimanapun, pengetahuan yang mereka miliki ini tidak mampu mempengaruhi tindakan mereka untuk membuat keputusan.

Selain itu, latar belakang pendidikan responden yang pelbagai turut memberi kesan kepada dapatan kajian yang tidak signifikan ini. Majoriti responden adalah mempunyai sarjana muda. Ini merupakan penyumbang utama kepada dapatan kajian ini.

4.11.6 Nilai Agama

Hipotesis keenam (H_6) menunjukkan bahawa faktor nilai agama tidak mempengaruhi kepercayaan pihak berkepentingan terhadap institusi zakat. Hal ini kerana nilai agama setiap individu tidak dapat diukur dengan pandangan manusia. Hanya Allah SWT sahaja yang mampu menilai hamba-Nya. Oleh yang demikian, dapatan ini membuktikan bahawa nilai agama bukan merupakan faktor penting dalam mempengaruhi kepercayaan.

Selain itu, faktor lain yang menyebabkan dapatan ini terhasil adalah mungkin kerana setiap individu mempunyai pandangan yang berbeza mengenai institusi zakat. Terdapat sesetengah individu beranggapan bahawa membayar zakat secara langsung kepada asnaf adalah lebih baik berbanding membayar kepada institusi zakat kerana beliau mempunyai pengetahuan tinggi mengenai agama. Namun sebaliknya, sesetengah individu beranggapan membayar zakat kepada institusi zakat adalah satu perkara yang wajib. Tanggapan yang berbeza ini sedikit sebanyak mempengaruhi dapatan kajian yang diperolehi.

4.11.7 Reputasi

Hipotesis ketujuh (H₇) membuktikan bahawa reputasi memberi pengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan. Reputasi yang cemerlang membentuk kepercayaan pihak berkepentingan terhadap institusi zakat. Dapatan ini disokong oleh kajian dalam pelbagai bidang (Moorman et al., 1993; Salamin & Hanappi, 2014). Ini menunjukkan bahawa reputasi merupakan faktor penting dalam merangsang kepercayaan.

Berdasarkan hasil analisis kajian, reputasi dalam kajian ini berada pada tahap sederhana. Hal ini bermaksud pandangan pihak berkepentingan mengenai reputasi institusi zakat berada pada paras sederhana. Ini membuktikan bahawa pihak berkepentingan merasakan institusi zakat mempunyai ciri-ciri pengurusan korporat yang baik dan boleh dipertingkatkan lagi. Hal ini boleh berlaku sekiranya keadaan institusi zakat berada pada paras yang membimbangkan di mana terdapatnya isu-isu negatif timbul. Antara isu yang hangat dibincangkan seperti hal penyelewengan dana zakat oleh pegawai zakat, isu birokrasi dalam pengagihan zakat dan lain-lain. Berita negatif mengenai zakat yang tersebar dengan meluas di media cetak dan elektronik boleh menyebabkan reputasi institusi zakat tercalar. Walau bagaimanapun, untuk mengatasi masalah reputasi, pihak zakat harus sentiasa menghebahkan program sosial yang dilakukan oleh mereka kepada masyarakat di media sosial agar dapat menimbulkan kesedaran pihak berkepentingan. Hal ini dapat mengeratkan silaturahim dan seterusnya menjadikan laman sosial lebih mesra pengguna.

Justeru, reputasi zakat perlu berada di tahap yang tinggi kerana institusi zakat merupakan sebuah organisasi Islam yang menyeru ke arah perbuatan baik melalui

penampilan akhlak dan peribadi yang tunjukkan oleh amil kepada masyarakat. Reputasi yang tinggi mampu membawa imej positif terhadap institusi zakat. Hal ini kerana ianya mampu mempengaruhi orang bukan Islam untuk mendekati diri kepada Islam. Selain itu, reputasi yang baik juga merupakan salah satu dakwah mendidik golongan muda mengenai kepentingan zakat dalam masyarakat. Oleh yang demikian, institusi zakat harus bersikap amanah, bertanggungjawab, jujur dan adil dalam menguruskan dana zakat yang diamanahkan oleh masyarakat kepada mereka dan pada masa yang sama para amil perlu bersifat profesionalisme.

4.12 Rumusan

Pada bab ini telah diterangkan mengenai analisis data dan dapatan kajian. Analisis kesahan kandungan yang dilakukan mengekalkan item sedia ada iaitu pembolehubah kualiti perkhidmatan, norma subjektif, nilai agama, pengetahuan dan reputasi. Namun begitu terdapat perubahan terhadap konstruk kepuasan agihan dan sikap di mana terdapat tiga item terpaksa digugurkan (A2_KA, C17_S dan C18_S).

Kemudian, analisis setiap pembolehubah dilakukan untuk mengetahui tahap sama ada rendah, sederhana atau tinggi. Skor nilai min menunjukkan terdapat lima pembolehubah mencatatkan skor min tinggi iaitu KA, S, NS, P, dan A. Manakala selebihnya mencatatkan nilai skor min sederhana iaitu pembolehubah K, KP, dan R.

Seterusnya, melalui analisis *bootstrapping path coefficient* untuk mengkaji hubungan secara langsung pula mendapati hanya tiga faktor iaitu kepuasan agihan, sikap dan reputasi mempunyai hubungan signifikan yang positif dengan kepercayaan. Sementara

itu, empat faktor lain iaitu kualiti perkhidmatan, norma subjektif, nilai agama dan pengetahuan tidak mempunyai hubungan dengan kepercayaan.

Di samping itu, analisis *path coefficient* juga mendapati kepuasan agihan memainkan peranan sebagai faktor pengantara mutlak dalam hubungan antara kualiti perkhidmatan dan kepercayaan. Manakala faktor sikap juga didapati memainkan peranan sebagai pengantara mutlak dalam hubungan antara norma subjektif dan kepercayaan. Bab 5 berikutnya akan membincangkan dapatan kajian mengenai implikasi kajian terhadap teori, pengukuran dan dasar, batasan kajian, cadangan kajian susulan, dan rumusan kajian.



BAB 5

KESIMPULAN DAN CADANGAN

5.1 Pengenalan

Bab 5 ini membincangkan tujuh bahagian utama dapatan kajian yang diperolehi daripada Bab 4, dapatan kajian lepas di Bab 2 dan hipotesis yang telah dibangunkan di Bab 3. Bahagian pertama membincangkan ringkasan kajian yang terdiri daripada aspek latar belakang, objektif, metodologi dan penemuan kajian. Bahagian kedua mengenai perbincangan dan rumusan yang melibatkan ulasan berkaitan objektif dan dapatan kajian serta perkaitan dengan teori dan penemuan kajian-kajian lepas. Seterusnya, bahagian ketiga memaparkan implikasi kajian terhadap teori dan praktikal, manakala implikasi kepada pengukuran dan dasar dalam bahagian keempat dan kelima. Bahagian keenam membincangkan mengenai batasan kajian, cadangan kajian lanjutan dan diikuti dengan rumusan kajian pada bahagian ketujuh.

5.2 Ringkasan Kajian

Kutipan zakat merupakan sumber utama bagi membangunkan ekonomi Islam dan ia memainkan peranan penting dalam menyejahterakan ummah. Namun, kepercayaan yang rendah dalam kalangan masyarakat menyebabkan mereka membayar secara terus kepada asnaf. Ini memberi kesan kepada kutipan zakat tidak berkembang secara meluas dan hasil yang diperolehi gagal mencapai tahap yang dikehendaki. Di negara ini, masalah kebocoran zakat telah lama berlaku namun ia masih gagal diatasi sepenuhnya walaupun terdapat pelbagai usaha yang telah dijalankan. Pembayar zakat

kurang patuh untuk membayar zakat melalui institusi formal kerana wujud sikap tidak percaya mereka terhadap institusi zakat. Mengapa fenomena ini berlaku belum dapat diterangkan oleh literatur secara terperinci kerana kebanyakan kajian lepas lebih menfokuskan kepada kajian mengenai kepatuhan pembayaran zakat. Justeru itu, tujuan utama kajian ini dilakukan adalah untuk mengenalpasti faktor-faktor yang mempengaruhi kepercayaan pihak berkepentingan terhadap institusi zakat.

Bagi memahami kepercayaan pihak berkepentingan, kajian ini menggunakan teori pihak berkepentingan yang diperkenalkan oleh Freeman (1984). Teori ini digunakan kerana ia menyediakan asas yang baik bagi menyiasat kepercayaan pihak berkepentingan. Kajian ini telah menetapkan empat objektif utama. Pertama, mengenalpasti tahap kepercayaan pihak berkepentingan terhadap institusi zakat. Objektif kedua adalah untuk mengkaji pengaruh faktor kepuasan agihan, kualiti perkhidmatan, sikap, norma subjektif, pengetahuan, nilai agama dan reputasi ke atas tahap kepercayaan pihak berkepentingan terhadap institusi zakat. Objektif ketiga pula adalah untuk mengenalpasti sama ada sikap memberi kesan pengantara (mediation) terhadap hubungan antara norma subjektif dan kepercayaan pihak berkepentingan terhadap institusi zakat. Akhir sekali objektif keempat adalah untuk mengenalpasti sama ada sikap memberi kesan pengantara (mediation) terhadap hubungan antara norma subjektif dan kepercayaan pihak berkepentingan terhadap institusi zakat.

Data kajian ini dikumpul melalui soal selidik daripada responden yang terdiri daripada pihak berkepentingan zakat di Kedah. Sampel dipilih daripada 823,187 orang penduduk Islam yang bekerja di 12 daerah di Kedah dengan menggunakan teknik pensampelan kawasan pelbagai lapisan dan rawak mudah. Sebanyak 500 soal selidik

telah diedarkan dengan tangan kepada subjek tetapi hanya 230 borang soal selidik sahaja yang dapat digunakan untuk dianalisis.

Lima peringkat analisis data telah dilakukan. Peringkat pertama melibatkan penyaringan data dengan menggunakan ujian maklum balas bias, dan mengenalpasti pensisih (*outliers*). Setelah melepasi peringkat pertama, analisis deskriptif setiap pembolehubah kajian dilakukan bertujuan untuk mengetahui nilai min dan seterusnya mengenalpasti tahap pembolehubah kepercayaan sama ada rendah, sederhana atau tinggi untuk menjawab objektif pertama kajian. Seterusnya, analisis penilaian model pengukuran dijalankan pada peringkat kedua. Tujuan analisis ini dilakukan adalah untuk mengenalpasti kebolehpercayaan dan kesahan pada setiap konstruk sebelum analisis multivariat dijalankan pada peringkat ketiga. Pada peringkat ini, kaedah *bootstrapping* digunakan untuk mengetahui nilai *path coefficient* dalam menentukan sama ada terdapat hubungan di antara pembolehubah bebas dan pembolehubah bersandar bagi menjawab objektif kedua. Manakala analisis yang sama turut diaplikasikan bagi menjawab objektif ketiga dan keempat iaitu melihat peranan faktor pengantara. Secara umumnya, semua objektif kajian berjaya dicapai. Pada bahagian berikutnya akan diterangkan mengenai keputusan dan objektif kajian.

5.3 Keputusan dan Objektif Kajian

Perbincangan mengenai dapatan kajian dibahagikan mengikut objektif yang telah ditetapkan. Tujuan pembahagian ini adalah untuk memberi gambaran sebenar dan terperinci bagi setiap persoalan, objektif dan hipotesis kajian yang dicadangkan.

5.3.1 Objektif Pertama: Mengenalpasti Tahap Kepercayaan Pihak Berkepentingan Terhadap Institusi Zakat

Objektif pertama kajian ini ialah untuk mengenalpasti tahap kepercayaan pihak berkepentingan terhadap institusi zakat. Kepercayaan dalam kajian ini dikonseptualkan sebagai jaminan yang diberikan oleh pihak institusi zakat kepada pihak berkepentingan dari segi pengurusan dana zakat adalah memuaskan dan dipercayai.

Analisis deskriptif telah dijalankan untuk menjawab persoalan kajian pertama dan seterusnya menjawab objektif pertama. Kesemua pembolehubah ini menggunakan skala likert lima mata. Dalam kajian mendapati min dan jumlah skor min untuk kepercayaan berada pada tahap sederhana. Dapatan kajian ini adalah selari dengan beberapa kajian lepas seperti Hairunnizam et al. (2010), Md Hairi (2009), Raudha et al. (2011), Sanep dan Hairunnizam (2005b), dan Sanep et al. (2006) yang menyatakan bahawa masih terdapat individu yang membayar zakat menerusi saluran tidak rasmi kerana tiada kepercayaan terhadap institusi zakat. Antara punca berlakunya perkara ini ialah terdapat beberapa laporan mengenai ketidakcekapan agihan zakat dan lebih dana zakat tidak diagihkan sepenuhnya kepada asnaf-asnaf yang layak. Justeru, hasil penemuan kajian menyokong objektif pertama kajian ini yang menyatakan bahawa tahap kepercayaan pihak berkepentingan terhadap institusi zakat berada pada tahap sederhana.

Kepercayaan telah dibuktikan kepentingannya berdasarkan kajian lepas dalam usaha untuk mengukuhkan sesebuah hubungan di antara masyarakat, organisasi, individu

dan sistem (Dwyer et al., 1987; Adrian Sargeant & Lee, 2002; Schoorman et al., 2007). Kajian Sargeant dan Lee (2002) telah membuktikan bahawa apabila masyarakat mempunyai tahap kepercayaan yang rendah terhadap sesebuah organisasi bukan berasaskan keuntungan, maka keinginan mereka untuk menyalurkan derma dan sokongan akan menurun. Hal ini boleh disamakan dengan institusi zakat kerana institusi ini juga bukan organisasi yang berasaskan keuntungan dan perkara yang sama akan berlaku jika masalah ini berlaku.

Dalam usaha mengatasi situasi ini, institusi zakat harus membina hubungan yang erat dengan masyarakat agar kepercayaan dapat ditingkatkan. Usaha institusi zakat untuk berkongsi maklumat yang penting secara telus (jumlah kutipan dan agihan) kepada pihak berkepentingan mampu meningkatkan kepercayaan mereka. Disamping itu, pendedahan maklumat ini akan memberi penerangan kepada pihak berkepentingan bahawa institusi zakat tidak memperuntukkan dana zakat untuk perkhidmatan lain, penyelewengan terhadap pembayar dan penerima zakat dengan mengagihkan dana zakat secara adil dan seterusnya membuktikan bahawa mereka menjalankan aktiviti yang patuh syariah. Mempunyai ahli lembaga pengarah yang pakar dalam pelbagai bidang juga memberi kesan kepada peningkatan kecekapan urusan dana kerana setiap ahli tentunya mempunyai pengalaman dan kemahiran yang berbeza. Justeru, kelebihan yang dimiliki oleh setiap ahli lembaga pengarahnya yang berpengalaman dalam pelbagai bidang mampu memberi persepsi positif kepada masyarakat dan menyuntik kepercayaan dalam diri mereka.

Selain itu, penyampaian maklumat yang konsisten dan bersifat terbuka kepada pihak berkepentingan menunjukkan institusi zakat melaksanakan urusan zakat dengan cekap

dan amanah. Ini sekaligus dapat menanamkan sifat kepercayaan di dalam diri pihak berkepentingan ini. Justeru, persepsi positif ini mampu membina kepercayaan yang baik kepada institusi zakat. Tambahan pula, kepercayaan yang baik mampu meningkatkan hasil kutipan zakat di samping memberi kesan kepada peningkatan keyakinan orang ramai.

5.3.2 Objektif Kedua: Mengenalpasti Pengaruh Faktor Kepuasan Agihan, Kualiti Perkhidmatan, Sikap, Norma Subjektif, Pengetahuan, Nilai Agama dan Reputasi Terhadap Kepercayaan Pihak Berkepentingan Institusi Zakat

Objektif kajian yang kedua adalah untuk menentukan pengaruh faktor kepuasan agihan, kualiti perkhidmatan, sikap, norma subjektif, pengetahuan, nilai agama, dan reputasi terhadap kepercayaan pihak berkepentingan zakat terhadap institusi zakat. Dapatan kajian mendapati bahawa hanya sebahagian daripada objektif kedua ini tercapai. Berikut diterangkan secara jelas mengenai dapatan hubungan faktor-faktor tersebut.

5.3.2.1 Kepuasan Agihan Terhadap Kepercayaan Institusi Zakat

Dalam kajian ini, faktor kepuasan agihan merujuk kepada jangkaan dan harapan pihak berkepentingan terhadap pengurusan dan sistem agihan dana zakat yang baik. Jika jangkaan dan harapan yang diinginkan oleh pihak berkepentingan ini tidak dapat dipenuhi, maka mereka tidak akan merasai kepuasan. Sebaliknya, jika apa yang diharapkan melebihi jangkaan, mereka akan berasa puas dan gembira. Ini adalah sehaluan dengan definisi yang diberikan oleh Oliver dan Burke (1999) iaitu keinginan

yang dapat dipenuhi dengan perasaan puas hati. Kepuasan agihan dalam kajian ini dihipotesiskan mempunyai hubungan positif dengan kepercayaan (H_1).

Menerusi faktor kepuasan agihan, dapatan kajian mendapati faktor ini memaparkan hubungan yang signifikan terhadap kepercayaan institusi zakat. Hubungan signifikan antara kepuasan dan kepercayaan adalah sejajar dengan penemuan kajian-kajian lepas dalam aspek kepatuhan pembayaran zakat seperti Hairunnizam dan Sanep (2014) dan Sanep dan Hairunnizam (2005a). Kajian di Selangor mendapati agihan zakat yang tidak memuaskan memberi kesan kepada kebocoran pembayaran zakat di institusi formal (Hairunnizam & Sanep, 2014). Implikasinya, dapatan ini mampu mempengaruhi kepercayaan masyarakat untuk membayar zakat di institusi formal.

Selain itu, persepsi negatif masyarakat terhadap agihan zakat secara langsung menyebabkan pembayar zakat mencari alternatif lain untuk membayar zakat terus kepada asnaf. Hal ini kerana, perasaan puas hati merupakan salah satu faktor yang mendorong individu dalam menentukan tempat pembayaran zakat dilakukan. Semakin tinggi perasaan puas hati individu terhadap pengurusan agihan pusat zakat, semakin tinggi tahap kepercayaan untuk membayar zakat di institusi formal.

Dalam kajian ini, pihak berkepentingan yang mempunyai kepuasan agihan yang tinggi mendorong mereka untuk mempercayai institusi zakat adalah kuat berbanding mereka yang rendah tahap kepuasan agihan. Penemuan yang sama turut dilaporkan dalam kajian-kajian lepas dalam bidang zakat (Aninainie et al., 2013; Hairunnizam & Sanep, 2014; Sanep & Zulkifli, 2010; Sanep & Hairunnizam, 2004; Sanep et al., 2006; Wahid et al., 2005).

Berdasarkan analisis skor min setiap item kepuasan agihan mencatatkan berada pada tahap sederhana. Namun demikian, ramai responden tidak bersetuju bahawa orang ramai merungut terhadap sistem agihan. Hal ini kerana mereka beranggapan bahawa asnaf yang berhak seperti fakir dan miskin mendapat wang zakat daripada institusi zakat dan diagihkan secara adil. Selain itu, mereka juga turut bersetuju bahawa wang zakat diuruskan dengan baik. Justeru, tanggapan yang positif ini menyebabkan dapatan kajian mempunyai hubungan yang signifikan terhadap kepercayaan. Walau bagaimanapun, keyakinan dan kepercayaan pihak berkepentingan harus diberikan perhatian sewajarnya agar dapat menambahbaikkan dan memantapkan pengurusan agihan zakat ke arah mencapai kepuasan agihan pembayar zakat yang tinggi.

5.3.2.2 Kualiti Perkhidmatan Terhadap Kepercayaan Institusi Zakat

Kualiti perkhidmatan dalam kajian ini didefinisikan sebagai perbezaan di antara harapan atau jangkaan dengan pencapaian sebenar (Grönroos, 1984; Parasuraman et al., 1994). Kajian lepas membuktikan bahawa kualiti perkhidmatan adalah penting bagi mempengaruhi kepercayaan pelanggan (Hazra et al., 2009; Kantsperger & Kunz, 2010). Namun, penemuan dalam kajian ini adalah tidak sehaluan dengan kajian-kajian terdahulu kerana dapatan kajian mendapati bahawa kualiti perkhidmatan tidak mempunyai hubungan dengan kepercayaan. Sebab utama yang menyumbang kepada dapatan ini adalah perbezaan persekitaran, populasi kajian dan keadaan sesuatu sistem pentadbiran yang berbeza. Kebanyakan literatur lebih memfokuskan kepada kajian yang melibatkan kepada organisasi perniagaan yang bersifat keuntungan. Hal ini berbeza dengan persekitaran zakat yang merupakan sebuah organisasi bukan bersifat keuntungan yang unik. Institusi zakat dikatakan unik kerana ianya mempunyai

undang-undang yang berbeza di setiap negeri dan penguatkuasaan adalah lemah berbanding kajian-kajian terhadap organisasi lain.

Selain itu, kajian ini turut menemui majoriti responden menjawab tidak pasti dalam menilai kualiti perkhidmatan yang ditawarkan oleh institusi zakat. Ini kerana kebanyakan mereka tidak mempunyai pengalaman secara langsung berurusan dengan staf institusi zakat. Ini mungkin disebabkan oleh kaedah pembayaran zakat yang pelbagai yang lebih menjurus ke arah penggunaan teknologi moden seperti melalui mesin ATM, telefon pintar atas talian (online) dan sebagainya. Oleh yang demikian, pembayar zakat boleh memilih saluran yang mereka sukai untuk membayar zakat sama ada pembayaran melalui atas talian atau secara tunai di kaunter zakat. Selain itu, pengaruh persekitaran seperti rumah responden jauh dari institusi zakat juga memberi kesan kepada mereka tidak berurusan terus dengan pihak institusi zakat. Oleh yang demikian, keadaan ini mampu mempengaruhi data yang terkumpul. Hal ini sedikit sebanyak mempengaruhi penemuan kajian ini yang mendapati sumbangan kualiti perkhidmatan bukan merupakan faktor utama dalam mempengaruhi kepercayaan.

