

PROMOSI WAQAF: ELEMEN IHSAN DAN AMANAH WAQAF PROMOTION: THE ELEMENT OF IHSAN AND AMANAH

Mohamad Fitri Mohamad Yusoff, Ph.Dⁱ & Mohd Syakir Mohd Taibⁱⁱ

ⁱ Timbalan Ketua Pegawai Eksekutif (Akademik & Penyelidikan), Kolej Profesional Baitulmal Kuala Lumpur, Majlis Agama Islam Wilayah Persekutuan (MAIWP), fitri@kpbkl.edu.my

ⁱⁱ Pengarah Pusat Wakaf Intelek Kolej Profesional Baitulmal Kuala Lumpur, Majlis Agama Islam Wilayah Persekutuan (MAIWP), mohdsyakir@kpbkl.edu.my

ABSTRAK

Waqaf merupakan filantropi yang menyumbang kepada pembangunan ekonomi dan kesejahteraan ummah. Waqaf juga merupakan mekanisme agihan semula harta yang unik kerana tiada unsur kewajipan, undang-undang dan paksaan seperti kewajipan berzakat. Dalam pengurusan Waqaf kontemporari, galakkan untuk berwakaf dilakukan melalui promosi yang memanfaatkan pendekatan konvensional mahupun secara atas talian. Kewujudan bahan-bahan promosi yang pelbagai ini perlu berteraskan ihsan dan amanah memandangkan waqaf disumbangkan oleh anggota masyarakat yang berkemampuan untuk manfaat anggota masyarakat yang memerlukan. Menggunakan pendekatan Analisis Wacana Kritis, penelitian terhadap bahan-bahan promosi yang dikeluarkan oleh institusi/agensi pengendali Waqaf mendapati bahawa ihsan dan amanah dalam mempromosi Waqaf sekurang-kurangnya diterjemah melalui tiga elemen iaitu, kelulusan pengurusan Waqaf oleh Majlis Agama Islam Negeri (MAIN), pemegang amanah dalam pengurusan Waqaf dan tujuan Waqaf.

Kata kunci: Amanah, Analisis Wacana Kritis, Filantropi, Ihsan, Promosi, Waqaf

ABSTRACT

Waqaf is a part of philanthropy which contributes directly to the economic development as well as the prosperity of ummah. Waqaf is also a unique property redistribution mechanism because there are no elements of obligations, laws and coercion such as found in the obligation of giving out zakat. In contemporary Waqaf management, the encouragement to practice Waqaf is done through both conventional and online promotions. The existence of these various promotional approaches should be based on ihsan and trust as Waqaf is contributed by members of society to benefits those in needs in the community. Using Critical Discourse Analysis approach, research on promotional materials issued by Waqaf's management institutions / agencies found that ihsan and trust in promoting Waqaf can be materialized through three elements such as Waqaf management approval by the State Islamic Council (MAIN), the trust holders in Waqaf management and Waqaf's purposes.

Key words: Trust, Critical Discourse Analysis, Philanthropy, Ihsan, Promotion, Waqaf

PENGENALAN

Secara umum pentadbir dan pengkaji Waqaf sependapat bahawa istilah Waqaf berasal daripada perkataan Arab “Al-Waqf ” yang bermaksud harta yang diwakafkan atau harta yang ditahan “Al-Habs” atau harta yang dihalang “Al-Mana’u. Dari perspektif syarak, waqaf membawa maksud menahan sesuatu harta daripada pewaqaf dan memberikan manfaatnya untuk kebajikan dan kepentingan agama dan umat Islam atau kepada penerima waqaf yang telah ditentukan oleh pewaqaf semata-mata kerana Allah. Harta yang telah diwaqafkan tidak boleh diambil kembali atau dimiliki oleh mana-mana individu (Zainal Abidin bin Jaffar, 2014. Nooh bin Gadot, 2014. Zaini Osman & Iii Liyana Abu Bakar, 2014).

