

BAB 1

PENGENALAN

1.1 Latar Belakang Kajian

Zakat perniagaan adalah salah satu daripada komponen zakat yang wajib ditunaikan oleh individu atau korporat yang bergelar usahawan. Kewajipan zakat perniagaan adalah bersandarkan kepada prinsip umum zakat harta, prinsip keadilan, jaminan sosial dan prinsip berkembangnya harta tersebut. Kewajipan ini diperintahkan berdasarkan kepada dalil-dalil syara' seperti dalil al-Quran, Sunnah dan Ijma' sahabat (Al-Qardhawi, 2000). Adapun begitu, pembayaran zakat perniagaan hanyalah dikenakan kepada syarikat yang memenuhi syarat wajib zakat perniagaan seperti Muslim, sempurna milik, cukup haul, cukup nisab, niat berniaga dan barang perniagaan dan perkhidmatan yang halal.

Perintah mengeluarkan zakat perniagaan ini juga melambangkan kepatuhan umat Islam terhadap kewajipan mereka sebagai Muslim yang patuh. Meskipun begitu, statistik menunjukkan kepatuhan pembayaran zakat melalui kadar kutipan zakat perniagaan masih berada pada tahap yang rendah. Menurut pengamatan pengkaji, pelbagai inisiatif telahpun dijalankan oleh pihak institusi zakat untuk meningkatkan kadar kutipan zakat perniagaan, namun ianya tidak menghalang potensi zakat perniagaan dioptimumkan melalui kaedah lain yang lebih proaktif seperti penggunaan logo zakat kepada syarikat korporat.

Inisiatif ini telahpun dipelopori oleh pihak Lembaga Zakat Negeri Kedah (LZNK) sebagai institusi yang pertama memperkenalkan logo zakat sehingga mampu menunjukkan kadar peningkatan kutipan zakat perniagaan yang positif. Kutipan zakat

perniagaan ini penting bagi mempertingkatkan sumber dan perolehan kepada institusi zakat selain dapat meningkatkan lagi pemberian bantuan kepada penerima bantuan asnaf zakat yang memerlukan. Adapun begitu, bagi memastikan setiap tindakan berkaitan kutipan zakat mencapai matlamat kewajipan dan hikmah berzakat, sebarang inisiatif yang dilakukan oleh pihak institusi zakat haruslah seiring dengan prinsip *Maqasid Syariah* yang perlu dikaji dengan lebih mendalam seterusnya menjadi panduan dan rujukan kepada penyelidik serta institusi-institusi yang berkaitan.

1.2 Pernyataan Masalah

Permasalahan kajian dalam cadangan penyelidikan ini dibahagikan kepada dua permasalahan yang utama, antaranya ialah:

1) Kekurangan Kesedaran Pembayaran Zakat Perniagaan Dalam Kalangan Peniaga-Peniaga Muslim

Kesedaran pembayaran zakat perniagaan dalam kalangan syarikat korporat masih berada pada tahap yang kurang memuaskan. Menurut PPZ-MAIWP (2018), hal ini menyebabkan pihak mereka meneruskan lagi siri program Ziarah Zakat yang ketiga. Pengerusi PPZ-MAIWP, berkata kempen yang berlangsung adalah bagi menggalakkan peniaga dan syarikat milik orang Islam membayar zakat. Laporan Zakat PPZ-MAIWP (2021) juga menunjukkan bahawa prestasi kutipan zakat perniagaan pada tahun 2021 telah mencatatkan kenaikan iaitu sebanyak RM 123,087,685.60 berbanding tahun sebelumnya sebanyak RM 122,947,206.23. Manakala laporan kutipan zakat perniagaan bagi LZNK juga menunjukkan hal yang sama iaitu menunjukkan kenaikan pada tahun 2021 sebanyak RM

49,810,438.98 berbanding tahun 2020 sebanyak RM47,920,161.73. Kenaikan juga berlaku daripada tahun 2019 hingga 2020 iaitu daripada RM 41,541,764.95 hingga RM 47,920,161.73. Berikut dilampirkan jadual Statistik Kutipan Zakat oleh PPZ-MAIWP dan LZNK yang diambil secara terus melalui laman web institusi tersebut:

Rajah 1.1: Statistik Kutipan Zakat PPZ-MAIWP

Statistik Kutipan Mengikut Jenis Zakat <i>Statistics of Zakat Collection by Types of Zakat</i>				
Jenis-Jenis Zakat <i>Types of Zakat</i>	2021 (RM)	2020 (RM)	Perbezaan <i>Variation</i>	+/- (%)
Zakat Pendapatan <i>Zakat on Income</i>	553,297,641.88	511,309,117.22	41,988,524.66	+8
Zakat Perniagaan <i>Zakat on Business</i>	123,087,685.60	122,947,206.23	140,479.37	+0.1
Zakat Simpanan <i>Zakat on Savings</i>	82,618,805.19	63,047,111.72	19,571,693.47	+31
Zakat Mal <i>Zakat on Mal</i>	51,253,955.90	49,102,156.41	2,151,799.49	+4
Qadha Zakat <i>Qadha Zakat</i>	1,069,343.04	664,099.76	405,243.28	+61
Lain-lain <i>Others</i>	10,412,917.24	8,935,227.59	1,477,689.65	+17
Jumlah Kutipan <i>Total Collection</i>	821,740,348.85	756,004,918.93	65,735,429.92	+9