5.3.2.3 Sikap Terhadap Kepercayaan Institusi Zakat

Sikap adalah pembolehubah yang penting dalam mempengaruhi kelakuan atau gelagat seseorang (Ajzen, 1991; Fazio et al., 1989). Sikap juga diandaikan memberi kesan secara langsung kepada kepercayaan seseorang. Dalam mencapai sesuatu keputusan, sikap merupakan elemen utama dalam pencapaian keputusan tersebut. Manakala dalam teori gelagat terancang, Ajzen (1991) mendefinisikan sikap sebagai penilaian individu terhadap sesuatu penerimaan atau sebaliknya dalam melaksanakan sesuatu

gelagat. Sikap yang positif, seronok dan optimis (Fazio et al., 1989) terhadap institusi zakat dapat menggalakkan pembayar zakat untuk membayar zakat secara terus kepada institusi tersebut. Oleh yang demikian, sikap dalam kajian ini telah dihipotesiskan mempunyai hubungan positif dengan kepercayaan (H₃).

Hasil analisis kajian ini turut menyokong hipotesis yang dicadangkan bahawa faktor sikap positif memainkan peranan penting dalam mempengaruhi kepercayaan terhadap institusi zakat. Dapatan kajian ini mendapati terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara sikap dan kepercayaan terhadap institusi zakat. Penemuan kajian ini adalah konsisten dengan kajian-kajian lepas dalam persekitaran zakat namun berbeza skop kajian seperti Zainol dan Kamil (2009) dan Ram al-Jaffri et al. (2010). Selain itu, dalam bidang lain pula mendapati keputusan yang sama juga berbeza skop kajian seperti niat gelagat penerimaan perbankan Islam (Echchabi et al., 2016), niat gelagat keusahawanan (Kautonen et al., 2013; Malebana, 2014) dan gelagat penggunaan teknologi perdagangan mudah alih (m-commerce) (Mishra, 2014).

Sikap merupakan elemen utama dalam membuat sesuatu keputusan. Hal ini begitu juga dengan kajian ini iaitu individu yang mempunyai sikap positif akan lebih cenderung untuk membuat keputusan mempercayai institusi zakat berbanding individu yang mempunyai sikap negatif. Shook dan Bratianu (2010) menyatakan bahawa satu pembentukan sikap adalah berasaskan kepada kepercayaan seseorang terhadap kemungkinan hasil yang diperolehi. Semakin tinggi kemungkinan kebaikan hasil tersebut, semakin kuat niat untuk melakukan kelakuan tersebut dan begitulah sebaliknya.

Hal ini selari dengan teori latitud sikap iaitu sikap merupakan keadaan seseorang sama ada untuk menerima atau menolak sesuatu perkara. Mereka akan sentiasa berpandangan bahawa institusi zakat merupakan sebuah organisasi yang menjaga kebajikan sosial umat Islam sudah tentunya akan menjalankan tanggungjawab yang diamanahkan oleh pembayar zakat dengan cemerlang. Mereka berasa lapang dan senang hati membayar zakat kepada institusi ini. Justeru, pembentukan sikap ini memberi pengaruh terhadap dapatan kajian yang menyatakan bahawa faktor sikap mempunyai hubungan dengan kepercayaan.

5.3.2.4 Norma Subjektif Terhadap Kepercayaan Institusi Zakat

Norma subjektif adalah kepercayaan seseorang yang terbina daripada pengaruh faktor sosial atau kumpulan rujukan yang rapat dengan dirinya dalam membuat keputusan (Fishbein & Ajzen, 1975; Hanno & Violette, 1996; Eagly & Chaiken, 1993). Kumpulan rujukan ini lebih cenderung berperanan dalam memberi pendapat, menasihati dan menyokong sesuatu perbuatan seseorang. Menurut Zainol, Kamil, dan Faridahwati (2009), norma subjektif dihubungkan dengan kepercayaan yang disampaikan oleh orang lain, sama ada daripada individu atau/dan melalui maklum balas daripada sesebuah kumpulan. Norma subjektif boleh difahami sebagai satu tindak balas seseorang untuk melakukan sesuatu perkara akibat tekanan atau kepercayaan seseorang yang penting baginya dalam melakukan perkara tersebut. Dalam kajian ini, norma subjektif dihipotesiskan mempunyai hubungan positif dengan kepercayaan (H₄).

Dapatan kajian ini mendapati ianya selari dengan kajian lepas oleh Nurul Huda et al., (2012) dalam persekitaran zakat di mana norma subjektif tidak mampu mempengaruhi niat untuk membayar zakat. Penemuan ini menunjukkan bahawa responden tidak dipengaruhi oleh kumpulan rujukan utama mereka seperti ibu bapa, rakan sebaya, majikan, organisasi, pasangan dan media massa. Hal ini bermaksud bahawa kepercayaan seseorang terhadap institusi zakat sangat bergantung kepada diri sendiri dan kumpulan rujukan bukanlah merupakan faktor utama dalam memberi sokongan dan galakan. Ini kerana, membayar zakat merupakan tiang agama dan setiap individu Islam wajib mematuhi suruhan Allah SWT. Selain daripada norma subjektif, terdapat faktor lain seperti individu dan organisasi mampu memberi motivasi kepada seseorang untuk mempercayai insitusi zakat.

5.3.2.5 Pengetahuan Terhadap Kepercayaan Institusi Zakat

Ilmu pengetahuan merupakan faktor penting dalam menentukan bagaimana amalan perlu dilakukan. Hal ini kerana, dengan adanya ilmu pengetahuan, ianya berupaya mempengaruhi gelagat seseorang untuk membuat sesuatu keputusan (Hungerford & York, 1990). Kelakuan atau tindakan seseorang dalam membuat sesuatu keputusan bergantung kepada kepercayaan, keyakinan dan perasaan dirinya yang terhasil melalui pemahaman dan pengetahuan yang diperolehinya daripada pelbagai sumber (Sanep Ahmad & Zulkifli, 2010).

Penyelidik lepas memberi pandangan bahawa pengetahuan pelanggan merupakan satu tindakan yang bernilai kepada proses perkhidmatan di mana firma dapat meningkatkan nilai ditanggap dan akhirnya mencapai hubungan saling mempercayai antara

pelanggan adalah lebih mendalam (Eisingerich & Bell, 2008). Selain itu, pengetahuan pelanggan juga akan memberi kesan kepada cara di mana kualiti perkhidmatan itu dilihat dan kesannya ke atas kepercayaan (Eisingerich & Bell, 2008). Justeru itu, pengetahuan dalam kajian ini telah dihipotesiskan sebagai mempunyai hubungan positif dan signifikan dengan kepercayaan (H₅).

Namun demikian, dalam kajian ini, pengetahuan didapati tidak mempunyai hubungan positif dan signifikan dengan kepercayaan. Ini menunjukkan bahawa pengetahuan tidak mempengaruhi kepercayaan. Salah satu faktor keadaan ini tidak konsisten dengan kajian lepas mungkin disebabkan oleh latar belakang pendidikan dan fahaman politik yang berbeza. Justeru, keadaan ini sedikit sebanyak mempengaruhi hasil dapatan kajian. Di samping itu, hasil dapatan ini turut menunjukkan bahawa mekanisme yang sedia ada kurang berkesan dalam mendidik pihak berkepentingan mengenai zakat.

Tambahan pula, sikap pihak berkepentingan yang tidak mengambil berat untuk mendalami ilmu berkaitan zakat dan lebih gemar merujuk kepada pihak bukan berautoriti iaitu selain daripada pihak zakat untuk mendapatkan ilmu pengetahuan merupakan punca kepada dapatan kajian ini tidak signifikan. Pengetahuan yang diperolehi oleh pihak berkepentingan mengenai institusi zakat dari pihak bukan berautoriti mungkin boleh menjejaskan persepsi mereka kepada institusi tersebut lebih bersifat negatif. Persepsi negatif ini boleh menyebabkan kepercayaan terhadap institusi zakat turut menurun. Justeru, pihak institusi zakat harus bertanggungjawab untuk mendedahkan pengetahuan mengenai zakat kepada golongan ini melalui program pendidikan yang lebih berkesan.

5.3.2.6 Nilai Agama Terhadap Kepercayaan Institusi Zakat

Nilai keagamaan ditakrifkan sebagai garis panduan yang perlu diikuti oleh Muslim dalam melaksanakan aktiviti harian dan pertimbangan akhir mereka untuk menunaikan kewajipan membayar zakat (Kamil et al., 2012). Nilai agama mampu mendorong seseorang individu untuk melaksanakan perkara kebaikan. Individu yang memiliki keimanan akan mentaati perintah Allah SWT. Tambahan pula, nilai agama mampu memberi kesan kepada nilai diri, tabiat, sikap dan cara hidup individu. Pelaksanaan seseorang terhadap rukun Islam menunjukkan ketinggian iman dan kesungguhan mematuhi hukum yang diperintahkan oleh Allah SWT.

Walau bagaimanapun, ketinggian iman ini adalah bergantung kepada sejauh mana individu itu memahami dan menghayati konsep agama Islam itu sendiri (Abdullah Nasih Ulwan, 1988). Individu yang mempunyai nilai agama yang tinggi akan lebih terdorong untuk menunaikan zakat berbanding individu yang rendah nilai agamanya (Kamil et al., 2012; Mohd Ali et al., 2004; Nurul Huda et al., 2012). Ini disebabkan mereka berusaha untuk melaksanakan kewajipan yang diperintah Allah SWT.

Selain itu, mematuhi arahan pemerintah juga merupakan tanggungjawab umat Islam untuk mematuhiinya selagi perintah tersebut tidak melanggar ajaran Islam. Dengan itu, orang yang tinggi nilai agama akan mempercayai institusi zakat kerana mereka percaya bahawa institusi ini merupakan organisasi yang menjaga kebajikan masyarakat Islam yang terdiri daripada lapan asnaf yang memerlukan bantuan. Justeru, nilai agama telah dihipotesiskan mempunyai hubungan positif dan signifikan dengan kepercayaan pihak berkepentingan terhadap institusi zakat (H_6).

Bagi pembolehubah nilai agama, penemuan kajian menunjukkan bahawa nilai agama tidak mempunyai hubungan positif dan signifikan dengan kepercayaan terhadap institusi zakat. Ini menunjukkan bahawa nilai agama tidak mampu untuk mempengaruhi kepercayaan terhadap institusi zakat. Dapatan ini adalah berbeza dengan kajian terdahulu. Dapatan yang bertentangan mungkin disebabkan oleh kajian ini adalah berbeza dari skop serta bidang kajian. Kebanyakan kajian lepas lebih tertumpu kepada kajian mengenai kepatuhan zakat berbanding kajian mengenai kepercayaan.

Selain itu, dapatan yang berbeza ini mungkin disebabkan oleh nilai agama adalah sukar untuk diukur kerana ianya bersifat kompleks (Robinson dan Shaver, 1973). Hal ini kerana, nilai agama seseorang tidak dapat dinilai dengan tepat oleh sesama manusia kerana keimanan seseorang hanya dapat dinilai oleh Allah SWT sahaja. Walau bagaimanapun, nilai agama mencatatkan tahap yang tinggi. Ramai responden bersetuju bahawa Allah SWT banyak memberi petunjuk dan sembahyang lima waktu yang dilakukan banyak membantu dalam urusan kehidupan mereka.

5.3.2.7 Reputasi Terhadap Kepercayaan Institusi Zakat

Reputasi merujuk kepada sejauh mana sesuatu institusi dipandang di mata pengguna (Weiss et al., 1999). Reputasi juga merupakan tanggapan keseluruhan pihak berkepentingan terhadap prestasi syarikat dari masa ke semasa (Richard & Zhang, 2012). Maklumat yang positif boleh meningkatkan kepercayaan pelanggan. Hal ini selari dengan Abratt dan Kleyn (2012) yang menyatakan bahawa pengalaman lepas terhadap produk dan reputasi syarikat akan membentuk keyakinan pengguna terhadap

sesebuah syarikat. Justeru, reputasi telah dihipotesiskan mempunyai hubungan positif dengan kepercayaan (H₇).

Analisis yang dijalankan dalam kajian ini mendapati reputasi mempunyai hubungan positif dan signifikan dengan kepercayaan terhadap institusi zakat. Ini menunjukkan bahawa reputasi mempengaruhi kepercayaan. Dapatan kajian ini selari dengan penemuan kajian terdahulu dalam bidang perbankan (Salamin & Hanappi, 2014). Ini menunjukkan semakin tinggi reputasi, semakin tinggi kepercayaan terhadap institusi zakat. Reputasi dan kecekapan sesebuah organisasi merupakan asas penting dalam kepercayaan. Tambahan pula, reputasi yang baik merupakan sumber strategik yang berharga dalam sesebuah organisasi kerana ianya mampu menyumbang kelebihan daya saing yang mampan dan sukar untuk ditiru oleh pesaing (Keh & Xie, 2009).

Berdasarkan skor min, dapatan kajian menunjukkan reputasi berada pada tahap sederhana. Kebanyakan responden bersetuju bahawa institusi zakat mempunyai imej institusi Islam yang berwawasan. Umumnya, pihak berkepentingan lebih memfokuskan kepada reputasi sesebuah institusi zakat terlebih dahulu sebelum mempercayai institusi tersebut. Apabila reputasi dikenalpasti adalah memuaskan, barulah mereka akan membuat keputusan untuk mempercayai institusi tersebut dan seterusnya cenderung untuk membayar zakat kepada institusi tersebut. Namun sebaliknya, apabila reputasi dipandang rendah, maka ianya memberi kesan kepada pihak berkepentingan untuk menolak membayar zakat kepada institusi zakat kerana mereka akan mempunyai rasa keraguan. Oleh yang demikian, reputasi institusi zakat perlu berada pada tahap yang tinggi agar dapat meraih kepercayaan pihak berkepentingan, menggalakkan pembayar untuk setia dan seterusnya menambahkan

kutipan zakat. Justeru, sesebuah organisasi yang mendapat persepsi reputasi yang positif dari masyarakat akan memberikan impak yang positif kepada kepuasan pelanggan, kepercayaan, dan kesetiaan (Bartikowski & Walsh, 2011).

5.3.3 Objektif Ketiga: Mengenalpasti sama ada Kepuasan Agihan Memberi Kesan Pengantara (Mediation) Terhadap Hubungan antara Kualiti Perkhidmatan dan Kepercayaan Pihak Berkepentingan Terhadap Institusi Zakat.

Objektif ketiga ialah untuk mengenalpasti sama ada pembolehubah pengantara iaitu kepuasan agihan memberi kesan pengantara terhadap hubungan antara kualiti perkhidmatan dan kepercayaan pihak berkepentingan terhadap institusi zakat atau sebaliknya. Seperti yang dibincangkan sebelum ini, kepuasan agihan dilihat mempunyai hubungan signifikan terhadap kepercayaan berbanding faktor kualiti perkhidmatan. Walaupun kualiti perkhidmatan tidak mempengaruhi kepercayaan secara langsung, namun kepuasan agihan menunjukkan hubungan positif dan signifikan sebagai pengantara dalam hubungan antara kualiti perkhidmatan dan kepercayaan terhadap institusi zakat. Dapatan ini turut menunjukkan kesan mutlak (*fully mediation*) dalam hubungan tersebut. Penemuan ini konsisten dengan hasil dapatan dari persekitaran kajian yang lain (Cronin et al., 2000; Lee & Lin, 2005; Jayawardhena & Farrell, 2011).

Hal ini dapat dijelaskan bahawa apabila kepuasan agihan pihak berkepentingan berada pada tahap yang tinggi, kecenderungan mereka untuk mempercayai institusi zakat adalah tinggi walaupun kualiti perkhidmatan tidak menunjukkan kesan signifikan.

Fenomena ini berlaku kerana kebanyakan pihak berkepentingan tidak mempunyai pengalaman secara langsung berinteraksi dengan institusi zakat untuk menilai perkhidmatan yang ditawarkan. Tambahan pula, penyediaan saluran yang pelbagai untuk membayar zakat merupakan penyumbang utama kepada dapatan ini. Walaupun kualiti perkhidmatan bukan faktor kepada kepercayaan, namun kepuasan agihan zakat tetap menunjukkan kesan pengantara kepada kualiti perkhidmatan dan kepercayaan. Justeru, ini membuktikan bahawa kepuasan agihan zakat yang cemerlang lebih diutamakan oleh pihak berkepentingan berbanding perkhidmatan yang ditawarkan kepada mereka.

5.3.4 Objektif Keempat: Mengenalpasti sama ada Sikap Memberi Kesan Pengantara (*Mediation*) Terhadap Hubungan antara Norma Subjektif dan Kepercayaan Pihak Berkepentingan Terhadap Institusi Zakat.

Objektif keempat ialah mengenalpasti pembolehubah pengantara, iaitu sama ada sikap memberi kesan pengantara terhadap hubungan antara norma subjektif dan kepercayaan terhadap institusi zakat atau sebaliknya. Hasil dapatan kajian mendapati bahawa sikap mempunyai peranan sebagai pembolehubah pengantara terhadap hubungan antara norma subjektif dan kepercayaan. Seperti yang dibincangkan sebelum ini, norma subjektif tidak mempengaruhi kepercayaan secara langsung, namun sikap sebagai pembolehubah pengantara memberi kesan mutlak (*fully mediation*) dalam hubungan tersebut. Justeru, dapatan ini adalah selari dengan kajian lepas dalam bidang lain turut menemukan sikap sebagai faktor pengantara (Shalihen, 2011; Aleasa, 2009).

Hasil dapatan ini menunjukkan bahawa pihak berkepentingan tidak dipengaruhi oleh kumpulan rujukan seperti kawan atau rakan sebaya, keluarga, masyarakat, dan ketua kumpulan dalam membuat keputusan untuk mempercayai institusi zakat. Maka setiap penilaian, pandangan dan sikap mereka tidak akan berubah walaupun terdapat desakan daripada orang disekelilingnya. Hal ini membuktikan bahawa kumpulan rujukan tidak berupaya memberi kesan dalam mengesahkan atau menolak pandangan asal pihak berkepentingan.

Pihak berkepentingan ini mungkin berpendapat bahawa segala penilaian dan pandangan yang diberikan oleh kumpulan rujukan adalah tidak penting kerana urusan agama iaitu perintah Allah mewajibkan membayar zakat ke atas individu adalah kewajipan individu itu sendiri. Jika mereka enggan mengikuti perintah ini, maka ianya dianggap berdosa. Tindakan ini dianggap sebagai kelakuan tidak baik serta bercanggah dengan norma yang dipegang oleh mereka. Oleh yang demikian, sikap yang baik dan patuh kepada perintah agama mampu mempengaruhi mereka untuk mempercayai institusi zakat kerana institusi sosial tersebut merupakan satu organisasi yang menjaga kebajikan masyarakat dan ekonomi umat Islam. Dengan tercapainya objektif keempat ini, maka persoalan kajian turut terjawab.

5.3.5 Objektif Kelima: Memperkasakan Pengurusan Zakat Melalui Maklumat Pihak Berkepentingan.

Hasil kajian berdasarkan temubual bersama 12 pihak berkepentingan mendapati bahawa kebanyakan responden tidak berpuas hati dengan kaedah pengagihan dana zakat (Res. 2, 4, 6, 7, 8, 10, 11 dan 12). Untuk mengatasi masalah ini, mereka memberi

beberapa cadangan dalam memperkasakan institusi zakat. Antara cadangan yang diberikan melalui temubual ialah insitusi zakat harus tingkatkan cara pemungutan zakat dengan tingkatkan imej (Res. 6). Hal ini kerana imej merupakan salah satu faktor yang dapat meraih kepercayaan masyarakat terhadap institusi zakat. Laporan yang lengkap dan jelas mengenai kutipan dan agihan wang zakat harus didedahkan kepada masyarakat umum (Res.1, 2, 6, 7, 12). Pendedahan maklumat yang penting ini perlu disebarikan melalui media cetak dan elektronik supaya masyarakat dapat melihat kemana wang zakat disalurkan di samping dapat memupuk kesedaran mereka mengenai kepentingan berzakat (Res. 3, 4, 10, 11, 12). Tambahan lagi, Res. 7 menyarankan bahawa institusi zakat harus menyediakan aplikasi *playstore* kepada masyarakat supaya mereka terdedah dengan maklumat terkini mengenai zakat dan kaedah pembayaran yang boleh dilakukan. Walau bagaimanapun, umum mengetahui bahawa PPZ telah menggunakan aplikasi ini dan wajar dicontohi oleh institusi zakat yang lain. Hal ini dapat mendekatkan diri masyarakat dengan institusi zakat. Selain itu, kaunter zakat bergerak harus diperkemaskan lagi kerana ia berfungsi sebagai tempat untuk sebarkan maklumat dan menyediakan perkhidmatan pembayaran zakat (Res. 3, 7). Disamping itu, kerjasama melalui agensi kerajaan dan swasta untuk mengesan pembayar zakat harus ditingkatkan (Res. 3).

Kaedah lain yang dicadangkan untuk memperkasakan institusi zakat ialah pengurusan yang dilakukan hendaklah lebih telus dan kurangkan birokrasi untuk mendapatkan bantuan zakat (Res. 2, 3, 5, 8, 10, 11). Ini dapat mempercepatkan proses permohonan asnaf. Tambahan pula, dengan wujudnya satu pasukan khas yang sentiasa turun padang dan memantau mencari asnaf dapat mempercepatkan lagi proses agihan zakat (Res. 1, 3, 4, 5, 8, 11). Oleh yang demikian, dengan adanya pasukan ini, promosi

mengenai zakat dapat dilakukan secara langsung terutama di kawasan kampung dan pendalaman di mana mereka tidak terdedah dengan teknologi terkini. Ini membuka peluang kepada masyarakat untuk berjumpa dan berbincang dengan pihak zakat untuk menyelesaikan salah paham yang timbul (Res. 12). Selain itu, kaedah lain yang boleh digunakan seperti pihak pengurusan zakat boleh menggunakan khidmat ketua kampung untuk mengenalpasti atau memperolehi maklumat asnaf dikawasan kampung mereka (Res. 2, 9). Hal ini kerana kebanyakan golongan warga emas tidak peka kepada teknologi. Oleh yang demikian, dengan cara ini dapat meningkatkan kepercayaan pihak berkepentingan terhadap institusi zakat.

Langkah lain yang boleh dilakukan oleh institusi zakat ialah memberi sumber pinjaman kepada para asnaf untuk membina perniagaan yang berpotensi terutamanya kepada asnaf produktif (Res. 3). Bimbingan, latihan dan pemantauan dari pihak autoriti harus dilaksanakan agar mereka tidak gagal dipertengahan jalan kerana kebanyakan para asnaf tidak mempunyai pengalaman dan kemahiran dalam bidang perniagaan. Kejayaan yang diperolehi ini sekaligus memberi peluang kepada mereka untuk meningkatkan taraf hidup melalui keuntungan yang diperolehi di samping dapat mengeluarkan diri daripada senarai asnaf dan menjadi pembayar zakat pula.

