

**THE USE OF ZAKAT LOGO IN OPTIMIZING CORPORATE ZAKAT COLLECTION
ACCORDING TO MAQASID SYARIAH**

**PENGGUNAAN LOGO ZAKAT DALAM MENGOPTIMUMKAN KUTIPAN ZAKAT
KORPORAT MENURUT MAQASID SYARIAH**

Azman Ab Rahmanⁱ, Afaf Sukariⁱⁱ & Syed Mohd Najib Syed Omarⁱⁱⁱ

- ⁱ (Corresponding author). Profesor, Fakulti Syariah dan Undang-undang (FSU), Universiti Sains Islam Malaysia (USIM); AJK, Akademi Fiqh Islami Malaysia (AFHAM). azman@usim.edu.my
- ⁱⁱ Pelajar Sarjana, Fakulti Syariah dan Undang-undang (FSU), Universiti Sains Islam Malaysia (USIM). afafukari97@gmail.com
- ⁱⁱⁱ Pensyarah, Fakulti Syariah dan Undang-undang (FSU), Universiti Sains Islam Malaysia (USIM). syednajib@usim.edu.my

Abstract	<p><i>All approaches to increase the collection of corporate zakat should be intensified by the zakat institution and supported by the owners of corporate companies so that the target of annual corporate zakat collection is achieved despite the challenges that need to be passed by the zakat institution. Various initiatives have been implemented by zakat institutions such as LZNK and PPZ-MAIWP by introducing innovative methods of promoting corporate zakat collection through the use of zakat logos on corporate companies in the state of Kedah and the Federal Territory. This effort not only demands the obligation of the amil to collect corporate zakat from corporate companies, but it is also a human need for property to ensure the blessings of corporate companies in their business when paying zakat. Thus, this article aims to discuss the concept of the use of the zakat logo in Malaysia, including its approach according to the maqasid syariah. This article will also examine the challenges faced by zakat institutions in dealing with corporate zakat collection in Malaysia. This qualitative study uses documentation, interview and observation methods in the data collection process. The results of the study found that the use of the zakat logo on corporate companies is able to increase the collection of corporate zakat in addition to achieving the objective of zakat legislation through the care of property in terms of syariah purposes. The study also found that the main challenge faced by zakat institutions in the collection of corporate zakat is the issue of the level of awareness of Muslim traders on the payment of corporate zakat. It is hoped that this study can provide guidance and reference to zakat institutions or certain organizations in managing matters related to corporate zakat collection in facing the challenges of corporate zakat collection in Malaysia. Further research needs to be done to encourage the use of the zakat logo to be applied by all states in Malaysia so that the corporate zakat collection rate can be optimized from time to time.</i></p> <p>Keywords: Zakat, Logo, Corporate, Maqasid, Syariah.</p>
Abstrak	<p><i>Segala pendekatan bagi meningkatkan kutipan zakat korporat haruslah dipergiatkan oleh pihak institusi zakat dan disokong oleh pemilik syarikat korporat agar sasaran kutipan zakat korporat tahunan tercapai meskipun</i></p>

terdapat cabaran yang perlu dilalui oleh pihak institusi zakat. Pelbagai inisiatif telah dilaksanakan institusi zakat seperti LZNK dan PPZ-MAIWP dengan memperkenalkan kaedah pempromosian kutipan zakat korporat yang inovatif menerusi penggunaan logo zakat terhadap syarikat korporat di negeri Kedah dan Wilayah Persekutuan. Usaha ini bukan sahaja menuntut kewajipan pihak amil mengutip zakat korporat daripada syarikat korporat, namun ianya juga satu keperluan manusia terhadap harta bagi menjamin keberkatan syarikat korporat dalam perniagaan mereka apabila membayar zakat. Justeru, artikel ini bertujuan untuk membincangkan konsep penggunaan logo zakat di Malaysia termasuk pendekatannya menurut maqasid syariah. Artikel ini juga akan mengkaji cabaran yang dihadapi institusi zakat dalam mendepani kutipan zakat korporat di Malaysia. Kajian kualitatif ini menggunakan kaedah dokumentasi, temubual dan pemerhatian dalam proses pengumpulan data. Hasil kajian mendapati bahawa penggunaan logo zakat terhadap syarikat korporat mampu meningkatkan kutipan zakat korporat selain mencapai objektif pensyariaan zakat melalui penjagaan harta dalam aspek maqasid syariah. Kajian juga mendapati bahawa cabaran utama yang dihadapi oleh institusi zakat dalam kutipan zakat korporat adalah isu tahap kesedaran peniaga muslim terhadap pembayaran zakat korporat. Diharapkan kajian ini dapat memberikan panduan serta rujukan kepada institusi zakat mahupun organisasi tertentu dalam menguruskan hal ehwal berkaitan kutipan zakat korporat dalam mendepani cabaran kutipan zakat korporat di Malaysia. Kajian lanjutan perlu dilakukan bagi mengalakkan penggunaan logo zakat dapat diaplikasikan oleh semua negeri di Malaysia agar kadar kutipan zakat korporat dapat dioptimumkan dari semasa ke semasa.

Kata Kunci: Zakat, Logo, Korporat, Maqasid, Syariah.

PENDAHULUAN

Zakat merupakan rukun Islam ketiga yang wajib ditunaikan oleh setiap umat Islam. Pensyariaan zakat berperanan mengukuhkan ekonomi umat Islam sebagai medium penyucian harta dan perkongsian kekayaan. Pihak institusi zakat haruslah merancang, mengurus dan mengatur strategi yang lebih proaktif seiring dengan kemajuan dan peredaran zaman kini bagi memastikan objektif pensyariaan zakat tercapai. Wujud pelbagai pendekatan dan kaedah yang telah diamalkan oleh institusi zakat bagi memastikan kutipan zakat berlaku peningkatan dan ketulusan pengagihan di peringkat institusi zakat kepada asnaf yang layak.

Pemeriksaan terhadap corak kutipan zakat korporat haruslah dilaksanakan bagi mengoptimalkan jumlah kutipan zakat tahunan. Hal ini kerana zakat korporat menduduki tempat kedua tertinggi selepas zakat pendapatan. Adapun begitu, statistik menunjukkan kadar pembayaran zakat korporat oleh syarikat korporat masih lagi berada pada tahap yang rendah dan mampu ditingkatkan. Dengan itu, ianya berpotensi untuk dioptimumkan dengan menggunakan kaedah yang lebih terkini dan inovatif bagi menarik minat syarikat korporat membayar zakat. Hal ini kerana ianya memberikan impak yang tinggi kepada pengurangan kadar kutipan zakat secara keseluruhannya di Malaysia.

Sebarang inisiatif yang dilaksanakan oleh MAIN dan pusat zakat disarankan agar menerapkan konsep maqasid syariah dalam melakukan sebarang aktiviti bertujuan mengoptimalkan kutipan zakat korporat. Ini kerana setiap perolehan dana hasil daripada kutipan zakat korporat sangat membantu dalam menyediakan lebih banyak skim-skim bantuan kepada golongan asnaf bagi memastikan setiap keperluan asnaf dipenuhi dan bertepatan dengan syariat Islam. Justeru, bagi memastikan matlamat kewajipan dan hikmah berzakat melalui pendekatan penggunaan logo zakat terhadap syarikat korporat tercapai, maka pendekatan ini haruslah didasari dengan elemen maqasid syariah bagi

merealisasikannya. Pendekatan maqasid syariah dalam pengurusan kutipan zakat korporat diyakini dapat menjamin kepercayaan pembayar zakat korporat dan kepentingan penerima zakat seterusnya menjadikan institusi zakat di Malaysia lebih unggul dan bertaraf dunia.