Sumber: Laman Web Rasmi PPZ-MAIWP

Rajah 1.2: Statistik Kutipan Zakat LZNK

STATISTIK KUTIPAN			
JENIS ZAKAT	TAHUN		
	2019	2020	2021
	RM	RM	RM
PADI	4,442,086.77	5,173,191.83	5,326,933.64
TERNAKAN	45,765.99	32,999.30	28,963.18
PENDAPATAN	118,750,237.29	129,634,647.03	135,556,664.85
PERNIAGAAN	41,541,764.95	47,920,161.73	49,810,438.98
WANG SIMPANAN	16,604,942.21	18,652,040.77	22,775,775.05
SAHAM	506,743.62	932,411.45	1,133,863.47
KWSP	2,490,664.79	2,621,631.31	4,147,631.07
EMAS	1,326,134.10	1,911,732.09	2518962.25
PERAK	7,365.69	7,741.95	7427.05
GALIAN	4.30	2,690.30	81.68
FITRAH	10,200,354.00	10,643,279.97	11,144,612.00
QADHA ZAKAT	202,615.11	380,493.09	342,604.97
JUMLAH KESELURUHAN	196,118,678.82	217,913,020.82	232,793,958.19

Sumber: Laman Web Rasmi LZNK

Rajah 1.1 dan 1.2 juga menunjukkan kutipan zakat perniagaan oleh kedua-dua institusi iaitu LZNK dan PPZ-MAIWP menduduki tempat kedua tertinggi selepas zakat pendapatan selain zakat simpanan (rujuk rajah 1.1) atau zakat wang simpanan (rujuk rajah 1.2) yang berada pada kedudukan ketiga tertinggi berbanding jenis zakat-zakat yang lain. Hal ini menunjukkan kutipan zakat perniagaan berpotensi untuk dioptimumkan pada setiap tahun yang akan datang sebagaimana peningkatan kutipan zakat yang dicatatkan. Namun begitu, PPZ-MAIWP (2020), menjelaskan bahawa kutipan zakat masih belum mencapai sasaran yang diperlukan iaitu sebanyak RM 1 billion. Perkara ini mengurangkan ruang dan potensi pengagihan zakat oleh institusi zakat yang lebih menyeluruh dan adil seterusnya menjejaskan pencapaian Wawasan Kemakmuran Bersama (WKB) 2030 dalam menangani jurang kekayaan mahupun pendapatan melalui rangka WKB 2030. Melalui rangka WKB 2030, Malaysia berjalan seiring dengan objektif syariah yang beriltizam untuk menjadikan Malaysia sebagai sebuah negara yang mampan seiring dengan pengagihan ekonomi yang adil, saksama dan inklusif pada

semua peringkat kumpulan pendapatan etnik, wilayah dan rantaian bekalan. Oleh sebab itu, pengenalan logo zakat dalam mengoptimumkan kutipan zakat perniagaan merupakan kerangka dimensi baharu dalam menyumbang salah satu kutipan zakat sedia ada dan menjadikan sumber pengagihan lebih komprehensif terhadap institusi zakat mahupun peningkatan bantuan terhadap golongan asnaf yang memerlukan.

Selain itu, statistik menunjukkan kutipan zakat perniagaan merupakan kutipan kedua tertinggi selepas zakat pendapatan. Manakala, antara entiti pembayar zakat yang tertinggi dibawah zakat perniagaan adalah syarikat korporat di mana ia menyumbang sebanyak lapan peratus (8%) 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 perniagaan ini penting bagi mempertingkatkan sumber dan perolehan kepada institusi zakat selain dapat meningkatkan lagi pemberian bantuan kepada penerima bantuan asnaf zakat.

Menurut Lembaga Zakat Selangor (LZS), (2020) menyatakan bahawa pihak mereka mempunyai tanggungjawab yang besar kerana negeri Selangor merupakan antara negeri yang mempunyai bilangan asnaf fakir dan miskin tertinggi kira-kira 53,000 keluarga dan 5,992 orang mualaf. Justeru itu, LZS amat memerlukan pengeluar zakat daripada golongan korporat memandangkan asnaf dan fakir miskin di Selangor antara yang ramai di negara ini. Dalam usaha mengoptimumkan kutipan zakat perniagaan, pelbagai kaedah telah diperkenalkan oleh institusi zakat seperti pengenalan kepada program wakalah di negeri Perlis, Selangor dan Melaka. Program wakalah yang diperkenalkan akan memulangkan semula wang pembayar zakat sebanyak 3/8 dengan syarat pembayar zakat membayar zakat RM50,000 dan ke atas (Sinar Harian, 2019). Biarpun program

wakalah ini diperkenalkan bagi mengoptimumkan kadar pembayaran zakat oleh syarikat-syarikat korporat, ianya masih tidak mampu untuk mencapai sasaran kutipan zakat keseluruhan yang diperlukan institusi zakat bagi melunaskan hak kesemua asnaf yang memerlukan secara adil.