Pengertian Waqaf seperti yang dinyatakan di atas menjelaskan bahawa amal soleh yang lebih utama adalah yang bersifat lestari atau mempunyai kesinambungan manfaat. Aset atau harta yang diwaqafkan bukan sahaja memberi manfaat secara berterusan tetapi juga ganjaran yang berterusan (kepada pewaqaf sama ada ketika hidup mahupun sesudah mati) selagi harta wakaf tersebut masih dimanfaatkan Aktiviti Wakaf antaranya meliputi wakaf pembangunan masjid, waqaf pendidikan, waqaf kesihatan dan waqaf pertanian. Aktiviti Waqaf seperti ini menjelaskan bahawa manfaat waqaf amat luas dan tidak terbatas kepada manfaat “keagamaan” semata-mata tetapi meliputi semua manfaat yang menepati amal soleh yang mempunyai kepentingan awam. Jelasnya Waqaf merupakan instrument filantropi yang berkait rapat dengan konsep kewangan sosial memandangkan aset waqaf diperolehi daripada anggota masyarakat yang berkemampuan serta manfaat waqaf dikembalikan untuk dinikmati oleh anggota masyarakat yang memerlukan.

Tidak seperti Zakat yang dikategorikan sebagai sadaqah wajib dan termaktub sebagai Rukun Islam yang ketiga, Waqaf dikategorikan sebagai sadaqah sunat. Hal ini kerana Islam tidak menetapkan tanggungjawab sosial hanya dengan undang-undang dan kewajipan, sebaliknya Islam mendidik manusia untuk berkorban sekalipun pengorbanan tersebut tidak dituntut secara undang-undang dan kewajipan. Islam menggalakkan umatnya mengeluarkan sadaqah sama ada ketika senang atau susah, siang atau malam, secara rahsia atau terang-terangan. Rasulullah S.A.W pernah menganjurkan kepada Umar R.A. supaya mewaqafkan hartanya di Khaibar atas dasar kemurnian hati, perasaan belas kasihan dan kebajikan serta nilai-nilai kemanusiaan yang mulia (Yusuf Al Qardhawi, 2012). Natiujahnya pendekatan mempromosi Waqaf bukanlah sesuatu yang baru kerana Rasulullah S.A.W sendiri pernah menganjurkan Umar R.A. dan sahabat-sahabat baginda yang berharta untuk berwaqaf. Hal ini kerana kedudukan Waqaf itu sendiri yang berstatus sadaqah sunat lebih sesuai diposisikan melalui pendekatan menganjurkan/mempromosi berbanding Zakat yang

berstatus sadaqah wajib dan boleh diambil secara paksa daripada mereka yang enggan melaksanakannya.

Dalam pengurusan Waqaf kontemporari, pendekatan mempromosi Waqaf untuk menggalakkan umat Islam berwakaf nyata lebih pelbagai. Promosi Waqaf bukan sahaja dilakukan secara konvensional melalui pengedaran risalah iklan beserta borang persetujuan berwakaf dan ceramah/kempen yang menyentuh secara langsung tentang ganjaran atau manfaat berwakaf, tetapi juga turut memanfaatkan perkembangan teknologi maklumat dan komunikasi (ICT) dengan melakukan promosi secara atas talian dan media sosial. Instrumen Waqaf yang dipromosikan pula tidak hanya terbatas kepada waqaf dalam bentuk aset kekal seperti tanah dan bangunan tetapi juga meliputi aset mudah alih seperti aset tunai. Perkembangan-perkembangan ini menjadikan pembangunan dan perkembangan Waqaf sebagai filantropi lebih dinamik selaras dengan keperluan semasa. Justeru makalah ini akan meneliti kepelbagaian bahan promosi Waqaf oleh agensi/institusi dengan menggunakan pendekatan Analisis Wacana Kritis/Critical Discourse Analysis (CDA) yang diperkenalkan Fairclough (2003). CDA percaya bahawa hubungan di antara teks dan konteks adalah hubungan timbal balas.