OBJEKTIF KAJIAN

Kesedaran pembayaran zakat perniagaan dalam kalangan syarikat korporat masih berada pada tahap yang kurang memuaskan dan memerlukan pemerkasaan dari sudut kaedah untuk menarik pemilik syarikat korporat membayar zakat dengan mementingkan pendekatan yang menepati syariat. Oleh itu, tujuan utama kajian ini dijalankan adalah untuk membincangkan konsep penggunaan logo zakat di Malaysia termasuk pendekatannya menurut maqasid syariah. Artikel ini juga akan mengkaji cabaran yang dihadapi institusi zakat dalam mendepani kutipan zakat korporat di Malaysia.

METODOLOGI KAJIAN

Reka bentuk kajian adalah satu pelan tindakan yang memperlihatkan bagaimana sesuatu kajian dijalankan. Reka bentuk kajian menjadi panduan kepada pengkaji untuk mengumpul dan menganalisis data terhadap penyelidikan yang dijalankan. Reka bentuk kajian yang digunakan adalah berasaskan pendekatan kualitatif. Kajian ini merupakan kajian kualitatif yang menggunakan kaedah dokumentasi, temubual dan pemerhatian untuk mendapatkan data primer dan sekunder berkaitan objektif kajian.

Kaedah Dokumentasi

Kaedah dokumentasi melibatkan kajian analisis terhadap bahan-bahan bercetak seperti jurnal, buku, artikel, prosiding, akhbar dan sebagainya. Kaedah ini digunakan untuk mendapatkan gambaran yang lebih mendalam terhadap kajian yang ingin dijalankan. Bagi mendapatkan data sekunder yang berkaitan bantuan konsep penggunaan logo zakat di Malaysia, penyelidik akan merujuk kepada buku dan jurnal termasuk laman web rasmi setiap MAIN, akhbar harian, media sosial MAIN seperti facebook dan instagram. Hasil daripada data tersebut akan dianalisis untuk mencapai objektif yang telah ditetapkan.

Kaedah Temubual

Kaedah temubual dijalankan untuk mendapatkan data lapangan dengan lebih terperinci berkenaan isu atau kajian yang dijalankan. Soalan temu bual yang dibentuk adalah secara soal jawab agar maklumat yang akan diperolehi adalah lebih mendalam. Tujuan utama temu bual ini dibuat adalah untuk mendapatkan maklumat secara jelas dan mendalam tentang konsep penggunaan logo zakat bagi mengoptimumkan kutipan zakat korporat.

Kaedah Pemerhatian

Kaedah pemerhatian digunakan bagi mengukur pemboleh ubah penyelidikan. Kaedah pemerhatian merupakan satu kaedah alternatif bagi mengumpul maklumat dan pengumpulan data. Penyelidik dapat mengamati sesuatu tingkah laku subjek berpandukan pemboleh ubah yang dikenal pasti. Kaedah pemerhatian dijalankan bagi memahami sesuatu situasi atau keadaan, mendapatkan data secara langsung dan terdapat bukti secara fizikal atau dapatan yang boleh diukur dengan penglihatan. Pemboleh ubah dalam penyelidikan ini terdiri daripada penggunaan logo zakat di Malaysia yang mana data pemerhatian tersebut akan dianalisis mengikut konsep pelaporan.

SOROTAN LITERATUR

Zakat Korporat

Zakat merupakan salah satu mekanisme kewangan utama dalam agihan semula kekayaan antara orang kaya dengan orang miskin yang diimplementasikan dalam ekonomi Islam (Ali & Fahme, 2011; Ahmad Shahir Makthar, 2011). Ia berperanan sebagai wasilah yang berfungsi menjadi satu bentuk jaminan keselamatan sosial bagi mereka yang miskin dan

memerlukan. Selain itu, zakat berfungsi membangunkan pertumbuhan ekonomi yang seimbang dan juga sebagai satu bentuk penyucian serta pembangunan spiritual. Zakat juga dapat merapatkan jurang antara orang kaya dengan orang miskin sekali gus mengurangkan taraf kemiskinan sesebuah negara. Hal ini kerana Islam telah menggariskan bahawa setiap kekayaan adalah satu amanah dan dalam harta orang kaya wujud hak golongan yang memerlukan.

Haliza et. Al. (2011) menjelaskan para ulama' bersependapat bahawa hukum mengeluarkan zakat perniagaan adalah wajib. Hal ini menepati salah satu dari elemen maqasid syariah iaitu memelihara agama. Walaupun zakat perniagaan merupakan ibadah yang difardhukan oleh Allah S.W.T ke atas umat Islam, namun prestasi kutipannya tidak menunjukkan indikasi yang jelas akan kepatuhan umat Islam di Malaysia dalam mematuhi kewajipan ini secara menyeluruh. Taraf hidup masyarakat akan menjadi lebih baik jika kutipan zakat dapat ditingkatkan dari semasa ke semasa (Ram Al Jaffri et. Al., 2009).

Penelitian kajian menunjukkan bahawa kutipan zakat bagi zakat korporat masih kurang memberangsangkan. Hal ini berdasarkan hasil kajian Abdul Rahim (2005) menunjukkan bahawa masih ramai peniaga Muslim dikenal pasti tidak membayar zakat. Sebagai contoh, bagi Wilayah Persekutuan (iaitu kawasan yang merekodkan kutipan zakat tertinggi di Malaysia), terdapat kira-kira 5,000 peniaga yang layak untuk membayar zakat. Namun, didapati hanya 500 atau 10% peniaga sahaja membayar zakat kepada pejabat zakat. Hasan dan Mohd Shahnaz (2005) pula mendakwa masih ramai usahawan sekitar Kuala Terengganu tidak membayar zakat perniagaan.

Manakala menurut Faezy et., al. (2017) dalam kajian mereka dalam kalangan 210 responden usahawan Muslim mendapati kesedaran membayar zakat perniagaan masih lagi berada di tahap yang rendah. Ram Al Jaffri et., Al. (2009) turut berpendapat bahawa kepatuhan syarikat korporat untuk membayar zakat perniagaan masih berada pada tahap yang kurang memuaskan. Menurut kajiannya, fenomena ini berlaku kerana sikap, etika, undang-undang dan penguatkuasaan zakat terhadap gelagat pembayaran zakat. Kajiannya juga menunjukkan bahawa institusi zakat perlu mengatur strategi untuk meningkatkan kutipan zakat perniagaan pada masa akan datang. Oleh sebab itu, pengenalan logo zakat dan juga sijil zakat merupakan langkah yang tepat bagi meningkatkan kutipan zakat perniagaan sedia ada dalam membentuk kerangka dimensi baharu oleh institusi zakat.