Justeru itu, satu pendekatan baharu seperti penggunaan logo zakat terhadap syarikat korporat haruslah dikaji dengan lebih mendalam agar ianya mampu menjadi satu kaedah yang terkini dalam usaha meningkatkan kesedaran peniaga-peniaga Muslim melaksanakan tanggungjawab pembayaran zakat perniagaan agar kutipan zakat perniagaan dapat dicapai dengan lebih optimum seterusnya agihan zakat dapat dilakukan secara adil dan menyeluruh.

Lembaga Zakat Negeri Kedah (LZNK), (2020) juga turut mengambil langkah proaktif dengan memperkenalkan Sijil Muzakki dan Logo Sahabat Zakat Kedah kepada pembayar zakat perniagaan. 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 perniagaan ini dilihat sebagai suatu inovasi serta inisiatif 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.

Berdasarkan pemerhatian pengkaji, pengenalan sijil dan juga logo bermula daripada institusi halal bagi memantau kegiatan penghasilan produk yang berteraskan Halalan Tayyiba selain mampu meningkatkan aktiviti pemasaran yang

menyumbang kepada potensi keuntungan syarikat. Terdapat hampir 80 peratus (80%) permohonan sijil halal terdiri daripada syarikat bukan Islam (Harian Metro, 2005) di mana statistik ini juga menunjukkan majoriti permohonan sijil pengesahan halal dan logo halal yang diterima oleh Jabatan Agama Islam Selangor (JAIS) melibatkan usahawan Cina yang memonopoli pengeluaran produk makanan dan minuman halal serta rumah penyembelihan di Selangor. Hal ini kerana potensi dan peluang keuntungan perniagaan yang besar dalam industri halal membuatkan semua usahawan berlumba-lumba untuk mendapatkan sijil halal (logo halal) (Zainal Azman, 2003). Menurut Penolong Pengarah Bahagian Hab Halal Jakim, Muhammad Naim Mohd Aziz (2014) pensijilan halal terhadap sesebuah syarikat sangat besar di Malaysia, sijil halal mempunyai kelebihan daripada segi perniagaan dan (logo halal) dijadikan alat untuk memasarkan produk mereka dan menjadi sumber utama untuk pengiklanan. Ini menunjukkan bahawa pengiktirafan seperti logo halal memberi kesan secara langsung terhadap keuntungan syarikat. Perkara ini juga turut disokong oleh 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.

Zakat menduduki tempat terpenting dalam dasar dan operasi fiskal Islam. Ia dianggap sebagai alat fiskal semula jadi yang dibekalkan oleh Allah SWT dan berfungsi sebagai alat agihan pendapatan secara adil serta penggalak kegiatan ekonomi negara (Salama 1983 & Faridi 1983). Melihat daripada sudut mikroekonomi, logo pembayar zakat dilihat mampu meningkatkan imej korporat syarikat masing-masing selain 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. Manakala aspek makroekonomi, zakat berpotensi sebagai alat untuk meningkatkan penggunaan, pelaburan dan perbelanjaan kerajaan yang akan meningkatkan pendapatan negara seterusnya meningkatkan daya saing ekonomi antara negara-negara. 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 sahabat zakat Kedah 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. Apabila kesemua negeri menggunakan logo zakat masing-masing, isu ketidakselarasaan logo dan sebagainya akan timbul meskipun mengadaptasikan fungsi yang sama iaitu untuk mengoptimumkan kutipan zakat perniagaan. Isu kekeliruan juga akan wujud apabila adanya perbezaan logo zakat antara institusi-institusi zakat di Malaysia yang akan memberi kesan terhadap pembayaran zakat

oleh syarikat korporat. Oleh itu, tindakan awal perlu dilakukan bagi mengekang isu kepelbagaian logo wujud pada masa hadapan melalui penggunaan logo zakat yang selaras oleh institusi-institusi zakat di Malaysia.

Kesimpulannya, penggunaan logo zakat terhadap syarikat korporat dilihat sebagai langkah alternatif yang sesuai bagi 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 itu, kajian ini mencadangkan logo zakat digunakan terhadap syarikat korporat oleh institusi zakat di Malaysia bagi mengoptimumkan kutipan zakat perniagaan seterusnya meningkatkan potensi pembayaran zakat secara menyeluruh dan adil. Penggunaan logo zakat terhadap syarikat korporat ini dapat menjadi pemangkin kesedaran masyarakat untuk membayar zakat perniagaan serta diyakini dapat menjadi polisi dan dasar kepada institusi zakat dan Majlis Agama Islam Negeri (MAIN) dalam memainkan peranan yang lebih proaktif membantu kerajaan secara kolektif dalam memulihkan ekonomi golongan asnaf. Setiap skim agihan yang disediakan kepada golongan asnaf zakat memainkan peranan penting dalam memastikan setiap keperluan asnaf dipenuhi dan bertepatan dengan syariat Islam. Justeru itu, bagi memastikan setiap tindakan berkaitan kutipan zakat mencapai matlamat kewajipan dan hikmah berzakat, maka kutipan zakat hendaklah dijalankan mengikut *Maqasid*

Syariah berdasarkan keutamaan yang lima iaitu agama, nyawa, akal, keturunan dan harta.