IHSAN

Firman Allah S.W.T yang bermaksud “*Sesungguhnya Allah menyuruh berlaku adil dan berbuat ihsan, serta memberi kepada kaum kerabat, dan Allah melarang perbuatan keji, kemungkaran dan permusuhan. Dia memberi pengajaran kepadamu agar kamu dapat mengambil pelajaran*” (An-Nahl: 90). Ihsan bermaksud merasai pengawasan Allah S.W.T dalam setiap ibadah yang dilakukan. Dalam sebuah hadis riwayat Muslim, Rasulullah SAW menjelaskan pengertian Ihsan apabila ditanya oleh Jibril seperti berikut:

Berkatalah ia (Jibril) “Beritahu kepadaku tentang ihsan.” (Nabi Muhammad SAW) menerangkan: “(Ihsan ialah) kamu mengerjakan ibadah kepada Allah SWT seolah-olah kamu melihat-Nya, sekiranya kamu tidak dapat melihat-Nya (memang kamu tidak dapat melihat-Nya) sesungguhnya Dia (Allah SWT) melihat kamu...” (Sahih Muslim, hadith 106).

Ihsan merupakan falsafah yang mengetengahkan pendekatan merasai pengawasan Allah S.W.T dalam setiap amalan yang dilakukan. Dalam konteks muamalat dan kewangan sosial, merasai pengawasan Allah S.W.T bermakna ahli muamalat hendaklah melaksanakan aktiviti muamalat dengan amanah, penuh kebaikan, kebajikan, kemurahan hati, mencari keuntungan secara berpeda, tidak menindas dan menunaikan hak orang lain terhadap

keuntungan yang diperolehi atas kesedaran bahawa Allah sentiasa mengawasi amalan hamba-hambaNya (Mohamad Fitri Mohamad Yusoff et al. 2016)

Ini bermakna dalam soal pemilikan harta, hak orang lain terhadap harta tersebut perlu ditunaikan dengan amanah, kebaikan, kebajikan dan kemurahan hati atas kesedaran bahawa Allah sentiasa mengawasi amalan hamba-hambaNya. Penunaian hak orang lain terhadap harta tersebut merupakan ibadah yang merujuk kepada sadaqah wajib (Zakat) dan sadaqah sunat (Infaq dan Waqaf) yang mana Zakat, Infaq dan Waqaf turut dikenali dengan konsep kewangan sosial dalam konteks pengurusan kontemporari.

Allah menciptakan manusia dengan fitrah berpasang-pasangan dan saling perlu memerlukan antara satu sama lain. Hakikatnya tiada manusia yang boleh hidup secara bersendirian tanpa berhubungan dengan manusia lain. Dari segi ekonomi, terdapat sebilangan manusia yang memiliki harta sementara sebilangan yang lain tidak. Begitu juga sebilangan manusia yang lain memiliki kemahiran sementara sebilangan yang lain tidak. Situasi ini menuntut manusia saling berinteraksi bagi memenuhi keperluan kehidupan masing-masing.

Yusuf Al-Qardhawi (2012) menjelaskan Islam menjadikan ekonomi sebagai cara untuk sampai kepada matlamat yang lebih besar agar manusia tidak disibukkan oleh kesukaran hidup dan perebutan makanan daripada mengenal Allah. Kecukupan dari segi keperluan akan melahirkan ketenangan jiwa yang membolehkan seseorang memberikan tumpuan kepada ibadah. Dari satu sudut yang lain pula, muamalat yang dilaksanakan dengan amanah bukan sahaja mewujudkan kemakmuran ekonomi dan keharmonian sosial, tetapi juga menjadikan ahli muamalat lebih dekat kepada Allah S.W.T. Mereka juga menyumbang kepada perkembangan Islam sebagai agama yang praktikal, berorientasikan pembangunan, adil dan saksama (Nik Mohamad Affandi Bin Nik Yusoff, 2002).

AMANAHAH

Firman Allah S.W.T yang bermaksud, *“Sungguh, Allah menyuruhmu menyampaikan amanah kepada orang yang berhak menerimanya, dan apabila kamu menetapkan hukum di antara manusia hendaknya kamu menetapkannya dengan adil. Sungguh, Allah sebaik-baik yang Memberi pengajaran kepadamu. Sungguh, Allah Maha Mendengar, Maha Melihat”* (An Nisa: 58). Ahmad Mustafa Al-Maraghi, pengarang kitab Tafsir al-Maraghi menjelaskan bahawa amanah adalah sesuatu yang harus dipelihara dan dijaga agar sampai kepada yang berhak memilikinya (Ahmad Mustafa, 1946). Seterusnya, Syeikh Muhammad Abduh menafsirkan amanah sebagai menyampaikan hak kepada pemiliknya, tidak mengambil sesuatu yang melebihi haknya dan tidak mengurangi hak orang lain samada dalam bentuk harga atau pun jasa. Tegasnya lagi amanah adalah

hak bagi orang yang memikul beban yang berkaitan dengan hak orang lain untuk menunaikannya kerana menyampaikan amanah kepada orang yang berhak adalah suatu kewajipan (Ridha, Muhammad Rasyid, 1367H)