Kepentingan peningkatan kutipan zakat perniagaan ini secara langsung memberi sumber dan perolehan kepada institusi zakat bagi meningkatkan lagi pemberian bantuan kepada asnaf-asnaf zakat seterusnya dapat mengagihkan bantuan kepada lebih ramai golongan yang memerlukan. Statistik menunjukkan kutipan zakat perniagaan berada di tangga kedua tertinggi selepas zakat pendapatan (Ram al-Jaffri et al., 2009). Ini menunjukkan bahawa kutipan sumbangan zakat perniagaan masih lagi rendah berbanding pembayaran zakat pendapatan di Malaysia, dimana sepatutnya zakat perniagaan ini mempunyai potensi yang cukup besar dan nilainya juga adalah tinggi sekiranya semua usahawan mematuhi pembayaran zakat perniagaan

Kajian yang dijalankan oleh Hairunnizam et. al, (2016) mendapati bahawa sesebuah syarikat milik orang Islam atau usahawan Muslim sangat memerlukan imej yang baik dan sempurna dalam kalangan masyarakat dan pemerintah walaupun dalam hal pembayaran zakat. Justeru itu, hebahan mengenai pembayaran zakat oleh usahawan Muslim adalah perlu. Melalui hebahan syarikat Muslim akan dikenali sebagai golongan yang mengutamakan dan mengambil berat terhadap kebajikan masyarakat berbanding pesaing. Hairunnizam et. al (2016) juga menjelaskan pembayaran zakat mampu meningkatkan hasil dan memanjangkan jangka hayat perniagaan. Selain itu, keyakinan pelanggan akan lebih tinggi seterusnya meningkatkan motivasi usahawan Muslim untuk terus berniaga apabila pelanggan mereka mengetahui mereka telah menjalankan tanggungjawab sosial iaitu membayar zakat perniagaan.

Logo Zakat

Penggunaan logo merupakan elemen penting bagi sesebuah syarikat dalam usaha meningkatkan pemasaran sekaligus dapat meningkatkan kutipan keuntungan syarikat. Berdasarkan kajian Mark Tung et.al (2015) yang menyatakan bahawa logo memainkan peranan yang penting bagi aktiviti pemasaran, pengiklanan jenama, produk atau perkhidmatan dalam platform mudah alih yang sesuai digunakan pada zaman kini. Oleh itu, elemen logo dianggap memberi kesan signifikan terhadap keuntungan sesebuah syarikat. Sekiranya diimplementasikan terhadap syarikat korporat sedia ada, maka ia sewajarnya akan meningkatkan imej dan juga hasil keuntungan syarikat. Masyarakat juga akan mengetahui bahawa syarikat tersebut merupakan kepunyaan syarikat Muslim yang membayar zakat. Maka, keyakinan untuk bermuamalah dengan syarikat tersebut akan meningkat.

Logo dapat memberikan kesan positif bagi terbentuknya imej industri. Berdasarkan kajian yang dijalankan oleh Fauziah Ahmad et. al., (2011) menunjukkan hasil kajian semiotik mengenai logo Starbucks dan analisis inferens mengenai hubungan antara logo dengan imej yang tercipta pada pengguna. Justeru itu, penggunaan elemen logo zakat dilihat mempunyai kesan yang signifikan kepada syarikat korporat untuk mengoptimalkan pembayaran zakat korporat selain meningkatkan keuntungan ekonomi syarikat Muslim melalui keyakinan pelanggan terhadap servis yang ditawarkan.

Artikel Jurnal yang bertajuk "Cadangan Mewujudkan Logo Pengiktirafan Zakat Perniagaan: Kajian Terhadap Usahawan Muslim di Selangor" oleh Faezy Adenan et., al. (2015) menerangkan berkenaan cadangan mewujudkan logo kepatuhan zakat perniagaan terhadap syarikat korporat. Menurut kajian tersebut, penggunaan logo zakat merupakan cadangan yang sesuai untuk diaplikasikan oleh semua institusi zakat negeri-negeri dalam usaha mengoptimalkan pembayaran zakat korporat. Faezy et. al (2015) turut menjelaskan bahawa penggunaan logo zakat juga mampu meningkatkan keuntungan syarikat korporat Muslim.

Inisiatif logo zakat terhadap syarikat korporat dilihat masih belum meluas. Sehingga kini, hanya negeri Kedah dan Wilayah Persekutuan sahaja mengaplikasikan logo zakat terhadap pembayar zakat korporat seperti yang dilaksanakan oleh Lembaga Zakat Negeri Kedah (LZNK) mahupun PPZ-MAIWP. Usaha yang murni ini perlu diambil perhatian oleh semua pihak terutama institusi zakat negeri-negeri sebagai jalan penyelesaian dalam memajukan kutipan zakat korporat bagi diagihkan kepada golongan asnaf yang memerlukan. Justeru itu, kemaslahatan ummah dapat diutamakan apabila kadar kutipan zakat korporat berlaku peningkatan. Oleh yang demikian, penggunaan elemen logo zakat sebagai tarikan baharu kutipan zakat dilihat mampu mengoptimalkan kutipan zakat korporat sedia ada.

DAPATAN KAJIAN

Kajian ini memfokuskan kepada aspek hifzu al-mal dibawah elemen maqasid syariah dan elemen penggunaan logo zakat bagi mengoptimalkan kutipan zakat. Limitasi kajian ini adalah tertumpu kepada instusi zakat yang telah mengaplikasikan penggunaan logo zakat secara realiti iaitu LZNK dan PPZ-MAIWP bagi mencapai objektif kajian ini.

Konsep Penggunaan Logo Zakat di Malaysia

Kesedaran pembayaran zakat perniagaan dalam kalangan syarikat korporat masih berada pada tahap yang kurang memuaskan walaupun statistik menunjukkan kutipan zakat perniagaan berada di tangga kedua tertinggi selepas zakat pendapatan. Hal ini sekaligus mengurangkan ruang dan potensi pengagihan zakat kepada golongan asnaf dan pihak yang memerlukan dengan lebih optimum. Manakala, antara entiti pembayar zakat yang tertinggi dibawah zakat perniagaan adalah syarikat korporat di mana ia menyumbang sebanyak lapan peratus bagi kutipan zakat keseluruhan pada tahun 2019 (PPZ-MAIWP, 2020).

Oleh sebab itu, kutipan zakat perniagaan melalui syarikat korporat berpotensi untuk dioptimumkan bagi mencapai kutipan yang disasarkan. Kutipan zakat korporat ini penting bagi mempertingkatkan sumber dan perolehan kepada institusi zakat selain dapat meningkatkan lagi pemberian bantuan kepada penerima bantuan asnaf zakat.