2) Ketiadaan Kerangka *Maqasid Syariah* Berkaitan Penggunaan Logo Zakat Yang Akan Memberi Kesan Kepada Jumlah Kutipan Zakat Di Malaysia

Seterusnya ketiadaan kerangka *Maqasid Syariah* berkaitan penggunaan logo zakat yang akan memberikan kesan kepada perolehan kutipan zakat di Malaysia. Meskipun penggunaan logo zakat diperkenalkan adalah untuk menggalakkan syarikat korporat membayar zakat perniagaan selain bertujuan untuk meningkatkan kadar kutipan zakat perniagaan, ianya perlulah selari dengan prinsip *Maqasid Syariah* yang telah dilandaskan oleh syarak. Hal ini kerana, konsep *Maqasid Syariah* merupakan asas bagi segala perbuatan *mukallaf* dan menjadi penggerak pada perbuatan manusia bagi memastikan kepentingan umum diutamakan (Raja & Aziz, 2019). Pensyariatannya adalah bagi mencapai kemaslahatan atau menolak kemudaratan ataupun kedua-duanya sekali (Al-Amidi, t.t. h.).

Berdasarkan kajian awal oleh pengkaji, terdapat ramai penyelidik yang membahaskan berkenaan prinsip *Maqasid Syariah* yang dihubungkan dengan logo halal. Namun perbahasan berkenaan *Maqasid Syariah* yang dikaitkan dengan penggunaan logo zakat masih lagi belum dibahaskan dalam kalangan penyelidik-penyelidik. Justeru itu, pengkaji melihat akan keperluan untuk mengkaji secara khusus berkenaan penggunaan logo zakat yang berasaskan *Maqasid Syariah* agar ianya dapat memurnikan lagi segala garis panduan atau prosedur yang ditetapkan oleh institusi zakat yang telah memperkenalkan logo zakat seterusnya menjadi

pemangkin kepada kewujudan logo-logo zakat bagi setiap negeri-negeri yang lain di Malaysia.

1.3 Persoalan Kajian

Persoalan utama kajian ini adalah seperti berikut:

Apakah konsep penggunaan logo zakat yang digunapakai oleh insitusi zakat kepada syarikat korporat di Malaysia?

Apakah konsep *Maqasid Syariah* dan hubungannya dengan pensyariatan zakat perniagaan?

Bagaimanakah kerangka *Maqasid Syariah* dalam penggunaan logo zakat yang dapat diaplikasikan bagi mengomptimumkan kutipan zakat perniagaan di Malaysia?

1.4 Objektif Kajian

Berikut merupakan 3 objektif kajian yang telah dicapai oleh pengkaji:

1. Mengenalpasti konsep penggunaan logo zakat yang digunapakai oleh insitusi zakat kepada syarikat korporat di Malaysia.
2. Membincangkan konsep *Maqasid Syariah* dan hubungannya dengan pensyariatan zakat perniagaan.
3. Menghuraikan cadangan kerangka *Maqasid Syariah* dalam penggunaan logo zakat yang dapat diaplikasikan oleh institusi zakat bagi mengoptimumkan kutipan zakat perniagaan di Malaysia.

1.5 Metodologi Kajian

Kajian sistematik dikaitkan dengan metodologi tertentu. Ia merangkumi alat dan teknik untuk menjalankan penyelidikan atau penemuan tertentu. Dalam bahagian ini, pengkaji menerangkan pemilihan metodologi yang sesuai untuk penyelidikan ini iaitu reka bentuk kajian, pengumpulan data dan analisis data.

1.5.1 Reka Bentuk Kajian

Kaedah kajian ini menggunakan reka bentuk kualitatif bagi memenuhi objektif kajian. Dalam kajian ini, teknik penyelidikan kualitatif merangkumi penganalisan teks dan dokumen seperti buku turath, buku, laman web, artikel dan jurnal. Pengkaji juga akan menggunakan temu bual secara separa berstruktur untuk memahami pengalaman, keadaan dan perspektif peribadi berkaitan konsep penggunaan logo zakat dalam mengoptimumkan kutipan zakat perniagaan di Malaysia.

Reka bentuk kajian boleh disifatkan sebagai skema dan rancangan utama penyelidikan (Ahmad Syukran, 2017). Ia juga boleh ditakrifkan sebagai pelan induk yang menyatakan kaedah dan prosedur untuk mengumpul dan menganalisis maklumat yang diperlukan (Zikmund, 1988). Menurut Inaam Akhtar (2016), reka bentuk penyelidikan boleh dianggap sebagai struktur penyelidikan kerana ianya adalah "Gam" yang menggabungkan semua elemen dalam projek penyelidikan. Ini kerana, reka bentuk kajian memainkan peranan penting dalam membimbing penyelidikan sehingga objektif tercapai (Ahmad Syukran, 2017). Pendekatan seperti ini membolehkan pengkaji menjawab soalan tentang pengalaman, makna dan perspektif, kebiasaannya dari sudut pandangan peserta (Hammarberg et al., 2016).