Selain itu, cadangan meluaskan skop dan melonggarkan syarat asnaf turut dicadangkan oleh responden (Res. 2, 3, 5, 8, 12). Hal ini kerana pemberian wang zakat tidak diberikan kepada muafak namun lebih tertumpu kepada golongan fakir dan miskin (Res. 8, 12). Golongan ini perlu diberikan layanan istimewa kerana kebanyakan daripada mereka merupakan golongan susah dan terpinggir yang telah dibuang

keluarga. Sementara itu, pihak zakat juga perlu lebih peka kepada golongan yang memerlukan tidak hanya dominan kepada ibu tunggal sahaja (Res. 2).

Kesimpulannya, berdasarkan cadangan yang diberikan oleh responden menunjukkan bahawa mereka lebih tertumpu kepada aspek agihan berbanding kutipan. Ini menunjukkan bahawa dari pandangan mereka, kaedah kutipan yang dilaksanakan sebelum ini adalah memuaskan manakala dari aspek agihan masih lagi kurang memuaskan. Apa yang dapat dilihat, kebanyakan cadangan yang diberikan oleh responden telah dilaksanakan oleh institusi zakat namun tidak nampak berkesan di mata mereka. Justeru, hasil dapatan ini diharapkan dapat membuka mata pihak zakat dalam mempertingkatkan lagi usaha mereka untuk menguruskan dana zakat dengan cemerlang sekaligus dapat mempengaruhi kepercayaan pihak berkepentingan untuk terus membayar zakat melalui institusi formal.

5.4 Implikasi Kajian

Dari perspektif praktikal, hasil kajian ini dapat memberi maklumat kepada pihak berkepentingan dan pihak institusi zakat dalam usaha untuk meningkatkan kepercayaan terhadap institusi zakat. Manakala dari segi akademik, kajian ini menyumbang bukti empirikal sebagai menyokong teori-teori dan model kepercayaan yang sedia ada dalam literatur. Selain itu, instrumen yang telah dibangunkan serta kaedah yang digunakan dalam kajian ini mampu memberi sumbangan kepada peningkatan pengetahuan dari segi metodologi kajian.

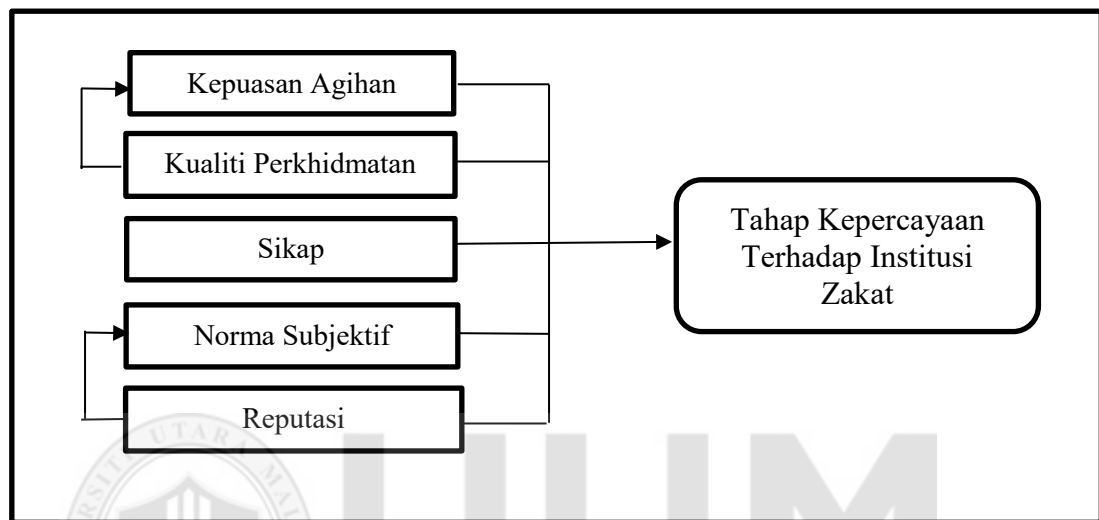
5.4.1 Implikasi Kepada Teori

Kajian ini memberikan beberapa sumbangan teori dan empirikal penting terhadap bidang kajian zakat. Perkembangan teori pihak berkepentingan dalam pelbagai bidang telah dibincangkan dalam Bab 2. Berdasarkan kepada model yang telah dikembangkan, beberapa pembolehubah telah diambil dan ditambah untuk diuji dalam persekitaran zakat. Model dalam kajian ini menjadikan teori pihak berkepentingan sebagai teori utama yang digunakan dalam memahami kepercayaan pihak berkepentingan zakat.

Teori pihak berkepentingan yang diperkenalkan oleh Freeman (1984) telah menunjukkan kesesuaian penggunaannya dalam model ini dalam memahami fenomena kepercayaan pihak berkepentingan terhadap institusi zakat. Walaupun terdapat banyak kajian dalam pelbagai bidang menggunakan teori ini, namun penyelidik belum menemui kajian mengenai kepercayaan pihak berkepentingan terhadap institusi zakat. Menerusi hasil kajian ini, teori pihak berkepentingan boleh diaplikasikan dalam pelbagai bidang termasuk bidang zakat. Oleh yang demikian, dapatan ini menerangkan bahawa model yang dibangunkan dalam kajian ini bersesuaian dan boleh diterima. Ini menunjukkan bahawa model yang dibangunkan merupakan percubaan awal mengaplikasikan teori pihak berkepentingan dalam usaha untuk memahami fenomena kajian yang dilakukan.

Dapatan kajian turut menunjukkan bahawa teori pihak berkepentingan adalah tidak bersifat muktamad. Teori ini boleh dikembangkan mengikut kesesuaian persekitaran kajian dengan penambahan pembolehubah baru. Penambahan pembolehubah

pengantara bertujuan untuk menerangkan fenomena kajian supaya lebih jelas dan lengkap. Justeru, hasil kajian ini dapat memberi sumbangan baru dalam kajian berkaitan zakat. Model pada Rajah 5.1 di bawah menunjukkan gambaran mengenai pengaruh pembolehubah-pembolehubah kepercayaan terhadap institusi zakat.



Rajah 5.1
Model Tahap Kepercayaan Terhadap Institusi Zakat

5.4.2 Implikasi Kepada Pengukuran

Penghasilan sebuah model kerangka konseptual kepercayaan terhadap institusi zakat yang lengkap memerlukan analisis pengukuran yang baik dan tepat. Hal ini bertujuan supaya model yang dibangunkan bersama pembolehubah yang digunakan dapat menerangkan fenomena kajian dengan baik. Kesemua pembolehubah yang digunakan menunjukkan kebolehppercayaan dan kesahan yang tinggi seperti dicadangkan oleh penyelidik terdahulu. Justeru, instrumen yang digunakan dalam kajian ini dapat diadaptasi oleh penyelidik-penyelidik lain dalam bidang yang berkaitan.

Selain itu, kajian ini mengaplikasikan PLS-SEM sebagai alat untuk menganalisis data kajian. Penggunaan pendekatan PLS-SEM mampu menjelaskan model yang kompleks dengan mendalam berbanding pendekatan lain yang lebih menfokuskan penerangan terhadap hubungan-hubungan di dalam pembolehubah bersandar. Oleh yang demikian, ini memberi sumbangan dapatan kajian yang baik kepada kajian dalam persekitaran zakat.

5.4.3 Implikasi Kepada Dasar

Input yang diperolehi hasil daripada kajian ini diharapkan dapat membantu institusi zakat untuk memperkemaskan dan memperhalusi strategi dalam usaha meningkatkan kepercayaan pihak berkepentingan. Selain itu, dapatan kajian ini juga diharapkan dapat memberi input berguna kepada pihak berkuasa seperti Majlis Agama Islam Negeri (MAIN) atau Jabatan Zakat Negeri (JZN) untuk mengenalpasti faktor-faktor tahap kepercayaan para pembayar zakat kepada institusi zakat. Hal ini secara tidak langsung dapat memberi idea kepada pihak zakat untuk merangka satu modus operandi untuk meningkatkan kutipan zakat dengan cara menanamkan sifat kepercayaan kepada pihak berkepentingan. Ini secara tidak langsung menggalakkan pembayar zakat membayar zakat kepada institusi formal.

5.4.3.1 Kepuasan Agihan Terhadap Tahap Kepercayaan Institusi Zakat

Kajian ini mendapati bahawa kepuasan agihan memberi kesan kepada kepercayaan. Justeru, hasil kajian ini menunjukkan bahawa faktor kepuasan agihan memainkan peranan penting dalam mempengaruhi kepercayaan. Tahap kepuasan agihan didapati

berada pada tahap tinggi. Hal ini menunjukkan bahawa semakin tinggi kepuasan agihan, semakin tinggi kepercayaan terhadap institusi zakat. Oleh yang demikian, institusi zakat harus meningkatkan usaha dalam memastikan kepuasan agihan pihak berkepentingan di tahap yang baik kerana ianya memberi pengaruh besar kepada kepercayaan seseorang terhadap institusi zakat supaya mereka membayar zakat di institusi formal. Ini membuktikan bahawa pengagihan zakat yang cemerlang merupakan tanggungjawab dan amanah yang perlu dipikul oleh institusi zakat.

Di samping itu, dalam usaha untuk meningkatkan kepuasan agihan, seluruh institusi zakat disarankan untuk membuka peluang kepada pembayar zakat sama-sama menyalurkan dana zakat mereka kepada asnaf yang terpilih. Ini sekaligus dapat menunjukkan ke mana dana zakat mereka disalurkan. Sementara itu, aktiviti sedemikian dapat menggalakkan pihak berkepentingan membayar zakat menerusi institusi formal di samping mengeratkan hubungan yang erat di antara masyarakat dan institusi zakat. Tambahan pula, institusi zakat harus sentiasa mengemaskini statistik jumlah kutipan dan agihan semasa, inisiatif yang dilakukan serta maklumat-maklumat mengenai penerima dan testimoni kejayaan asnaf di laman sesawang. Melalui penyediaan kemudahan ini kepada pihak berkepentingan, maklumat kutipan dan agihan yang disalurkan kepada asnaf dapat dikenalpasti oleh golongan ini tanpa keraguan. Selain itu, pihak institusi zakat seharusnya menerbitkan blog, risalah, facebook, twitter dan lain-lain medium supaya mereka dapat menunjukkan kepada masyarakat ke mana dana zakat tersebut disalurkan. Ini dapat menambahkan kepercayaan pihak berkepentingan kepada institusi zakat.

5.4.3.2 Sikap Terhadap Kepercayaan Institusi Zakat

Sikap dalam kajian ini didapati memainkan peranan penting dalam mempengaruhi kepercayaan terhadap institusi zakat. Oleh itu, pihak institusi zakat perlu menggunakan strategi yang betul untuk membentuk sikap positif pihak berkepentingan supaya sentiasa mempercayai institusi zakat. Antara strategi yang boleh dilaksanakan ialah melakukan aktiviti promosi dan penyebaran maklumat mengenai zakat secara agresif dan jitu. Maklumat yang disampaikan termasuklah berkaitan sistem kutipan dan agihan zakat seperti risalah hasil kutipan dan agihan yang dilakukan serta kepentingan dana zakat dalam membangunkan ekonomi umat Islam.

Pihak zakat juga perlu memperkemaskan lagi sistem sedia ada seperti berdialog, berceramah, dan pemantauan ke kawasan kampung-kampung yang berkaitan untuk mencari asnaf supaya dapat mengikis sikap negatif pihak berkepentingan terhadap institusi zakat. Sebagai tambahan, pihak institusi zakat perlu mengambil langkah proaktif seperti menganjurkan program-program bersama masyarakat, seminar, dialog, diskusi ilmu serta forum-forum kesedaran yang boleh mendidik pihak berkepentingan ini supaya bersikap positif dan yakin kepada institusi zakat. Saluran media cetak dan elektronik seperti laman sesawang zakat, facebook, dan instagram juga boleh dijadikan sebagai medium untuk menyampaikan maklumat kepada masyarakat bagi memastikan strategi tersebut berjaya. Justeru, dapatan kajian menunjukkan bahawa peranan pembolehubah sikap dalam mempengaruhi kepercayaan adalah penting dan tidak boleh dipandang ringan oleh institusi zakat.

5.4.3.3 Reputasi Terhadap Kepercayaan Institusi Zakat

Pembolehubah reputasi dalam kajian ini memberi pengaruh positif dan signifikan kepada kepercayaan terhadap institusi zakat. Ini membuktikan bahawa reputasi memainkan peranan penting terhadap kepercayaan. Skor min menunjukkan reputasi berada pada tahap sederhana. Semakin tinggi tahap reputasi, semakin tinggi tahap kepercayaan pihak berkepentingan terhadap institusi zakat. Imej institusi Islam yang berwawasan adalah sangat perlu bagi institusi zakat kerana institusi ini memegang amanah masyarakat untuk menguruskan dana zakat yang disalurkan. Di samping itu, ciri-ciri pengurusan korporat yang cemerlang harus dipamerkan kepada masyarakat supaya dapat meraih kepercayaan mereka terhadap institusi zakat.

Selain itu, penganjuran program-program dakwah kepada masyarakat seharusnya kerap diadakan. Hal ini bertujuan untuk memupuk kesedaran mengenai kepentingan berzakat di samping dapat membina hubungan yang erat dengan masyarakat. Tambahan pula, ianya turut bertujuan agar masyarakat tidak menimbulkan sebarang syak yang negatif mengenai institusi zakat kerana mereka berpeluang untuk bersoal jawab dengan pihak zakat sekiranya berlaku keraguan.

Oleh yang demikian, kesan kepercayaan yang tinggi mampu menarik minat masyarakat untuk membayar zakat. Tambahan pula, jika masyarakat mempunyai tahap kepercayaan yang tinggi, maka kutipan zakat dapat ditingkatkan dari semasa ke semasa. Namun sebaliknya, jika reputasi adalah negatif akan menyebabkan masyarakat membayar zakat kepada saluran tidak rasmi.

Selain itu, program yang bersifat asnaf produktif harus diperbanyak. Ini dapat dilaksanakan dengan memberi peluang kepada asnaf mempelajari kemahiran yang boleh mereka gunakan untuk meraih pendapatan sendiri dan akhirnya sehingga mereka bertukar menjadi pembayar zakat pula. Kejayaan yang diperolehi ini membuktikan institusi zakat tersebut mempunyai reputasi dan kredibiliti yang tinggi kerana mampu mengeluarkan asnaf menjadi pembayar zakat. Dengan penambahan bilangan pembayar zakat, kemiskinan dalam kalangan masyarakat Islam dapat dikurangkan.

5.5 Batasan Kajian

Kajian ini tidak terlepas dari segi keterbatasan dan kelemahan. Seperti kajian lain, kekangan kajian ini turut tidak terkecuali daripada berlaku. Namun demikian, batasan kajian yang dihadapi ini boleh dimanfaatkan dan menjadi sumber kepada penyelidik lain untuk melakukan kajian di masa hadapan. Ini disebabkan, kekangan ini memberi ruang kepada penyelidik lain untuk meneroka bidang ini dengan lebih mendalam. Matlamat kajian ini secara ironinya adalah untuk digeneralisasikan kepada keseluruhan institusi zakat yang ada di Malaysia mahupun di peringkat antarabangsa. Namun, terdapat beberapa batasan tertentu yang wujud di luar kawalan penyelidik. Batasan-batasan yang terdapat dalam kajian ini dibincangkan seperti di bawah:

- i. Kajian ini melibatkan populasi sebuah negeri sahaja yang mempunyai undang-undang zakat di setiap negeri adalah berbeza. Oleh yang demikian, generalisasi dapatan kajian adalah terbatas kepada negeri tersebut sahaja.

- ii. Setiap responden yang terlibat dalam kajian ini adalah penyertaan secara sukarela dan berkemungkinan responden enggan menjawab soal selidik atau tidak memberi respon terhadap kajian ini mempunyai pandangan yang berbeza. Justeru, keputusan yang diperolehi hanya terbatas kepada data-data yang dikembalikan kepada penyelidik sahaja.
- iii. Kajian ini menggunakan kaedah kuantitatif yang mempunyai kelemahan tersendiri. Kelemahan yang dimiliki ini termasuklah terdapat responden memahami soalan yang dikemukakan adalah berbeza seperti yang dimaksudkan oleh penyelidik. Ini memberi pandangan berbeza dengan responden yang mendapat bantuan penjelasan dari penyelidik terhadap persoalan yang telah diajukan. Penyelidik telah menyediakan nombor telefon untuk dihubungi sebagai langkah usaha bagi mengatasi latihan ini. Walaupun terdapat usaha yang dilakukan untuk mengatasi masalah ini, data yang diperolehi ini mungkin terdapat responden menafsirkan soalan yang berbeza dengan tafsiran sebenar.

5.6 Cadangan Kajian Susulan

Setiap kajian mempunyai batasan-batasan tertentu yang tidak dapat dielakkan oleh penyelidik. Ini memberi ruang kepada penyelidik lain untuk membuat kajian lanjutan dalam persekitaran kajian yang sama dengan lebih mendalam. Kajian yang dilakukan ini hanya memenuhi beberapa persoalan mengenai kepercayaan pihak berkepentingan terhadap institusi zakat. Justeru, banyak persoalan lain yang belum terjawab perlu diterokai oleh pengkaji lain dalam bidang yang berkaitan. Berikut merupakan beberapa cadangan yang dikemukakan boleh dilakukan kajian pada masa hadapan:

- i. Populasi kajian ini terbatas kepada sebuah negeri sahaja. Satu kajian yang sama disarankan agar dilakukan secara menyeluruh dengan mengembangkan skop populasi kepada negeri-negeri lain di Malaysia yang berlandaskan teori pihak berkepentingan dan gabungan teori-teori lain seperti teori agensi (agency theory). Kajian yang dilakukan ini hanya terhad kepada pekerja Muslim yang bekerja di negeri Kedah sahaja.
- ii. Kajian ini menggunakan kaedah kuantitatif iaitu soal selidik merupakan instrumen utama untuk mendapatkan sumber data. Antara kaedah yang disarankan ialah melalui kajian eksperimental atau gabungan kuantitatif dan kualitatif bagi mengukuhkan dapatan kajian sebenar.
- iii. Dalam kajian ini, pembolehubah-pembolehubah adalah berdimensi tunggal. Pembolehubah ini bukan sahaja berperanan mempengaruhi kepercayaan tetapi ia juga dipengaruhi oleh pelbagai faktor. Justeru, disyorkan dapat menambah pembolehubah bebas yang mempunyai dimensi-dimensi yang dapat mempengaruhi pihak berkepentingan dalam meningkatkan kepercayaan terhadap institusi zakat. Penambahan dimensi-dimensi pengukuran ini dapat memperincikan lagi dapatan kajian.
- iv. Kajian seterusnya boleh membina model dua aras bagi tujuan untuk melihat kesan pindah silang (crossover effect) antara pembolehubah-pembolehubah dan pengaruh pembolehubah pengantara (mediation) dalam model kepercayaan.

5.7 Kesimpulan

Tujuan kajian ini dilakukan adalah untuk memahami tahap kepercayaan pihak berkepentingan terhadap institusi zakat. Kajian ini lebih tertumpu kepada mengenalpasti hubungan antara kepuasan agihan, kualiti perkhidmatan, sikap, norma subjektif, pengetahuan, nilai agama, dan reputasi dengan kepercayaan, pengaruh kepuasan agihan sebagai faktor pengantara dalam hubungan antara kualiti perkhidmatan dan kepercayaan, dan pengaruh sikap sebagai faktor pengantara dalam hubungan antara norma subjektif dan kepercayaan.

Hasil kajian ini menunjukkan bahawa kepercayaan pihak berkepentingan terhadap institusi zakat perlu diberi tumpuan oleh pihak institusi zakat agar dapat meningkatkan kutipan zakat yang optimum pada masa hadapan. Kepercayaan merupakan petunjuk yang paling dekat kepada kepatuhan pembayaran zakat di institusi formal. Hal ini kerana, tanpa kepercayaan dalam diri masyarakat akan menyebabkan kemerosotan kutipan zakat akan berlaku kerana mereka lebih rela membayar zakat terus kepada asnaf tanpa melalui institusi formal zakat. Beberapa faktor didapati mempunyai hubungan positif dengan kepercayaan iaitu kepuasan agihan, sikap dan reputasi. Manakala faktor pengantara iaitu kepuasan agihan memberi kesan mutlak terhadap hubungan antara kualiti perkhidmatan dan kepercayaan. Selain itu, faktor pengantara sikap turut memberi kesan mutlak terhadap hubungan antara norma subjektif dan kepercayaan.

Hasil daripada kajian ini maka dapatlah dirumuskan bahawa ianya memberikan sumbangan penting kepada teori, pengukuran dan dasar. Selain itu, kajian ini turut

menambahkan beberapa pembolehubah baru yang dapat meningkatkan pemahaman mengenai kepercayaan dalam teori pihak berkepentingan. Dari segi praktikal, kajian ini menyumbangkan jawapan-jawapan kepada faktor-faktor yang mempengaruhi kepercayaan terhadap institusi zakat. Oleh yang demikian, pejabat zakat boleh merujuk hasil dapatan kajian ini dalam usaha untuk meningkatkan kepercayaan dan hasil kutipan zakat yang maksimum. Manakala dalam konteks model kepercayaan, penemuan kajian ini diharapkan dapat menambahkan lagi khazanah literatur dalam bidang zakat khususnya dan bidang-bidang lain amnya seperti percukaian, pemasaran, dan sebagainya.



