

KESEDARAN TERHADAP WAKAF TUNAI: KAJIAN DI BESUT, TERENGGANU¹

Nadiah Zulkiflee, Hairunnizam Wahid & Sanep Ahmad

Abstrak

Persepsi masyarakat sudah sebatu yang menganggap bahawa sesuatu wakaf hanya terdiri daripada harta yang bersifat kekal dan tahan lama sahaja. Wakaf tunai merupakan satu dana amanah yang terdiri daripada pungutan yang diterima oleh masyarakat dan merupakan salah satu instrumen alternatif dalam membasmi kemiskinan di kalangan umat Islam. Walaubagaimanapun, kewujudan wakaf tunai ini masih menjadi tanda tanya oleh kebanyakan individu. Sehubungan itu, kajian ini akan melihat sejauhmana medium promosi dan pengetahuan memberi kesedaran kepada masyarakat untuk melaksanakan wakaf tunai tersebut. Kajian dilakukan berdasarkan data primer iaitu soal selidik terhadap masyarakat Islam di daerah Besut, Terengganu. Data yang diperolehi kemudian akan dianalisis menggunakan kaedah diskriptif, ujian Faktor Analisis dan Analisis Regresi logistik. Keputusan kajian mendapati bahawa faktor promosi dan pengetahuan signifikan dan berhubungan secara positif dalam memberi kesedaran serta pemahaman mengenai wakaf tunai. Walaupun masyarakat Islam di Besut sedar dan faham mengenai wakaf tunai, majoriti masih tidak melibatkan diri dalam wakaf tunai tersebut. Kajian ini diharapkan dapat menjadi membantu pihak terlibat khususnya pihak MAIDAM dalam meningkatkan kesedaran masyarakat setempat supaya dapat meningkatkan penglibatan dalam aktiviti wakaf tunai tersebut yang dapat disertai oleh setiap lapisan masyarakat.

Kata Kunci: *Wakaf, wakaf tunai, kesedaran, promosi, pengetahuan*

PENGENALAN

Wakaf atau *Waqf* dalam Bahasa Arab bermaksud menahan, larangan dan menyekat. *Waqf* juga disebut sebagai *Habs* (*Ahbas* atau *Hubus*). Perkataan wakaf digunakan dalam undang-undang Islam dengan membawa makna memegang harta tertentu dan memeliharanya faedah dan kelebihan darinya serta melarang apa-apa penggunaan atau pelupusan luar daripada objektif yang telah ditetapkan. Definisi yang merujuk kepada berkekalan dalam wakaf terpakai bagi hartanah yang tidak mudah rosak dimana faedah dan manfaatnya boleh dihasilkan tanpa menghapuskan harta tersebut. Oleh itu, wakaf secara meluas merujuk kepada tanah dan bangunan (Kahf 2007).

Wakaf merupakan amalan yang digalakkan dalam Islam dalam membelanjakan harta yang dimiliki pada jalan Allah selain daripada sedekah. Walaupun ia bukanlah satu kewajipan sebagaimana diwajibkan pembayaran zakat, wakaf juga amalan yang sangat dituntut berdasarkan Firman Allah SWT dalam surah Ali-'Imran ayat 92:

“kamu tidak sekali-kali akan dapat mencapai (hakikat) kebajikan dan kebaktian (yang sempurna) sebelum kamu dermakan sebahagian dari apa Yang kamu sayangi. dan sesuatu apa jua Yang kamu dermakan maka Sesungguhnya Allah mengetahuinya”.

Wakaf secara umumnya boleh dibahagikan kepada dua kategori iaitu wakaf am dan wakaf khas. Wakaf am merupakan mana-mana bentuk harta wakaf yang dibuat untuk tujuan kebajikan atau khairat umum tanpa menentukan penerimanya ataupun tujuan khusus yang tertentu. Pewakaf juga tidak menetapkan sebarang syarat kepada harta yang diwakafkan. Wakaf khas pula bersifat khusus apabila pewakaf menentukan wakaf yang dibuat untuk tujuan tertentu ataupun penerima tertentu (Asmak 2009). Manakala terdapat dua kategori harta yang boleh diwakafkan iaitu harta tak alih dan harta alih.

Harta tak alih merupakan amalan tradisi sejak zaman Rasulullah dan sahabat iaitu wujudnya elemen kekal pada aset dan manfaat harta wakaf seperti wakaf tanah dan wakaf bangunan. Manakala harta alih pula terdiri daripada elemen yang tidak kekal dalam aset yang diwakafkan seperti wakaf tunai dan wakaf saham. Wakaf tunai menjadi pilihan dalam mewakafkan harta oleh individu selaras dengan perkembangan semasa selain ianya memberi peluang dan kemudahan kepada setiap lapisan masyarakat menunaikan ibadah wakaf walaupun tidak mampu untuk mewakafkan harta yang berbentuk kekal dan tinggi nilainya seperti tanah, rumah, bangunan dan sebagainya. Dana berbentuk tunai diakui lebih mudah untuk diuruskan dan lebih ekonomik, disamping perancangan juga dapat dilakukan dengan lebih tersusun dan berkesan berdasarkan keperluan dan masalah semasa.

Amalan wakaf tunai telah wujud semasa zaman pemerintahan Ottmania di Turki lagi oleh individu yang memperuntukkan sejumlah wang untuk tujuan keagamaan. Amalan tersebut telah

¹ Kertas Kerja dibentangkan di Seminar Fiqh Semasa (SeFis) 2015, Universiti Sains Islam Malaysia.

berjaya meringankan perbelanjaan kerajaan dalam menyediakan kemudahan perkhidmatan pendidikan, kesihatan, perbandaran dan sebagainya kepada masyarakat. Amalan wakaf tunai juga mampu membantu menzahirkan matlamat makroekonomi moden iaitu untuk menurunkan perbelanjaan kerajaan, mengecilkan defisit belanjawan negara dan seterusnya mengurangkan pergantungan kerajaan kepada instrumen hutang atau pinjaman sebagai sumber pembiayaan projek pembangunan (Cizakca). Malah, bukti terawal kewujudan wakaf tunai pada 1597 apabila Gabenor Ahmed Mataf menubuhkan wakaf tunai dengan jumlah modal yang besar iaitu sebanyak 10,000 dinar emas. Sebagaimana di Mesir, wakaf pada harta alih telah disahkan secara undang-undang pada 1946 lagi dengan penubuhan wakaf tunai melalui stok dan saham.

