

BAB 2

KONSEP PENGGUNAAN LOGO ZAKAT OLEH INSTITUSI ZAKAT DI MALAYSIA

2.1 Pendahuluan

Proses perkembangan sesebuah institusi atau syarikat memerlukan kepada kaedah pemasaran yang berkesan bagi membangun institusi, perniagaan atau syarikat yang progresif dan dikenali. Institusi, perniagaan atau syarikat yang stabil kebiasaanya boleh dilihat menerusi teknik promosi atau pemasaran yang menarik, berkesan dan inovatif. Hal ini penting untuk menjamin keutuhan dan kestabilan institusi atau syarikat serta menjadi tanda aras untuk mendapatkan keuntungan yang lumayan. Antara kaedah yang berkesan untuk menarik minat pengguna atau pembeli memilih untuk mendapatkan khidmat atau membeli daripada sesebuah institusi, perniagaan atau syarikat adalah menerusi penggunaan logo. Bagi pihak LZNK dan PPZ-MAIWP, tanggungjawab institusi mereka dalam urusan kutipan zakat khususnya telah diterjemahkan menerusi pengenalan kepada logo zakat kepada syarikat korporat. Justeru, bagi membincangkan dengan lebih lanjut, di dalam bab ini, pengkaji akan menerangkan berkenaan definisi logo dan sejarah penggunaan logo zakat di Malaysia khususnya di negeri Kedah dan Wilayah Persekutuan.

2.2 Definisi Dan Sejarah Penggunaan Logo Zakat Di Malaysia

Bahagian ini akan menjelaskan berkenaan definisi dan fungsi logo serta sejarah penggunaan logo zakat di Malaysia. Penerangan secara terperinci adalah seperti berikut:

2.2.1 Definisi Logo

Penggunaan logo telah banyak digunakan secara meluas sama ada di dalam atau luar negara. Logo berasal dari Bahasa Yunani iaitu Logos yang bermaksud pikiran atau adalah penyajian atau tampilan nama, bentuk seragam, tulisan, atau ciri khas perusahaan secara visual (Anggoro, 2001). Menurut Robin Landa menjelaskan bahawa *“A logo is the single graphic design application that will be a part of every other brand design application. It is the signifier. It is the identifier. It is the twosecond “label” or alarm screaming out which brand or company or person or entity you are dealing with”* yang membawa maksud “Logo adalah aplikasi reka bentuk grafik tunggal yang akan menjadi sebahagian daripada setiap aplikasi reka bentuk jenama lain. Ia adalah penanda dan pengecam. Ianya ialah label atau penggera dua saat yang menjerit keluar jenama atau syarikat atau orang atau entiti yang anda sedang berurusan.

Logo atau tanda gambar (*picture mark*) merupakan suatu identiti yang digunakan untuk menggambarkan citra dan karakter suatu institusi atau perniagaan mahupun organisasi (Kusrianto, 2009). Logo adalah tanda visual yang menjelaskan kepada pengguna melalui gambar untuk mengimpresikan nilai, dan fungsi syarikat kepada masyarakat awam (Rockport, 2007). Logo juga merupakan sebuah huruf atau sebuah plat yang dicetak yang memiliki makna, yang biasa digunakan sebagai nama surat kabar atau lambang. (Merriant-wrebbster dictionary, 1816).

Selain itu juga, Menurut Saad and Ibrahim (2020), *“Logo is a symbol or an emblem that represents a company or organization, and it is used to differentiate it from others in the market. It reflects the values and identity of a brand and is designed to communicate its message to its target audience.”* Sedangkan menurut Aaker (2014), *“A logo is a symbol or design that is used to identify a company, product or service. It serves as a visual representation of the brand and communicates important information*

about the brand's values, personality, and unique selling proposition." Oleh itu, logo ialah simbol atau reka bentuk yang digunakan untuk mewakili syarikat, produk atau organisasi, dengan tujuan membezakan diri daripada pesaing dan menyampaikan mesej atau nilai jenama kepada khalayak sasaran. Logo juga merupakan visualisasi identiti jenama dan boleh menerangkan ciri jenama seperti nilai, personaliti dan tawaran unik.

2.2.2 Fungsi-Fungsi Logo

Penggunaan logo pada setiap perniagaan mempunyai maksud yang tersendiri yang ditetapkan oleh pemilik perniagaan. Penggunaan logo sering ditafsirkan sebagai simbol yang mewakili sesebuah syarikat. Menurut David E. Carter (seperti yang dipetik oleh Al, 1982), antara tujuan logo diciptakan ialah sebagai ciri dan identiti khas supaya mudah dikenali oleh orang ramai. Ianya juga boleh dijadikan sebagai petunjuk terhadap latar belakang syarikat kepada masyarakat awam. Selain itu, logo juga bertujuan untuk memaklumkan jenis perniagaan untuk membina imej perniagaan selain mencerminkan semangat dan aspirasi syarikat, serta menumbuhkan rasa bangga di kalangan ahli syarikat.