Satu usaha yang inovatif telah diperkenalkan menerusi penggunaan logo zakat oleh beberapa institusi zakat di Malaysia sebagai usaha untuk melonjakkan kadar kutipan zakat korporat. Penggunaan logo zakat ini mula diperkenalkan di Malaysia buat pertama kalinya menerusi inisiatif Lembaga Zakat Negeri Kedah (LZNK) melalui Logo Sahabat Zakat Kedah dan Sijil Muzakki terhadap syarikat korporat di negeri Kedah. Logo Sahabat Zakat Kedah telah diperkenalkan secara meluas di negeri Kedah dan telah dirasmikan oleh Dato' Dr Zulkifli Al Bakri pada bulan Mac tahun 2020. P

engunaan Logo Zakat di Kedah terbentuk hasil cetusan idea daripada Ketua Pegawai Eksekutif, LZNK iaitu Y.Bhg. Dato' Sheikh Zakaria Othman dengan melihat kepada potensi dan keupayaan yang mampu ditingkatkan terhadap peratusan kutipan zakat korporat di negeri Kedah (Omar Jamaduddin, 2022). Tujuan logo zakat tersebut diperkenalkan adalah untuk memberikan pengiktirafan kepada pembayar zakat korporat dalam kalangan pemilik syarikat korporat yang telah melaksanakan tanggungjawab membayar zakat korporat. Bukan itu sahaja, ianya juga bertujuan untuk memberikan kesedaran kepada pemilik-pemilik syarikat korporat yang lain untuk membayar zakat korporat selain memperkenalkan kepada umum syarikat-syarikat yang membayar zakat korporat di negeri Kedah (Omar Jamaduddin, 2022).

Logo Sahabat Zakat Kedah boleh digunakan secara meluas sama ada diletakkan di dalam premis ataupun ditampal di produk-produk atau barangan syarikat tersebut. Ianya dapat dijadikan sebagai medium pengiklanan yang menunjukkan barangan tersebut milik peniaga muslim dan membayar zakat korporat (Omar Jamaduddin, 2022). Hal ini akan memberikan kesan secara langsung kepada peningkatan jualan syarikat Muslim yang akan meningkatkan jumlah pembayaran zakat syarikat tersebut. Sehingga Disember 2021, sebanyak 245 buah syarikat termasuk Sdn Bhd, Enterprise Bhd dan koperasi telah berjaya mendapatkan Sijil Muzakki dan Logo Pembayar Zakat daripada pihak LZNK. Ini membuktikan peranan penggunaan logo zakat mampu memberikan kesedaran kepada syarikat Muslim yang lain untuk turut sama membayar zakat.

Pada peringkat awal bagi mendapatkan Sijil Muzakki dan Logo Pembayar Zakat Kedah, permohonan boleh dibuat secara manual melalui pengisian borang yang boleh didapati di LZNK. Namun bermula 11 November 2021, permohonan perlu dibuat secara atas talian sepenuhnya menerusi aplikasi Zakat On Touch (ZOT). Antara syarat bagi melayakkan syarikat Muslim mendapatkan Sijil Muzakki dan Logo Sahabat Zakat Kedah adalah dengan mencukupi haul dan nisab. Syarat lain termasuk pembayaran zakat bagi syarikat Enterprise tidak kurang daripada RM 1000.00 dalam masa setahun. Manakala bagi syarikat Sdn. Bhd. pembayaran zakat tidak kurang daripada RM 3000.00 dalam masa setahun. Adapun bagi syarikat kecil boleh juga membuat permohonan tersebut dengan membayar zakat sebanyak RM 1000.00 secara ansuran selama setahun (Omar Jamaduddin, 2022).

Inisiatif LZNK ini kemudian diikuti oleh PPZ-MAIWP melalui penyampaian sijil zakat kepada syarikat yang membayar zakat selain memperkenalkan logo pembayar zakat sebagai tanda sokongan kepada pembayar zakat. Pengenalan kepada sijil dan logo zakat korporat ini dilihat sebagai satu tindakan yang amat baik daripada institusi zakat dalam mengoptimumkan kutipan zakat korporat. Faktor logo ini juga dijangkakan dapat menjadi salah satu medium pemasaran sesebuah syarikat, dimana apabila pelanggan melihat syarikat tersebut mempunyai logo zakat, ianya akan meningkatkan jumlah dan kesetiaan pelanggan seterusnya akan memberi kesan langsung iaitu keuntungan ekonomi terhadap syarikat korporat tersebut.

Pasaran ekonomi menunjukkan bahawa peniaga yang menunaikan zakat terpaksa bersaing dengan peniaga yang tidak menunaikan zakat sama ada dalam kalangan peniaga

Islam atau sebaliknya. Perkara ini jelas menunjukkan bahawa penggunaan logo zakat bertujuan untuk memberi pilihan kepada pembeli muslim untuk memilih produk, barangan atau khidmat yang diberi dan dijual daripada syarikat korporat milik muslim. Hal ini secara langsung memberikan sokongan kepada kempen Buy Muslim First (BMF) yang mana manfaatnya dapat dirasakan oleh peniaga muslim menerusi peningkatan terhadap jumlah jualan mereka. Apabila jumlah jualan syarikat korporat meningkat, maka pembayaran zakat korporat yang akan dibayar juga turut meningkat. Kesannya dapat dirasakan oleh lebih ramai terhadap asnaf yang layak melalui pengagihan zakat oleh institusi zakat negeri menerusi pihak MAIN.

Manfaat daripada logo zakat ini boleh memberikan panduan kepada pengguna untuk memilih barang yang diyakini bahawa pemilikinya adalah seorang yang taat agama dan menunaikan zakat daripada harta kekayaan yang dimilikinya. Menurut Syeikh Zakaria Othman (2020), tujuan pengenalan logo zakat bukan untuk menggantikan logo halal, tetapi ianya dilancarkan sebagai tanda sokongan dan penghargaan LZNK kepada para pembayar zakat korporat yang terdiri daripada syarikat-syarikat korporat di negeri Kedah. Adapun bagi syarikat yang membuka cawangan di pelbagai negeri di Malaysia termasuk di negeri Kedah, syarikat mereka juga boleh membuat permohonan bagi mendapatkan logo zakat oleh pihak LZNK.

Konsep Maqasid Syariah

Maqasid syariah merupakan kayu ukur dalam menilai sesuatu hukum yang difatwakan. Usaha untuk memahami sesuatu hukum mestilah seiring dengan kehendak syarak serta mencapai piawai Maqasid yang selari dengan objektif syarak melalui sumber perundangan al-Quran dan al-Sunnah. Para ulama telah bersependapat bahawa hukum syarak itu mengandungi hikmah dan maqasidnya yang tersendiri. Hukumnya berkisar mengenai tata-cara menjaga kemaslahatan manusia di dunia hinggalah ke akhirat (al-Qaradawi, 1993). Pengamatan terhadap hukum-hukum ini telah menghasilkan satu jalinan yang berkait rapat antara hukum syarak dan Maqasid yang disyariatkannya (al-Misawi, 1998).

Matlamat utama syariat Islam diciptakan adalah untuk menghasilkan kebaikan kepada manusia dan menolak keburukan daripada mereka (جلب المصالح ودرء المفسد).

Fuqaha mentafsirkan kebaikan (*maslahah*) dan keburukan (*mafsadah*) merangkumi aspek duniawi dan ukhrawi (al-Syatibi, 1996). Para pengkaji ilmu *maqasid* pada zaman *mutakhirin* seperti Ahmad al-Raisuni (1995) cuba mendefinisikan *maqasid al-syari'ah* sebagai "Matlamat yang ditentukan oleh syariat untuk direalisasikan bagi faedah dan kepentingan manusia". Takrifan ini juga didefinisikan oleh Ibn 'Ashur (1998), 'Allal al-Fasi (1993) dan Muhammad bin Sa'ad al-Yubi (1998).