RUJUKAN

- Al-Quran (1993). *Tafsir pimpinan al-Rahman kepada pengertian al-Quran 30 juzuk*. Pusat Islam Kuala Lumpur: Bahagian Agama Jabatan Perdana Menteri.
- Abd Halim Mohd Noor, Mohamed Saladin Abdul Rasool, Rozman Md. Yusof, Siti Mariam Ali, & Rashidah Abdul Rahman. (2015). Efficiency of islamic institutions: empirical evidence of zakat organizations' performance in Malaysia. *Journal of Economics, Business and Management*, 3(2), 282–286. <http://doi.org/10.7763/JOEBM.2015.V3.195>
- Abdul Hamid M. H. (1998). *Antara zakat dan cukai pendapatan: satu analisis penyelarasan*. Kertas Kerja dibenteng dalam Seminar Zakat dan Cukai Pendapatan di Pusat Matrikulasi USM, 5-6 November 1998.
- Abdul-Rahman, A., & Hailes, S. (2000). Supporting trust in virtual communities. *Proceedings of the 33rd Annual Hawaii International Conference on System Sciences*, vol.1, 9. <http://doi.org/10.1109/HICSS.2000.926814>
- Abioye, M. M. O. (2012). *Exploratory study of nigerian zakat institutions and role of governance on zakat payers' trust*. (Tesis PhD tidak diterbitkan). Universiti Islam Antarabangsa.
- Abratt, R., & Kleyn, N. (2012). Corporate identity, corporate branding and corporate reputations. *European Journal of Marketing*, 46(7/8), 1048–1063. <http://doi.org/10.1108/03090561211230197>
- Achinstein, P. (1978). 'Concepts of evidence'. In Achinstein, P. (ed.) *The Concept of Evidence*. Oxford: Oxford University Press.
- Afzal Ur Rahman, (1991), *Doktrin ekonomi islam* (Pentj. Zaharah Salleh). Kuala Lumpur: Dewan Bahasa dan Pustaka. Afzalur Rahman, (1993). *Ensiklopedia Sirah Jil.1* terj. oleh Zaharah Salleh, Kuala Lumpur: Dewan Bahasa dan Pustaka.
- Ahmad Munawar Ismail, Mohd Yusof Othman, & Jawiah Dakir (2011). The development of human behavior: islamic approach. *Jurnal Hadhari*, 3(2), 103–116.
- Aidit Ghazali (1989). Fenomenon pembayaran zakat melalui saluran tidak rasmi-satu analisis empirik. Dalam Mohd Ali Hj. Baharum (Ed.), *Zakat ditinjau dari perspektif sosial, undang-undang dan taksiran* (pp. 1-27). Kuala Lumpur: Dewan Pustaka Islam.
- Aidit, G. (1998). *Zakat satu tinjauan*. Petaling Jaya: IBS Buku Sdn Bhd.
- Ajzen, I., & Fishbein, M. (1980). *Understanding attitudes and predicting social behavior*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50, 179–211.

- Alba, J. W., & Hutchinson, J. W. (1987). Dimensions of consumer expertise. *Journal of Consumer Research*, 13(4), 411–454. <http://doi.org/10.1086/209080>
- Aleassa, H. (2009). *Investigating consumers' software piracy using an extended theory of reasoned action*. Carbondale: Southern Illinois University.
- Allport, G. W., & Ross, J. M. (1967). Personal religious orientation and prejudice. *Journal of Personality and Social Psychology*, 5(4), 432–443. <http://doi.org/10.1037/h0021212>
- Altinay, L., & Miles, S. (2006). International franchising decision-making: an application of stakeholder theory. *The Service Industries Journal*, 26(4), 421–436. <http://doi.org/10.1080/02642060600621613>
- Anderson, E., & Weitz, B. (1989). Determinants of continuity in conventional industrial channel dyads. *Marketing Science*, 8(4), 310–323. <http://doi.org/10.1287/mksc.8.4.310>
- Andreoni, J., Erard, B., & Feinstein, J. (1998). Tax compliance. *Journal of Economic Literature*, 36(2), 818-860.
- Aninainie Mohd Ghazi, Sanep Ahmad, & Hairunnizam Wahid (2013). Analisis pengurusan dan agihan dana zakat di negeri kelantan. Dalam *Prosiding PERKEM VIII*, (Vol. 3, pp. 1291–1301).
- Armstrong, J. S., & Overton, T. S. (1977). Estimating nonresponse bias in mail surveys. *Journal of Marketing Research*, 396–402. Dicapai daripada <http://cogprints.org/5205/>
- Armstrong, R. W., & Yee, S. M. (2001). Do chinese trust chinese? A study of chinese buyers and sellers in Malaysia. *Journal of International Marketing*, 9(3), 63–86. <http://doi.org/10.1509/jimk.9.3.63.19925>
- Ary, D., Jacobs, L. C., & Sorensen, C. (2010). *Introduction to research in education* (Eighth). USA: Wadsworth, Cengage Learning. <http://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Azman Ab Rahman, Mohammad Haji Alias, & Syed Mohd Najib Syed Omar. (2012). Zakat institution in malaysia: problems and issues. *Global Journal Al-Thaqafah*, 2(1), 35–41.
- Babbie, E. (2007). *The practice of social research* (Eleven). USA: Thomson Wadsworth.
- Badran, I. G. (1995). Knowledge, attitude and practice the three pillars of excellence and wisdom: a place in the medical profession. *La Revue de Sante de La Mediterranee Orientale*, 1(1), 8–16. Dicapai daripada http://apps.who.int/iris/bitstream/10665/116905/1/emhj_1995_1_1_8_16.pdf

- Ball, D., Coelho, P. S., & Machas, A. (2004). The role of communication and trust in explaining customer loyalty: An extension to the ECSI model. *European Journal of Marketing*, 38(9/10), 1272–1293.
- Bandura, A. (1977). Self-efficacy: Toward a unifying theory of behavioral change. *Psychological Review*, 84(2), 191–215.
- Baron, R. M., & Kenny, D. A. (1986). The moderator-mediator variable distinction in social psychological research: conceptual, strategic, and statistical considerations. *Journal of Personality and Social Psychology*, 51(6), 1173–1182.
- Barro, R. J., & McCleary, R. M. (2003). Religion and economic growth across countries. *American Sociological Review*, 68(5), 760–781.
- Bartikowski, B., & Walsh, G. (2011). Investigating mediators between corporate reputation and customer citizenship behaviors. *Journal of Business Research*, 64(2011), 39–44. <http://doi.org/10.1016/j.jbusres.2009.09.018>
- Bernama (23 November 2015). Yapeim akan perjelas pada 3,000 penyumbang yang tarik diri. Dicapai pada 2 Disember 2015 di <http://www.malaysiakini.com/news/320614>
- Bennett, R., & Gabriel, H. (2003). Image and reputational characteristics of uk charitable organizations: an empirical study. *Corporate Reputation Review*, 6(3), 276–289. <http://doi.org/10.1057/palgrave.crr.1540206>
- Bobek, D. D., & Hatfield, R. C. (2003). An investigation of the theory of planned behavior and the role of moral obligation in tax compliance. *Behavioral Research in Accounting*, 15(July), 13–38. <http://doi.org/10.2308/bria.2003.15.1.13>
- Bohrnstedt, G. W. (1970). Reliability and validity assessment in attitude measurement. Dalam *Attitude measurement* (pp. 80–99). London: Rand McNally.
- Brady, M. K., & Cronin Jr. J. (2001). Some new thoughts on conceptualizing perceived service quality: a hierarchical approach. *Journal of Marketing*, 65(3), 34–49. <http://doi.org/10.1509/jmkg.65.3.34.18334>
- Branco, M. C., & Rodrigues, L. L. (2006). Communication of corporate social responsibility by Portuguese banks: A legitimacy theory perspective. *Corporate Communications: An International Journal*, 11(3), 232–248. <http://doi.org/10.1108/13563280610680821>
- Buchan, H. (2005). Ethical decision making in the public accounting profession: an extension of Ajzen's theory of planned behavior. *Journal of Business Ethics*, 61(2), 165–181.
- Caceres, R. C., & Paparoidamis, N. G. (2007). Service quality, relationship satisfaction, trust, commitment and business-to-business loyalty. *European*

- Caruana, A., Money, A. H., & Berthon, P. R. (2000). Service quality and satisfaction – the moderating role of value. *European Journal of Marketing*, 34(11/12), 1338–1353. <http://doi.org/10.1108/03090560010764432>
- Chakraborty, G., Srivastava, P., & Marshall, F. (2007). Are drivers of customer satisfaction different for buyers/users from different functional areas? *Journal of Business & Industrial Marketing*, 22(1), 20–28. <http://doi.org/10.1108/08858620710722798>
- Chang, J. H.-Y., Yang, H., Yeh, K.-H., & Hsu, S.-C. (2016). Developing trust in close personal relationships: ethnic Chinese’s experiences. *Journal of Trust Research*, 6(2), 167–193. <http://doi.org/10.1080/21515581.2016.1207543>
- Chang, M. (1998). Predicting unethical behavior: A comparison of the theory of reasoned action and the theory of planned behavior. *Journal of Business Ethics*, 17(16), 1825-1834.
- Chang, J. H.-Y., Yeh, K.-H., & Yang, H. (2014). Conceptualizing trust: a holistic Chinese view to bridge divergences and dichotomies. *Chinese Journal of Communication*, 7(2), 212–229. <http://doi.org/10.1080/17544750.2014.905868>
- Chang, S.-C., & Lee, M.-S. (2007). A study on relationship among leadership, organizational culture, the operation of learning organization and employees’ job satisfaction. *The Learning Organization*, 14(2), 155–185. <http://doi.org/10.1108/09696470710727014>
- Chatters, L. M. (2000). Public health research and practice. *Annual Review of Public Health*, 21(1), 335–367.
- Che Zarrina Sa’ari, & Joni Tamkin Borhan. (2006). Peranan wanita dalam pengukuhan akidah umat islam. *Jurnal Usuluddin*, 23–24(2006), 35–50. Dicapai daripada http://apium.um.edu.my/journals/journal_usul/No_Usul.php
- Chin, W. W. (2010). How to write up and report PLS analyses. Dalam *Handbook of Partial Least Squares: Concepts, methods and applications* (pp. 171–193). Houston: Springer Berlin Heidelberg.
- Chin, W. W., Marcolin, B. L., & Newsted, P. R. (2003). A partial least squares latent variable modeling approach for measuring interaction effects: results from a monte carlo simulation study and an electronic-mail emotion/ adoption study. *Information Systems Research*, 14(2), 189–217. <http://doi.org/10.1287/isre.14.2.189.16018>
- Chin, W.W., & Newsted, P. R. (1998). *Structural equation modeling analysis with small samples using partial least squares*. In R.H. Hoyle (Ed.), *Statistical strategies for small sample research* (pp. 307-341). California: Sage

- Chiou, J.-S. (1999). The effects of attitude, subjective norm, and perceived behavioral control on consumers' purchase intentions: the moderating effects of product knowledge and attention to social comparison information. *Proc. Natl. Sci. Counc. ROC (C)*, 9(2), 298–308.
- Chiu, C. M., Hsu, M. H., Lai, H., & Chang, C. M. (2012). Re-examining the influence of trust on online repeat purchase intention: The moderating role of habit and its antecedents. *Decision Support Systems*, 53(4), 835–845. <http://doi.org/10.1016/j.dss.2012.05.021>
- Chow, W. S., & Chan, L. S. (2008). Social network, social trust and shared goals in organizational knowledge sharing. *Information & Management*, 45(7), 7(45), 458–465.
- Churchill, G. A. (1979). A paradigm for developing better measures of marketing constructs. *Journal of Marketing Research*, 16(1), 64–73.
- Clarkson, M. B. E. (1995). A stakeholder framework for analyzing and evaluating corporate social performance. *The Academy of Management*, 20(1 (Jan., 1995), 92–117.
- Coakes, S. J. (2013). *SPSS: analysis without anguish; version 20.0 for windows. Spss for windows*. Queensland: John Wiley & Sons Australia.
- Cohen, J. (1992). A power primer. *Psychological Bulletin*, 112, 155-159.
- Collier, P. M. (2008). Stakeholder accountability: A field study of the implementation of a governance improvement plan. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 21(7), 933–954. <http://doi.org/http://dx.doi.org/10.1108/MRR-09-2015-0216>
- Cook, J., & Wall, T. (1980). New work attitude measures of trust, organizational commitment and personal need non-fulfilment. *Journal of Occupational Psychology*, 53, 39–52. <http://doi.org/10.1111/j.2044-8325.1980.tb00005.x>
- Cooper, D. R., & Schindler, P. S. (2014). *Business research methods. Business research methods* (12th ed.). New York: The McGraw-Hill Irwin.
- Cronin, J. J., Brady, M. K., & Hult, G. T. M. (2000). Assessing the effects of quality, value, and customer satisfaction on consumer behavioral intentions in service environments. *Journal of Retailing*, 76(2), 193–218. [http://doi.org/10.1016/s0022-4359\(00\)00028-2](http://doi.org/10.1016/s0022-4359(00)00028-2)
- Cronin, J. J., & Taylor, S. A. (1994). SERVPERF versus SERVQUAL: and reconciling of service measurement perceptions quality. *Journal of Marketing*, 58(1), 125–131. Dicapai daripada <http://www.jstor.org/stable/1252256>
- Culpan, R., & Trussel, J. (2005). Applying the agency and stakeholder theories to the Enron debacle: An ethical perspective. *Business and Society Review*, 110(1), 59–76. <http://doi.org/http://dx.doi.org/10.1111/j.0045-3609.2005.00004.x>

- Currall, S. C., & Inkpen, A. C. (2002). A multilevel approach to trust in joint ventures. *Journal of International Business Studies*, 33(3 (3rd Qtr., 2002)), 479–495.
- Deutsch, M. (1958). Trust and suspicion. *Journal of Conflict Resolution*, 2(4), 265–279. <http://doi.org/10.1177/002200275800200401>
- Donaldson, T., & Preston, L. (1995). The stakeholder theory of the corporation: Concepts, evidence, and implications. *Academy of Management Review*, 20(1), 65–91. Dicapai daripada <http://amr.aom.org.sci-hub.club/content/20/1/65.short>
- Doney, P. M., & Cannon, J. P. (1997). An examination of the nature of trust in buyer-seller relationships. *Journal of Marketing*, 61(April 1997), 35–51.
- Dwyer, F. R., Schurr, P. H., & Oh, S. (1987). Developing buyer-seller relationships. *American Journal of Marketing*, Vol. 51, No. 2 (Apr., 1987), 51(2), 11–27.
- Eagly, A. H., & Chaiken, S. 1993. *The psychology of attitudes*. San Diego, CA: Harcourt Brace Jovanovich.
- Echchabi, A., Azouzi, D., & Aziz, H. A. (2016). The future prospects of islamic banking in Tunisia: An empirical survey. *EuroMed Journal of Business*, 11(1), 119–131. <http://doi.org/10.1108/EMJB-03-2015-0018>
- Eisingerich, A. B., & Bell, S. J. (2008). Perceived service quality and customer trust: does enhancing customers' service knowledge matter? *Journal of Service Research*, 10(3), 256–268. <http://doi.org/10.1177/1094670507310769>
- Elijido-Ten, E. (2009). Can stakeholder theory add to our understanding of malaysian environmental reporting attitudes? *Malaysian Accounting Review*, 8(2), 85–110. Dicapai daripada <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=bth&AN=48496546&site=ehost-live>
- Eriksen, K., & Fallan, L. (1996). Tax knowledge and attitudes towards taxation; a report on a quasi-experiment. *Journal of Economic Psychology*, 17(3), 387–402.
- Eza Ellany Abdul Lateff, & Mohd Rizal Palil (2011). Faktor-faktor yang mempengaruhi pembayaran zakat pendapatan di malaysia. Dalam *Persidangan Ekonomi Malaysia ke VI(PERKEM VI)* (Vol. 1, pp. 148–159). Dicapai daripada <http://www.ukm.my/fep/perkem/pdf/perkemVI/PERKEM2011-1-1B6.pdf>
- Eza Ellany Abdul Lateff, Mohd Rizal Palil, Mohamat Sabri Hassan, Lateff, E., Patil, M., & Hassan, M. (2014). Prestasi kecekapan agihan kewangan dan bukan kewangan di kalangan institusi zakat di Malaysia. *Jurnal Ekonomi Malaysia*, 48(2), 51–60. Dicapai daripada <http://journalarticle.ukm.my.sci-hub.org/8512/>
- Fadilah, S., Nurleli, Lestari, R., & Helliana. (2012). Membangun kepercayaan konsumen: faktor penting pada lembaga amil zakat seluruh indonesia. Dalam *Prosiding Seminar Nasional Penelitian dan PKM: Sosial, Ekonomi, dan Humaniora*. Dicapai daripada

- Faisal. (2011). Sejarah pengelolaan zakat di dunia musli dan indonesia (pendekatan teori investigasi-sejarah charles peirce dan defisit kebenaran lieven boeve). *Analisis*, XI(2), 241–273.
- Falk, R. F., & Miller, N. B. (1992). *A primer for soft modeling*. Ohio: The University of Akron Press.
- Fang, Y.-H., Chiu, C., & Wang, E. T. G. (2011). Understanding customers' satisfaction and repurchase intentions: an integration of is success model, trust, and justice. *Internet Research*, 21(4), 479–503.
- Farah Mastura Noor Azman, & Zainol Bidin. (2015). Factors influencing zakat compliance behavior on saving. *International Journal of Business and Social Research*, 5(1), 118–128.
- Farah Mastura, N. A., & Zainol, B. (2013). *Zakat compliance intention behavior on saving*. Dalam proceedings of World Universities' Islamic philanthropy conference 2013 Zakat. Kuala Lumpur, Malaysia.
- Farooq, M.O. (2008), The challenge of poverty and the poverty of Islamic economics. *Journal of Islamic Economics, Banking and Finance*, 4(2), 35-58.
- Fazio, R. H., Powell, M. C., & Williams, C. J. (1989). The role of attitude accessibility in the attitude-to-behavior process. *Journal of Consumer Research*, 16(3), 280–288.
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1974). Attitudes towards objects as predictors of single and multiple behavioral criteria. *Psychological Review*, 81(1), 59–74.
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). *Belief, attitude, intention and behavior*. Reading, MA: Addison-Wesley.
- Fornell, C., & Larcker, D. F. D. (1981). Structural equation models with unobservable variables and measurement error: algebra and statistics. *Journal of Marketing Research*, 18(3), 382–388. <http://doi.org/10.2307/3150980>
- Freeman, R. (1999). Divergent stakeholder theory. *Academy of Management Review*. Dicapai daripada <http://amr.aom.org.sci-hub.club/content/24/2/233.short>
- Freeman, R. E. (1984). *Strategic management: a stakeholder approach*. (E. M. Epstein, Ed.) *Pitman Books Limited* (Vol. 1). Pitman Publishing Inc. Dicapai daripada <http://www.mendeley.com/research/strategic-management-a-stakeholder-approach-2/>
- Frooman, J. (1999). Stakeholder influence strategies. *The Academy of Management Review*, 24(2 (Apr., 1999)), 191–205.

- Fu, F. Q., & Elliott, M. T. (2013). The moderating effect of perceived product innovativeness and product knowledge on new product adoption: an integrated model. *The Journal of Marketing Theory and Practice*, 21(3), 257–272. <http://doi.org/10.2753/MTP1069-6679210302>
- Ganesan, S. (1994). Determinants of long-term in buyer-seller orientation relationships. *The Journal of Marketing*, 58(2 Apr., 1994), 1–19. <http://doi.org/10.2307/1252265>
- Garbarino, E., & Johnson, M. (1999). The different roles of satisfaction, trust, and commitment in customer relationships. *Journal of Marketing*, 63(April 1999), 70–87. <http://doi.org/10.2307/1251946>
- Garvare, R., & Johansson, P. (2010). Management for sustainability – a stakeholder theory. *Total Quality Management & Business Excellence*, 21(7), 737–744. <http://doi.org/10.1080/14783363.2010.483095>
- Ghazali Darusalam, & Sufean Hussin. (2016). *Metodologi penyelidikan dalam pendidikan* (Kedua). Kuala Lumpur: Penerbit Universiti Malaya.
- Ghoshal, S., & Bartlett, C. A. (1994). Linking organizational context and managerial action: the dimensions of quality of management. *Strategic Management Journal*, 15, 91–112.
- Gotzamani, K. D., & Tsiotras, G. D. (2002). The true motives behind iso 9000 certification: their effect on the overall certification benefits and long term contribution towards TQM. *International Journal of Quality & Reliability Management*, 19(2), 151–169. <http://doi.org/10.1108/02656710210413499>
- Gronroos, C. (2004). The relationship marketing process: communication, interaction, dialogue, value. *Journal of Business & Industrial Marketing*, 19(2), 99–113. <http://doi.org/10.1108/08858620410523981>
- Grönroos, C. (1984). A service quality model and its marketing implications. *European Journal of Marketing*, 18(4), 36–44. <http://doi.org/10.1108/EUM0000000004784>
- Gummesson, E. (2002). Relationship marketing in the new economy. *Journal of Relationship Marketing*, 1(July 2015), 37–58. <http://doi.org/10.1300/J366v01n01>
- Hailani Muji Tahir. (2009). Konsep agihan zakat dan aplikasi semasa. *Jurnal Pengurusan JAWHAR*, 3(1), 32–54.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate data analysis* (7th ed.). San Francisco: Pearson. <http://doi.org/10.1016/j.ijpharm.2011.02.019>
- Hair, J. F. J., Hult, G. T. M., Ringle, C., & Sarstedt, M. (2014). A primer on partial least squares structural equation modeling (pls-sem). *Long Range Planning*

(Vol. 46). <http://doi.org/10.1016/j.lrp.2013.01.002>

- Hair, J. F., Jr., G. T. M. H., Ringle, C. M., & Sage, M. S. (2013). A primer on partial least squares structural equation modeling. *Long Range Planning* (Vol. 46). <http://doi.org/10.1016/j.lrp.2013.01.002>
- Hair, J. F., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2011). PLS-SEM: Indeed a silver bullet. *The Journal of Marketing Theory and Practice*, 19(2), 139–152.
- Hairunnizam Wahid, Mohd Ali Mohd Nor dan Sanep Ahmad (2005). Kesedaran membayar zakat: apakah faktor penentunya? *International Journal of Management Studies (IJMS)*. 12(2), 171-189
- Hairunnizam Wahid, Sanep Ahmad & Mohd Ali Mohd Nor (2007). Kesedaran membayar zakat pendapatan di malaysia. *Islamiyyat*, 29, 53-70.
- Hairunnizam Wahid, Radiah Abdul Kader, & Sanep Ahmad (2012). Penerimaan amil dan asnaf terhadap penyetempatan pengagihan zakat di malaysia. *Jurnal Ekonomi Malaysia*, 46(1), 39–51.
- Hairunnizam Wahid, & Sanep Ahmad. (2014). Faktor mempengaruhi tahap keyakinan agihan zakat kajian terhadap masyarakat islam di selangor. *Jurnal Ekonomi Malaysia*, 48(2), 41–50.
- Hairunnizam Wahid, Sanep Ahmad, & Radiah Abdul Kader. (2010). Pengagihan zakat oleh institusi zakat kepada lapan asnaf: kajian di malaysia. *Jurnal Pengurusan JAWHAR*, 4(1), 141–170.
- Hairunnizam Wahid, Sanep Ahmad, & Radiah Abdul Kader. (2011). Pengaruh faktor keagamaan terhadap kualiti hidup individu: kajian kes asnaf fakir dan miskin di Wilayah Persekutuan Kuala Lumpur. *Malaysian Journal of Consumer and Family Economics*, 14(2011), 172–192.
- Hairunnizam Wahid, Sanep Ahmad, & Radiah Abdul Kadir. (2009). Pengagihan zakat oleh institusi zakat di malaysia: mengapa masyarakat islam tidak berpuas hati? *Jurnal Syariah*, 17(1), 89–112.
- Hanno, D.M. and Violette, G.R. (1996). An analysis of moral and social influences on taxpayer behavior. *Behavioral Research in Accounting*, Vol 8:57-75.
- Hamizul, A.H. (2012). *Zakat eksklusif*. Petaling Jaya, Selangor: Science Gallery Sdn. Bhd.
- Hasnan Kasan. (2006). Penguatkuasaan pentadbiran hukum syarak di semenanjung Malaysia. *SARI: Jurnal Alam Dan Tamadun Melayu*, 24, 173–189. Dicapai daripada <http://myais.fsktm.um.edu.my/6984/>
- Hayes, A. F., & Preacher, K. J. (2013). Statistical mediation analysis with a multicategorical independent variable. *British Journal of Mathematical and Statistical Psychology*, 67(3), 451–470. <http://doi.org/10.1111/bmsp.12028>