Melihat kepada tujuan logo tersebut, sudah tentu logo memainkan peranan penting dalam dunia perniagaan dan penjenamaan. Logo digunakan untuk mencipta identiti jenama yang unik dan mudah dikenali oleh pengguna. Selain itu, logo juga berfungsi untuk mewakili nilai jenama yang ingin disampaikan kepada pengguna dan mengukuhkan imej jenama yang sedia ada dalam fikiran pengguna. Menurut John Murphy et al., (1998), fungsi logo pertama ialah fungsi pengenalanpastian, di mana orang biasa boleh mengenal pasti bidang apa yang dikawal selia dan apakah barangan atau perkhidmatan yang dihasilkan. Dalam kajian oleh Huang dan Sarigöllü (2014), didapati

bahawa logo yang mempunyai kesan yang kuat dan positif dapat meningkatkan kesan jenama dalam minda pengguna dan menjana kepercayaan terhadap jenama. Selain itu, kajian oleh Chan dan Zainuddin (2019) menunjukkan logo juga boleh mempengaruhi sikap pengguna terhadap jenama dan memberi kelebihan dalam meningkatkan pengiktirafan jenama dan pilihan pengguna terhadap produk. Oleh itu, mewujudkan identiti jenama melalui logo yang betul adalah sangat penting dalam mengukuhkan kesan jenama dalam minda pengguna dan meningkatkan kepercayaan mereka terhadap jenama.

Fungsi yang kedua pula adalah sebagai pembeza yang mana logo juga boleh berfungsi membezakan antara satu syarikat dengan syarikat lain, satu produk dengan produk lain. Logo memainkan peranan penting dalam membezakan jenama dan produk daripada pesaing dalam pasaran. Dalam kajian Chan dan Zainuddin (2019), didapati logo boleh digunakan untuk membezakan jenama dan produk daripada pesaing di pasaran. Selain itu, logo juga digunakan untuk mewakili nilai jenama yang ingin anda sampaikan kepada pengguna. Dalam kes ini, logo mesti direka bentuk dengan teliti untuk mencerminkan personaliti dan ciri jenama yang diinginkan. Logo yang berkesan boleh menyampaikan kesan profesional, moden, mesra atau berkualiti, bergantung pada jenis produk atau perkhidmatan yang ditawarkan oleh jenama. Oleh itu, logo bertindak sebagai pembeza dan sebagai wakil nilai jenama, yang sangat penting dalam membina imej jenama yang kukuh dalam minda pengguna.

Fungsi ketiga pula adalah sebagai kaedah komunikasi iaitu logo bertindak sebagai penyalur maklumat (jika ia dalam bentuk tanda), dan juga boleh menjadi pemberitahuan tentang ketulenan sesuatu produk. Fungsi logo yang keempat pula berfungsi sebagai aset yang berharga. Jika produk tersebut lebih dikenali di negara lain maka sesebuah syarikat/jenama akan dinilai dengan cara francais. Manakala fungsi

yang terakhir adalah mempunyai kuasa undang-undang. Logo berdaftar boleh digunakan sebagai jaminan kualiti produk yang dilindungi undang-undang. Dengan itu, berdasarkan fungsi ini, pada asasnya logo yang baik adalah benar-benar menjadi ciri khas untuk penggunaanya, menjadi tanda pengenal, dan berbeza dengan logo-logo yang lain.

Fungsi yang terakhir adalah ianya boleh berfungsi untuk memperkuat imej jenama telah dibincangkan dalam beberapa kajian. Menurut Huang dan Sarigöllu (2014), logo yang konsisten dengan imej jenama dapat membantu meningkatkan persepsi pengguna terhadap jenama. Selain itu, Chan dan Zainuddin (2019) juga menyatakan bahawa logo yang konsisten dengan imej jenama dapat membantu mengukuhkan kesetiaan pengguna kepada jenama. Oleh itu, penggunaan logo yang sesuai dan konsisten dengan imej jenama yang diinginkan sangat penting untuk memperkuat kesan jenama dan mengembangkan kesetiaan pengguna terhadap jenama.

2.2.3 Sejarah Penggunaan Logo Zakat di Malaysia

Penggunaan logo zakat merupakan inisiatif terkini yang mula diperkenalkan oleh beberapa institusi zakat di Malaysia. Antara institusi zakat yang terawal memperkenalkan penggunaan logo zakat di Malaysia adalah menerusi Lembaga Zakat Negeri Kedah (LZNK). Logo yang diperkenalkan oleh pihak LZNK tersebut dipanggil sebagai Logo Sahabat Zakat Kedah serta diiringi dengan Sijil Muzakki bagi syarikat korporat yang berjaya mendapat kelulusan untuk memperolehinya. Terdapat kaedah dan syarat permohonan yang ditetapkan oleh pihak LZNK untuk memperolehi logo zakat yang akan dibincangkan pada perbincangan yang seterusnya (PK1, 2022).