Imam al-Shatibi (1997) pula menyatakan bahawa tahap kepentingan manusia berbeza berdasarkan keperluan diri, sosioekonomi dan sebagainya. Oleh sebab itu, syariat Islam perlulah bersifat fleksibel dan praktikal dalam menyusun objektif syariah selari dengan keperluan dan kepentingan manusia sejagat. Berdasarkan kepada perspektif syarak, "*Maslahah*" merupakan kepentingan yang perlu dijaga dan boleh dikategorikan kepada tiga bahagian iaitu *al-daruriyyat*, *al-hajiyyat* dan *al-tahsiniiyyat* (al-Shatibi, 1997), sepertimana yang disepakati oleh ulama' seperti Imam al-Haramayn, al'Izz al-Din Ibn 'Abd al-Salam dan al-Ghazali;

1. *Al-Daruriyyat*: merupakan keperluan sesuatu *maslahah* yang diperlukan dan dihajati sehingga berada ke tahap *darurah*. Ia merupakan keadaan yang sangat memerlukan dan mendesak sehingga berada dalam keadaan yang merbahaya dan boleh mengancam nyawa seseorang apabila ketiadaan keperluan tersebut. *Daruriyyat* terdiri daripada perkara-perkara utama dalam agama *al-daruriyyat al-khamsah* iaitu memelihara agama (*ad-Din*), jiwa (*an-Nafs*), akal (*al-'Aql*), keturunan (*al-Nasb*) dan harta (*al-Mal*) (al'Izz al-Din Ibn 'Abd al-Salam, t.t). *al-Dharuriyyat al-Khams* ini

merupakan satu pemeliharaan yang begitu sempurna untuk dilaksanakan oleh masyarakat muslim dalam pelbagai situasi dan keadaan. Pemeliharaan yang Islam wujudkan ini mencakupi segala ruang yang tidak terdapat di dalam mana-mana ajaran yang sebelum atau selepasnya. Pemeliharaan dari aspek keutamaan adalah seperti berikut (Mohd Fikri Che Hussain, 2012):

- i. **Agama** lebih utama dipertahankan dari menjaga nyawa, akal, keturunan dan harta. Oleh itu, Allah SWT telah mensyariatkan jihad di jalan-Nya demi mempertahankan agama dan akidah Islam dari terus dinodai oleh musuh-musuh Islam. Bahkan mereka yang murtad atau keluar dari naungan agama Islam dengan menganut agama lain, hukum yang layak baginya adalah hukuman bunuh selepas *istitab* (diminta agar bertaubat).
 - ii. **Nyawa** lebih utama dipertahankan dari akal, keturunan dan juga harta. Ini kerana apabila nyawa seseorang dicabuli haknya, maka Islam meletakkan hukum Qisas dan Diyat sebagai ganti kepada nyawa tersebut. Jika seseorang yang dirompak perlu memilih antara dibunuh, dirogol atau dirompak, maka ia perlu memilih yang lebih ringan agar nyawanya tidak hilang. Menyerahkan diri dan harta adalah lebih ringan dari terus dibunuh. Walaupun hilang harga diri akibat dirogol, seseorang yang dipaksa tidak mempunyai dosa dan dipertanggung jawabkan atas ujian (ibtila') tersebut.
 - iii. **Akal** lebih diutamakan berbanding keturunan dan harta. Oleh itu, Islam melarang keras pengambilan alkohol ataupun dadah sekalipun sedikit. Ini kerana ia mampu menghilangkan akal, apabila akal tidak berfokuskan kewarasan ia akan membawa kemudaratan kepada diri orang lain. Orang yang mabuk akan melakukan perbuatan di luar kewarasan akal seperti berzina dan merogol. Tidak kurang juga dengan menghisap dadah, seseorang itu mampu melakukan jenayah seperti mencuri, merompak dan membunuh.
 - iv. **Keturunan** adalah lebih utama berbanding harta. Jika seseorang itu dipaksa sama ada akan dirogol atau menyerahkan hartanya, maka ia perlu menyerahkan hartanya demi memelihara keturunan dan harga diri. Perkara ini berasaskan firman Allah SWT dalam ayat 33, surah al-Nur: "Dan janganlah kamu paksakan hamba-hamba perempuan kamu melacurkan diri manakala mereka mahu menjaga kehormatannya, kerana kamu berkehendak keuntungan (harta) dunia" (Surah al-Nur, ayat 33)
 - v. **Harta** adalah pemeliharaan yang terakhir dari aspek keutamaannya dari kelima-lima prinsip *al-Dharuriyat al-Khams*. Harta juga merupakan perkara penting yang amat diperlukan oleh setiap manusia dalam kehidupan mereka.
2. *Al-Hajjiyyat*: merupakan sesuatu objektif atau tujuan yang diperlukan bagi mencapai kelapangan dalam kehidupan. Sekali gus, ia boleh menghilangkan kesempitan yang pada kebiasaannya boleh membawa kepada kesusahan. Apabila *maqsad* itu tidak diambil perhatian maka akan berlaku banyak kesukaran yang akan dihadapi. Walau bagaimanapun, perkara ini tidaklah ia sampai ke peringkat *darurat* atau menghancurkan sistem kehidupan manusia secara keseluruhan (al-Shatibi, 1997).
 3. *Al-Tahsiniyyat*: merupakan perbuatan melakukan sesuatu amalan atau adat yang baik dan terpuji serta menjauhi perkara-perkara yang dianggap tidak baik oleh akal yang sempurna (al-Shatibi, 1997). Al-Ghazali berpendapat kepentingan *tahsiniyyat* adalah membantu dan menampung dalam usaha mencapai keperluan biasa atau kepentingan asas. Ia bersifat pelengkap kepada perkara *hajjiyyat* dan *daruriyyat* (al-Ghazali, 1993).

Secara keseluruhannya, dapat difahami bahawa terdapat kaedah hukum Islam dalam menyelesaikan pelbagai isu yang timbul dewasa ini. Pendekatan mempraktikkan konsep maqasid syariah dalam semua aspek diyakini mampu menyelesaikan atau

mengurangkan masalah-masalah yang timbul pada masa kini bersesuaian dengan nilai-nilai semasa dan setempat agar sesuatu hukum lebih praktikal dan fleksibel.

Penggunaan Logo Zakat Menurut Maqasid Syariah

Maqasid syariah adalah ketetapan Allah sebagai produk syariah untuk memberikan manfaat kepada seluruh umat manusia iaitu dengan memenuhi syarat *daruriyat* (*keperluan asas*), *hajiyat* (*keperluan tambahan*), dan *tahsiniyyat* (*pelengkap*) agar manusia dapat hidup dalam keberkatan dan mampu menjadi hamba Allah yang taat. Salah satu komponen yang amat penting dalam maqasid syariah adalah *hifzu al-mal* (penjagaan harta), dimana komponen ini berkaitan dengan bagaimana menjaga dan mengamankan sumber daya untuk menjadikannya lebih bermanfaat dan disalurkan dengan niat untuk mendapatkan keredhaan Allah SWT.

Hifzu al-Mal adalah komitmen untuk menjaga dan memelihara harta secara sah dalam rangka pengabdian diri dan ibadah kepada Allah SWT. Kekayaan dapat dijadikan sebagai alat dan pelengkap serta kualiti setiap manusia dalam menjalankan kehidupan untuk mewujudkan keredhaan Allah SWT, karena itulah harta yang hakiki yang diperoleh perlu mematuhi syariat agama dan dengan cara yang sah, mulia, dan benar. Definisi ini menjelaskan bahawa setiap ketentuan hukum akan mewujudkan kemaslahatan dan kebaikan kepada umat manusia.