Wakaf tunai (*cash waqf*) bermaksud mewakafkan wang tunai kepada mana-mana pemegang amanah wakaf, di mana wang modalnya dikekalkan kepada penerima wakaf (*mauquf alaih*). Para *fuqaha salaf* menggunakan istilah wakaf wang dirham dan wang dinar (*waqf al-darahim waqf al-dananir*). Wang-wang tersebut akan dikumpulkan dan kemudiannya ditukarkan kepada harta kekal yang dinamakan *badal*. Seterusnya manfaat hasil wakaf tunai tersebut akan digunakan untuk kebajikan dan pembangunan ummah (JAWHAR 2009). Wakaf tunai merupakan endowmen kebajikan yang ditubuhkan melalui modal tunai dan berbeza dengan endowmen hartanah yang lain dari segi modal dan strukturnya. Pendapatan yang dijana daripada pelaburan tunai ini kemudiannya akan diagih serta disalur dalam aktiviti kebajikan (Cizakca 2004). Berdasarkan Firman Allah SWT dalam surah al-Hadid ayat 7:

“berimanlah kamu kepada Allah dan RasulNya, dan belanjakanlah (pada jalan kebajikan) sebahagian dari harta benda (pemberian Allah) Yang dijadikannya kamu menguasainya sebagai wakil. maka orang-orang Yang beriman di antara kamu serta mereka mereka membelanjakan (sebahagian dari harta itu pada jalan Allah); mereka tetap beroleh pahala Yang besar”.

Di Malaysia, kerajaan pusat telah menubuhkan Jabatan Wakaf, Zakat dan Haji (JAWHAR) sebagai alternatif dalam membantu usaha di peringkat negeri dalam menjalankan projek pembangunan. Di samping itu, sebuah Yayasan Wakaf Malaysia (YWM) ditubuhkan hasil kerjasama antara Majlis Agama Islam Negeri dengan JAWHAR dengan menjadikan wakaf tunai sebagai produk pertama dalam YWM tersebut. Sehingga kini, semua Majlis Agama Islam Negeri menjalankan skim wakaf tunai mahupun wakaf saham termasuklah Negeri Terengganu.

MAIDAM pada asalnya dinamakan Majlis Agama Islam dan Adat Istiadat Melayu, telah ditubuhkan di Terengganu pada tahun 1949 adalah menjadi matlamat utama untuk terus membantu dan menasihati Sultan Terengganu dalam semua perkara yang menyentuh hal ehwal agama, pembangunan syiar Islam serta kesejahteraan sosio-ekonomi umat Islam di negeri Terengganu berlandaskan Al-Quran dan Sunnah. Mesyuarat Jawatankuasa Fatwa Majlis Kebangsaan kali ke-77 pada 10-12 April 2007 telah memutuskan berwakaf dalam bentuk wakaf tunai adalah dibolehkan dalam Islam. Selain itu, keputusan Mesyuarat Jawatankuasa Fatwa Negeri Terengganu kali ke-7 yang bersidang pada 31 Januari 2007 telah memutuskan untuk membenarkan pelaksanaan skim wakaf tunai dan pada 27 Disember 2007 majlis pelancaran skim wakaf tunai telah dilaksanakan. Skim wakaf tunai di Jabatan Baitulmal Majlis Agama Islam dan Adat Melayu Terengganu (MAIDAM) pada asasnya kutipan hanya melibatkan sumbangan orang ramai melalui bayaran di kaunter pejabat dan sumbangan orang ramai melalui tabung Skim Wakaf Tunai. Kutipan yang terkumpul setakat ini telah diakaunkan dalam bentuk akaun semasa dan pelaburan iaitu:

Jadual 1: Jumlah Kutipan Wakaf Tunai Terengganu

Bil	Tempat	Jumlah	Jenis Akaun
1.	Bank Islam Malaysia Berhad	RM 116,477.74	Akaun Semasa
2.	Bank Simpanan Nasional	RM 150,000.00	Akaun Pelaburan
3.	Bank Rakyat Cawangan Gong Badak	RM 114,000.00	Akaun Pelaburan
4.	Bank Rakyat Cawangan Paya Keladi	RM 160, 000.00	Akaun Pelaburan
Jumlah Keseluruhan		RM 540,477.74	

Sehingga tahun 2014, populasi penduduk Islam di Terengganu telah meningkat sehingga 1,062,516 orang berbanding pada tahun 2010 iaitu 906,317 orang. Jika dilihat jumlah masyarakat Islam yang mencecah melebihi satu juta penduduk, jumlah kutipan wakaf tunai masih diperingkat yang rendah. Walaupun wakaf tunai merupakan satu istilah yang baru di kalangan masyarakat, ia merupakan jariah yang amat dituntut oleh Islam selain bersedekah. Biasanya, tahap kesedaran yang rendah serta kurangnya pemahaman mengenai sesuatu perkara menyebabkan masyarakat kurang berminat untuk menceburkan diri. Persoalannya, mengapa jumlah kutipan wakaf tunai masih rendah, adakah faktor promosi serta pengetahuan mempengaruhi jumlah kutipan serta sejauh mana faktor ini dapat mempengaruhi tahap kesedaran serta pemahaman penduduk Besut, Terengganu mengenai

wakaf tunai. Oleh itu, kajian ini bertujuan untuk mengenalpasti sejauhmana faktor promosi dan pengetahuan mempengaruhi tahap kesedaran penduduk Besut, Terengganu mengenai wakaf tunai.

KAJIAN LEPAS

Satu kajian yang dijalankan oleh (Fazlul 2010) di Bangladesh telah mengenal pasti masalah penting dalam amalan pengurusan yang cekap serta mencadangkan mengubah pentadbiran dan pengurusan wakaf untuk menjadikannya sesuai dengan keperluan zaman. Langkah-langkah penambahbaikan bagi memastikan penyertaan golongan miskin serta berkongsi aset wakaf dalam projek yang produktif boleh dipraktikkan dalam konteks wakaf Malaysia bagi meningkatkan mutu pengurusan. Wakaf merupakan asas kebajikan Islam yang diperuntukkan melalui undang-undang yang sah dimana ia dizahirkan dengan projek-projek kemanusiaan, budaya, ekonomi, kesihatan, pendidikan dan latihan serta perbagai aktiviti kebajikan sosial yang lain dalam merangka program yang lebih kreatif dan inovatif bagi mengelak masalah sosial yang lebih serius (Habibullah et al. 2010).