1.5.2 Kaedah Pengumpulan Data

Pengumpulan data memainkan peranan yang sangat penting dalam analisis statistik. Ia amat penting dalam mana-mana jenis kajian penyelidikan kerana ia melibatkan proses mengumpul data, dan kemudian memahaminya dengan mengumpulkan segmen data ke dalam kod, kemudian tema, dan akhirnya perspektif yang lebih luas. Pengumpulan data juga merupakan pendekatan sistematik untuk mengumpul dan mengukur maklumat daripada pelbagai sumber untuk mendapatkan gambaran yang lengkap dan tepat tentang bidang yang diminati. Ini penting dalam mana-mana kajian kerana ia membolehkan penyelidik menjawab soalan yang berkaitan dan menilai hasil. Dalam kajian ini, kaedah yang akan digunakan untuk mendapatkan maklumat adalah melalui analisis secara dokumentasi dan temu bual yang telah dijalankan pada 1 Disember 2021 sehingga 19 Oktober 2022.

A) Dokumentasi

Terdapat banyak sebab mengapa penyelidik memilih untuk menggunakan analisis secara dokumentasi. Perkara pertama ialah, analisis dokumentasi ialah kaedah yang cekap dan berkesan untuk mengumpul data kerana dokumen adalah sumber yang boleh diurus dan praktikal. Dokumen adalah perkara biasa dan terdapat dalam pelbagai bentuk, menjadikan dokumen sebagai sumber data yang sangat mudah diakses dan boleh dipercayai. Kaedah ini juga merupakan satu cara mengumpul data dengan melakukan penyelidikan dokumen yang berkaitan dengan soalan yang akan dikaji. Data kajian ini akan diambil melalui analisis dokumen yang terdiri daripada sumber primer dan sekunder.

Sumber primer ialah sumber yang pertama kali dikumpul oleh pengkaji seperti Al-Quran dan hadis (Victor Ajayi, 2017). Ini kerana sumber data ini adalah sumber

yang jelas, boleh dipercayai dan tafsirannya tidak boleh dipengaruhi oleh pandangan seseorang. Manakala sumber sekunder pula ialah data yang telah dikumpul atau dihasilkan oleh orang lain (Victor Ajayi, 2017). Contohnya, bahan-bahan bercetak seperti buku, artikel, jurnal, brosur, buletin, pekeliling Jabatan Agama Islam Negeri (JAIN), laporan zakat tahunan, laporan penyata tahunan syarikat-syarikat korporat, tesis dan sumber internet. Kaedah ini sangat membantu untuk mendapatkan data tentang objektif kajian. Kajian yang mendalam terhadap bahan-bahan dokumentasi menyediakan takungan data yang dapat digunakan untuk merangka soalan temu bual berkaitan kerangka *Maqasid Syariah* dalam penggunaan logo zakat bagi mengoptimumkan kutipan zakat perniagaan di Malaysia.

B) Temu Bual

Temu bual ialah perbualan bersemuka antara dua individu dengan tujuan tunggal untuk mengumpul maklumat yang relevan untuk memenuhi tujuan penyelidikan (Quentin, 2020). Ia juga merupakan salah satu kaedah pengumpulan data yang dilakukan dengan bersoal jawab sama ada secara langsung (bersemuka) atau tidak langsung (melalui emel atau telefon) dengan Peserta Kajian (PK). Temu bual adalah penting kerana ia memberi maklumat melalui pandangan orang yang ditemu bual. Dalam penyelidikan ini, temu bual telah dijalankan dengan menggunakan soalan separa berstruktur di mana pengkaji boleh mengemukakan soalan daripada senarai soalan-soalan yang disediakan. Soalan separa berstruktur memberikan kelebihan kepada proses pengumpulan data kerana Peserta Kajian (PK) diberikan kebebasan untuk menjelaskan sesuatu perkara itu dengan lebih mendalam tetapi masih dalam ruang lingkup perbincangan.

Kaedah temu bual telah melibatkan PK daripada pegawai-pegawai di institusi zakat, syarikat-syarikat korporat dan juga pensyarah yang pakar dalam bidang Syariah khususnya dalam bidang ekonomi Islam dan *Maqasid Syariah*. Proses temu bual PK telah dijalankan secara atas talian dan bersemuka. Bagi sesetengah keadaan, di mana temu bual tidak boleh dijalankan secara bersemuka oleh kerana wabak pandemik COVID-19 masih menular, temu bual telah dijalankan melalui platform atas talian seperti Aplikasi Zoom, Google Meet dan platform atas talian lain yang munasabah. Pengkaji kemudian telah mengumpulkan data dan maklumat yang diperlukan untuk mencapai objektif kajian. Kriteria responden yang dipilih adalah berdasarkan seperti berikut:

- a) Institusi zakat yang memperkenalkan penggunaan logo zakat di Malaysia
- b) Ahli akademik yang berkemahiran dan mengetahui secara terperinci berkenaan hal ehwal pengurusan zakat serta kaitannya dengan *Maqasid Syariah*
- c) Syarikat korporat yang telah membayar zakat perniagaan kepada institusi zakat yang memperkenalkan penggunaan logo zakat
- d) Syarikat korporat yang telah berjaya mendapatkan dan menggunakan logo zakat di produk atau premis mereka