Amanah ialah segala fardu atau kewajipan yang Allah bentangkan kepada langit, bumi dan gunung-ganang. Kalau mereka menunaikannya pasti diberi pahala. Sebaliknya jika mengabaikannya, maka akan diazab. Mereka kemudiannya tidak sanggup membesarkan agama Allah, kemudian ianya dibentangkan kepada Adam lantas sanggup menerimanya (Al-Qurtubi. 2006). Amanah juga dilihat sebagai suatu ibarat apabila seseorang mewajibkan kamu melaksanakan sesuatu dan kamu melakukannya maka itu dinamakan amanah (al-Razi. 1981). Jelasnya berdasarkan pandangan-pandangan di atas, perkataan yang paling tepat dan ringkas untuk menggambarkan maksud amanah ialah kepercayaan yang berlandaskan kepada asas melaksanakan segala perintah Allah dan meninggalkan segala laranganNya

MENIFESTASI ELEMEN IHSAN DAN AMANAH DALAM PROMOSI WAQAF

Dalam konteks mempromosi Waqaf yang melibatkan bukan sahaja pendekatan konvensional tetapi juga pendekatan kontemporari melalui promosi atas talian dan media sosial, elemen ihsan dan amanah dilihat perlu menjadi teras utama promosi. Hal ini didorong oleh beberapa faktor antaranya kedudukan Waqaf itu sendiri yang dikategorikan sebagai sadaqah sunat, yang tidak ada unsur kewajipan, undang-undang dan paksaan dan aset Waqaf diperolehi daripada anggota masyarakat yang berkemampuan serta manfaat Waqaf dikembalikan untuk dinikmati oleh anggota masyarakat yang memerlukan (Yusuf Al-Qardhawi, 2012). Justeru kepercayaan awam perlu dipelihara untuk menjayakan agenda Waqaf kerana instrument Waqaf khususnya Waqaf tunai turut terdedah kepada persepsi kecairan dan ketirisan. Berdasarkan beberapa faktor yang dinyatakan di atas, promosi Waqaf perlu ditandai oleh elemen ihsan dan amanah sebagai 'selling point' ke arah membangkitkan kesedaran masyarakat dan mendapatkan kepercayaan awam untuk memajukan agenda Waqaf. Malah elemen ihsan dan amanah dalam mempromosi Waqaf turut merangkumi konsep-konsep urus tadbir kontemporari seperti integriti dan akauntabiliti

Penelitian yang dilakukan ke atas contoh-contoh bahan promosi yang dikeluarkan oleh pelbagai institusi/agensi yang terlibat melaksanakan Waqaf mendapati ihsan dan amanah dalam mempromosi Waqaf dimenifestasi melalui beberapa elemen, antaranya pernyataan kelulusan Majlis Agama Islam Negeri (MAIN), pemegang amanah dan tujuan/manfaat Wakaf. Walau bagaimanapun tidak semua bahan promosi yang dikeluarkan oleh institusi/agensi pendengali Waqaf menyatakan dengan jelas elemen-elemen

tersebut. Ini bermakna terdapat sesetengah bahan promosi yang menyatakan dengan jelas status kelulusan MAIN, pemegang amanah dan tujuan/matlamat Waqaf, sementara sesetengah bahan promosi tidak menyatakan.

Kelulusan MAIN.