Menurut PK1 (2022) serta disokong oleh PK2 (2022), ekoran daripada kesedaran pembayaran zakat perniagaan dalam kalangan syarikat korporat yang masih berada pada tahap yang kurang memuaskan, PPZ-MAIWP turut memperkenalkan penggunaan logo zakat kepada syarikat korporat. Meskipun secara luaran kedua-dua institusi ini iaitu LZNK dan PPZ-MAIWP menggunakan strategi yang sama dalam mengoptimumkan kutipan zakat perniagaan, namun fungsi serta kaedah pemberian logo zakat yang dipraktikkan adalah berbeza. Adapun bagi institusi zakat di negeri-negeri lain, berdasarkan pemerhatian dan kajian pengkaji, mereka masih belum mempraktikkan penggunaan logo zakat sebagai medium baru dalam mengoptimumkan kutipan zakat perniagaan. Namun, keberkesanan penggunaan logo zakat tidak mustahil akan memberikan kesan atau dorongan kepada institusi zakat yang lain untuk mengikuti kaedah yang sama dalam mengoptimumkan kutipan zakat perniagaan (PK1,2022). Konsep penggunaan logo zakat di Kedah dan Wilayah Persekutuan akan dibahasakan dengan lebih lanjut pada perbincangan yang seterusnya secara lebih terperinci, mendalam dan berfokus.

2.3 Penggunaan Logo Zakat Di Kedah Dan Wilayah Persekutuan

Bahagian ini menerangkan berkenaan amalan penggunaan logo zakat di Kedah dan Wilayah Persekutuan. Penerangan terperinci adalah sepertimana berikut:

2.3.1 Penggunaan Logo Zakat di Kedah

Jabatan Pengurusan Zakat Korporat (JPZK), LZNK merupakan jabatan yang telah mengusulkan kertas kerja bagi melaksanakan pensijilan Muzakki dan logo Sahabat Zakat Kedah (SZK) kepada pembayar-pembayar zakat perniagaan di Kedah.

Kertas kerja tersebut telah diusulkan kepada pihak LZNK hasil daripada cetusan idea Ketua Pegawai Eksekutif, LZNK iaitu Y.Bhg. Dato' Sheikh Zakaria Othman dan berjaya mendapatkan kelulusan serta telah memperkenalkan penggunaan logo zakat di Kedah sejak Mac 2020 sehingga hari ini (PK1,2022). Logo SZK serta Sijil Muzakki yang digunakan di Kedah adalah seperti di **Rajah 2.1** dan **Rajah 2.2**

Rajah 2.1: Logo Sahabat Zakat Kedah



Sumber: Lembaga Zakat Negeri Kedah (LZNK)

Rajah 2.2: Contoh Sijil Muzakki, LZNK



Sumber: Lembaga Zakat Negeri Kedah (LZNK)

Menurut hasil temu bual pengkaji bersama PK1 (2022), 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. Penggunaan 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 perniagaan di negeri Kedah.

Berdasarkan analisis data temu bual juga, PK1 (2022) menyatakan bahawa objektif penggunaan logo SZK adalah untuk membantu usahawan Muslim berdepan cabaran dalam perniagaan yang mempunyai saingan dengan usahawan Bukan Muslim. Logo SZK dilancarkan sebagai tanda sokongan dan penghargaan LZNK kepada pembayar zakat. Logo zakat tersebut boleh digunapakai pada bungkusan produk, resit bayaran, dan kepala surat (*letterhead*) yang dikeluarkan bagi memberi keyakinan kepada pembeli bahawa ini adalah produk Muslim yang juga pembayar zakat. Bukan itu sahaja, logo SZK itu juga bertujuan untuk membantu umat Islam bagi memilih untuk berurus niaga bersama peniaga yang menunaikan zakat perniagaan pada setiap tahun.

Data kajian juga menunjukkan logo SZK ini disasarkan kepada golongan usahawan yang menjalankan perniagaan sama ada atas talian dan jualan langsung. Bukan itu sahaja, sasaran juga dibuat kepada golongan usahawan yang produktif dalam membuat bayaran zakat secara tepat dan berkala setiap tahun. Terdapat syarat-syarat permohonan logo SZK yang ditetapkan oleh pihak LZNK antaranya seperti beragama Islam, pembayar zakat di LZNK mengikut kiraan yang sebenar, bentuk perniagaan mestilah dibenarkan dari segi syarak dan undang-undang, perniagaan beroperasi dan berurus niaga di Negeri Kedah dan LZNK berhak menolak permohonan sekiranya didapati tidak mengikut syarat-syarat atau maklumat yang diberikan tidak benar (PK1,2022).

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 (PK1, 2022). Data yang dikumpul dan dianalisis juga menunjukkan tempoh sah laku sijil adalah selama 1 tahun iaitu dari bayaran zakat dikeluarkan sehingga tamat haul setiap tahun.

Menurut PK1 (2022), tatacara permohonan logo zakat perlulah diikuti oleh setiap pemohon. Pada peringkat awal bagi mendapatkan logo SZK atau Muzakki dan Sijil Muzakki, permohonan perlu dibuat secara manual melalui pengisian borang Permohonan Sijil dan Logo Muzakki LZNK yang boleh didapati di LZNK secara fizikal. Namun bermula 11 November 2021, permohonan perlu dibuat secara atas talian sepenuhnya menerusi aplikasi *Zakat On Touch* (ZOT). Pemohon juga perlu mengemukakan salinan kad pengenalan pemohon/pemegang amanah/orang yang bertanggungjawab menguruskan selain mengemukakan juga Salinan Pendaftaran (SSM/SKM/ROS/Lain-lain). Pemohon wajib mengisi dengan jelas semua ruangan di dalam Borang Permohonan Sijil Muzakki dan Logo SZK LZNK. Bagi pembaharuan sijil, ianya akan dilakukan secara terus oleh pihak LZNK mengikut pembayaran zakat pada tahun sebelumnya. Berikut disertakan gambar rajah bagi borang permohonan Sijil dan Logo Muzakki (SZK) (**Rajah 2.3**), carta alir proses permohonan Sijil dan Logo Muzakki (**Rajah 2.4**) serta aplikasi *Zakat On Touch* (ZOT) sebagai medium terkini bagi permohonan Sijil dan Logo Muzakki (**Rajah 2.5**):