- Hazra, S. G., Kailash, B. L., & Srivastava. (2009). Impact of service quality on customer loyalty, commitment and trust in the indian banking sector. *ICFAI Journal of Marketing Management*, 3(3), 75–95.
- Hegner, S. M., & Jevons, C. (2016). Brand trust: a cross-national validation in Germany, India, and South Africa. *Journal of Product & Brand Management*, 25(1), 58–68. <http://doi.org/10.1108/JPBM-02-2015-0814>
- Hertzog, M. A. (2008). Considerations in determining sample size for pilot studies. *Research in Nursing & Health*, 31, 180–191. <http://doi.org/10.1002/nur>
- Herzlinger, R. (1996). Can public trust in nonprofits and governments be restored? *Harvard Business Review*, 74(2), 91–108.
- Hoff, K. A., & Bashir, M. (2014). Trust in automation: integrating empirical evidence on factors that influence trust. *Human Factors and Ergonomics Society*, 1–28. <http://doi.org/10.1177/0018720814547570>
- Hoq, M. Z., Sultana, N., & Amin, M. (2010). The effect of trust, customer satisfaction and image on customers' loyalty in islamic banking sector. *South Asian Journal of Management*, 17(1), 70–94.
- Hossain, M. E. (2013). *An investigation on tourism consumers' choice behavior towards tour destination loyalty* (Doctoral dissertation). Dicapai daripada http://espace.library.curtin.edu.au/R?func=dbin-jump-full&object_id=190331
- Huber,
- Htay, S. N. N., & Salman, S. A. (2014). Proposed best practices of financial information disclosure for zakat institutions: A Case Study of Malaysia. *World Applied Sciences Journal*, 30, 288–294. <http://doi.org/10.5829/idosi.wasj.2014.30.icmrp.37>
- Hussin Salamon & Maisaroh Mat Saad (2010). *Persepsi ejen takaful terhadap penyertaan masyarakat dalam takaful hayat*. Fakulti Pendidikan Universiti Teknologi Malaysia
- Hungerford, H. R., & Volk, T. L. (1990). Changing learner behavior through environmental education. *The Journal of Environmental Education*, 21(3), 8–21. <http://doi.org/10.1080/00958964.1990.10753743>
- Illi Diyana Yusop, Sanep Ahmad, & Hairunnizam Wahid (2013). Zakat: analisis pengurusan dan trend agihan di melaka. In *Prosiding PERKEM VIII* (Vol. 2, pp. 926–937).
- Ibnu Hajar Asqalani (2007), *Fathul baari*, (Ter.) Aamiruddin, Kampung Melayu Kecil: Pustaka Azzam.
- Ibrahim G. Badran 1995. Knowledge, attitude and practice the three pillars of excellence and wisdom: a place in the medical profession. *Eastern Mediterranean Health Journal* 1(1): 8-16.

- Ida Husna Hedzir (2009), *Intention to pay zakah on employment income among manufacturing employees* In Penang, College of Business Universiti Utara Malaysia
- Ismail Ahmad, & Masturah Ma'in (2014). The efficiency of zakat collection and distribution: evidence from two stage analysis. *Journal of Economic Cooperation and Development*, 35(3), 133–169.
- Jabatan Perangkaan Malaysia. (2016). *Statistik Jumlah Penduduk di Malaysia*. Dicapai daripada <https://www.statistics.gov.my/>
- Jamilah Hj. Ahmad, Hasrina Mustafa, Hamidah Abd Hamid, & Juliana Abdul Wahab. (2011). Pengetahuan, sikap dan amalan masyarakat malaysia terhadap isu alam sekitar. *Akademika*, 81(3), 103–115.
- Jani, D., & Han, H. (2013). Personality, social comparison, consumption emotions, satisfaction, and behavioral intentions. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 25(7), 970–993. <http://doi.org/10.1108/IJCHM-10-2012-0183>
- Jarvis, C. B., Mackenzie, S. B., & Podsakoff, P. M. (2003). A critical review of construct indicators and measurement model misspecification in marketing and consumer research. *Journal of Consumer Research*, 30(September 2003), 199-218.
- Jasni, S., Anwar, M.A. (2012), Comparative study of zakat collection legal administrative in aceh provions and Kedah. *Malaysia Study*, 30 (1), 107-138.
- Jayawardhena C., & Farrell A. M. (2011). Effects of retail employees' behaviours on customers' service evaluation. *International Journal of Retail & Distribution Management* 39:3, 203-217
- Josang, A., Roslan Ismail, & Boyd, C. (2007). A survey of trust and reputation system for online service provision. *Decision Support Systems*, 43(2), 618–644.
- Kahf, M. (1999b). *The performance of the institution of zakah in theory and practice*. In International Conference on Islamic Economics Towards the 21st Century.
- Kamil Md. Idris. (2006). Kesan persepsi undang-undang dan penguatkuasaan zakat terhadap gelagat kepatuhan zakat pendapatan gaji. *Working Paper in Islamic Economics and Finance* (Vol. 204).
- Kamil Md. Idris, & Ahmad Mahdzan Ayob. (2002). Peranan sikap dalam gelagat kepatuhan zakat pendapatan gaji. *Analisis*, 9(1 & 2), 171–191.
- Kamil Md. Idris. (2002). *Gelagat kepatuhan zakat pendapatan gaji di kalangan kakitangan awam persekutuan negeri kedah*. (Tesis PhD tidak diterbitkan). Universiti Utara Malaysia.
- Kamil Md Idris, Zainol Bidin, & Ram Al Jaffri Saad (2012). Islamic religiosity

measurement and its relationship with business income zakat compliance behavior. *Jurnal Pengurusan*, 34, 3–10.

- Kamil Md Idris, Chek Derashid dan Engku Ismail. (1997). *Zakat pengajian: suatu tinjauan terhadap pengetahuan dan amalan muslimin negeri Perlis*. Kertas kerja di bentangkan di Seminar Penyelidikan Universiti, Universiti Utara Malaysia, Sintok, Kedah.
- Kautonen, T., Gelderen, M., & Tornikoski, E. T. (2013). Predicting entrepreneurial behaviour: a test of the theory of planned behaviour. *Applied Economics*, 45(6), 697–707. <http://doi.org/10.1080/00036846.2011.610750>
- Kantsperger, R., & Kunz, W. H. (2010). Consumer trust in service companies: a multiple mediating analysis. *Managing Service Quality*, 20(1), 4–25. <http://doi.org/10.1108/09604521011011603>
- Keh, H. T., & Xie, Y. (2009). Corporate reputation and customer behavioral intentions: The roles of trust, identification and commitment. *Industrial Marketing Management*, 38(7), 732–742. <http://doi.org/10.1016/j.indmarman.2008.02.005>
- Keiningham, T. L., Cooil, B., Aksoy, L., Andreassen, T. W., & Weiner, J. (2007). The value of different customer satisfaction and loyalty metrics in predicting customer retention, recommendation, and share-of-wallet. *Managing Service Quality: An International Journal*, 17(4), 361–384. <http://doi.org/10.1108/09604520710760526>
- Kerlinger, F. N., & Lee, H. B. (1999). *Foundations of behavioral research*. New York: CBS College Publishing.
- Kesal Agihan Zakat Tak Telus. (2012). *Sinar Harian*. Dicapai daripada <http://www.sinarharian.com.my/edisi/pahang/kesal-agihan-zakat-tak-telus-1.75149>
- Khadijah Muda, Mohd Daud Awang, Hasniyah Abd Rahim, & Dayang Shobihah Abang Abai. (2013). Persepsi pengguna laman web lzs terhadap pembayaran zakat atas talian. *Jurnal Pengurusan JAWHAR*, 7(2), 111–139.
- Knoll, D. L., & Harjinder Gill. (2011). Antecedents of trust in supervisors, subordinates, and peers. *Journal of Managerial Psychology*, 26(4), 313–330. <http://doi.org/10.1108/02683941111124845>
- Knox, S., & Gruar, C. (2007). The application of stakeholder theory to relationship marketing strategy development in a non-profit organization. *Journal of Business Ethics*, 75(2), 115–135. <http://doi.org/10.1007/s10551-006-9258-3>
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2009). *Principles of marketing* (3rd ed.). New Jersey: Person Education.
- Kotler, P., Brady, M., Goodman, M., & Hansen, T. (2009). *Marketing management* (13th ed.). Pearson Education Limited.

- Krause, F. G., Gathmann, S., & Gorschewsky, O. (2008). The use of intramedullary helix wire for the treatment of proximal humerus fractures. *Journal of Orthopaedic Trauma*, 22(2), 96-101.
- Krejcie, R. V., & Morgan, D. W. (1970). Determining sample size for research activities. *Educational and Psychological Measurement*, 30, 607-610.
- Kumari, H. V., & Rani, S. S. (2011). Customer perception of services quality in the retail banking sector. *European Journal of Business and Management*, 3(3), 299–306. Dicapai daripada <http://www.iiste.org/Journals/index.php/EJBM/article/view/286>
- Laporan Kementerian Pembangunan Wanita Keluarga dan Masyarakat (2014).
- Laporan Jabatan Wakaf Zakat dan Haji (JAWHAR) (2015). Kuala Lumpur.
- Laporan zakat 2010. Kuala Lumpur: Pusat Pungutan Zakat Majlis Agama Islam Wilayah Persekutuan.
- Laporan pengurusan zakat (2010). Shah Alam, Selangor: Lembaga Zakat Selangor.
- Laporan Tahunan Zakat (2012). Kuala Lumpur: Pusat Pungutan Zakat Majlis Agama Islam Wilayah Persekutuan.
- Laporan Zakat (2014) Kuala Lumpur: Pusat Pungutan Zakat Majlis Agama Islam Wilayah Persekutuan.
- Laporan Lembaga Zakat Negeri Kedah (2014). Lembaga Zakat Negeri Kedah. Dicapai pada 6 Januari 2016 di <https://www.zakatkedah.com.my/index.php/shop/statistik-kutipan/>
- Lee G. & Lin H. (2005). Customer perception of e-service quality in online shopping. *International Journal of Retail & Distribution Management Online Information Review Internet Research*. 33(4), 161-176.
- Lembaga Hasil Dalam Negeri. (2010). *Laporan tahunan 2009*. Kuala Lumpur: Percetakan Nasional Malaysia Berhad.
- Lin, L., & Chen, C. (2006). The influence of the country-of-origin image , product knowledge and product involvement on consumer purchase decisions : an empirical study of insurance and catering services in Taiwan. *Journal of Consumer Marketing*, 23(5), 248–265. <http://doi.org/10.1108/07363760610681655>
- Mahmood Zuhdi Abdul Majid (2003). *Pengurusan zakat*. Kuala Lumpur: Dewan Bahasa dan Pustaka.
- Mahyuddin Haji Abu Bakar. (2012). *Hubungan antara agihan zakat dan kualiti hidup asnaf fakir dan miskin*. (Tesis PhD tidak diterbitkan). Universiti Utara Malaysia.

- Malaga, R. A. (2001). Web-based reputation management system: problems and suggested solutions. *Electronic Commerce Research*, 1(4), 403–417.
- Mayer, R. C., Davis, J. H., & Schoorman, F. D. (1995). An integrative model of organizational trust. *Academy of Management Review*, 20(3), 709–734. Dicapai daripada <http://amr.aom.org/content/20/3/709.short>
- McKnight, D. H., Cummings, L. L., & Chervany, N. L. (1998). Initial trust formation in new organizational relationships. *The Academy of Management Review*, 23(3), 473–490. Dicapai daripada <http://amr.aom.org/content/23/3/473.short>
- Md Hairi Md Hussain. (2009). Keberkesanan sistem agihan zakat: suatu pandangan awal. In *The 4th ISDEV International Graduate Workshop (INGRAW 2009)* (pp. 1–14).
- Meijer, M.-M. (2009). The effects of charity reputation on charitable giving. *Corporate Reputation Review*, 12(1), 33–42. <http://doi.org/10.1057/crr.2009.5>
- Migliore, L.-A., & DeClouette, A. H. (2011). Perceptions of trust in the boardroom: a conceptual model. *Journal of Leadership & Organizational Studies*, 18(3), 320–333. <http://doi.org/10.1177/1548051811404893>
- Mikami, S., & Inoguchi, T. (2008). Legitimacy and effectiveness in Thailand, 2003 - 2007: Perceived quality of governance and its consequences on political beliefs. *International Relations of the Asia-Pacific*, 8(3), 279–302. <http://doi.org/10.1093/irap/lcn012>
- Mishra, S. (2014). Adoption of m-commerce in India: Applying theory of planned behaviour model. *Journal of Internet Banking and Commerce*, 19(1), 1–18.
- Mohamad Noor Sahidi Johari. (2013). Penentuan institusi zakat secara menyeluruh. *Jurnal Pengurusan JAWHAR*, 7(2).
- Mohd Ali Mohd Nor, Hairunnizam Wahid, & Nor Ghani Md. Nor (2004). kesedaran membayar zakat pendapatan di kalangan kakitangan profesional Universiti Kebangsaan Malaysia. *Jurnal ISLAMIYYAT*, 2(26), 59–67.
- Mohd Fadly (2010). Lebih proaktif bantu si miskin. *Harian Metro*, p. v4.
- Mohd Harzrul, A. (2010, Mac 4). Institusi agama tercabar, *Harian Metro*, p. 9
- Mohd Heikal, Muammar Khaddafi, & 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.
- Mohd Rizal Palil, Mohd Rusyidi Md Akir, & Wan Fadillah Bin Wan Ahmad (2013). The perception of tax payers on tax knowledge and tax education with level of tax compliance: a study the influences of religiosity. *ASEAN Journal of Economics, Management and Accounting*, 1(1), 118–129.

- Moorman, C., Deshpande, R., & Zaltman, G. (1993). Factors affecting trust in market research relationships. *Journal of Marketing*, 57(1), 81–101.
- Morgan, R. M., & Hunt, S. D. (1994). The commitment-trust theory of relationship marketing. *Journal of Marketing*, 58(July 1994), 20–38. Dicapai daripada <http://www.jstor.org/stable/1252308>
- Moschis, G. P., & Churchill, G. A. (1978). Consumer socialization: a theoretical and empirical analysis. *Journal of Marketing Research*, 15(4), 599–609.
- Mueller, D.J. (1986). *Measuring social attitudes*. Columbia University, New York: Teachers College
- Muhammad Tahir Jan, & Kalthom Abdullah (2014). The impact of technology csfs on customer satisfaction and the role of trust: an empirical study of the banks in Malaysia. *International Journal of Banak Marketing*, 32(5), 429–447. <http://doi.org/http://dx.doi.org/10.1108/IJBM-11-2013-0139> Do
- Mujaini Tarimin. (2009). Memantapkn pelaksanaan agihan zakat oleh institusi zakat di malaysia: satu saranan penambahbaikan. *Jurnal Pengurusan JAWHAR*, 2(April 2009), 55–71.
- Mujaini Tarimin. (2012). *Zakat al-mal al-mustafad amalan dan pengalaman di malaysia*. Kuala Lumpur: Pusat Pungutan Zakat 2012.
- Muhsin Nor Paizin. (2014). Amalan dakwah zakat di wilayah persekutuan malaysia: satu pemerhatian. Dalam *Proceeding of the International Conference on Arabic Studies and Islamic Civilization iCasic*, 482-489.
- Muhammad Syukri Salleh (2002). Lokalisasi zakat: satu cadangan teoritis. *Working Paper in Islamic Economics and Finance*.
- Murphy, K. R., & Davidshofer, C. O. (2005). *Psychological testing. principles and applications*. New Jersey: Pearson Education.
- Muslim Amin, Zatilaziya Yahya, Wan Faizatul Aniza Ismayatim, Siti Zaroha Nasharuddin, & Emilia Kassim. (2013). Service quality dimension and customer satisfaction: an empirical study in the malaysian hotel industry. *Services Marketing Quarterly*, 34(2), 115–125. <http://doi.org/10.1080/15332969.2013.770665>
- Mustafa, M. O. A., Mohamad, M. H. S., & Adnan, M. A. (2013). Antecedents of zakat payers' trust in an emerging zakat sector: an exploratory study. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 4(1), 4–25.
- Noor Shakirah Mat Akhir. (2011). The concept of belief in religions : a study from the psychological and human behavioural perspectives. *Sosiohumanika*, 4(2), 249–258. Dicapai daripada <http://mindamas-journals.com/index.php/sosiohumanika/article/view/450/448>

- Nooteboom, B. (1993). Firm size effects on transaction costs. *Small Business Economics*, 5(4), 283–295.
- Noraza Mat Udin. (2012). *Salaried and waged taxpayers' internal states and assessment system in Malaysia*.
- Nor Azlina Abd. Wahab, Mahyudin Abu Bakar, Ahmad Zubir Ibrahim, Zairy Zainol, Norida Minhat@Minhaj (2015). Kualiti Perkhidmatan dalam Institusi Zakat: Satu Penemuan Awal. In: Nor Aini Ali, Azizi Che Seman, Mohd Taquiuddin Mohamad (ed) *Isu Kontemporari Pengurusan dan Pembayaran Zakat di Malaysia*. Majlis Agama Islam Wilayah Persekutuan, Kuala Lumpur.
- Norazlina Abd. Wahab, & Abdul Rahim Abdul Rahman (2011). A framework to analyse the efficiency and governance of zakat institutions. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 2(1), 43–62. <http://doi.org/10.1108/17590811111129508>
- Nor Azmi Musa. (2006). *Koleksi dan pengurusan kutipan zakat Negeri Sembilan*. Bab 24: *Zakat pensyariatan perekonomian dan perundangan*. Bangi: Penerbit Universiti Kebangsaan Malaysia.
- Nor Aziah, M. (2004). *Land tax administration and compliance attitude in Malaysia*, (Tesis PhD tidak diterbitkan). University of Notingham, United Kingdom.
- Nunally, J.C. (1967). *Psychometric theory* (1st ed.), McGraw-Hill, New York, NY.
- Nur Barizah Abu Bakar, & Abdul Rahim Abdul Rahman (2007). A comparative study of zakah and modern taxation. *Islamic Economic*, 20(1), 25–40.
- Nur Barizah Abu Bakar, & Hafiz Majdi Abdul Rashid (2010). Motivations of paying zakat on income : evidence from malaysia. *International Journal of Economics and Finance*, 4(3), 76–84. Dicapai daripada <http://www.ccsenet.org/sci-hub.org/journal/index.php/ijef/article/view/6087>
- Nur Hafizah Ishak dan Selamah Maamor (2013). Kajian kecekapan kutipan zakat di Wilayah Persekutuan. In *Prosiding PERKEM VIII* (Vol. 1, pp. 414–425).
- Nurul Huda, Nova Rini, Yosi Mardoni, & Purnama Putra. (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), 271–279.
- Oliver, R. (1999). Whence consumer loyalty? *The Journal of Marketing*, 63, 33–44. <http://doi.org/10.2307/1252099>
- Oliver, R. L., & Bearden, W. O. (1985). Crossover in the theory effects of reasoned influence action : a moderating influence attempt. *Journal of Consumer Research*, 12(3), 324–340.
- Oliver, R. L., & Burke, R. R. (1999). Expectation processes in satisfaction formation.

Journal of Service Research, 1(3), 196–214.