Antara PK yang telah ditemuduga adalah seperti di bawah:-

Jadual 1.1: Butiran Peserta Kajian

BIL.	KOD	NAMA	JAWATAN
1.	PK1	En. Omar Jamaduddin	Pengurus Zakat Korporat di Lembaga Zakat Negeri Kedah (LZNK)
2.	PK2	En.Tuan Haji Abdul Hakim Amir Osman	Ketua Pegawai Eksekutif Pusat Pungutan Zakat, Majlis Agama Islam Wilayah Persekutuan (PPZ-MAIWP)
3.	PK3	Prof. Madya Dr. Ahmad Wifaq Mokhtar	Pensyarah Kanan, Fakulti Syariah dan Undang-Undang, Universiti Sains Islam Malaysia (USIM)
4.	PK4	Dr. Rosli bin Mokhtar	Pensyarah Jabatan Syariah dan Undang-Undang, Kolej Universiti Islam Antarabangsa Selangor (KUIS)
5.	PK5	Dr. Hairunnizam bin Wahid	Pensyarah Kanan, Pusat Kajian Pembangunan Inklusif & Lestari (SID), Universiti Kebangsaan Malaysia (UKM)
6.	PK6	En. Mohamad Fazrul Azrin bin Zalman	Pengurus Syarikat, Fazz Rich Legacy
7.	PK7	En. Jamaludin bin Mat Piah	Pengurus Syarikat, Darulaman Manufacturing Sdn. Bhd.
8.	PK8	En. Mohd Zubir bin Haji Abd Razak	Pengurus Syarikat, Farmasi Mohd Zubir Sdn Bhd
9.	PK9	En. Mohd Izzat Al-Syafiq	Pegawai Pemasaran, Syarikat Mudim Zakaria Sdn. Bhd.

Maklumat yang dikumpul semasa temu bual telah dianalisis menggunakan pendekatan berikut:

- i. Data temu bual yang direkodkan dipindahkan ke dalam laporan temu bual, yang ditaip atau ditulis dengan rumusan dapatan untuk memudahkan proses analisis.
- ii. Data tersebut kemudiannya dinilai secara manual, termasuk pengkategorian data mengikut tema dan sub tema tertentu yang dibangunkan oleh pengkaji.
- iii. Akhir sekali, analisis lengkap berserta dapatan kajian dibentangkan secara analisis deskriptif.

1.5.3 Analisis Data

Penentuan instrumen analisis yang tepat akan membolehkan pengkaji untuk menilai hasil dalam mencapai objektif kajian dan menjawab persoalan kajian. Di dalam penyelidikan ini, data dan maklumat yang diperolehi akan dianalisis melalui kandungan atau analisis dokumen. Menurut Bowen (2009), dokumen teks, atau apa yang dipanggilnya sebagai analisis dokumen, boleh menjadi primer atau sekunder bergantung pada sifat dan sumbernya. Berdasarkan objektif kajian, data yang diperoleh melalui kajian secara dokumentasi dianalisis menggunakan analisis kandungan kualitatif daripada pelbagai dokumen berbentuk teks seperti artikel, jurnal, prosiding dan buku. Kemudian, untuk menganalisis data yang diperoleh daripada temu bual yang dijalankan, data akan dianalisis melalui pendekatan analisis deskriptif secara induktif dan deduktif. Menurut Kamarul Azmi (2021), penyelidikan deskriptif adalah sejenis penyelidikan yang mengkaji para peserta yang mengambil bahagian dalam penyelidikan atau situasi tertentu. Manakala pendekatan secara induktif dan deduktif adalah dinyatakan seperti berikut:

A) Induktif

Pendekatan induktif bermula daripada khusus kepada umum. Menurut J.M Kierzek *etl.*, (1960); pendekatan induktif dimulakan dengan sesuatu sebab atau contoh dan menuju kearah sesuatu yang umum. Pendekatan induktif melibatkan pengumpulan dan pentafsiran maklumat-maklumat yang kemudiannya setiap maklumat ini akan berubah kepada kesimpulan. Oleh itu, untuk mencapai objektif kajian dan menjelaskan masalah yang dikaji, pengkaji menggunakan metod induktif bagi menghuraikan berkenaan konsep penggunaan logo zakat yang digunapakai oleh institusi zakat terhadap syarikat korporat di Malaysia. Pendekatan ini juga digunakan untuk menjawab

persoalan kedua bagi menjelaskan konsep *Maqasid Syariah* dan hubungannya dengan pensyariatian zakat perniagaan. Pendekatan ini digunakan untuk mencapai objektif kajian. Melalui penggunaan metod induktif ini juga, pengkaji akan menganalisis data dan mencari hubungan antara keterangan dan fakta-fakta yang dikumpulkan.

B) Deduktif

Pengumpulan data yang diperolehi secara induktif kemudiannya akan dihubungkan antara satu sama lain sehingga terhasillah satu kerangka *Maqasid Syariah* dalam penggunaan logo zakat bagi meningkatkan kutipan zakat perniagaan di Malaysia. Pendekatan deduktif ini juga menggunakan satu proses rasional bermula dengan rumusan umum kemudian membuat suatu kemungkinan berdasarkan pengujian terhadap pemerhatian yang spesifik (Mymazami, 2018). Bermula daripada persoalan umum kepada maklumat yang terperinci. Melalui pendekatan ini, pengkaji akan menghasilkan data yang lebih tepat dan terperinci kerana pendekatan ini menggunakan kaedah atas ke bawah iaitu '*top-down approach*' (Burney & Saleem, 2008).