Rajah 2.3: Borang Permohonan Sijil dan Logo Muzakki (SZK)

[SZK01]

No siri



BORANG PERMOHONAN SIJIL DAN LOGO MUZAKKI (SZK)
LEMBAGA ZAKAT NEGERI KEDAH

Syarat-syarat Permohonan Sijil Muzakki dan Logo Sahabat Zakat Kedah (SZK) :

- 1) Membayar zakat **perniagaan** kepada LZNK, (individu / syarikat)
- 2) Had minimum bayaran zakat sebanyak **RM1,000.00** bagi Industri Kecil Serdahana (IKS) dan Enterprise dan **RM3,000** bagi Sendirian Berhad (Sdn Bhd) dan Berhad.
- 3) Perniagaan beroperasi dan berurusniaga di Negeri Kedah.
- 4) Taksiran zakat perniagaan yang betul dan tepat atau di taksir oleh pihak LZNK.
- 5) Sila sertakan salinan Sijil Pendaftaran Syarikat, salinan kad pengenalan pemilik serta salinan resit pembayaran zakat tahun semasa atau tahun sebelumnya.

MAKLUMAT PERMOHONAN (INDIVIDU / SYARIKAT)

1 . Nama : _____
2 . No. Kad Pengenalan : _____ Emel : _____
3 . Nama Syarikat : _____ No. Daftar : _____
4 . Jenis produk : _____ 5. Laman Sesawang : _____
6 . Orang yang boleh dihubungi : _____
7 . Alamat : _____

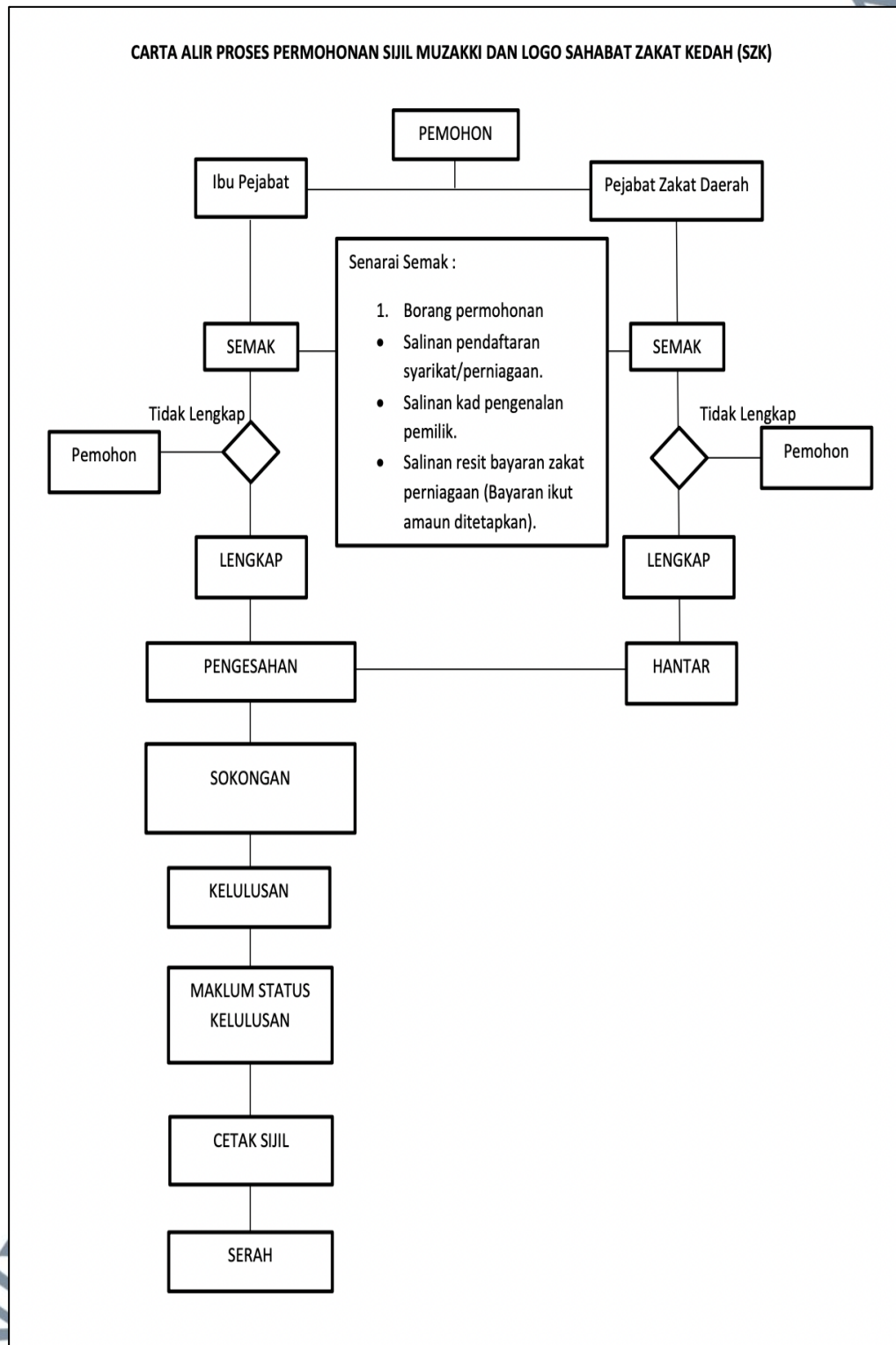
8 . No. Telefon (HP) : _____ (Tel): _____ (Faks): _____
9 . Bayaran Zakat (RM) : _____
(sila sertakan bukti pembayaran)
10. Saya mengesahkan bahawa semua maklumat di atas adalah benar.