Aktiviti wakaf dilakukan terhad untuk kegiatan keagamaan seperti pembangunan masjid, musolla, madrasah, perkuburan sehingga menjadikan kegiatan wakaf di Indonesia kurang bermanfaat secara ekonomi bagi kebanyakan rakyat kerana tidak dikendalikan secara produktif. Fungsi sesuatu wakaf sangat bergantung kepada kemampuan pihak pengurusan. Di Indonesia, masih terdapat nazhir yang kurang memahami hukum wakaf termasuk kurang memahami hak dan kewajibannya malah terdapat nazhir yang kurang memegang amanah seperti melakukan penyelewengan dalam pengurusan (Syafurudin 2010).

Kajian mendapati bahawa undang-undang tanah wakaf mengikut tiga prinsip iaitu tidak dapat dibatalkan, selama-lamanya atau berkekalan dan hal yang tidak boleh dilucutkan kembali (Mohammad 2008). Mentaliti masyarakat yang berpegang kepada pemikiran tersebut menyebabkan pembangunan harta wakaf menghadapi masalah dalam pengurusan yang efektif. Kesan negatif daripada sifat tersebut menyebabkan amal jariah Islam bergerak perlahan dan sukar untuk dikembangkan serta akan mengakibatkan berlaku kekurangan dalam aset cair. Definisi semula wakaf memberi penekanan kepada nilai manfaat walaupun ia adalah untuk jangka masa yang lebih pendek. Sebaliknya ia bukanlah satu idea baru dimana ia telah dikembangkan sejurus selepas penerimaan wakaf tunai dan konsep istibdal oleh ulama terdahulu (Mohammad & Abdul 2006).

Cabaran kewangan yang memberi kesan kepada ramai orang Islam mempunyai kesan negatif terhadap kehidupan masyarakat menyebabkan majoriti masyarakat tidak mampu untuk menyediakan peruntukan yang mencukupi dalam kehidupan harian. Wakaf tunai termasuk antara mekanisma yang dapat mengurangkan kemiskinan selain sedekah dan dana awam. Walaubagaimanapun, kajian mendapati antara faktor yang menjadi penghalang dalam pengumpulan data-data tersebut adalah kurang kesedaran, kedekut dan bersifat mementingkan diri, pengaruh politik dalam pengurusan, kepincangan pelaksanaan serta ketidaksediaan negara Islam dalam melaksanakannya (Yusuff & Azizan 2013). Wakaf tunai disasarkan untuk menjadi satu pilihan yang berkesan untuk program pembasmian kemiskinan dimana kepentingan wakaf tunai tersebut semakin diakui oleh kebanyakan pihak.

Malah, melalui wakaf tunai dapat menggalakkan semua lapisan masyarakat untuk mengambil bahagian serta memberi peluang untuk menggandakan amal jariah dan telah terbukti keberkesanan pelaksanaan antaranya di Timur tengah, Bangladesh serta Indonesia (Hasliindar et al. 2013). Oleh sebab tu, wakaf tunai perlu dibangunkan secara intensif memandangkan ianya dapat dilaksanakan oleh sesiapa sahaja dengan jaringan yang luas, wang tidak akan berkurangan dengan amal jariah dimana manfaat yang berganda serta paling utama sebagai pelaburan akhirat.

Terdapat juga persepsi yang salah di kalangan umat Islam bahawa endowmen Wakaf hanya boleh dalam bentuk tanah dan tidak tunai. Walaupun wakaf tidak disebut secara langsung dalam al-Quran, tetapi konsep pengagihan sangat ditekankan. Agihan kekayaan merupakan kunci utama dalam ekonomi moden untuk menjadikan ia lebih dinamik, bebas prejudis dan semangat keusahawanan serta merupakan satu amalan kontemporari terbaik dalam sistem wakaf dari segi konsep dan prinsip-prinsipnya (Chowdhury et al. 2011). Begitu juga di kalangan masyarakat Indonesia, istilah wakaf tunai tidak begitu sinonim. Secara teori dan konsep, wakaf tunai mempunyai peluang yang unik untuk menjana pelaburan dalam bidang keagamaan, pendidikan, kesihatan, kebajikan sosial serta untuk perkembangan industri kecil dan sederhana. Wakaf tunai ditakrifkan sebagai produktif jika dapat menghasilkan dana yang bermanfaat kepada kesejahteraan sosial serta dimanfaatkan untuk kepentingan ekonomi masyarakat (Fahmi 2010).

Satu kajian mendatangkan idea bahawa wakaf tunai boleh dilaksanakan pada masa akan datang untuk membiayai pendidikan dan menjadikan fungsi wakaf tidak terhad hanya kepada sesuatu yang bersifat kekal semata-mata (Muhammad et al. 2013). Wakaf pendidikan telah lama dipelopori oleh Negara Timur Tengah dan dianggap suatu yang baru di Malaysia. Kewujudan saham tunai dan

saham wakaf telah memberi pendedahan tentang konsep sebenar wakaf tidak hanya terikat kepada tempat ibadat semata-mata. Pembangunan universiti Al-Azhar sebagai contoh telah dibiayai melalui dana wakaf dan sehingga kini ia masih lagi ditadbir dan diurus melalui sumber wakaf (Ashikin & 'Adha 2014). Ciri penting dalam model pembiayaan pendidikan adalah dengan menubuhkan bank wakaf dimana bank akan menggunakan wakaf tunai sebagai modal berdasarkan prinsip syariah dalam operasinya. Malah, bagi menjana dana wakaf boleh melalui pelaburan dengan menggunakan dana wakaf tunai dengan menggunakan pembiayaan Musharakah, Musharakah Mutanaqisah dan Mudarabah (Muhammad et al. 2013).

Pengumpulan dana untuk pembinaan projek-projek wakaf tunai boleh direalisasikan melalui tiga instrumen iaitu; dana tunai dan E-tunai, sijil Kaki Per-segi dan terbitan Sukuk. Instrumen-instrumen tersebut memberi peluang kepada penyumbang untuk melibatkan diri dalam skim wakaf tunai mengikut keutamaan dan kemampuan yang dimiliki mengikut nilai yang ditawarkan. Dana tunai atau E-wakaf dianggap cara paling mudah dan praktis kepada orang ramai dimana dana yang terkumpul akan diuruskan oleh Mutawalli dan bertindak sebagai ejen bagi pihak Waqif berdasarkan kontrak Wakalah (Abdullaah & Asharaf 2008). Malah, pelaksanaan teknologi wakaf dalam talian dapat menggalakkan pertumbuhan ekonomi Islam satu langkah lebih jauh ke arah inovasi dan teknologi serta dianggap sebagai platform yang lebih terjamin. Walaubagaimanapun, terdapat batasan dalam pelaksanaan wakaf tunai dalam talian dimana tidak banyak institusi yang mempunyai pengetahuan dalam teknologi yang membolehkan pelaksanaan wakaf dan infak dilaksanakan secara talian (Mohd Faisal et al.).