1.6 Kajian Literatur

Maqasid Syariah merupakan kayu ukur dalam menilai sesuatu hukum yang difatwakan. Dengan erti kata lain, usaha untuk memahami sesuatu hukum mestilah seiring dengan kehendak syarak serta mencapai piawaian *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 tatacara 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 المفاسد). Fuqaha' mentafsirkan kebaikan (*maslahah*) dan keburukan (*mafsadah*) merangkumi aspek duniawi dan ukhrawi (al-Syatibi, 1996). Para pengkaji ilmu *maqasid* pada zaman muta'akhirin seperti Ahmad al-Raisuni (1992) 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 (2011) dan 'Allal al-Fasi (2011).

Imam al-Syatibi (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-tahsiniyyat* (al-Syatibi, 1997), sepertimana yang disepakati oleh ulama' seperti Imam al-Haramayn, al'Izz al-Din Ibn 'Abd al-Salam dan al-Ghazali. *Al-Daruriyyat* merupakan keperluan sesuatu *maslahah* yang diperlukan dan dihajati. Sekiranya tidak diambil perhatian, ia akan menghancurkan sistem kehidupan manusia secara keseluruhan. Seterusnya *al-Hajiyyat* merupakan sesuatu objektif atau tujuan yang diperlukan untuk mencapai kelapangan dalam kehidupan, sekaligus menghilangkan kesempitan yang pada kebiasaannya membawa kesusahan. Manakala *al-Tahsiniyyat* merupakan usaha mencapai keperluan biasa dan kepentingan asas bersifat sebagai pelengkap kepada

pencapaian *hajiyyat* dan *daruriyyat*. (Al-Ghazali, 1993). *Daruriyyat* terdiri daripada perkara-perkara utama dalam agama yang digelar *al-daruriyyat al-khamsah* iaitu pemeliharaan agama, jiwa, akal, keturunan dan harta. Oleh itu, dalam konteks penggunaan logo zakat dalam mengoptimumkan kutipan zakat perniagaan, setiap aspek perlu dinilai seiring dengan kehendak syarak yang menitikberatkan kemaslahatan dan keutamaan supaya dapat memenuhi setiap keperluan asnaf.

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 sekaligus mengurangkan taraf kemiskinan sesebuah negara (Afaf Sukari *etl.*, 2022). 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 perniagaan masih kurang memberangsangkan. Hal ini berdasarkan hasil kajian (Ngatenan@Adnan, 2015)) 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 (2022) pula mendakwa masih ramai usahawan sekitar Kuala Terengganu tidak membayar zakat perniagaan. Hal ini turut disokong oleh MAIDAM (2016) dengan menjelaskan sebab kesedaran pembayaran zakat perniagaan masih lagi berada pada tahap yang rendah oleh kerana kebanyakan peniaga terlepas pandang akan kepentingan menunaikan zakat, selain faktor kurangnya pengetahuan mengenai asas, syarat dan kaedah pembayaran zakat perniagaan.

Manakala menurut penyelidikan Faezy et al., (2017), mereka mengemukakan bahawa hasil 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 mengatitkan strategi untuk meningkatkan kutipan zakat perniagaan pada masa akan datang.

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.

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. Logo 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.

Salah satu jenis logo yang sedang berkembang dalam era globalisasi dan permintaan yang semakin meningkat terhadap produk halal ialah penggunaan logo halal. Logo halal ialah logo yang menunjukkan produk atau perkhidmatan yang ditawarkan menepati piawaian halal, dan digunakan untuk memberi jaminan kepada pengguna bahawa produk tersebut tidak mengandungi bahan yang haram atau tidak mengikut prinsip halal dalam Islam (Ibrahim et al., 2021). Pengawalan, pemantauan dan penjagaan khas juga telah dikuatkuasakan dengan melantik beberapa badan bertanggungjawab bagi menjaganya seperti Jabatan Kemajuan Islam Malaysia (JAKIM).

Salah satu jenis logo yang sedang berkembang dalam era globalisasi dan permintaan yang semakin meningkat terhadap produk halal ialah logo halal. Logo halal ialah logo yang menunjukkan produk atau perkhidmatan yang ditawarkan menepati piawaian halal, dan digunakan untuk memberi jaminan kepada pengguna bahawa produk tersebut tidak mengandungi bahan yang haram atau tidak mengikut prinsip halal dalam Islam” (Ibrahim et al. , 2021). Menurut Lokman Ab. Rahman (2012), Malaysia mengamalkan penggunaan logo halal yang dipantau oleh pihak Jabatan Kemajuan Islam Malaysia (JAKIM) sebagai satu standard budaya sebelum ianya menjadi satu strategi utama pemasaran dan perniagaan masa kini.

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 mengoptimumkan pembayaran zakat perniagaan. Faezy et. al (2015) turut menjelaskan bahawa penggunaan logo zakat juga mampu meningkatkan keuntungan syarikat korporat Muslim.

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

Berdasarkan kajian lepas yang dibuat secara penelitian oleh pengkaji, masih wujud kelompongan dalam kajian berkenaan penggunaan logo zakat dan *Maqasid Syariah* bagi mengoptimumkan kutipan zakat perniagaan di Malaysia. Dengan itu, pengkaji membuat cadangan untuk melaksanakan kajian ini bagi menambah baik di dalam bidang yang berkaitan zakat khususnya zakat perniagaan dengan melihat konsep penggunaan logo zakat bagi syarikat korporat agar selari dengan elemen *Maqasid Syariah* khususnya bagi aspek menjaga agama dan harta.