Tandatangan Pemohon :

(_____)
Tarikh: _____

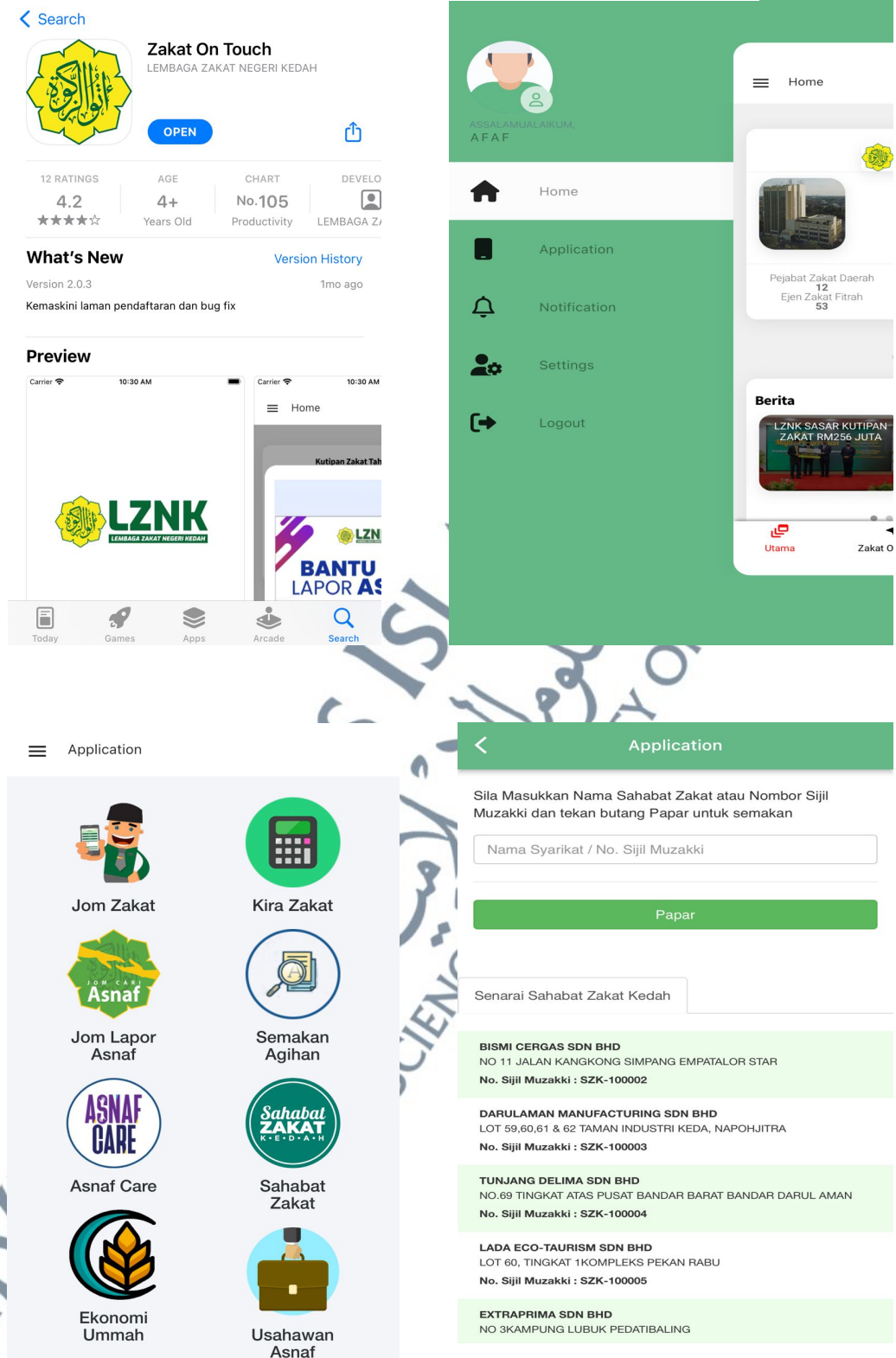
Sumber: Lembaga Zakat Negeri Kedah (LZNK)