Asia mencatat pengguna dalam media sosial sebanyak satu pertiga daripada penduduk dunia iaitu 456 juta pengguna dimana ianya sebagai saluran maklumat dan maklum balas, penciptaan produk, promosi dan pengiklanan serta latihan dan pendidikan. Media sosial merupakan medium yang efektif bagi organisasi kecil atau baru dalam membentuk jaringan tersendiri dalam menyebarkan maklumat kepada sasaran pengguna. Malah kewujudannya dianggap sebagai platform untuk memberi peluang untuk berhubungan dengan lebih dekat lagi selain daripada meningkatkan usaha pemasaran, perhubungan awam dan publisiti. Oleh itu, sesuatu badan tertentu haruslah menyebarkan sesuatu maklumat kepada masyarakat melalui media sosial dalam mempelbagaikan medium promosi kerana pengguna media sosial memberi impak yang besar (Ezaleila 2013). Kajian lain bersetuju bahawa produk yang baik tidak akan berkembang sekiranya tiada usaha untuk memasarkan, mempromosikan dan mengiklan produk tersebut serta internet dianggap sebagai medium yang semakin relevan kerana merupakan alternatif yang paling mudah dan murah dalam bidang promosi (Sazelin 2013).

METODOLOGI KAJIAN

Kajian ini menggunakan pelbagai metodologi bagi menghasilkan keputusan yang tepat disamping mengikut kerangka teori yang terlibat. Analisis kajian ini dilakukan kepada masyarakat Islam di daerah Besut, Terengganu, Malaysia. Persampelan dilakukan secara rawak dengan mengedarkan soal selidik kepada 100 individu di Besut. Soalan tersebut dibahagikan kepada 3 bahagian iaitu Bahagian A; Latar Belakang Responden. Bahagian B; Faktor-faktor yang mempengaruhi tahap kesedaran mengenai wakaf tunai. Bahagian C; Cadangan keseluruhan mengenai wakaf tunai. Hanya 95 borang soal selidik yang boleh digunakan di dalam kajian ini.

Spesifikasi Model dan Kaedah Analisis Data

Kajian ini cuba mengangkar kebarangkalian wujud hubungan antara lima faktor utama yang mempengaruhi pembayaran zakat perniagaan menggunakan Ujian Analisis Faktor (EFA) dan Ujian Pengesahan Skala. Manakala bagi menguji demografi responden, satu ujian menggunakan Statistik Diskriptif dan Ujian Perbandingan Min telah dilakukan.

Berdasarkan Jadual 2, majoriti responden yang ditemubual adalah terdiri daripada perempuan (87.4%), berumur bawah 20 tahun (70.5%), tinggal di luar Bandar (66.3%), berpendidikan rendah iaitu berkelulusan STPM dan ke bawah (75.8%), tidak bekerja (72.6%) serta mempunyai pendapatan isi rumah antara RM501-RM2000 (31.6%). Manakala, majoriti responden juga tidak mengetahui mengenai kewujudan Skim Wakaf Tunai di Terengganu (71.6%).

Jadual 2: Demografi Responden

Item	Kekerapan	Peratusan
Jantina		
Lelaki	12	12.6
Perempuan	83	87.4
Umur		
Bawah 20 Tahun	67	70.5

21-30 Tahun	2	2.1
31-40 Tahun	11	11.6
41-50 Tahun	9	9.5
Atas 51 Tahun	6	6.3
Lokasi Tempat Tinggal		
Bandar	32	33.7
Luar Bandar	63	66.3
Tahap Pendidikan		
Pendidikan Rendah	72	75.8
Pendidikan Tinggi	23	24.2
Jenis Pekerjaan		
Tidak Bekerja	69	72.6
Bekerja	26	27.4
Kadar Pendapatan Isi Rumah		
Bawah RM 500	21	22.1
RM 501-RM 2,000	30	31.6
RM 2,001-RM 3,500	10	10.5
RM 3,501-RM 5,000	18	18.9
RM 5,001-RM 6,500	6	6.3
Atas RM 6,501	10	10.5
Mengetahui Kewujudan Skim Wakaf Tunai Terengganu		
Ya	27	28.4
Tidak	68	71.6

Analisis regresi logistik akan digunakan untuk melihat apakah faktor penentu tahap kesedaran masyarakat terhadap wakaf tunai. Model akan dibentuk dimana pembolehubah bersandar berbentuk binari iaitu adakah masyarakat mengetahui mengenai wakaf tunai. Berdasarkan kepada kajian lepas Sanep et al.(2006), model yang dianggarkan secara umumnya adalah seperti berikut:

$$P_i = E(Y=1/X) = 1 / (1 + e^{-Z_i}) \quad (1)$$

Dimana P_i adalah kebarangkalian bagi masyarakat yang mengetahui mengenai wakaf tunai; dimana $Y=1$ untuk masyarakat yang tahu dan $Y=0$ bagi masyarakat yang tidak tahu.

Berdasarkan persamaan (1), kajian ini akan menguji beberapa pembolehubah yang dijangka mempengaruhi P_i iaitu:

$$Z_i = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \dots + \beta_i X_i \quad (2)$$

Dimana Z_i adalah satu fungsi $f(X)$ dengan X adalah pembolehubah bebas yang dijangka iaitu umur, lokasi tempat tinggal, promosi dan pengetahuan. Kesemua pembolehubah dalam persamaan (2) akan diuji untuk menentukan manakah pembolehubah yang signifikan mempengaruhi tahap kesedaran masyarakat dengan mengetahui mengenai wakaf tunai.