- Orth, U. R., McDaniel, M., Shellhammer, T., & Lopetcharat, K. (2004). Promoting brand benefits: the role of consumer psychographics and lifestyle. *Journal of Consumer Marketing*, 21(2), 97–108. <http://doi.org/10.1108/07363760410525669>
- Oskamp, S., & Schultz, P. W. (2005). *Attitudes and opinions* (3rd ed.). London: Lawrence Erlbaum Associates, Inc.
- Park, J., Lee, H., & Kim, C. (2014). Corporate social responsibilities, consumer trust and corporate reputation: South Korean consumers' perspectives. *Journal of Business Research*, 67(3), 295–302. <http://doi.org/10.1016/j.jbusres.2013.05.016>
- Petkova, A. P., Wadhwa, A., Yao, X., & Jain, S. (2014). Reputation and decision making under ambiguity: A study of U.S. venture capital firms' investments in the emerging clean energy sector. *Academy of Management Journal*, 57(2), 422–448. <http://doi.org/10.5465/amj.2011.0651>
- Petter, S., Straub, D., & Rai, A. (2007). Specifying formative constructs in information systems research. *MIS Quarterly*, 31(4), 623–656.
- Pallant, J. (2013). *SPSS survival manual: a step by step guide to data analysis using SPSS*. New York: Open University Press.
- Pallant, J. (2001). *SPSS survival manual*, Allen and Unwin, Crow's Nest.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1994). Alternative scales for measuring service quality: a comparative assessment based on psychometric and diagnostic criteria. *Journal of Retailing*, 70(3), 201–230.
- Patmawati Hj Ibrahim. (2008). Pembangunan ekonomi melalui agihan zakat: tinjauan empirikal. *Jurnal Syariah*, 16(2), 223–244.
- Perlembagaan Persekutuan*. (2006). Percetakan Nasional Berhad.
- Piaw, C. Y. (2012). *Asas statistik penyelidikan*. McGraw-Hill (Malaysia).
- Piaw, C. Y. (2014). *Kaedah penyelidikan* (3rd ed.). Kuala Lumpur: McGraw-Hill Education (Malaysia) Sdn. Bhd.
- Powpaka, S. (2002). Factors affecting managers' decision to bribe: An empirical investigation. *Journal of Business Ethics*, 40(3), 227–246.
- Preacher, K. J., & Hayes, A. F. (2004). SPSS and SAS procedures for estimating indirect effects in simple mediation models. *Behavior Research Methods, Instruments, & Computers*, 36(4), 717–731. <http://doi.org/10.3758/BF03206553>
- Preacher, K. J., & Hayes, A. F. (2008). Asymptotic and resampling strategies for

- assessing and comparing indirect effects in multiple mediator models. *Behavior Research Methods*, 40(3), 879–891. <http://doi.org/10.3758/BRM.40.3.879>
- Program Transformasi Negara. (2011). Retrieved February 5, 2015, from <http://www.epu.gov.my/government-transformation-programme>
- Qardhawi, Y. (2007). *Hukum Zakat*. (Salman Harun, Didin Hafidhuddin, & Hasanuddin, Eds.) (10th ed.). Bogor: Pustaka Litera AntaraNusa.
- Qardhawi, Y. (1998). *Peranan nilai dan akhlak dalam ekonorni Islam*. (terj). Kuala Lumpur. Metacorp Bhd.
- Radiah, S. (28 Oktober 2011). Amil lesapkan wang zakat diburu, *Kosmo*, p. 2.
- Rahim Mohd Khamis, Rohani Mohd, Arifin Md Salleh, & Abdol Samad Nawi. (2014). Do religious practices influence compliance behaviour of business zakat among SMEs? *Journal of Emerging Economies and Islamic Research*, 2(2), 1–16. Dicapai daripada <http://www.jeeir.com/index.php/jeeir/article/view/115/46>
- Rahisam Ramli (2013). Mekanisme agihan zakat muallaf berdasarkan realiti semasa. In *Proceedings of World Universities; Islamic Philanthropy Conference 2013* (pp. 0–7).
- Ram Al Jaffri Saad (2010). *Gelagat kepatuhan zakat perniagaan di negeri kedah darul aman*. (Tesis PhD tidak diterbitkan). Universiti Utara Malaysia.
- Ram Al Jaffri Saad (2010). Gelagat kepatuhan zakat perniagaan:apakah penentunya? In *The 4th ISDEV International Islamic Development Management Conference (IDMAC 2010)* (pp. 1–18).
- Ram Al Jaffri Saad, Kamil Md.Idris, & Zainol Bidin. (2009). Peraturan pembayaran zakat kepada institusi zakat: sikap peniaga dan kesannya terhadap gelagat pembayaran zakat perniagaan. *Jurnal Syariah*, 17(3), 607–630.
- Ram Al Jaffri Saad, Md Hairi Md Hussain, & Kamil Md. Idris. (n.d.). Gelagat kepatuhan zakat perniagaan : Aplikasi teori tindakan beralasan, 1–14.
- Ramayah, T., Nasurdin, A. M., Noor, M. N., & Sin, Q. B. (2004). The relationships between belief, attitude, subjective norm, and behavior towards infant food formula selection: the views of the Malaysian mothers. *Gadjah Mada International Journal of Business*, 6(3), 405-418.
- Ramayah, T., Lee, J., & In, J.(2011). Network collaboration and performance in the tourism sector. *Service Business*, 5(4), 411-428.
- Ranaweera, C., & Prabhu, J. (2003). The influence of satisfaction, trust and switching barriers on customer retention in a continuous purchasing setting. *International Journal of Service Industry Management*, 14(4), 374–395. <http://doi.org/10.1108/09564230310489231>

- Raudha Md Ramli, Sanep Ahmad, Hairunnizam Wahid, Abdul Ghafar Ismail, Nik Sabrina Nik Soh, & Norzaihawati Zainal. (2011). Indeks keyakinan pembayar zakat terhadap keupayaan pengurusan dana zakat :kajian kes di Lembaga Zakat Selangor (LZS). In *Innovation & Transformation in Zakat Collection & Distribution* (pp. 2–21).
- Ravichandran, K., Mani, B.T., Kumar, S.A. & Prabhakaran, S. (2010), “Influence of service quality on customer satisfaction application of SERVQUAL model”, *International Journal of Business and Management*, Vol. 5 No. 4, pp. 117-124.
- Razali Othman, & Rohayu Abdul Ghani. (2011). Sektor ijtimai: ke arah pemantapan sosio-ekonomi ummah. *Jurnal Pengurusan JAWHAR*, 5(1), 99–130.
- Rehman, A.-, & Shabbir, M. S. (2010). The relationship between religiosity and new product adoption. *Journal of Islamic Marketing*, 1(1), 63–69. <http://doi.org/10.1108/17590831011026231>
- Richard, J. E., & Zhang, A. (2012). Corporate image, loyalty, and commitment in the consumer travel industry. *Journal of Marketing Management*, 28(5–6), 568–593. <http://doi.org/10.1080/0267257X.2010.549195>
- Robbins, S. P., & DeCenzo, D. (2004). *Fundamentals of management: essential concepts and applications*. New Jersey: Upper Saddle River.
- Roberts, J. H., Kayande, U., & Stremersch, S. (2014). From academic research to marketing practice: Some further thoughts. *International Journal of Research in Marketing*, 31(2), 144–146. <http://doi.org/10.1016/j.ijresmar.2013.12.001>
- Robinson, J. P., Shaver, P. R., & Wrightsman, L. S. (1991). Criteria for scale selection and evaluation. In *Attitudes, Measures of personality and social psychological*. San Diego: Academic Press.
- Robinson, J.P., & Shaver, P.R. (1973). *Measures of social attitudes*. Institute for Social Research. Michigan: Ann Arbor.
- Robinson, S. L. (1996). Trust and Breach of the Psychological Contract. *Administrative Science Quarterly*, 41(4), 574–599. <http://doi.org/10.2307/2393868>
- Rossi, C., de Matos, C., & Ituassu, C. (2007). Consumer attitudes toward counterfeits: A review and extension. *Journal of Consumer Marketing*, 24(1), 36-47.
- Rotter, J. B. (1967). A new scale for the measurement of interpersonal trust. *Journal of Personality*, 35(4), 651–665. <http://doi.org/10.1111/j.1467-6494.1967.tb01454.x>
- Salamin, X., & Hanappi, D. (2014). Do we bank on regulation or reputation? A meta-analysis and meta-regression of organizational trust in the financial services sector. *International Journal of Bank Marketing*, 32(5), 367–407. <http://doi.org/http://dx.doi.org/10.1108/09564230910978511>

- Salasiah Hanin Hamjah, Zainab Ismail, & Noor Shakirah Mat Akhir. (2012). Kaedah penerapan ibadah dalam kaunseling salasiah. *Jurnal Teknologi (Social Science)*, 59(2012), 87–92.
- Sanep Ahmad & Hairunnizam Wahid. (2005a). Penerimaan dan tanggapan masyarakat terhadap sumber zakat harta yang diikhtilaf, 27(1), 45–65.
- Sanep Ahmad & Hairunnizam Wahid. (2005b). Sumber zakat: perluasan terhadap harta yang diikhtilaf. *Jurnal Syariah*, 13(1), 135–162.
- Sanep Ahmad & Zulkifli. (2010). Model gelagat pematuhan dan pengelakan zakat: suatu tinjauan teori. In *Seventh International Conference – The Tawhidi Epistemology: Zakat and Waqf Economy* (pp. 501–516).
- Sanep Ahmad, & Hairunnizam Wahid. (2004). *Kesan prestasi agihan oleh institusi formal ke atas kepatuhan membayar zakat.*
- Sanep Ahmad, & Hairunnizam Wahid. (2005). Persepsi agihan zakat dan kesannya terhadap pembayaran zakat melalui institusi formal. *Jurnal Ekonomi Malaysia*, 39, 53–69. Dicapai daripada http://www.ukm.my/penerbit/jurnal_pdf/JEM39-03.pdf
- Sanep Ahmad, Hairunnizam Wahid, & Adnan Mohamad. (2006). Penswastaan institusi zakat dan kesannya terhadap pembayaran secara formal di malaysia. *International Journal of Management Studies*, 13(2), 175–196.
- Sanep, A., Nor Ghani, M. N., & Zulkiffli, D. (2011). Tax-based modeling of zakat compliance. *Jurnal Ekonomi Malaysia*, 45, 101–108.
- Sarafadeen, N. O. (2012). A framework of islamic economics with reference to islamic taxation and allowable expenditures. *IJUM Law Journal*, 20(2), 243–274.
- Sargeant, A., & Lee, S. (2002). Improving public trust in the voluntary sector: An empirical analysis. *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing*, 7(1), 68–83. Dicapai daripada <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1002/nvsm.168/abstract>
- Sargeant, A., & Lee, S. (2004). Donor trust and relationship commitment in the UK charity sector: The impact on behavior. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*. Dicapai daripada <http://nvs.sagepub.com/content/33/2/185.short>
- Sax, L. J., Gilmartin, S. K., & Bryant, A. N. (2003). Assessing response rate and nonreponse bias in web and paper surveys. *Research in Higher Education*, 44(4), 409–432. <http://doi.org/10.1023/A:1024232915870>
- Schoorman, F. D., Mayer, R. C., & Davis, J. H. (2007). An integrative model of organizational trust: Past, present, and future. *Academy of Management Review*, 32(2), 344–354. Dicapai daripada <http://amr.aom.org/content/32/2/344.short>
- Schaarschmidt, M., Walsh, G., & Ivens, S. (2015). Perceived external reputation as a

- driver of organizational citizenship behavior: Replication and extension. *Corporate Reputation Review*, 18(September), 314–336. <http://doi.org/10.1057/crr.2015.19>
- Schumacker, R. E., & Lomax, R. G. (2004). *A beginner's guide to structural equation modeling* (2nd ed.). New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2014). *Research methods for business: a skill-building approach* (6th ed). United Kingdom: John Wiley & Sons, Inc.
- Shalihen Mohd Salleh (2011). *Faktor penentu niat kepatuhan cukai jualan tempatan*. (Tesis PhD tidak diterbitkan). Universiti Utara Malaysia.
- Shamsiah Mohamad, Asmak Ab Rahman, & Sharifah Hayaati Syed Ismail (2010). *Kesejahteraan ummah dan agihan semula kekayaan menurut perspektif islam*. Dicapai daripada <http://eprints.um.edu.my/3128/>
- Shehu, F. (2009). The role of religion in shaping contemporary man's everyday moral character: an islamic-catholic perspective. In *1st Global Conference on Ethics in Everyday Life, Salzburg, Austria* (pp. 1–13).
- Sherif, M., & Hovland, C. I. (1961). Social judgment: Assimilation and contrast effects in communication and attitude change. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 244–252.
- Shih, Y. and Fang, F. (2004), "The use of a decomposed theory of planned behavior to study internet banking in Taiwan", *Internet Research*, Vol. 14 No. 3, pp. 213-23.
- Shimp, T., & Kavas, A. (1984). The theory of reasoned action applied to coupon usage. *Journal of Consumer Research*, 11, 795-809.
- Shofian Ahmad, & Amir Husin. (2002). *Zakat membangun ummah*. Kuala Lumpur: Utusan Publications & Distributors Sdn. Bhd.
- Silver, D. (1995). Tax compliance and taxpayer attitude. *National Public Accountant*, 40(11), 32–34.
- Siti, M.M. (2009), Zakat legal system in Malaysia: between realities and expectations. Di dalam: Noor, A.H.D., Salleh, M.A., Nordin, R., Said, M.M., Taib, S.N.H., editor. *Integrating zakat & tax In Malaysia towards zakat excellence*. Shah Alam, Selangor: Pusat Penerbitan Universiti Teknologi MARA. p141-176.
- Statistik Kedah (2017). *Unit perancang ekonomi Negeri Kedah*. Kedah Darul Aman.
- Stone, M. (1974). Cross-Validatory Choice and Assessment of Statistical Predictions. *Journal of the Royal Statistical Society*, 36(2), 111–147.
- Suhaib, A. Q. (2009). Contribution of Zakat in the social development of Pakistan. *Pakistan Journal of Social Sciences*, 29(2), 313–334. Dicapai daripada

http://www.bzu.edu.pk.sci-hub.org/PJSS/vol29no2_2009/FinalPJSS12.pdf

- Sweeney, J. C., & Soutar, G. N. (2001). Consumer perceived value: The development of a multiple item scale. *Journal of Retailing*, 77(2), 203–220. [http://doi.org/10.1016/S0022-4359\(01\)00041-0](http://doi.org/10.1016/S0022-4359(01)00041-0)
- Syed Shah Alam, Hawati Janor, Zanariah, Che Aniza Che Wel, & Ahsan, M. N. (2012). Is Religiosity an important factor in influencing the intention to undertake Islamic home financing in Klang Valley? *World Applied Sciences Journal*, 19(7), 1030–1041. <http://doi.org/10.5829/idosi.wasj.2012.19.07.392>
- Tabachnick, B.G., & Fidell, L.S. (2007). *Using multivariate statistics* (5th ed.). Boston: Pearson Education Inc
- Tan, G. W.-H., Ooi, K.-B., Sim, J.-J., & Phusavat, K. (2012). Determinants of mobile learning adoption: An empirical analysis. *Journal of Computer Information Systems*, 52(3), 82–91. <http://doi.org/10.1080/08874417.2012.11645561>
- Tarkiainen, A., & Sundqvist, S. (2005). Subjective norms, attitudes and intentions of Finnish consumers in buying organic food. *British Food Journal*, 107(11), 808–822.
- Tenenhaus, M., Vinzi, V. E., Chatelin, Y. M., & Lauro, C. (2005). *PLS path modeling*.
- Taylor, S., & Todd, P. (1995). Decomposition and crossover effects in the theory of planned behavior: A study of consumer adoption intentions. *International Journal of Research in Marketing*, 12(2), 137–155.
- Trasorras, R., Art, W., & Russell, A. (2009). Value, satisfaction, loyalty and retention in professional services. *Marketing Intelligence & Planning*, 27(5), 615–632.
- Trivedi, V. U., & Shehata, M. (2005). Attitudes, incentives, and tax compliance. *Canadian Tax Journal*, 53(1), 29–61.
- Van de Walle, S., & Bouckaert, G. (2003). Public service performance and trust in government: the problem of causality. *International Journal of Public Administration*, 26(8–9), 891–913. <http://doi.org/10.1081/PAD-120019352>
- Vigoda-Gadot, E. (2006). Citizens' perceptions of politics and ethics in public administration: a five-year national study of their relationship to satisfaction with services, trust in governance, and voice orientations. *Journal of Public Administration Research and Theory*, 17(2), 285–305. <http://doi.org/10.1093/jopart/muj018>
- Vinzi, E.V., Trinchera, L. & Amato, S. (2010). *PLS path modeling: from foundations to recent developments and open issues for model assessment and improvement*. Dicapai pada 7 September 2016 di <http://www.springer.com>.
- Wahairi, M. (1991). *Zakat: Its role in wealth enrichment*. Kuala Lumpur: Pustaka al-Mizan.

- Wahyuni, S. (2012). Moslem community behavior in the conduct of islamic bank: The moderation role of knowledge and pricing. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 57, 290–298. <http://doi.org/10.1016/j.sbspro.2012.09.1188>
- Walle, S. Van De, & Six, F. (2014). Trust and distrust as distinct concepts: Why studying distrust in institutions is important. *Journal of Comparative Policy Analysis*, 16(2), 158–174. <http://doi.org/10.1080/13876988.2013.785146>
- Walsh, G., Mitchell, V.-W., Jackson, P. R., & Beatty, S. E. (2009). Examining the antecedents and consequences of corporate reputation: a customer perspective. *British Journal of Management*, 20(2), 187–203. <http://doi.org/10.1111/j.1467-8551.2007.00557.x>
- Wang, S., & Noe, R. A. (2010). Knowledge sharing: A review and directions for future research. *Human Resource Management Review*, 20(2), 115–131. <http://doi.org/10.1016/j.hrmr.2009.10.001>
- Wang H., Tseng J. & Yen Y. (2014). How do institutional norms and trust influence knowledge sharing? An institutional theory. *Innovation: Management, Policy & Practice*. 16(3), 374-391.
- Wold, H. (1982). *Soft modelling: the basic design and some extensions. Systems under indirect observation*, Part II, 36-37.
- Wang, Y., & Lo, H.-P. (2002). Service quality, customer satisfaction and behavior intentions. *Info*, 4(6), 50–60. <http://doi.org/10.1108/14636690210453406>
- Weiss, A. M., Anderson, E., & MacInnis, D. J. (1999). Reputation management as a motivation for sales structure decisions. *Journal of Marketing*, 63(October 1999), 74–89. <http://doi.org/10.2307/1251975>
- Welch, E. W., Hinnant, C. C., & Moon, M. J. (2004). Linking citizen satisfaction with e-government and trust in government. *Journal of Public Administration Research and Theory*, 15(3), 371–391. <http://doi.org/10.1093/jopart/mui021>
- Widen-Wulff, G. and Suomi, R. (2007). Utilization of information resources for business success: the knowledge sharing model. *Information Resources Management Journal*. 20(1). pp 46-67
- Yusuf, M. O., & Derus, A. M. (2013). Measurement model of corporate zakat collection in Malaysia: A test of diffusion of innovation theory. *Humanomics*. Dicapai daripada <http://www.emeraldinsight.com/doi/abs/10.1108/08288661311299321>
- Zainol Bidin (2008). *Gelagat kepatuhan zakat pendapatan gaji*. (Tesis PhD tidak diterbitkan). Universiti Utara Malaysia.
- Zainol Bidin, Kamil Md.Idris, & Faridahwati Mohd Shamsudin. (2009). Predicting compliance intention on zakah on employment income in Malaysia: An application of reasoned action theory. *Jurnal Pengurusan*, 28(2009), 85–102.

Dicapai daripada http://www.ukm.my.sci-hub.org/penerbit/jurnal_pdf/jp28-05.pdf

Zeithaml, V. A. (1988). Consumer perceptions of price, quality, and value: a means-end model and synthesis of evidence. *Journal of Marketing*, 52(3), 2–22. <http://doi.org/10.2307/1251446>

Zeithaml, V., Bitner, M., & Gremler, D. (2006). *Services marketing: integrating customer focus across the firm*. New York: McGraw-Hill

Zhao, X., Lynch Jr., J. G., & Chen, Q. (2010). Reconsidering Baron and Kenny: Myths and truths about mediation analysis. *Journal of Consumer Research*, 37(2), 197–206. <http://doi.org/10.1086/651257>

Zikmund, W. G. 2003. *Business research methods*. Ohio: Thompson.

Zulaikha Z. (15 Nov 2015). NGO mahu polis siasat dakwaan salah guna dana Yapeim. Dicapai pada 2 Disember 2015 di <http://www.malaysiakini.com/news/319591>

Zulaikha Z. (23 Nov 2015). Yapeim akan perjas pada 3000 penyumbang yang tarik diri. Dicapai pada 2 Disember 2015 di <http://www.malaysiakini.com/news/319591>

Zulkifli, M. (2010, Ogos 22). Enggan bayar zakat, denda RM1,000, Kosmo, p. 4.



UUM
Universiti Utara Malaysia



LAMPIRAN

UUM

Universiti Utara Malaysia

No. Ruj.

--	--	--



**OTHMAN YEOP ABDULLAH GRADUATE SCHOOL OF BUSINESS
UNIVERSITI UTARA MALAYSIA
06010 SINTOK
KEDAH DARUL AMAN**

Kepada responden yang budiman,

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh dan salam sejahtera

Tuan/Puan

**KAJIAN MENGENAI TAHAP KEPERCAYAAN PIHAK
BERKEPENTINGAN TERHADAP INSTITUSI ZAKAT DI KEDAH**

Sukacita dimaklumkan bahawa satu kajian mengenai perkara di atas sedang dijalankan. Kajian tersebut adalah untuk mendapatkan maklumat mengenai kedudukan tahap kepercayaan pihak berkepentingan terhadap institusi zakat. Sehubungan dengan itu, tuan/puan telah terpilih sebagai responden dalam kajian ini.

2. Pihak kami memohon jasa baik tuan/puan untuk mengisi borang soal selidik ini tanpa prejudis atau dipengaruhi oleh mana-mana pihak dan **diharap dapatlah kiranya tuan/puan mengembackan semula soal selidik ini kepada kami.**

3. Bagi makluman pihak tuan/puan, segala jawapan yang diberikan akan digunakan semata-mata untuk penyelidikan. Semua jawapan diletakkan sebagai **sulit serta rahsia** dan akan dimusnahkan apabila sudah tidak diperlukan lagi. Jawapan tuan/puan merupakan suatu sumbangan kepada negara Islam, khususnya dalam usaha untuk penambahbaikan sistem pentadbiran institusi zakat yang sedia ada ke arah institusi zakat yang lebih cemerlang.

4. Kerjasama serta perhatian tuan/puan dalam mengisi soal selidik ini adalah sangat dihargai dan didahului dengan ucapan terima kasih.

Sekian, terima kasih.

(HAFIZAH BINTI ZAINAL)

Calon Doktor Falsafah (Ph. D)

Universiti Utara Malaysia

017- 4972482

e-mail : hafizahzainal87@gmail.com

Sila pilih **satu jawapan sahaja** bagi setiap soalan dan bulatkan angka yang sesuai menurut pandangan anda bagi setiap soalan yang dikemukakan. Tolong jawab **semua soalan**.