Kemaslahatan secara bersama (*public interest*) akan wujud dalam kehidupan manusia sekiranya berlandaskan kepada garis panduan syariah. Kemaslahatan umum yang dinamik dan mudah diadaptasi juga seiring dengan perkembangan zaman. Nilai-nilai dan tujuan syaria' dengan pemikiran kemaslahatan bersama merupakan solusi alternatif terhadap persoalan berkaitan kehidupan manusia yang pelbagai.

Penggunaan logo zakat kepada syarikat korporat dilihat menepati dan berada di bawah kategori maqasid syariah yang berlandaskan persepsi *hifzu al-mal*. Antara kaitan penggunaan logo zakat dengan maqasid syariah adalah salah satunya berada di dalam rangka mewujudkan penjagaan harta agar segala keuntungan yang diperolehi diredhai dan diberkati Allah dengan sebab pembayaran zakat dan bukan bertujuan untuk mendapatkan dunia semata.

Bukan itu sahaja, ianya turut memberikan manfaat yang luar biasa dan bersifat abadi dengan memenuhi keperluan umat khususnya asnaf dan sebagai ibadah yang ikhlas kerana Allah SWT. Penggunaan logo zakat yang dimaksudkan merupakan inovasi yang terkini untuk memberdayakan kutipan zakat korporat daripada syarikat korporat kerana kutipan zakat korporat yang maksima diyakini mampu untuk mengurangkan kadar kemiskinan dan masalah sosial, ekonomi dan lain-lain.

Selain itu, penggunaan logo zakat juga selari dengan kehendak maqasid syariah melalui peranannya dalam aspek Maqasid Tarbawiyah, Maqasid Ijtima'iyah dan Maqasid Iqtisodiyah. Maqasid Tarbawiyah iaitu objektif mendidik, yang mana penggunaan logo zakat dilihat sebagai langkah alternatif dalam mendidik dan membina jiwa manusia. Perkara ini bertepatan dengan maksud zakat itu sendiri sebagai medium untuk mensucikan diri dan membersihkan jiwa orang yang berharta dari segala penyakit hati terutama sifat kikir dan bakhil.

Hal ini kerana setiap manusia akan mempunyai kecenderungan untuk memiliki harta. Bukan itu sahaja, ianya menunjukkan peranan zakat sebagai medium penyucian jiwa dalam konteks penyucian jiwa muzakki terhadap harta dunia serta sebagai tanda syukur terhadap nikmat Allah SWT. Dengan berzakat, mereka mengakui bahawa Allah SWT yang memberikan nikmat dan harta dan menyedari bahawa harta yang dimiliki adalah milik Allah SWT yang akan melahirkan sifat syukur serta melatih pemilik syarikat korporat untuk berinfak di jalan Allah. Antara sifat orang yang beriman yang selalu disebutkan oleh Allah ialah agar memberi zakat dengan mengeluarkan harta yang wajib sahaja. Hal ini ada disebut di dalam al-Quran seperti dalam surah al-Baqarah ayat 3:

﴿الَّذِينَ يُؤْمِنُونَ بِالْغَيْبِ وَيَتِيمُونَ الصَّلَاةَ وَمِمَّا رَزَقْنَاهُمْ يُنفِقُونَ﴾

Maksudnya: (yaitu) orang-orang yang beriman kepada yang ghaib, yang mendirikan solat, dan menafkahkan sebahagian rezki yang Kami anugerahkan kepada mereka.

Penggunaan logo zakat juga turut memberikan kesan terhadap *Maqasid Ijtima'iyah* yang boleh mewujudkan cinta dan kasih terhadap persaudaraan sesama Muslim dan membangun kebersamaan. Ini kerana ketika sesebuah syarikat korporat telah mencukupi haul dan nisab dalam perniagaannya lalu menunaikan zakat kepada asnaf, maka ianya akan memunculkan sifat simpati dan kasih sayang antara pembayar zakat dan asnaf. Pada masa yang sama pelaksanaan zakat akan menghilangkan sifat iri hati, dengki, hasad yang mungkin ada pada pemilik syarikat korporat ketika mereka melihat syarikat-syarikat lain yang lebih maju dalam perniagaan mereka. Manakala orang yang tidak mampu itu akan hilang sifat hasad dan timbul rasa cinta terhadap orang yang memberi mereka zakat dalam membangun sifat kasih sayang sesama ummat Islam di Malaysia.

Selain memiliki hikmah dalam pendidikan dan kehidupan sosial, penggunaan logo zakat juga turut memiliki hikmah di dalam aspek ekonomi melalui *Maqasid Iqtisadiyyah*. Sebagai contoh, apabila pemilik syarikat korporat membayar zakat, hartanya sedikitpun tidak akan berkurang namun akan meningkat sebagaimana dijanjikan Allah SWT kepada orang Islam. Secara umumnya, wang akan bertambah dengan amalan bersedekah dan Islam membantu manusia dengan harta tanpa menafikan aspek material.

Islam juga menitikberatkan keseimbangan antara kerohanian dan kebendaan kerana Allah menjadikan setiap negara mempunyai sumber pendapatan. Justeru, pendekatan maqasid syariah adalah pendekatan yang terbaik bagi memastikan kelangsungan sebarang inisiatif dan tindakan institusi zakat bagi mengoptimumkan kutipan zakat korporat adalah bertepatan dengan syariat. Pengurusan zakat yang menggunakan pendekatan maqasid syariah dalam sebarang tindakan bertujuan meningkatkan kutipan zakat diyakini dapat menjamin kepercayaan pembayar zakat dan kepentingan penerima zakat seterusnya menjadikan institusi zakat di Malaysia lebih unggul dan bertaraf antarabangsa.

PERBINCANGAN

Penggunaan Logo Zakat Dalam Mendepani Cabaran Kutipan Zakat Korporat Di Malaysia

Peranan institusi zakat amatlah penting dalam menjamin kelancaran hal ehwal pengurusan kutipan dan agihan zakat korporat. Pelbagai inisiatif telah dilaksanakan oleh institusi zakat untuk meningkatkan kutipan zakat korporat. Namun jumlah kutipan zakat korporat masih belum mencapai sasaran yang diperlukan. Hal ini kerana terdapat cabaran yang terpaksa dihadapi oleh institusi zakat dalam meningkatkan kadar kutipan zakat korporat. Antara cabaran kutipan zakat korporat adalah seperti berikut:

Cabaran Pertama: Tahap Kesedaran Peniaga-Peniaga Muslim

Secara umumnya, kesedaran peniaga-peniaga Muslim membayar zakat perniagaan masih berada pada tahap yang kurang memuaskan. Hal ini secara langsung mengakibatkan kekurangan perolehan jumlah kutipan zakat korporat yang akan memberikan kesan terhadap pembahagian zakat kepada asnaf. Pengkaji melihat perkara ini masih boleh ditangani dengan menggunakan konsep penggunaan logo zakat kepada syarikat korporat.