Rajah 2.4: Carta Alir Proses Permohonan Sijil Muzakki dan Logo Sahabat Zakat Kedah (SZK)



Sumber: Lembaga Zakat Negeri Kedah (LZNK)

Rajah 2.5: Aplikasi Zakat On Touch (ZOT)



Sumber: Lembaga Zakat Negeri Kedah (LZNK)

Oleh kerana terdapat pelbagai jenis perniagaan yang membuat pembayaran zakat perniagaan kepada LZNK, pihak LZNK telah menetapkan kod yang khusus melalui pengklasifikasian kod muzakki bagi jenis-jenis perniagaan tersebut. Hal ini dibuat bertujuan mengelakkan sebarang masalah ataupun kekeliruan pada masa akan datang terhadap logo zakat selain memudahkan pihak LZNK untuk mengklasifikasikan pembayaran zakat mengikut jenis-jenis perniagaan. Berikut disertakan jadual klasifikasi kod Muzakki di **Jadual 2.1** beserta perinciannya di **Rajah 2.6** dan **2.7** berikut:

Jadual 2.1: Jenis Kod Pembayaran Zakat Mengikut Jenis-Jenis Perniagaan

BIL.	KOD	JENIS PERNIAGAAN
1.	100000	Syarikat Sendirian Berhad
2.	200000	Berhad
3.	300000	Enterprise dan Industri Kecil Sederhana
4.	400000	Lain-lain agensi

Sumber: Lembaga Zakat Negeri Kedah (LZNK)

Rajah 2.6: Perincian Logo Sahabat Zakat Kedah (SZK)



Sumber: Lembaga Zakat Negeri Kedah (LZNK)

Rajah 2.7: Perincian Sijil Muzakki LZNK



Sumber: Lembaga Zakat Negeri Kedah (LZNK)

Manfaat daripada logo zakat ini boleh memberikan panduan kepada pengguna untuk memilih barang yang diyakini bahawa pemiliknya 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 perniagaan 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.

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 perniagaan (PK1, 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 373 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 dan mendapatkan logo zakat. Berikut dilampirkan senarai contoh antara syarikat-syarikat korporat di Negeri Kedah yang berjaya mendapatkan logo zakat setakat tahun 2022:

Jadual 2.2: Senarai Syarikat yang Memiliki Logo Sahabat Zakat Kedah (SZK)

No. Sijil	Nama Syarikat
SZK-300135	FAZZ RICH LEGACY
SZK-100078	MOGAZ SDN BHD
SZK-100002	BISMI CERGAS SDN BHD
SZK-100002	BISMI CERGAS SDN BHD
SZK-100003	DARULAMAN MANUFACTURING SDN BHD
SZK-100003	DARULAMAN MANUFACTURING SDN BHD
SZK-100004	TUNJANG DELIMA SDN BHD
SZK-100005	LADA ECO-TAURISM SDN BHD
SZK-100006	EXTRAPRIMA SDN BHD
SZK-200007	OPTOMETRIS WAN SDN BHD
SZK-100008	KOTA OPTOMETRIST SDN BHD
SZK-100009	KHALIFAH MEDIA NETWORKS (M) SDN BHD
SZK-100009	KHALIFAH MEDIA NETWORKS (M) SDN BHD
SZK-100010	QIFSYA MARKETING SDN BHD
SZK-100011	GANTANG COFFEE ENTERPRISE SDN BHD
SZK-100011	GANTANG COFFEE ENTERPRISE SDN BHD
SZK-100012	KEDAI EMAS HAJJAH HALIJAH SDN BHD
SZK-100013	MANAR HOLDING SDN BHD
SZK-100014	BUMI GIGIH SDN BHD
SZK-100014	BUMI GIGIH SDN BHD
SZK-100015	TERAJU IKATAN AUTO SDN BHD
SZK-100015	TERAJU IKATAN AUTO SDN BHD
SZK-100016	PNA LEGACY SDN BHD
SZK-100018	MUDIM ZAKARIA FOOD INDUSTRIES SDN BHD
SZK-100018	MUDIM ZAKARIA FOOD INDUSTRIES SDN BHD
SZK-100019	GLOBAL FASTBIZ SDN BHD
SZK-100020	PRORIDERS AUTO (M) SDN BHD
SZK-100021	OHANA RICH SDN BHD
SZK-100021	OHANA RICH SDN BHD
SZK-100022	KEDA HOLDING SDN BHD
SZK-100023	PERNIAGAAN KHAZALI SDN BHD
SZK-100024	RAKYAT MANAGEMENT SERVICE SDN BHD
SZK-100024	RAKYAT MANAGEMENT SERVICE SDN BHD
SZK-100025	KEDAH MEDICAL CENTRE SDN BHD
SZK-100026	PANORAMA LANGKAWI SDN BHD
SZK-100026	PANORAMA LANGKAWI SDN BHD
SZK-100027	IRDECO SDN BHD
SZK-100027	IRDECO SDN BHD
SZK-100027	IRDECO SDN BHD

Sumber: Lembaga Zakat Negeri Kedah (LZNK)