HASIL KAJIAN

Berdasarkan Jadual 3, menunjukkan dengan jelas bahawa terdapat frekuensi yang berbeza antara mereka yang tahu mengenai wakaf tunai dengan tidak tahu mengenai wakaf tunai iaitu masing-masing sebanyak 42.1 peratus dan 57.9 peratus. Ini menunjukkan masyarakat yang tidak mengetahui mengenai wakaf tunai adalah lebih tinggi berbanding mereka yang tahu. Jumlah responden yang mengetahui mengenai wakaf tunai memberi kesan kepada tahap pembayaran wakaf tunai secara tidak langsung. Majoriti masyarakat setempat yang menjadi responden dalam kajian ini tidak pernah melakukan pembayaran wakaf tunai iaitu hampir 95.8 peratus berbanding hanya 4.2 peratus yang berwakaf tunai. Ini menggambarkan bahawa pengeluaran wakaf tunai di daerah Besut adalah sangat rendah serta memerlukan usaha yang berterusan dilakukan oleh pihak MAIDAM khususnya bagi memastikan lebih ramai masyarakat Muslim berwakaf tunai.

Jadual 3: Pengetahuan dan Pembayaran

	Kekerapan	Peratusan
Mengetahui Mengenai Wakaf Tunai		
Tahu	40	42.1
Tidak Tahu	55	57.9
Status Pembayaran Wakaf Tunai		
Bayar	4	4.2
Tidak Bayar	91	95.8

Seterusnya kajian ini akan menguji kedua-dua pemboleh ubah yang dijangkakan mempengaruhi tahap kesedaran wakaf tunai dengan menggunakan analisis faktor (EFA). Dua faktor penting telah disenaraikan dimana ia dijangka memberi kesan terhadap tahap kesedaran masyarakat Besut terhadap wakaf tunai. Kedua-dua faktor ini mempunyai beberapa item yang dijelaskan oleh beberapa pemboleh ubah berkenaan secara terperinci. Kajian ini akan menganalisis dua faktor tersebut beserta item yang terlibat untuk melihat manakah antara item-item berkenaan mempengaruhi setiap pemboleh ubah yang dikaji dengan melihat kepada nilai faktor muatan dan komunaliti setiap item. Perlu dinyatakan juga adalah penting untuk mengesahkan kesesuaian item tersebut dalam kelompok faktor yang dikaji. Nilai Muatan dan Komunaliti yang tertinggi menunjukkan sumbangan yang terbesar terhadap pemboleh ubah yang dikaji.

Jadual 4 menunjukkan peratusan bagi setiap item yang dikaji berdasarkan likert yang telah ditetapkan. Majoriti responden sederhana dengan promosi yang dilakukan oleh Majlis Agama Negeri diketahui dengan jelas sebanyak 46.3 peratus yang mana lebih menghalu kepada tidak setuju. Manakala lebih daripada 60 peratus jawapan bersetuju berdasarkan item promosi akan mempengaruhi penglibatan diri, perlu meningkatkan promosi serta promosi dapat meningkatkan tahap kesedaran dimana jelas secara keseluruhan promosi amat penting dalam memberi kesedaran mengenai wakaf tunai seterusnya memberi impak positif dalam berwakaf tunai. Walaupun berada di zaman teknologi maklumat, lebih ramai yang memilih medium promosi tradisional seperti ceramah di masjid dan surau. Seterusnya bagi faktor pengetahuan. Tahap sederhana mencatatkan nilai tertinggi antara skala likert dimana majoriti responden masih samar-samar dan tidak pasti terhadap tahap pengetahuan yang dimiliki. Kebanyakan responden masih tidak dapat membezakan konsep asas antara wakaf tunai dan wakaf harta yang lain. Manakala lebih 80 peratus responden bersetuju untuk mendalami ilmu mengenai wakaf tunai serta mengamalkannya. Pendedahan pengetahuan dapat disimpulkan dapat mempengaruhi tahap kesedaran dan minat responden untuk menceburkan diri dalam wakaf tunai.

Jadual 4: Peratusan Pemilihan

Kelompok Item	Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Sederhana	Setuju	Sangat Setuju
Promosi					
(1) Promosi jelas	12.6	22.1	46.3	12.6	6.3
(2) Terdedah dengan pelbagai promosi MAIDAM	7.4	33.7	32.6	18.9	7.4
(3) Promosi mempengaruhi penglibatan diri	5.3	8.4	18.9	41.1	26.3
(4) Perlu meningkatkan promosi	4.2	3.2	4.2	24.2	64.2
(5) Promosi meningkatkan tahap kesedaran	4.2	2.1	5.3	36.8	51.6
(6) Lebih berminat dengan medium promosi tradisional	8.4	10.5	31.6	32.6	16.8
Pengetahuan					
(1) Pengetahuan wakaf tunai yang jelas	12.6	31.6	46.3	5.3	4.2
(2) Dapat membezakan antara wakaf	4.2	23.2	36.8	28.4	7.4
(3) Berminat untuk mengetahui dengan lebih mendalam	2.1	1.1	5.3	34.7	56.8
(4) Berminat untuk mengamalkan wakaf tunai	0	1.1	16.8	42.1	40.0

Nota: Semua jumlah berdasarkan peratus (%)

Jadual 5 menunjukkan faktor promosi disumbangkan oleh dua pembolehubah utama berdasarkan nilai muatan faktor dan komunaliti tertinggi iaitu terdedah dengan pelbagai promosi MAIDAM (0.745) dan diikuti dengan promosi mempengaruhi penglibatan diri (0.729). Peratusan varians keseluruhan adalah rendah menunjukkan kesemua item dapat menerangkan pembolehubah faktor tersebut hanya sebanyak 39.44 peratus. Manakala bagi faktor pengetahuan disumbangkan oleh dua pembolehubah utama berdasarkan nilai muatan faktor dan komunaliti iaitu dapat

membezakan antara wakaf tunai dan wakaf harta yang lain (0.768) diikuti oleh mempunyai pengetahuan yang jelas mengenai wakaf tunai (0.701). Peratusan varians keseluruhan adalah lebih tinggi dan baik berbanding faktor promosi walaupun masih mencatatkan nilai yang rendah iaitu 46.81 menunjukkan kesemua item dapat menerangkan pembolehubah faktor pengetahuan sebanyak 46.81 peratus. Kajian mendapati kesemua nilai muatan dan ujian KMO dan ujian keseferaan Bartlett memenuhi spesifikasi yang dikehendaki dalam sesuatu model.