		Sangat Tidak Setuju				Sangat Setuju
		1	2	3	4	5
1.	Wang zakat diuruskan dengan baik.	1	2	3	4	5
2.	Orang ramai merungut terhadap sistem agihan wang zakat.	1	2	3	4	5
3.	Sistem agihan zakat menepati kehendak syarak.	1	2	3	4	5
4.	Wang zakat telah diagihkan kepada kumpulan yang berhak (asnaf) secara adil.	1	2	3	4	5
5.	Ramai orang yang berhak, seperti fakir miskin mendapat wang zakat daripada institusi zakat.	1	2	3	4	5
6.	Saya percaya institusi zakat menawarkan perkhidmatan yang baik.	1	2	3	4	5
7.	Saya menjangkakan persekitaran institusi zakat adalah memuaskan.	1	2	3	4	5
8.	Interaksi saya dengan staf institusi zakat berjalan dengan baik.	1	2	3	4	5
9.	Staf di institusi zakat akan memberi maklumbalas dengan cepat terhadap apa yang saya perlukan.	1	2	3	4	5
10.	Saya gembira dengan apa yang institusi zakat sediakan kepada pelanggannya.	1	2	3	4	5
11.	Saya berpuas hati apabila membayar zakat kepada institusi zakat.	1	2	3	4	5
12.	Saya suka membayar zakat kepada institusi zakat	1	2	3	4	5
13.	Saya pasti membayar zakat kepada institusi zakat.	1	2	3	4	5
14.	Membayar zakat kepada institusi zakat suatu tindakan yang tepat.	1	2	3	4	5
15.	Saya sokong zakat dibayar kepada institusi zakat.	1	2	3	4	5
16.	Saya berasa lapang dan senang hati membayar zakat kepada institusi zakat.	1	2	3	4	5
17.	Lebih elok membayar sendiri zakat kepada orang miskin.	1	2	3	4	5
18.	Saya pasti bayar kepada institusi zakat walaupun tanpa arahan.	1	2	3	4	5
19.	Orang yang mempengaruhi tingkah laku saya berpendapat saya perlu membayar zakat di institusi zakat.	1	2	3	4	5

20	Orang yang penting bagi saya berpendapat bahawa saya perlu membayar zakat di institusi zakat.	1	2	3	4	5
21	Orang yang saya hormati berpendapat bahawa saya perlu membayar zakat di institusi zakat.	1	2	3	4	5
22	Orang yang rapat dengan saya berpendapat bahawa saya perlu membayar zakat di institusi zakat.	1	2	3	4	5
23	Orang yang mempengaruhi keputusan saya berpendapat bahawa saya perlu membayar zakat di institusi zakat.	1	2	3	4	5
24	Pembayar zakat boleh mendapatkan pengecualian cukai jika membayar zakat di institusi zakat.	1	2	3	4	5
25	Institusi zakat tidak akan mengambil lebihan wang dari apa yang sepatutnya.	1	2	3	4	5
26	Pembayar zakat boleh mendapatkan laporan zakat yang tepat.	1	2	3	4	5
27	Saya rasa institusi zakat perlu selaraskan undang-undang yang berkaitan pembayaran zakat di setiap negeri.	1	2	3	4	5
28	Saya tahu tentang undang-undang zakat di negeri ini.	1	2	3	4	5
29	Al-Quran ialah rujukan ilmu kepada saya.	1	2	3	4	5
30	Allah banyak memberi petunjuk kepada saya.	1	2	3	4	5
31	Sembahyang lima waktu banyak membantu saya.	1	2	3	4	5
32	Allah akan menghukum orang yang tidak membayar zakat.	1	2	3	4	5
33	Tidak membayar zakat adalah salah di sisi Islam.	1	2	3	4	5
34	Tidak membayar zakat adalah berdosa.	1	2	3	4	5
35	Institusi zakat mempunyai ciri-ciri pengurusan korporat yang cemerlang.	1	2	3	4	5
36	Institusi zakat mempunyai imej institusi Islam yang berwawasan.	1	2	3	4	5
37	Institusi zakat tidak menerima sebarang rungutan daripada masyarakat.	1	2	3	4	5
38	Segala aduan ditangani dengan baik oleh institusi zakat.	1	2	3	4	5
39	Institusi zakat mempunyai maklumat pengurusan dana zakat yang memuaskan.	1	2	3	4	5
40	Institusi zakat mempunyai hubungan yang erat dengan masyarakat.	1	2	3	4	5
41	Institusi zakat mengurus dana zakat dengan berkesan.	1	2	3	4	5

42	Institusi zakat mendedahkan maklumat zakat secara telus.	1	2	3	4	5
43	Institusi zakat menjalankan aktiviti yang patuh syariah.	1	2	3	4	5
44	Institusi zakat mempunyai ahli lembaga pengarah yang terkemuka.	1	2	3	4	5
45	Institusi zakat tidak memperuntukan dana zakat untuk perkhidmatan lain.	1	2	3	4	5
46	Institusi zakat tidak melakukan penyelewengan terhadap pembayar dan penerima zakat.	1	2	3	4	5
47	Institusi zakat menjalankan tanggungjawab dengan amanah.	1	2	3	4	5
48	Urusan zakat dilaksanakan dengan cekap.	1	2	3	4	5
49	Institusi zakat mengagihkan wang zakat secara adil.	1	2	3	4	5
50	Institusi zakat mempunyai imej yang baik.	1	2	3	4	5
51	Jumlah wang hasil kutipan zakat menunjukkan institusi zakat diyakini orang ramai.	1	2	3	4	5



UUM
Universiti Utara Malaysia

DEMOGRAFI

Sila berikan maklumat tentang diri anda. Sila tandakan (✓) pada ruangan berikut:

1. Jantina

1. Lelaki 2. Perempuan

2. Umur

1. 15 - 20 tahun
2. 21 - 30 tahun
3. 31 - 40 tahun
4. 41 - 50 tahun
5. 51 - 60 tahun
6. 61 tahun dan ke atas

3. Pendidikan tertinggi

1. Ujian Penilaian Sekolah Rendah (UPSR)
2. Penilaian Menengah Rendah (PMR)
3. Sijil Pelajaran Malaysia (SPM)
4. Diploma
5. Sarjana Muda
6. Sarjana (Master)
7. Doktor Falsafah

4. Status Perkahwinan

1. Bujang
2. Berkahwin
3. Duda/janda

5. Pendapatan bulanan

1. < RM1000
2. RM1001 – RM2000
3. RM2001 – RM3000
4. RM3001 – RM4000
5. RM4001 – RM5000
6. > RM5001

6. Adakah anda percaya kepada institusi zakat?

1. Ya 2. Tidak

-SOALAN TAMAT-

Sekian, Terima Kasih

SOALAN TEMUBUAL BERSTRUKTUR

Tajuk Kajian : Penentu Tahap Kepercayaan Terhadap Institusi Zakat: Kajian dalam Kalangan Pihak Berkepentingan di Negeri Kedah

Nama Penyelidik : Hafizah Zainal (PhD Pengurusan Islam)

Institusi : Universiti Utara Malaysia

Tujuan Kajian:

Tujuan kajian ini dilakukan adalah untuk mengetahui langkah yang perlu dilakukan oleh institusi zakat dalam memperkasakan pengurusan zakat agar kepercayaan pihak berkepentingan dapat ditingkatkan.

1) Latar Belakang Responden:

- Apakah pekerjaan terkini tuan/puan?
- Adakah tuan/puan membayar zakat menerusi institusi formal?

2) Memperkasakan Institusi Zakat (Objektif Kelima)

- S1) Secara umumnya, adakah tuan/puan berpuas hati dengan pengurusan zakat setakat ini?
- S2) Apakah kekurangan yang pihak tuan/puan rasa tentang pengurusan zakat yang tuan/puan terima?
- S3) Apakah kaedah terbaik dalam melaksanakan pengurusan zakat dengan berkesan?
- S4) Apakah penambahbaikan yang boleh dilakukan terhadap institusi zakat agar ia menjadi lebih berkesan daripada sedia ada?
- S5) Bagaimanakah langkah untuk meningkatkan kepercayaan pihak berkepentingan terhadap institusi zakat?
- S6) Apakah pandangan tuan/puan mengenai pengurusan zakat di masa hadapan dari sudut peranan teknologi, kesedaran pembayar serta kecekapan pihak pengurusan zakat dan lain-lain?

Bil.	Resp. 1	Resp. 2	Resp. 3	Resp. 4
1	Pelajar	Guru tuisyen	Pensyarah	Suri rumah
2	Formal/ Tidak formal	tidak	Ya	Ya
3	Ya	tidak	Ya	Ya
4	Tiada	Tidak diuruskan secara adil dan sama rata	Tiada	Pengagihan zakat ..terpaksa lalui prosedur yang pelbagai
5	Selalu pantau.. Cepatkan proses agihan..	Kesan penerima melalui JKK	Sebaran maklumat melalui media massa	Memudahkan penerima zakat
6	Lokalisasi,pengimarahkan masjid.. Amil aktif.. Pantau..	Peka kepada golongan yang memerlukan..tidak dominan kepada ibu tunggal	Aspek kutipan..kerjasama melalui agensi kerajaan dan swasta untuk mengesan pembayar zakat. Aspek kutipan, meluaskan skop penerima zakat.. ..Kesan penerima zakat ..Zakat sebagai sumber pinjaman	Turun padang mencari penerima zakat
7	Penambahbaikan pengagihan zakat.. Kemaskan sistem pentadbiran	Bijak dan telus dalam agihan...	“Telus dan kurangkan birokrasi”	Kemaskini agihan menerusi media massa..
8	Sistem online..	Penjelasan tentang zakat pada umum.tempat.. pengajian dan program yang dianjurkan..	Kempen kesedaran melalui media massa.. Taklimat dan pembukaan kaunter.. Pelbagai saluran pembayaran web zakat mesra pengguna..	Bantu tingkatkan kesedaran dan kecekapan urusan pembayaran zakat..

Bil	Resp. 5	Resp. 6	Resp. 7	Resp. 8
1	Pegawai kebudayaan	Pelajar	Pegawai Psikologi	Tutor
2	Ya	Ya	Ya	Ya
3	tidak	Ya	Ya	Kurang berpuas hati
4	Tiada masalah	Pemberian wang zakat	Maklumat pengagihan	Lambat bertindak mengesan asnaf
5	Mencari golongan asnaf..	Laporan yang jelas pengutipan dan pemberian wang zakat..	Kaunter zakat bergerak diperkemaskan.. Kaunter zakat bergerak berfungsi bagi menyebarkan maklumat & menyediakan perkhidmatan pembayaran zakat..	Mempercepatkan proses dan memberikan kepada benar2 memerlukan..
6	Longgarkan syarat bagi penerima..	Tingkatkan cara pemungutan zakat dengan tingkatkan imej..	Luaskan maklumat/pengetahuan promosi yang lebih berkesan menggunakan playstore (e-zakat) PPZ..	adakan satu pasukan yg bertindak dengan pantas..
7	Amanah dijalankan dengan baik	Imej yang lebih dipercayai dan laporan yang lengkap..	Mengenalpasti isu-isu yang timbul.. Buat kaji selidik..	Melayan golongan ini dengan penuh berhemah dan tidak mengeluarkan kata-kata yang kasar ketika berkomunikasi.. Wujudkan suasana yang kondusif terutamanya bagi golongan muaf yg benar2 susah dan dibuang keluarga..
8	Mudah dari segi bayaran.. Kesedaran bertambah.. Mesti cekap dan efisien.	Membina branding zakat secara Islamik, sistematik dan telus	Mengoptimumkan penggunaan teknologi Kecekapan pihak pengurusan perlu lebih aktif dan agresif dalam menyebarkan dakwah	Rombakan staff harus diadakan dan berilah kursus2 yg berguna untuk meningkatkan lg produktiviti staff.. Promosi perlu diadakan terutama di kawasan kampung dan pendalaman

Bil.	Resp. 9	Resp. 10	Resp. 11	Resp. 12
1	Pelajar	Pelajar	Guru	Guru
2	Ya	Ya	Ya	Ya
3	Kurang berpuas hati	Tidak	Ya	Ya
4	memantapkan lg kaedah penyampaian maklumat kerana golongan asnaf terutamanya golongan warga emas yg kurang peka dengan teknologi.	pengurusan zakat kurang sistematik dan prosesnya lambat	tidak tahu kemana zakat itu diagihkan.	Pemberian wang zakat ada yang tidak diberikan kepada mualaf/saudara baru
5	Menggunakan khidmat ketua/pemimpin untuk mengenalpasti/memperolehi maklumat asnaf	Menggunakan sistem online dan mengemaskini setiap tahun setiap income yg diperolehi. -Anak yang baru lahir perlu terus didaftarkan masuk ke sistem agar mudah dibantu.	Pejabat zakat Keluar mencari penerima zakat bukan penerima zakat pergi ke pejabat zakat.	Pegawai atasan dan bawahan perlu sama2 turun padang dalam mencari orang2 yang layak untuk menerima zakat
6	Mendekati asnaf dengan pelbagai cara	Sistem online dan pekerja perlu lebih aktif masuk ke setiap kampung mencari penduduk yg perlu dibantu	Terlalu banyak birokrasi untuk penerima zakat. Menjadi penaja terutama untuk bidang pendidikan.	Perlu lebih telus dalam pemberian zakat
7	Mendekati asnaf akan membuatkan mereka merasa lebih yakin	Pihak pengurusan zakat perlu lebih mesra rakyat.	Berikan penerangan dan kesedaran melalui media massa.Sediakan kemudahan untuk pembayar zakat. Sediakan kaunter di pusat beli belah.	Perlu selalu berjumpa dan berbincang untuk mengelakkan salah paham
8	Bagi golongan terpinggir, teknologi tidak memainkan peranan. Maklumat disampaikan dengan cara berkesan. Memudahkan cara agihan zakat	Agak sukar dengan karenah birokrasi untuk memohon sedikit bantuan. -pusat zakat menjadi tempat yg mudah utk membantu rakyat	-mencari pembayar zakat yang wajib membayar zakat melalui majikan. beri denda.. Pembayar zakat juga perlu diberi penerangan tentang hukum agama .. turun padang mencari pengeluar zakat.. -beri notis peringatan	kesedaran untuk membayar zakat perlu disebar dengan bantuan media massa dan media elektronik