Hal ini terbukti apabila LZNK memperkenalkan inisiatif logo zakat terhadap syarikat korporat di Kedah, jumlah kutipan zakat korporat kian melonjak saban hari. Hal ini kerana, apabila syarikat Muslim menggunakan logo zakat di premis mereka, secara tidak langsung jumlah keuntungan syarikat akan meningkat disebabkan oleh kuasa pembeli yang majoritinya Muslim. Sebagai Muslim sudah tentu pemilihan kedai akan diutamakan kepada yang membayar zakat terlebih dahulu. Melihat kepada situasi ini, sudah tentu kesedaran

peniaga-peniaga Muslim yang belum menunaikan tanggungjawab membayar zakat akan meningkat. Hasilnya jumlah kutipan zakat korporat juga akan berlaku peningkatan. Ini membuktikan kesedaran pembayaran zakat korporat oleh peniaga-peniaga Muslim masih boleh dipertingkatkan melalui langkah yang proaktif dan berkesan seperti penggunaan logo zakat kepada syarikat korporat.

Cabaran Kedua : Kekurangan Hebahan Pengiklanan

Kekurangan dari aspek pengiklanan pembayaran zakat korporat oleh sesebuah syarikat sedikit sebanyak memberikan impak kepada kekurangan kesedaran syarikat milik muslim yang lain untuk menunaikan tanggungjawab pembayaran zakat korporat. Sebarang hebahan pengiklanan mengenai pembayaran zakat oleh usahawan Muslim adalah perlu. Melalui penggunaan logo zakat, ianya berperanan sebagai salah satu medium penghebahan pembayaran zakat yang dibuat oleh sesebuah syarikat korporat zakat.

Bagi syarikat korporat, pengiklanan yang berkesan adalah penting bagi meyakinkan pelanggan membeli produk mereka atau menggunakan sebarang perkhidmatan yang ditawarkan oleh syarikat tersebut. Justeru, penggunaan logo merupakan elemen penting bagi sesebuah syarikat dalam usaha meningkatkan pemasaran sekaligus dapat meningkatkan kutipan keuntungan syarikat.

Berdasarkan kajian Mark Tung et.al (2015) yang menyatakan bahawa logo memainkan peranan yang penting bagi aktiviti pemasaran, pengiklanan jenama, produk atau perkhidmatan dalam platform mudah alih yang sesuai digunakan pada zaman kini. Oleh itu, elemen logo dianggap memberi kesan signifikan terhadap keuntungan sesebuah syarikat. Sekiranya diimplementasikan terhadap syarikat korporat sedia ada, maka ia sewajarnya akan meningkatkan imej dan juga hasil keuntungan syarikat. Masyarakat juga akan mengetahui bahawa syarikat tersebut merupakan kepunyaan syarikat Muslim yang membayar zakat. Maka, keyakinan untuk bermuamalah dengan syarikat tersebut akan meningkat.

Cabaran Ketiga: Imej Industri

Antara cabaran kutipan zakat korporat adalah imej industri yang tidak dijaga dengan baik. Penggunaan logo juga berperanan dapat memberikan kesan positif bagi terbentuknya imej industri. Berdasarkan kajian yang dijalankan oleh Fauziah Ahmad et. al., (2011) menunjukkan berdasarkan hasil kajian semiotik mengenai logo Starbucks dan analisis inferens mengenai hubungan antara logo dengan imej yang tercipta pada pengguna. Justeru itu, penggunaan elemen logo zakat dilihat mempunyai kesan yang signifikan kepada syarikat korporat untuk mengoptimalkan pembayaran zakat korporat selain meningkatkan keuntungan ekonomi syarikat Muslim melalui keyakinan pelanggan terhadap imej syarikat tersebut dan servis yang ditawarkan.

Cabaran Keempat: Kekurangan Keyakinan Pelanggan Muslim

Cabaran seterusnya adalah kekurangan keyakinan pelanggan Muslim terhadap sesebuah syarikat Muslim. Perkara ini sering berlaku apabila pemilik syarikat tersebut tidak menunjukkan imej yang terbaik kepada pelanggan. Akhirnya pembeli sukar untuk yakin bagi memilih dan bermuamalah dengan syarikat tersebut buat kali kedua. Kesannya dapat dilihat melalui pengurangan perolehan keuntungan tahunan syarikat tersebut.

Bukan itu sahaja, ianya turut memberi kesan terhadap kadar pembayaran zakat korporat. Melihat daripada sudut mikroekonomi, penggunaan logo zakat dilihat mampu menambah keyakinan masyarakat untuk memilih, mengutamakan serta mendapatkan barangan mahupun servis yang ditawarkan oleh syarikat tersebut. Ini juga dapat memastikan kelestarian pengoperasian syarikat dalam menghadapi cabaran ekonomi semasa. Penggunaan logo zakat juga dilihat menyokong kempen 'Buy Muslim First' (BMF) yang dikatakan mampu membantu usahawan Muslim untuk lebih maju dalam sektor ekonomi Malaysia (Nurul Zubaidah et., al., 2017).

Hal demikian kerana logo zakat hanya akan digunakan oleh syarikat Muslim sahaja kerana orang Islam wajib menunaikan zakat sekiranya menepati rukun dan syarat yang ditetapkan. Masyarakat akan mengetahui syarikat tersebut adalah syarikat Muslim seterusnya keyakinan untuk bermuamalah dengan syarikat tersebut akan meningkat.

Segala usaha atau agenda bagi pendayaupayaan ekonomi umat Islam seperti penggunaan logo zakat perlulah disokong bagi memastikan kitaran ekonomi umat Islam sentiasa menunjukkan perkembangan yang progresif serta mampu membantu golongan miskin. Perkara ini dapat dilihat apabila PPZ-MAIWP turut mengikuti langkah LZNK iaitu kearah penggunaan logo zakat sebagai tanda pengiktirafan kepada pembayar zakat. Usaha yang murni ini tidak mustahil akan diikuti oleh institusi zakat negeri-negeri lain di Malaysia pada suatu masa nanti.

PENUTUP

Kesimpulannya, penggunaan logo zakat terhadap syarikat korporat dilihat sebagai langkah alternatif yang sesuai dalam mengoptimalkan kutipan zakat korporat. Melalui penggunaan kaedah ini, ia mampu meyakini pengguna untuk membeli barangan atau produk dibawah jenama syarikat tersebut. Hasilnya ekonomi masyarakat Muslim akan berlaku peningkatan melalui imej korporatnya yang semakin dipercayai dan dikenali. Usaha ini juga menyokong saranan untuk mendahulukan pembelian terhadap syarikat Muslim.

Bukan itu sahaja, kesannya dapat dirasai oleh golongan asnaf yang memerlukan bantuan melalui hasil salah satu kutipan zakat korporat oleh institusi zakat negeri-negeri. Justeru, penerapan penggunaan logo zakat terhadap syarikat korporat berperanan sebagai langkah yang sangat tepat bagi meningkatkan kutipan zakat perniagaan sedia ada. Oleh yang demikian, sebuah kajian terperinci amat perlu dilakukan bagi mengkaji dan melihat pendekatan terbaik dalam pelaksanaan penggunaan logo zakat oleh syarikat korporat di Malaysia pada masa akan datang.