2.3.1 Penggunaan Logo Zakat di Wilayah Persekutuan

Inisiatif LZNK kemudian diikuti oleh PPZ-MAIWP melalui penyampaian sijil zakat kepada syarikat korporat yang membayar zakat perniagaan selain memperkenalkan Logo Pembayar Zakat yang telah dilancarkan pada 21 Julai 2020. Pelancaran Logo Pembayar Zakat tersebut turut disempurnakan oleh Dato' Dr Zulkifli Al Bakri sebagai tanda penggalak kepada syarikat-syarikat korporat membayar zakat (Zulkifli, 2020). Logo pembayar zakat yang dimaksudkan adalah seperti di gambar **Rajah 2.8:**

Rajah 2.8: Majlis Pelancaran Logo Pembayar Zakat PPZ-MAIWP



Sumber: Pusat Pungutan Zakat Majlis Agama Islam Wilayah Persekutuan (PPZ-MAIWP)

Pengenalan kepada sijil dan logo zakat perniagaan ini dilihat sebagai satu tindakan yang amat baik daripada institusi zakat dalam mengoptimumkan kutipan zakat perniagaan. 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 (PK2,2022).

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 zakat perniagaan 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 pemiliknya 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 perniagaan 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.

Keperluan bagi mempergiatkan usaha terhadap kutipan zakat perniagaan adalah penting bagi meningkatkan sumber dan perolehan kepada institusi zakat selain dapat melestarikan lagi pemberian bantuan kepada penerima bantuan asnaf zakat. Peningkatan kutipan zakat perniagaan akan menyebabkan kadar agihan zakat dapat dibuat dengan lebih tinggi. Laporan Zakat PPZ-MAIWP (2019) menunjukkan bahawa prestasi kutipan zakat perniagaan pada tahun 2019 telah mencatatkan kenaikan iaitu sebanyak RM 286,010,306.69 berbanding tahun lepas sebanyak RM 252,623,177.98. Hal ini menunjukkan kutipan zakat perniagaan berpotensi untuk dioptimumkan pada setiap tahun yang akan datang sebagaimana peningkatan kutipan zakat yang dicatatkan. Oleh sebab itu, penggunaan logo zakat berperanan sebagai salah satu inisiatif baharu dalam mengoptimalkan lagi kutipan zakat perniagaan dan menjadikan sumber pengagihan lebih komprehensif terhadap institusi zakat mahupun peningkatan bantuan terhadap golongan asnaf yang memerlukan.

2.4 Isu Dan Cabaran Pengenalan Logo Zakat Di Negeri Kedah Dan Wilayah Persekutuan

. Kelestarian agihan zakat amat bergantung kepada kutipan zakat semasa. Berdasarkan pemerhatian pengkaji, adanya cabaran-cabaran yang terpaksa dihadapi oleh institusi zakat yang menyekat kadar perolehan kutipan zakat perniagaan yang sepatutnya mampu dioptimumkan di Malaysia. Antara cabaran yang dihadapi oleh institusi zakat adalah seperti berikut:

Cabaran Pertama: Kekurangan Kesedaran dalam Kalangan Peniaga-Peniaga Muslim

Kesedaran akan tanggungjawab membayar zakat dilihat masih lagi di tahap yang rendah. Ini berlaku antaranya disebabkan persepsi dan pemahaman masyarakat Islam yang menganggap membayar zakat hanya tertumpu kepada zakat fitrah semata-mata. Menurut Hairunnizam et al., (2020) ini berlaku antaranya disebabkan persepsi dan pemahaman masyarakat Islam yang menganggap membayar zakat hanya tertumpu kepada zakat fitrah semata-mata. Kesedaran ini boleh ditingkatkan sekiranya pendidikan dikemaskini, tindakan undang-undang terhadap keengganan membayar zakat dikenakan dan keyakinan golongan berkewajipan membayar kepada institusi zakat dapat diperbaiki.

Terdapat ramai peniaga-peniaga Muslim yang mengelak atau tidak mematuhi kewajipan membayar zakat perniagaan, ini kerana sikap tanggungjawab dan peka membayar zakat perniagaan bagi pemilik syarikat yang telah cukup syarat-syarat wajib untuk membayar zakat (Ngatenan@Adnan, 2015). Selain itu, faktor kurangnya pengetahuan mengenai zakat perniagaan juga menyumbang kepada punca permasalahan keberkesanan pengutipan zakat perniagaan dalam kalangan pemilik perniagaan di Malaysia. Usaha-usaha bagi meningkatkan kesedaran dalam kalangan peniaga-peniaga Muslim perlu dilakukan bagi memastikan peningkatan kutipan zakat perniagaan berlaku seperti penggunaan logo zakat bagi syarikat korporat.

Cabaran Kedua: Integriti dalam Sistem Pengurusan Zakat Yang Telah Dipertanggungjawabkan Kepada Institusi Zakat

Isu integriti terhadap institusi zakat dan agen-agen yang telah dilantik oleh institusi zakat banyak diulas oleh para pengkaji, ini kerana terdapat kes penyelewangan dibuat oleh agen yang dilantik oleh institusi zakat. Kajian-kajian lepas juga mengaitkan isu integriti memainkan peranan penting dalam menentukan kepatuhan pemilik perniagaan untuk membayar zakat secara langsung kepada institusi zakat (Baba et al, 2014; Hairunnizam et al, 2010). Kualiti perkhidmatan juga boleh menjadi penyebab kenapa kurangnya masyarakat membayar secara langsung kepada institusi zakat, bagaimana pula instusi zakat mengukur prestasi kualiti perkhidmatan yang disediakan (Sahidi, 2013).