TINJAUAN RINTIS
UJIAN KEBOLEHPERCAYAAN

Kepuasan Agihan

Reliability Statistics

Cronbach Alpha	N of Items
.627	5

Kualiti Perkhidmatan

Reliability Statistics

Cronbach Alpha	N of Items
.905	5

Sikap

Reliability Statistics

Cronbach Alpha	N of Items
.832	8

Norma Subjektif

Reliability Statistics

Cronbach Alpha	N of Items
.593	5

Pengetahuan

Reliability Statistics

Cronbach Alpha	N of Items
.898	6

Nilai Agama

Reliability Statistics

Cronbach Alpha	N of Items
.920	7

Reputasi

Reliability Statistics

Cronbach Alpha	N of Items
.941	5

Kepercayaan

Reliability Statistics

Cronbach Alpha	N of Items
.924	10

Semua Pembolehubah

Reliability Statistics

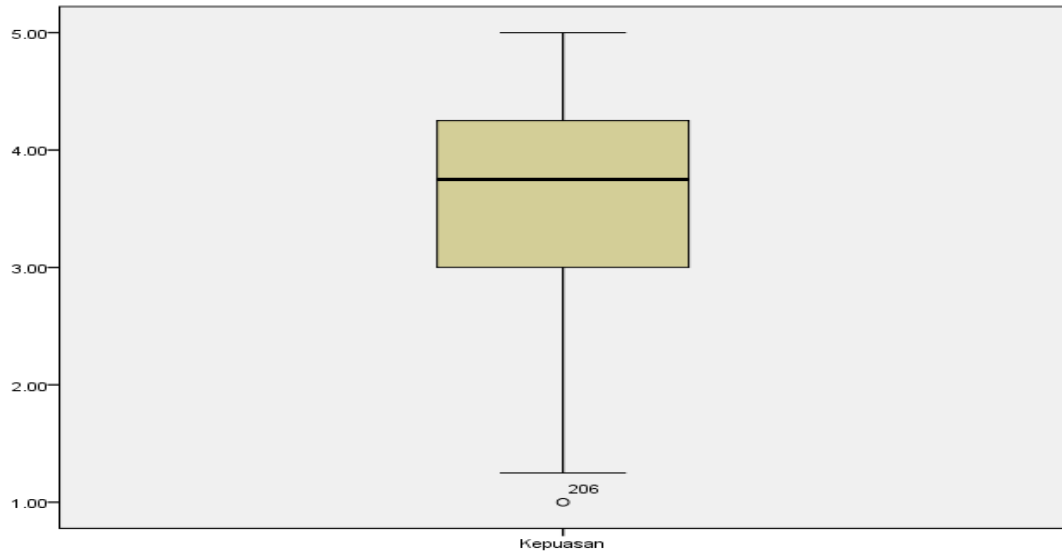
Cronbach Alpha	N of Items
.951	51



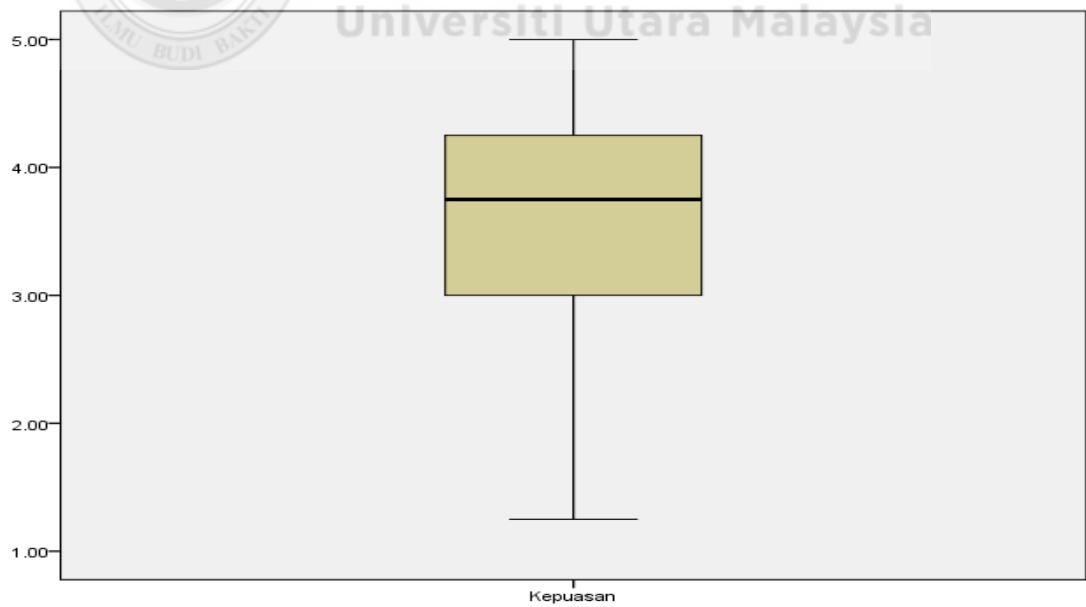
Outlier

Kepuasan Agihan

Sebelum

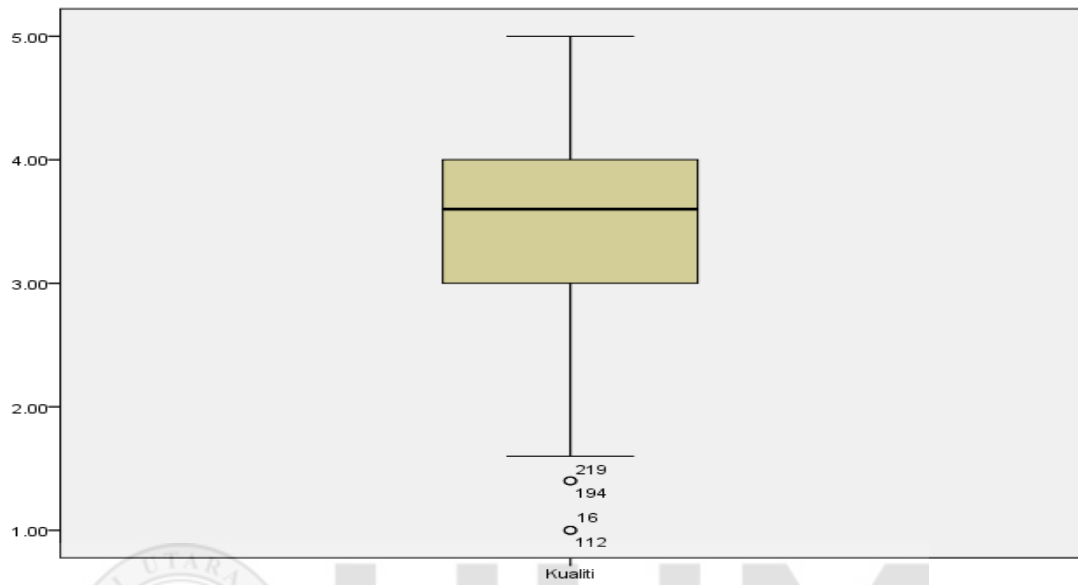


Selepas

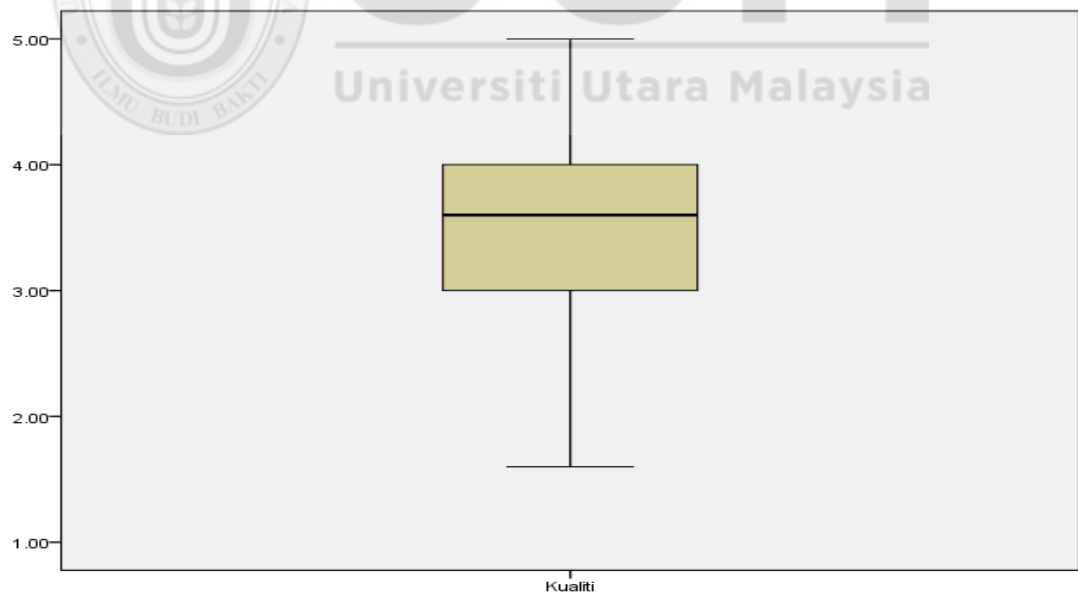


Kualiti Perkhidmatan

Sebelum

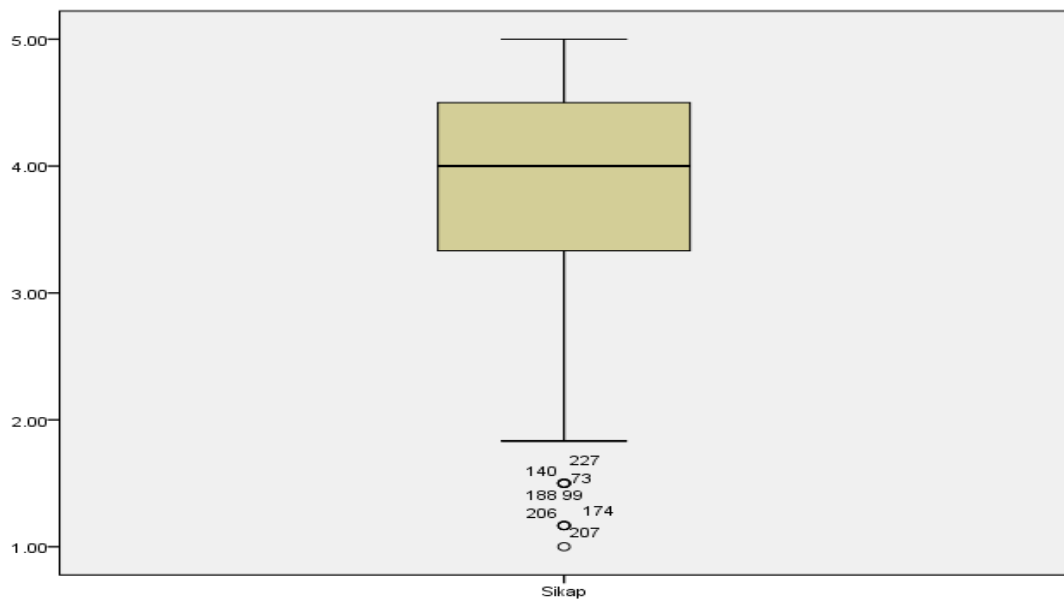


Selepas

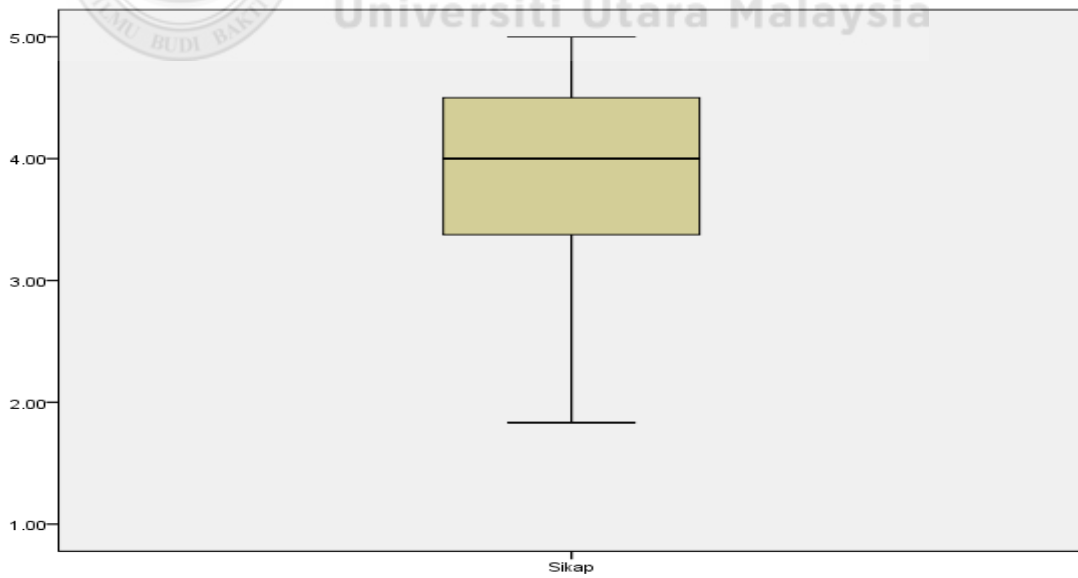


Sikap

Sebelum

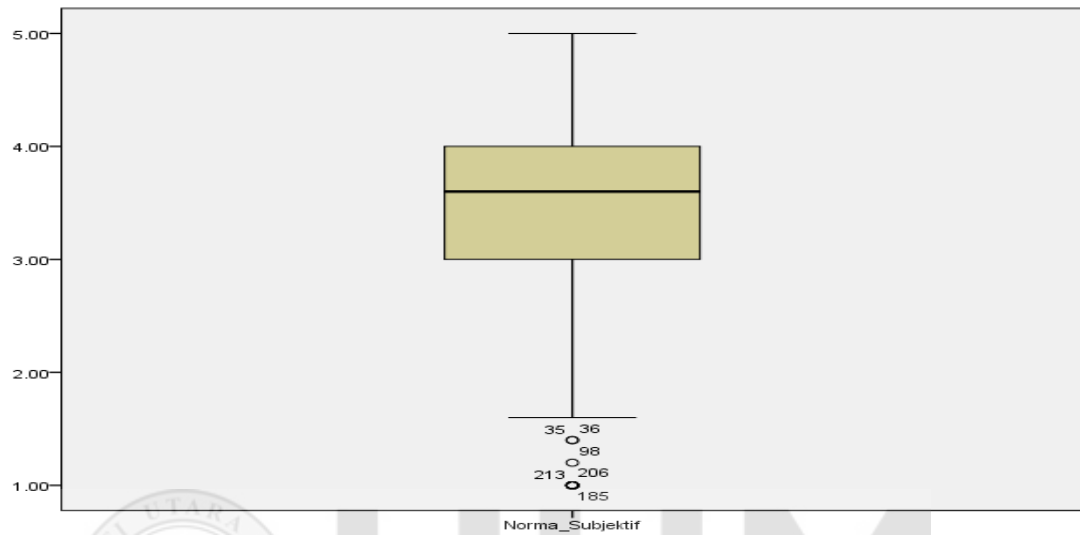


Selepas

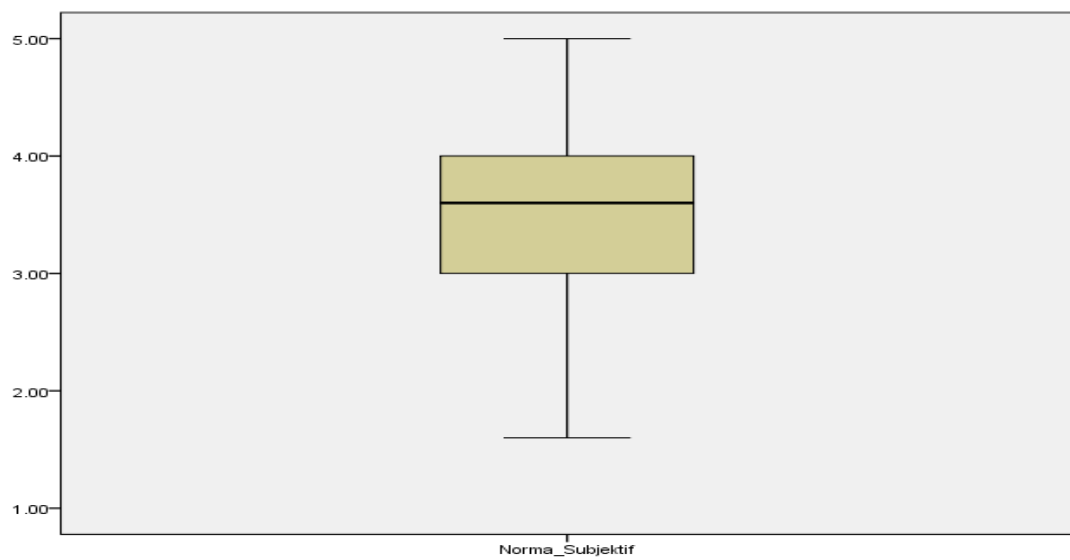


Norma Subjektif

Sebelum

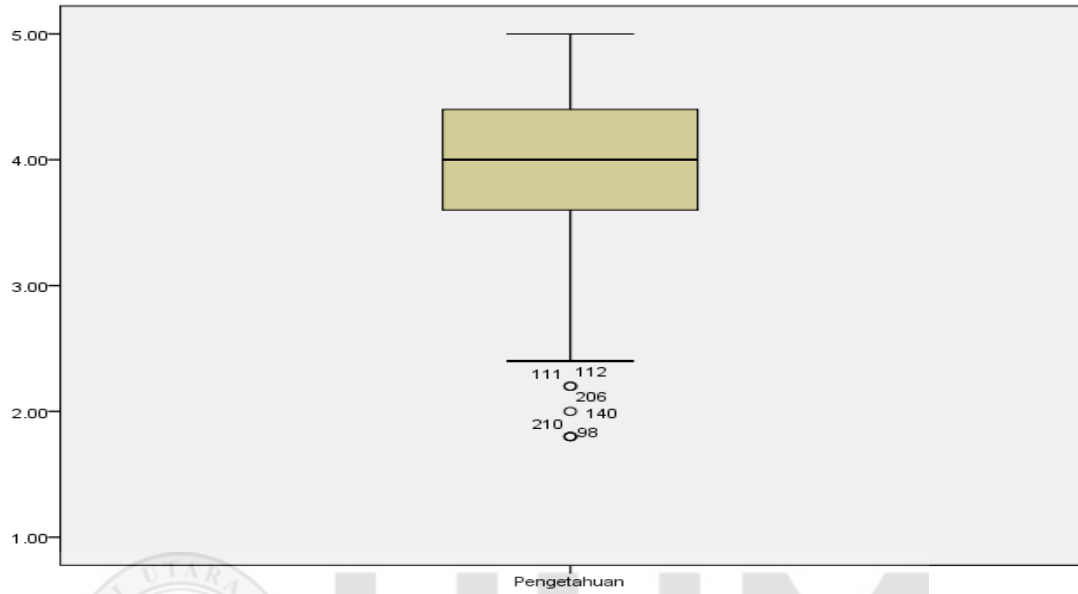


Selepas

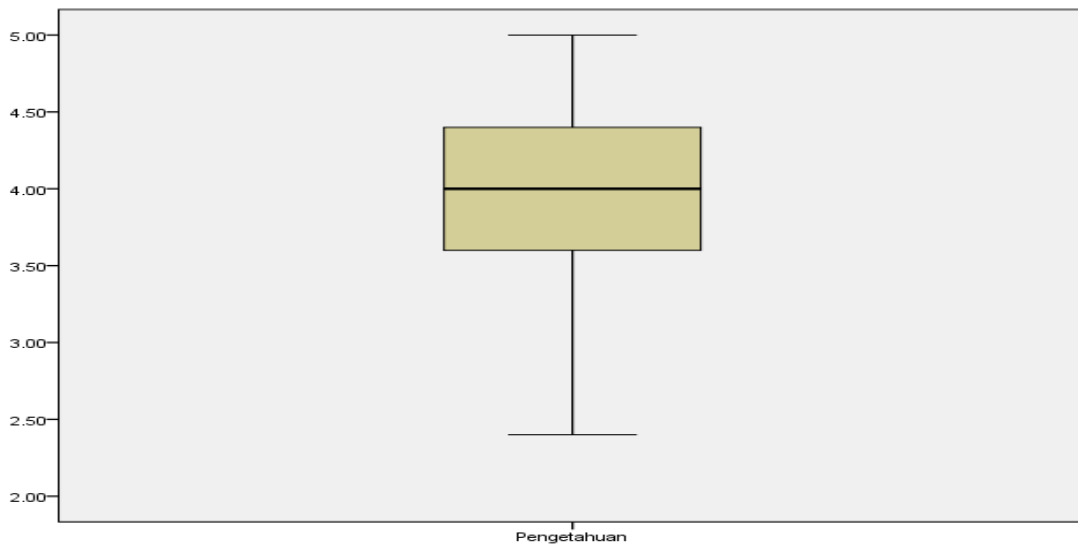


Pengetahuan

Sebelum



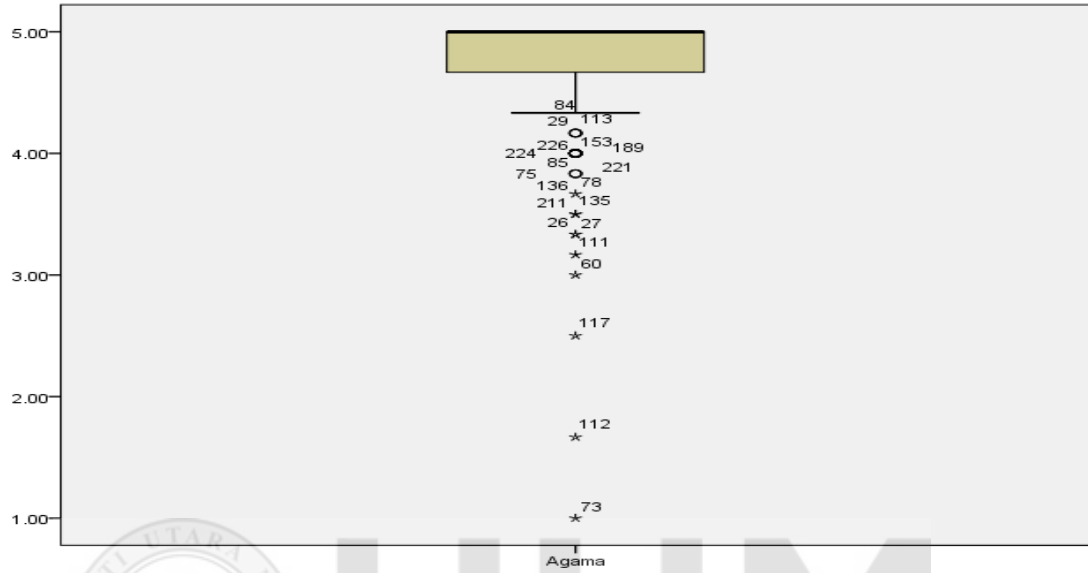
Selepas



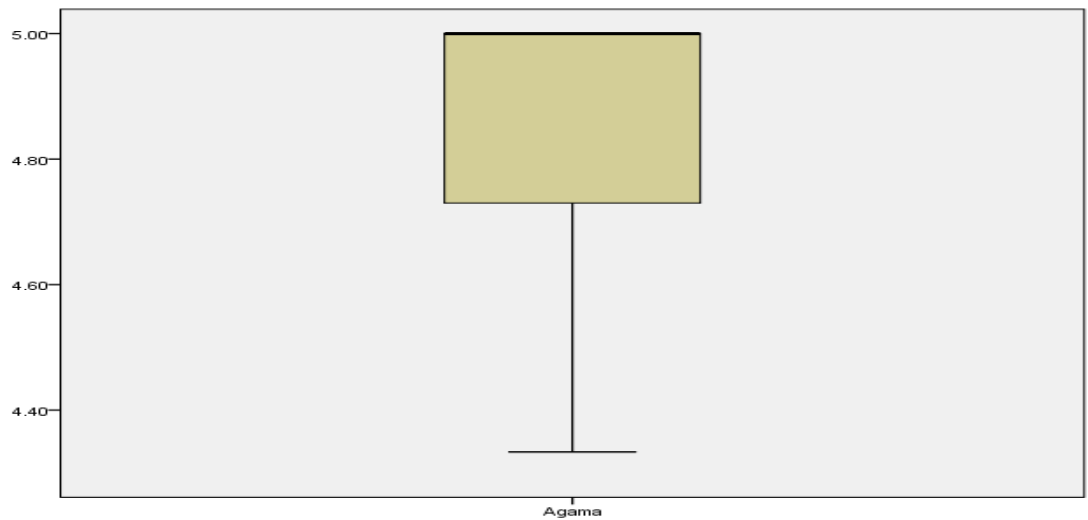
UUM
Universiti Utara Malaysia

Nilai Agama

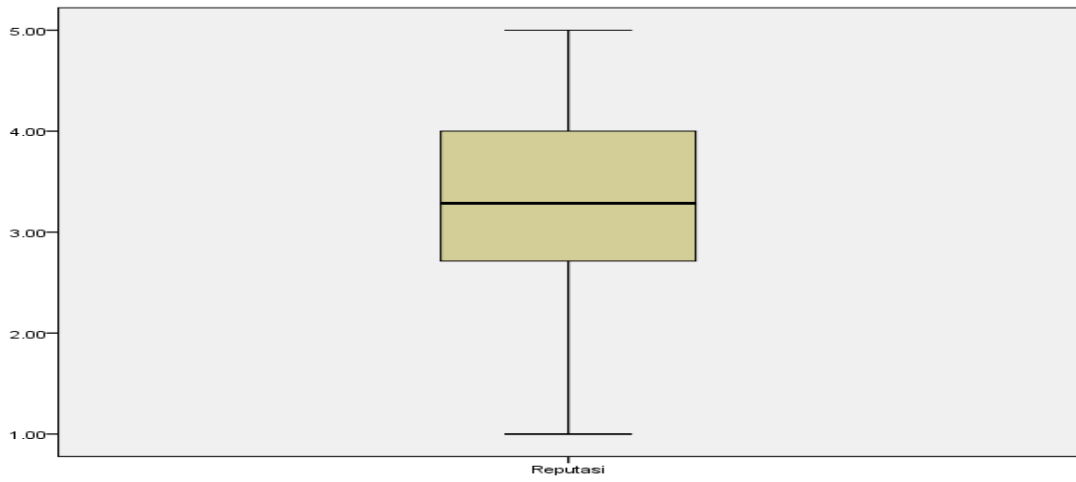
Sebelum



Selepas

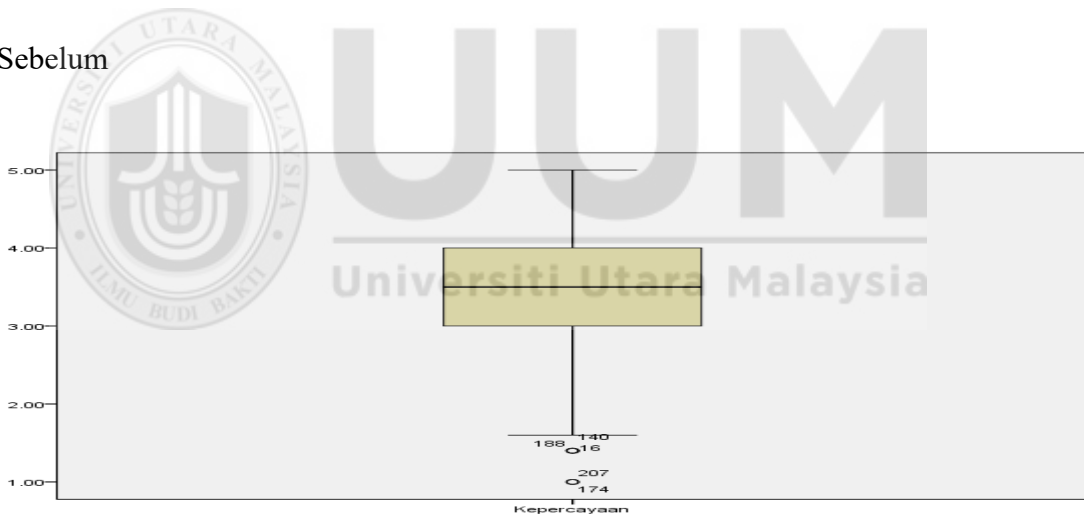


Reputasi

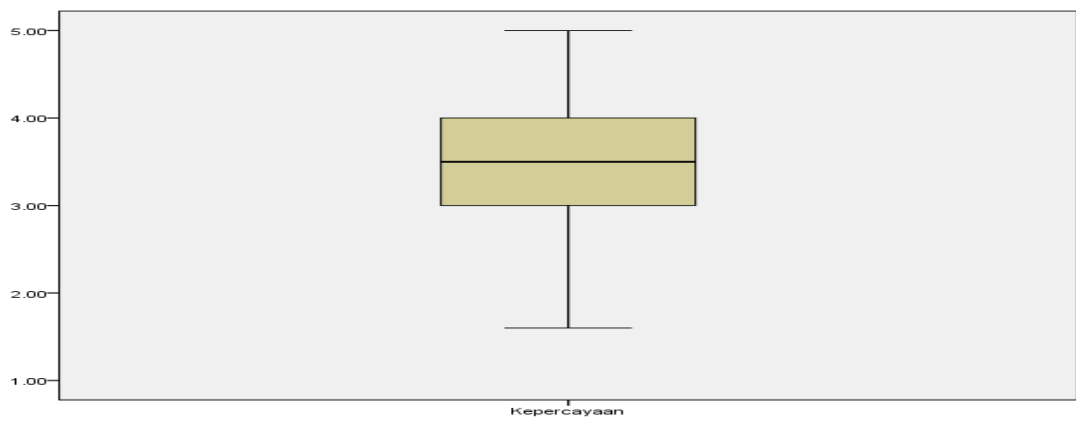


Kepercayaan

Sebelum



Selepas



Kebolehpercayaan (N=230)

Kepuasan Agihan

Reliability Statistics

Cronbach Alpha	N of Items
.758	5

Kualiti Perkhidmatan

Reliability Statistics

Cronbach Alpha	N of Items
.891	5

Sikap

Reliability Statistics

Cronbach Alpha	N of Items
.878	8

Norma Subjektif

Reliability Statistics

Cronbach Alpha	N of Items
.936	5

Pengetahuan

Reliability Statistics

Cronbach Alpha	N of Items
.749	5

Nilai Agama

Reliability Statistics

Cronbach Alpha	N of Items
.904	6

Reputasi

Reliability Statistics

Cronbach Alpha	N of Items
.940	7

Kepercayaan

Reliability Statistics

Cronbach Alpha	N of Items
.951	10



Bias Maklumbalas Responden

Paired Samples Test

		Paired Differences					t	df	Sig. (2-tailed)
		Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	95% Confidence Interval of the Difference				
					Lower	Upper			
Pair 1	A_KA - L_KA	.04091	1.04741	.10222	-.16179	.24361	.400	104	.690
Pair 2	A_KP - L_KP	-.03962	.97164	.09482	-.22765	.14842	-.418	104	.677
Pair 3	A_S - L_S	.07749	.98233	.09587	-.11261	.26760	.808	104	.421
Pair 4	A_NS - L_NS	.13324	.98255	.09589	-.05691	.32339	1.390	104	.168
Pair 5	A_P - L_P	.04898	.71845	.07011	-.09006	.18802	.699	104	.486
Pair 6	A_A - L_A	.01295	.27055	.02640	-.03941	.06531	.491	104	.625
Pair 7	A_R - L_R	-.02193	1.25213	.12219	-.26425	.22038	-.179	104	.858
Pair 8	A_K - L_K	-.04390	.99693	.09729	-.23683	.14903	-.451	104	.653