1.7 Kepentingan Kajian

Antara kepentingan kajian ini adalah seperti berikut:

1.7.1 Kepentingan Kepada Masyarakat:

Kajian ini diyakini mampu membantu masyarakat awam khususnya orang Islam bagi membuat pilihan untuk bermuamalah dengan syarikat korporat milik Muslim melalui paparan logo zakat yang dipaparkan di syarikat, servis atau produk mereka selain memberikan kesedaran kepada pemilik syarikat korporat untuk mengutamakan pembayaran zakat perniagaan secara konsisten.

1.7.2 Kepentingan Kepada Literatur Akademik:

Kajian ini akan memberi rujukan dan menyumbang kepada literatur mengenai konsep penggunaan logo zakat dalam mengoptimumkan kutipan zakat perniagaan di Malaysia menurut kerangka *Maqasid Syariah*.

1.7.3 Kepentingan Kepada Institusi Zakat

Kajian ini memberikan kelebihan kepada institusi zakat lain yang masih belum memperkenalkan penggunaan logo zakatn untuk dijadikan asas rujukan penggunaan logo zakat berdasarkan Maqasid Syariah selain memberikan idea kepada institusi zakat yang telah memperkenalkan logo zakat agar meneliti dengan lebih lanjut kesesuaian penggunaan logo zakat dari sudut impaknya terhadap Maqasid Syariah.

1.7.4 Kepentingan Kepada Ekonomi Negara

Akhir sekali, sekiranya pihak institusi zakat memperkenalkan logo zakat seperti pelaksanaan oleh LZNK dan PPZ-MAIWP, pertumbuhan ekonomi peniaga Muslim akan berkembang yang memberi kesan kepada kenaikan kadar pembayaran zakat kepada institusi zakat. Hasil kutipan zakat yang optimum mampu membantu golongan asnaf pada tahap yang lebih berkecukupan seiring dengan kenaikan kos sara hidup masyarakat awam kini.

1.8 Skop dan Limitasi Kajian

Penyelidikan ini akan memfokuskan kepada konsep penggunaan logo zakat kepada syarikat korporat kerana penyelidikan berkenaan konsep pemberian logo kepada syarikat korporat masih belum meluas dan masih kurang dan memerlukan kajian yang lebih mendalam. Hal ini kerana pengkaji melihat akan kepentingan penyelidikan yang mampu memberikan impak yang progresif kepada pertambahan kutipan zakat perniagaan di Malaysia. Penyelidikan ini hanya tertumpu kepada konsep pematuan penggunaan logo zakat dalam konteks *Maqasid Syariah* bagi meningkatkan kutipan zakat perniagaan di Malaysia. Pengkaji tidak akan mengulas keseluruhan aspek *Maqasid Syariah* namun hanya memfokuskan dari sudut maqasid *al-ammah* iaitu Al-Daruriyat, Al-Hajiyat dan Al-Tahsinyyat. Oleh kerana penggunaan logo zakat hanya diperkenalkan dan diaplikasikan oleh LZNK dan PPZ MAIWP, maka skop kajian akan berfokus terhadap penggunaan logo zakat sepertimana yang diaplikasikan di negeri Kedah dan Wilayah Persekutuan menerusi LZNK dan PPZ-MAIWP. Adapun begitu, institusi zakat yang belum memperkenalkan penggunaan logo zakat kepada syarikat korporat seperti Lembaga Zakat Selangor (LZS) dan Majlis Agama Islam Negeri

Sembilan (MAINS) dan lain-lain juga akan dirujuk bagi mencapai objektif kajian. Kajian ini juga memfokuskan kepada syarikat korporat sahaja tanpa melibatkan entiti perniagaan yang lain. Akhir sekali, pengkaji akan mencadangkan kerangka *Maqasid Syariah* dalam penggunaan logo zakat yang boleh diaplikasikan di institusi-institusi zakat di Malaysia dalam usaha untuk mengoptimumkan kutipan zakat perniagaan secara keseluruhannya di Malaysia.

1.9 Kesimpulan

Inisiatif penggunaan logo zakat terhadap syarikat korporat dilihat masih belum meluas. Sehingga kini, hanya negeri Kedah dan Wilayah Persekutuan sahaja mengaplikasikan logo zakat terhadap pembayar zakat perniagaan seperti yang dilaksanakan oleh LZNK dan PPZ MAIWP. Usaha yang murni ini perlu diambil perhatian oleh semua pihak terutama institusi zakat negeri-negeri sebagai jalan penyelesaian dalam memajukan kutipan zakat perniagaan bagi diagihkan kepada golongan asnaf yang memerlukan. Justeru itu, kajian ini dijalankan adalah untuk mengkaji konsep penggunaan logo zakat yang digunapakai oleh insitusi zakat kepada syarikat korporat di Malaysia. Selain itu, kajian ini turut membincangkan konsep *Maqasid Syariah* dan hubungannya dengan pensyaritan zakat perniagaan serta mencadangkan kerangka *Maqasid Syariah* dalam penggunaan logo zakat yang dapat diaplikasikan oleh institusi zakat bagi mengomptimumkan kutipan zakat perniagaan di Malaysia.