Jadual 5: Hasil ujian daripada Analisis Faktor

Kelompok Faktor	Muatan faktor	Min	Kaiser Meyer-Olkin	Varians Keseluruhan (%)
Promosi				
(1) Promosi jelas	0.633	2.78	0.622*	39.44
(2) Terdedah dengan pelbagai promosi MAIDAM	0.745	2.85		
(3) Promosi mempengaruhi penglibatan diri	0.729	3.75		
(4) Perlu meningkatkan promosi	0.646	4.41		
(5) Promosi meningkatkan tahap kesedaran	0.527	4.29		
(6) Lebih berminat dengan medium promosi tradisional	0.430	3.39		
Pengetahuan				
(1) Pengetahuan wakaf tunai yang jelas	0.701	2.57	0.573*	46.811
(2) Dapat membezakan antara wakaf	0.768	3.12		
(3) Berminat untuk mengetahui dengan lebih mendalam	0.631	4.43		
(4) Berminat untuk mengamalkan wakaf tunai	0.627	4.21		

Nota: Min berdasarkan nilai skala likert; nilai 1=sangat tidak setuju hingga nilai 5=sangat setuju

*Bartlett's Test of Sphericity: signifikan pada aras keertian 1%

Faktor Promosi dan Pengetahuan berkorelasi dan signifikan pada aras keertian 1%

Seterusnya kajian mengkaji apakah faktor penentu yang dijangka mempengaruhi tahap kesedaran masyarakat terhadap wakaf tunai melalui analisis regresi. Jadual 6 menunjukkan Jadual Klasifikasi model yang menunjukkan kesahan jawapan oleh masyarakat setempat. Secara keseluruhannya 70 peratus jawapan disahkan adalah benar kepada semua model yang dikaji.

Jadual 6: Klasifikasi Regresi Logistik

		Diramalkan	
		Tahu	Tidak Tahu
Pemerhatian	Tahu	15	25
	Tidak Tahu	3	52

Nota: Nilai batasan adalah 0.500

Peratusan Betul: Tahu = 37.5%; tidak tahu = 94.5%; keseluruhan = 70.5 %

Berdasarkan Jadual 7, model telah dibentuk dan dianalisis menggunakan analisis regresi logistik. Jika dilihat kepada model tersebut, terdapat dua pembolehubah sahaja yang signifikan iaitu pembolehubah promosi dan pembolehubah pengetahuan iaitu pada aras keertian 5 peratus. Kesemua pembolehubah bebas yang dikaji berhubungan secara positif. Namun begitu nilai koefisien yang bernilai negatif menunjukkan semakin rendah promosi dan pengetahuan yang dimiliki, semakin tinggi kebarangkalian masyarakat sedar mengenai wakaf tunai. Ujian padanan model telah menggunakan kaedah *Hosmer and Lemeshow* mencatatkan nilai *Chi-Square* sebanyak 8.772 (sig= 0.187) dengan 5 darjah kebebasan. Posisi tersebut menunjukkan bahawa model mempunyai padanan yang baik dengan data. Namun nilai bagi R^2 pula menunjukkan variasi kesemua pembolehubah kepada model amatlah kecil iaitu sebanyak 19.7 peratus bagi ujian *Cox and Snell* serta 26.4 peratus bagi ujian *Nagelkerke*.

Jadual 7: Hasil Regresi

Pembolehubah	Nilai
--------------	-------

	Koefisien
Konstan	-1.817* (0.619)
Umur	0.248 (0.193)
Lokasi Tempat tinggal (1)	0.301 (0.516)
Promosi (1)	1.529* (0.615)
Pengetahuan (1)	1.625* (0.599)
Hosmer dan Lemeshow test (χ^2)	8.772 ^{ns}
Cox and Snell R ²	0.197
Nagelkerke R ²	0.264

Nota: () ralat piawai

(1) pemboleh ubah dami

Model : regresi binari logistik. Pemboleh ubah bersandar : mempunyai kesedaran

^{ns} tidak signifikan

* Signifikan pada aras keertian 5%

PERBINCANGAN DAN IMPLIKASI DASAR

Berdasarkan Ujian Analisis yang faktor yang telah dibuat, kedua-dua faktor mempunyai varian keseluruhan yang rendah yang mempengaruhi tahap kesedaran masyarakat Besut mengenai wakaf tunai. Walaubagaimanapun, faktor pengetahuan mencatatkan peratusan varians yang lebih tinggi berbanding faktor promosi. Jumlah varian yang dinyatakan adalah gambaran sejauh mana pemboleh ubah menerangkan faktor tersebut.

Kelemahan medium promosi sama ada di media cetak dan elektronik khususnya menyebabkan masyarakat kurang mendapat pendedahan tentang maklumat yang berkaitan. Malah, dalam laman web rasmi pihak MAIDAM sendiri tidak digunakan sepenuhnya dalam menyebarkan maklumat tersebut. Kesan tersebut menyebabkan penglibatan masyarakat dalam berwakaf tunai sangat rendah walaupun jumlah responden yang mengetahui mengenai wakaf tunai adalah hampir separuh. Jesteru itu, pihak MAIDAM harus meningkatkan tahap promosi melalui kempen-kempen dengan mendekati sendiri golongan masyarakat secara dua hala. Ini dapat membantu pihak terlibat menyelesaikan masalah serta persoalan yang timbul serta menangkis segala persepsi buruk yang sering ditujukan kepada Majlis Agama Negeri. Bagaimanapun, dalam kajian berkaitan mendapati pendekatan promosi mungkin tidak lagi sesuai bagi menimbulkan kesedaran malah mensarankan pendekatan baru dalam menyalurkan pengetahuan (Chandrakantan et al. 2013).

Walaupun dalam era teknologi serba moden, masih ramai responden lebih gemar terhadap medium promosi tradisional seperti ceramah memandangkan majoriti responden terdiri daripada penduduk luar bandar. Medium promosi tradisional tersebut masih diminati memandangkan ia merupakan medium komunikasi yang bersifat secara langsung dan dua hala dimana dapat menjawab serta menghuraikan setiap permasalahan yang dihadapi dengan segera. Malah, ceramah seumpama tidak hanya perlu terikat hanya di masjid ataupun surau sahaja, bahkan perlu diperluas dengan mengadakan ceramah di peringkat sekolah serta kolej secara berkala kerana generasi muda adalah tunggak masa depan Negara dan agama. Ceramah dianggap medium yang berkesan dan efektif kerana ia disampaikan oleh pihak berautoriti serta beragama dalam bidang yang disampaikan. Selari dengan kajian Zaharah et al. (2010) juga menunjukkan bahawa kuliah agama memainkan peranan penting dalam memberi kesedaran dan maklumat kepada masyarakat di Terengganu. Malah kajian Harunnizam & Sanep (2013) turut menyokong bahawa ceramah adalah medium promosi yang berkesan.