Cabaran Ketiga: Kebolehpercayaan Pemilik Perniagaan Terhadap Institusi Zakat

Peranan institusi zakat adalah sebagai pemegang amanah yang dipertanggungjawabkan untuk menguruskan dana zakat, namun terdapat isu berkenaan ketelusan dalam pengurusan pengutipan dan pengagihan dana zakat ditunjukkan kepada masyarakat di luar sana khususnya bagi pemilik perniagaan yang membayar zakat mengikut kadar yang ditetapkan pada setiap tahun. Hal ini telah memberikan cabaran kepada institusi zakat dalam usaha mengoptimumkan kadar kutipan zakat perniagaan. Mereka juga ingin kepastian sejauh mana keberkesanan program-program yang dijalankan oleh pihak institusi zakat dalam mengagihkan zakat kepada golongan asnaf dan bagaimana prestasi pengurusan zakat diukur dalam menjamin sejauh mana keberkesanan pengurusan dana zakat yang telah dikutip daripada mereka. Sejauh

manakah ketelusan pihak institut zakat dalam pemilihan golongan yang layak menerima zakat di Kedah (Wahab & Abdul Rahman, 2011; Hussain et al, 2012).

Cabaran Keempat: Pemantapan Kualiti Perkhidmatan Institusi Zakat

Saad et al. (2009), menunjukkan bukti empirikal bahawa dengan kualiti perkhidmatan yang lebih baik, pematuhan zakat akan menjadi lebih baik. Dengan ini, dapat disimpulkan bahawa kualiti perkhidmatan institusi zakat akan mempengaruhi pematuhan pembayar zakat. Menurut Wahab dan Borhan (2014), bahawa antara elemen utama kepuasan kualiti perkhidmatan adalah dengan mempunyai kepelbagaian kemudahan pembayaran yang disediakan kepada orang ramai seperti membuka lebih banyak kaunter-kaunter pembayaran zakat yang dekat dengan premis-premis perniagaan terutama di pusat-pusat bandar. Hal ini penting kerana kualiti perkhidmatan yang disediakan oleh institusi zakat sangat mempengaruhi tahap kesedaran pembayaran zakat oleh pembayar zakat. Bukan itu sahaja, persepsi masyarakat yang baik terhadap institusi zakat akan meningkatkan pembayaran zakat kepada institusi zakat dan sebaliknya jika persepsi masyarakat lemah maka ia akan mengurangkan kadar pengumpulan zakat oleh pusat zakat. Kajian yang dijalankan oleh pengkaji juga mengutarakan keculasan pembayar zakat daripada membayar zakat adalah kerana kurang berpuas hati dengan pengagihan zakat oleh institusi zakat. Cabaran ini mesti dikaji dan diperhalusi agar ianya dapat ditangani dengan lebih baik dan efektif untuk menarik lebih ramai pembayar zakat untuk membayar zakat.

Cabaran Kelima: Kaedah Berkesan Bagi Mempromosikan Zakat Perniagaan Dalam Meningkatkan Kesedaran Pemilik-Pemilik Perniagaan.

Usaha mempromosikan kewajipan berzakat ini telah banyak dilakukan oleh institusi zakat dan Majlis Agama Islam Negeri (MAIN) iaitu seperti pembukaan kaunter-kaunter pembayaran zakat, menyediakan Van Bergerak di kawasan terpilih dalam negeri. Fungsi van ini adalah menyediakan perkhidmatan pengiraan zakat, pertanyaan kemusykilan berkaitan hukum zakat, kutipan dan agihan zakat serta menyediakan perkhidmatan pembayaran zakat tanpa perlu ke kaunter MAIN (Yusuf, 2018). Selain itu, usaha lain seperti pelaksanaan kempen melalui media cetak dan media elektronik seperti iklan-iklan ringkas di televisyen dan radio juga turut dilakukan oleh pihak institusi zakat bagi menyemarakkan lagi kutipan zakat. Namun, kesedaran masih lagi berada pada tahap yang memuaskan. Justeru itu, bagi menghadapi cabaran ini, kaedah pengiklanan lain perlu diperkenalkan agar kutipan zakat perniagaan dapat dioptimumkan seperti penggunaan logo zakat bagi syarikat-syarikat korporat. Penggunaan logo zakat terhadap syarikat korporat akan memberikan kesan yang lebih efektif bagi meningkatkan kesedaran pembayaran zakat perniagaan daripada pemilik-pemilik syarikat perniagaan.

2.5 Kesimpulan

Penggunaan logo zakat terhadap syarikat korporat dilihat sebagai langkah alternatif yang sesuai dalam mengoptimumkan kutipan zakat perniagaan. 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 perniagaan 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 mengoptimumkan kutipan zakat perniagaan mengikut kaedah yang tepat seiring dengan kehendak syarak supaya ianya dapat menjamin kelangsungan pembangunan asnaf.