Ia diyakini mampu menjadi polisi dan dasar kerajaan mahupun institusi zakat dalam mengoptimalkan kutipan zakat korporat mengikut kaedah yang tepat seiring dengan kehendak syarak supaya ianya dapat menjamin kelangsungan pembangunan asnaf.

PENGHARGAAN

Kami ingin mengucapkan jutaan terima kasih kepada pihak Pusat Pengurusan Penyelidikan Inovasi (PPPI) USIM kerana membiaya sepenuhnya kajian ini di bawah Skim Geran PPPI USIM, dengan tajuk Penggunaan Logo Zakat Dalam Mengoptimalkan Kutipan Zakat Korporat Menurut Maqasid Syariah, Kod Penyelidikan USIM: PPPI/FSU/0121/USIM/14321. Ketua penyelidik juga ingin merakamkan penghargaan kepada ahli kumpulan penyelidik kajian ini atas kerjasama yang diberikan.

RUJUKAN

- Abdul Rahim, Abdul Rahman. 2005. *Menangani Cabaran Semasa Institusi Zakat Di Malaysia: Satu Analisa*. Laporan Tahunan Zakat Majlis Agama Islam Wilayah Persekutuan, 42-147.
- Al-Misawi, Mohammad al-Tahir. 1998. *Ibn 'Ashur wa Kitabuhu Maqasid al-Shari'ah al-Islamiyyah*. Kuala Lumpur: Dar al-Basha'ir Li al-Intaj al-'Ilmiyy.
- Al-Qardhawiyy, Yusuf. 2000. *Fiqh Al-Zakah*. English Tr. Jeddah: Scientific Publishing Centre, King Abdulaziz University.
- Al-Raisuniyy, Ahmad. 1992. *Nazariyyat al-Maqasid 'Inda al-Imam al-Syatibi*. Bayrut: al-Ma'ahad al-'Alamiyy Li al-Fikr al-Islamiyy.
- Salama, A.A. 1983. *Fiscal Policy of An Islamic State In Fiscal Policy and Resource Allocation in Islam*. Edited by Ziauddin Ahmad, Munawar Iqbal & M Fahmi Khan. Islamabad: Institute of Policy Studies.
- Sayyid Sabiq. 1977. *Fiqh Al-Sunnah*. Bayrut: Dar al-Kitab al-'Arabiyy.
- Al-Shatibiyy. 1996. *Al-Muwafaqat fi Usul al-Sha'ri'ah*. Bayrut: Dar al-Ma'rifah.

Al-Zuhayliyy, Wahbah. 1986. *Usul al-Fiqh al-Islamiyy*. Damshiq: Dar al-Fikr.

Jurnal

- Adibah Abdul Wahab & Joni Tamkin Borhan. 2014. *Faktor Penentu Pembayaran Zakat Oleh Entiti Perniagaan Di Malaysia: Satu Tinjauan Teori*. Jurnal Syariah, Jil. 22, Bil. 3 295-322.
- Faezy Adenan, Siti Amirah Abd Rahghni, Hairunnizam Wahid & Sanep Ahmad. 2017. *Cadangan Mewujudkan Logo Pengiktirafan Zakat Perniagaan: Kajian Terhadap Usahawan Muslim Di Selangor*. Jurnal Pengurusan dan Penyelidikan Fatwa, Vol. 10.
- Fauziah Ahmad, Tika Nuraeni, Chang Peng Kee, Mohd Helmi Abd Rahim. 2011. *Pemediaan Produk dan Penggunaan Logo Starbucks Coffee*. Jurnal Komunikasi, Jld. 27(1): 73-90.
- Hairunnizam Wahid, Abdul Halim Abu Bakar, & Sanep Ahmad. 2016. *Hubungan Antara Imej Korporat Usahawan Muslim Dan Pembayaran Zakat Perniagaan Di Daerah Sepang, Selangor*. Jurnal Syariah, Jld. 24(1) 1-24.
- Hasan Bahrom. *Membayar Zakat: Kesedaran Ummah?*. 2005. Dlm. Nabihah Binti Ismail @ Ghazali, Hamdi Bin Ishak & Tengku Intan Zarina Binti Tengku Puji. Halangan Ekonomi Dalam Menunaikan Tuntutan Zakat Di Kalangan Oku Penglihatan. Jurnal 'Ulwan, Jld. 1. 2017: 63-83.
- Mark Tung, Isaac Cheach & Brandon Foster. 2015. *Methods and System for Converting and Displaying Company Logos and Brands*. Patent Application Publication. United States: Want Media Group Inc.
- Muhammad Ikhlas Rosele, Luqman Hj. Abdullah & Mohd Farhan Md. Ariffin. 2015. *Zakat atas Syarikat di Malaysia: Analisis Potensi*. Jurnal Intelek, Vol. 10(1): 25-32.
- 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, Jld. 17, Bil. 3. 607-630.
- Ram Al Jaffri Saad, Zainol Bidin, Kamil Md. Idris & Md Hairi Md Hussain. 2010. *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Gelagat Kepatuhan Zakat Perniagaan*. Jurnal Pengurusan, Jld. 30, 49-61.

Kertas Kerja Persidangan

- Abdul Halim Abu Bakar, Hairunnizam Wahid & Sanep Ahmad. 2014. *Pembayaran Zakat Perniagaan dan Imej Korporat Usahawan Muslim: Kajian di Sepang, Selangor*. Kertas kerja dibentangkan dalam International Conference Muamalat , Economics and Islamic Finance (SMEKI) di ILIM, Selangor, 8-10 Disember 2014.
- Nur Najihah Zilani, Hairunnizam Wahid & Mohd Ali Mohd Noor. 2018. *Kefahaman dan Kesedaran Membayar Zakat Perniagaan: Kajian Terhadap Peniaga Kecil di Bandar Tun Razak, Kuala Lumpur*. Persidangan Kebangsaan Ekonomi Malaysia ke-13. Bangi, Selangor.
- Nurul Zubaidah, Sarah Aqilah, Sharifah Musfirah, Naimah Husna, Wan Nur Syahirah, Wan Mohd Yusof. 2017. *Kempen "Buy Muslim First": Analisis Menurut Maqasid Shariah*. Proceedings of the International Conference on Islamic and Technology Management. Universiti Sultan Zainal Abidin (UNISZA).
- Ram Al Jaffri Saad, Kamil Md Idris & Zainol Abidin. 2009. *Peranan Sikap, Moral, Undang-undang dan Penguatkuasaan Zakat Terhadap Gelagat Kepatuhan Zakat Perniagaan*. International Conference on Corporate Law (ICCL). Surabaya, Indonesia

Internet

- PPZ MAIWP. 2020. Kerajaan Harap Kutipan Zakat Syarikat Meningkatkan. <https://www.astroawani.com/berita-malaysia/kerajaan-harap-kutipan-zakat-syarikat-meningkat-dr-zulkifli-252151>. Diakses pada 6 November 2020.

Temu Bual

En. Omar Jamaduddin. Pengurus Zakat Korporat LZNK. 13 Januari 2022.

Penafian

Pandangan yang dinyatakan dalam artikel ini adalah pandangan penulis. Al-Qanatir: International Journal of Islamic Studies tidak akan bertanggungjawab atas apa-apa kerugian, kerosakan atau lain-lain liabiliti yang disebabkan oleh / timbul daripada penggunaan kandungan artikel ini.