Kajian Hanifah et al. (2014) telah menjelaskan bahawa pengetahuan sahaja tidak membantu dalam mewujudkan kesedaran. Ini menguatkan hujah bahawa individu yang berpengetahuan tinggi tidak semestinya membawa kepada tahap kesedaran yang tinggi tanpa faktor lain yang turut menyokong. Promosi yang cekap dapat membantu perkembangan pengetahuan yang menjurus kepada tingkah laku yang sepatutnya. Begitu juga sebaliknya, masyarakat yang mempunyai pengetahuan juga tidak terlibat dengan aktiviti wakaf tunai tersebut sekiranya promosi yang lemah kerana tidak mengetahui medium sebenar untuk melibatkan diri.

Tingkah laku kearah penglibatan masyarakat dalam aktiviti wakaf tunai dapat dizahirkan apabila sesuatu perancangan yang dilakukan berjaya disampaikan kepada golongan tertentu melalui

medium yang betul. Hal ini dapat dibuktikan berdasarkan kajian Sara-Jane (2005), Tom (2001) dan Scott (1995). Sesuatu pengetahuan oleh individu dapat ditingkatkan sekiranya promosi yang jelas dan efektif disalurkan kepada segenap masyarakat. Kesan kepada peningkatan pembayaran wakaf tunai mungkin dapat dilihat sekiranya tahap kesedaran dapat ditingkatkan kerana kedua-duanya dilihat memberi kesan secara tidak langsung. Oleh itu, kedua-dua faktor tersebut tidak boleh dipandang remeh oleh semua pihak yang terlibat. Walaubagaimanapun, tanpa kerjasama semua pihak, salah satu faktor mungkin tidak akan berjaya dilaksanakan sepenuhnya.

Malah, seseorang individu Muslim akan dikaitkan dengan niat dalam setiap tindakannya sebagaimana dalam firman Allah dalam surah Ali-Imran ayat 29:

“Katakanlah (Wahai Muhammad): "Jika kamu sembunyikan apa Yang ada Dalam dada kamu atau kamu melahirkannya, nescaya Allah mengetahuinya; dan ia mengetahui Segala Yang ada di langit dan Yang ada di bumi. dan Allah Maha Kuasa atas tiap-tiap sesuatu”.

Ayat diatas jelas menunjukkan bahawa betapa penting peranan niat dalam sesuatu perkara sebagai bukti ketaatan kepada Allah. Pengetahuan mengenai ilmu agama yang mencukupi dapat menanam niat dan keazaman dalam diri individu untuk melakukan amal jariah sebagai bekalan di akhirat. Seterusnya, niat yang baik akan menjurus kepada pelaksanaan wakaf tunai secara tidak langsung. Banyak kajian yang telah mengkaji mengenai niat terhadap gelagat individu antaranya Hairunnizam et al.(2005) serta Ram et al. (2010).

Kajian ini diharapkan dapat dijadikan panduan kepada semua pihak dalam meningkatkan mutu serta prestasi kerana wakaf tunai merupakan instrumen yang penting dalam meningkatkan kebajikan serta mengurangkan kemiskinan dimana ianya mampu dilakukan oleh semua lapisan masyarakat dan tidak terhad kepada golongan kaya sahaja.

KESIMPULAN

Walaupun wakaf tunai bukanlah suatu kewajipan yang wajib dalam kalangan umat Islam, wakaf tunai ataupun infak dapat meningkatkan amal serta pahala kepada sesiapa yang terlibat selain manfaat dalam bidang sosio ekonomi kepada yang memerlukan. Sesuatu balasan yang tidak diperolehi dengan segera menyebabkan masyarakat masih berleghah untuk menceburkan diri. Oleh itu, peningkatan kesedaran mengenai wakaf tunai amat penting memandangkan masih ramai masyarakat Islam yang berpegang kepada pemikiran bahawa wakaf hanya dalam harta berbentuk kekal. Setiap faktor yang telah dikaji menunjukkan bahawa ia penting dalam mempengaruhi tahap kesedaran masyarakat Islam di Besut serta perlu diberi perhatian dan penekanan yang lebih tinggi.

Pihak MAIDAM perlu meningkatkan lagi usaha dalam memberi kefahaman dan kesedaran kepada masyarakat Islam agar kutipan wakaf tunai dapat ditingkatkan seterusnya mampu memberi manfaat dalam pelbagai bidang yang tidak hanya terikat kepada bidang keagamaan semata-mata. Pihak MAIDAM perlu lebih kreatif dalam menyebarkan maklumat kerana tanpa pendedahan maklumat dan promosi yang berkesan adalah agak sukar bagi masyarakat untuk melibatkan diri secara langsung. Pihak kerajaan juga boleh memainkan peranan penting dalam usaha meningkatkan pengetahuan masyarakat Islam seperti dengan memperkenalkan serta memasukkan wakaf tunai sebagai salah satu sukatan dalam matapelajaran Pendidikan Islam khususnya.

RUJUKAN

- Abdullaah Jalil and Asharaf Mohd Ramli, "Waqf Instruments For Construction Contract: An Analysis Of Structure," *The Journal of Muamalat and Islamic Finance Research* 5, no. 1 (2008), 183-196.
- Asmak Ab Rahman (2009). Peranan Wakaf Dalam Pembangunan Ekonomi Umat Islam dan Aplikasinya di Malaysia, *Jurnal Syariah* 17(1): 113-152.
- Chandrakantan Subramaniam, Md Lazim Mohd Zin dan Siti Rohani Nadir (2013). Hubungan Amalan Pengurusan Keselamatan Pekerja di Jabatan Bomba dan Penyelamat Malaysia, *Jurnal Pengurusan* 37: 133-142.
- Chowdhury, Md. Shahedur Rahaman, Ghazali, Mohd Fahmi and Ibrahim, Mohd Faisol (2011). Economics of Cash Waqf management in Malaysia: A proposed Cash Waqf model for practitioners and future researchers, *African Journal of Business Management* 5(30): 12155-12163.
- Fahmi Medias (2010). Wakaf produkrif dalam perspektif ekonomi islam, *Jurnal Ekonomi Islam* IV(1): 69-84.
- Hairunnizam Wahid dan Sanep Ahmad (2013). *Keberkesanan dan Kesesuaian Medium Promosi Agihan Zakat: Kajian Kes di Negeri Selangor*, Persidangan Kebangsaan Ekonomi Malaysia ke VIII, Johor Bahru, 7-9 Jun 2013. *from the Past to the Future*, International Seminar on Non-bank Financial Institutions, Kuala Lumpur, 26-28 Januari 2004: 28-37.

- Hairunnizam Wahid, Sanep Ahmad dan Mohd Ali Mohd Nor (2007). Kesedaran Membayar Zakat Pendapatan di Malaysia, *Islamiyyat* 29: 53-70.
- Hanifah Mahat et al. (2014). Pendidikan Pembangunan Lestari- Hubungan Kesedaran antara Ibumbapa dengan Pelajar, *Malaysian Journal of Society and Space* 10(5).
- Haslindar Ibrahim, Afizar Amir and Tajul ariffin Masron (2013). Cash Waqf: An Innovative Instrument for Economic Development, *International Review of Social Sciences and Humanities International Review of Social Sciences and Humanities* 6(1): 1-7.
- JAWHAR (2009), *Manual Pengurusan Wakaf Tunai*. Putrajaya:Jabatan Wakaf, Zakat dan Haji (JAWHAR).
- Majlis Agama Islam dan Adat Melayu Terengganu, dicapai 23 April 2015 daripada <http://www.maidam.gov.my/index.php/index.php/profil/sejarah-penubuhan>.
- Mohammad, Mohammad Tahir Sabit (2008). *Sustaining The Means Of Sustainability: The Need For Accepting Wakaf (Waqf) Assets In Malaysian Property Market*, The 14th Annual Conference of the Pacific Rim Real Estate Society, Hotel Istana, Kuala Lumpur, 20-23 January 2008.
- Mohammad, Mohammad Tahir Sabit and Mar Iman, Abdul Hamid (2006). Obstacles of the Current Concept of Waqf to the Development of Waqf Properties and the Recommended Alternative, *Malaysian Journal of Real Estate* 1(1): 27-38.
- Mohd Faisal Mohamed Yusof, Mohd Faiz Mohamed Yusof, Mazlin Hani Hasarudin and Nurhanani Romli. Cash Waqf and Infaq: A Proposed E-philanthropy in Malaysia, *Jurnal Kemanusiaan* 22: 1-10.
- Mohd Ridzuan Mohamad (Penolong Setiausaha Zakat, Majlis Agama Islam dan Adat Istiadat Terengganu), dalam temubual dengan penulis, 2 Ogos 2014.
- Monzer Kahf (2007). *The Role of Waqf in Improving the Ummah Welfare*, Presented paper International Seminar on "Waqf as a Private Legal Body", Islamic University of North Sumatra, Medan, Indonesia, 6-7 Januari 2003.
- Muhammad Fazlul Karim (2010). *Waqf Estates In Bangladesh – Analyzing Socio-Economic Profile And Exploring Potential But Unexplored Expenditure Options*, Seventh International Conference – The Tawhidi Epistemology: Zakat and Waqf Economy, Bangi, 2010: 329-349.
- Muhammad Ridhwab Ab. Aziz, Fuadah Johari and Mohd Asyraf Yusof (2013). *Cash Waqf Models for Financing in Education*, Paper Proceeding of the 5th Islamic Economics System Conference (iECONS 2013), "Sustainable Development Through The Islamic Economics System", Universiti Sains Malaysia, Kuala Lumpur, 4-5 September 2013, 835-842.
- Murat Cizakca (2004). *Incorporated Cash Waqfs and Mudaraba, Islamic Non-Bank Financial Instruments from the Past to the Future*, International Seminar on Non-bank Financial Institutions, Kuala Lumpur, 26-28 Januari 2004.
- Murat Cizakca (t.t). *A History of Philanthropic Foundations: The Islamic World from the Seventh Century to the Present*. Istanbul: Economics Department Bogazici University.
- Raja Nor Ashikin Raja Ramli dan Nor 'Adha Abd Hamid (2014). *Kelestarian Wakaf Dalam Membangunkan Institusi Pendidikan: Kajian Awal*, Proceeding of International Conference on Postgraduate Research, Kuala Lumpur, 1-2 December 2014, 454-465.
- Ram Al Jaffri Saad et al. (2010). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Gelagat Kepatuhan Zakat Perniagaan, *Jurnal Pengurusan* 30: 49-61.
- Sanep Ahmad, Hairunnizam Wahid dan Adnan Mohamad (2006). Penswastaaan Institusi Zakat dan Kesannya Terhadap Pembayaran Secara Formal di Malaysia, *International Journal of Management Studies* 13(2): 175-196.
- Sara-Jane Finlay and Guy Faulkner (2005). Physical Activity Promotion Through the Mass Media: Inception, Production, Transmission and Consumption, *Preventive Medicine* 40: 121-130.
- Sazelin Arif (2013). Keupayaan Pemasaran dalam Kalangan Pengusaha Kecil Makanan Halal di Melaka Tengah: Satu Kajian Awal, *MALIM* 10: 183-208.
- Scott A. Neslin, Stephen G. Powell and Linda Schneider Stone (1995). The Effects of Retailer and Consumer Response on Optimal Manufacturer Advertising and Trade Promotion Strategies, *Management Science* 41 (5): 749-766.
- Siti Ezaleila Mustafa (2013). Media Sosial di Malaysia dan Indonesia: Penggunaannya sebagai Alat Komunikasi, Kolaborasi dan Jaringan Digital, *Jurnal Pengajian Media Malaysia* 15(2): 71-85.
- Syafrudin Arif (2010). Wakaf Tunai Sebagai Alternatif Mekanisme Redistribusi Keuangan Islam, *Jurnal Ekonomi Islam* IV(1): 85- 115.
- Tom Evison and Adam D. Read (2001). Local Authority Recycling and Waste- Awereness Publicity/ Promotion, *Resources, Conservation & Recycling* 32: 275-291.

- Yusuff Jelili Amuda and Nor Azizan Che Embi (2013). Alleviation of Poverty among OIC Countries through Sadaqat, Cash Waqf and Public Funding, *International Journal of Trade, Economics and Finance*. 4(6): 403- 408.
- Zaharah Salwati Baba et al. (2010). Tanggapan Usahawan Terhadap Zakat Perniagaan Berbanding Cukai Pendapatan Perniagaan di Terengganu, *Jurnal Islam dan Masyarakat Kontemporari* 3: 97-113.