Berdasarkan peruntukan undang-undang yang berkuatkuasa di Wilayah Persekutuan dan Negeri-negeri, Majlis Agama Islam Wilayah/Majlis Agama Islam Negeri (MAIN) mempunyai kuasa sebagai pemegang amanah tunggal ke atas semua Waqaf, sama ada Waqaf am atau Waqaf khas. Sebagai contoh dalam konteks Majlis Agama Islam Wilayah Persekutuan (MAIWP) kuasa sebagai pemegang amanah tunggal ke atas semua Waqaf dinyatakan dalam Seksyen 61, Akta 505. Justeru semua urusan berkaitan Wakaf yang diurus oleh institusi/agensi selain Majlis Agama Islam Wilayah/Majlis Agama Islam Negeri (MAIN) perlu mendapat persetujuan dan kelulusan MAIN.

MAIN dan institusi/agensi juga boleh memeterai perjanjian bagi menetapkan hubungan antara kedua-dua pihak serta mengadakan terma dan syarat dalam mengurus Waqaf seperti diperuntukan dalam Seksyen 60(3) Akta 505 [AKTA PENTADBIRAN UNDANG-UNDANG ISLAM (WILAYAH-WILAYAH PERSEKUTUAN) 1993]. Pematuhan kepada peruntukan undang-undang ini merupakan punca kuasa yang berkaitan dengan integriti dan akauntabiliti dalam urus tadbir Waqaf. Pematuhan kepada peruntukan undang-undang ini juga mendokong pengertian ihsan dan amanah dalam mempromosi Waqaf. Hal ini kerana kuasa asal sebagai pemegang amanah Waqaf terletak di bawah MAIN dan sebarang bentuk penurunan kuasa hendaklah dinyatakan dengan jelas untuk mengelakkan sebarang kekeliruan atau penyalahgunaan kuasa.

Contoh 1:

Waqaf PEYATIM diluluskan oleh Majlis Agama Islam dan Adat Istiadat Melayu Terengganu (MAIDAM) pada 13 Julai 2009 [Rujukan:MAIDAM 03-003/46-(11)]

(Muka ke dua Brosur GANDAKAN PAHALA RAMADAN ANDA
MELALUI WAQAF PEYATIM)

Contoh 2:

WAQAF PENDIDIKAN MARSAH. WAQF KPIJ (MARSAH)
WAQAF KOLEJ PENGAJIAN ISLAM JOHOR. Mendapat kelulusan daripada Majlis Agama Islam Johor (MAIJ)

(Muka hadapan brosur WAQAF PENDIDIKAN MARSAH)

Contoh 3:

WAQAF PENDIDIKAN ISDEV. Diluluskan oleh Majlis Agama Islam Negeri Pulau Pinang (MAINPP). No Kelulusan MAINPP/(S)/01/05/2/2(69).

(Infografik promosi Waqaf Pendidikan
Pusat Kajian Pengurusan Pembangunan (ISDEV) USM)

Berdasarkan tiga contoh di atas, ketiga-tiga institusi/agensi menyatakan dengan jelas di dalam bahan promosi masing-masing kelulusan MAIN bagi ketiga-tiga institusi/agensi mengurus Waqaf. Malah pernyataan kelulusan MAIN bagi Contoh 2 dinyatakan dengan jelas pada muka hadapan brosur atau bahan promosi berbanding Contoh 1 yang menyatakan kelulusan MAIN pada muka kedua brosur atau bahan promosinya. Walaupun Contoh 1 menyatakan kelulusan MAIN pada muka kedua brosur atau bahan promosinya, namun pernyataan kelulusan MAIN turut disertai tarikh dan rujukan kelulusan iaitu 13 Julai 2009 [Rujukan:MAIDAM 03-003/46-(11)].

Begitu juga dengan Contoh 3 yang memperincikan kelulusan MAIN dengan menyertakan nombor rujukan kelulusan iaitu MAINPP/(S)/01/05/2/2(69). Pernyataan kelulusan MAIN dalam bahan promosi dengan jelas dan terperinci seperti ini menambah keyakinan awam bahawa Waqaf yang dianjurkan oleh institusi/agensi tertakluk di bawah pengawasan dan pemantauan MAIN sebagai pemegang amanah tunggal yang mengendalikan urusan Waqaf. Hal ini juga berupaya menepis persepsi negatif berhubung kecairan dan ketirisan terhadap pengurusan Waqaf tunai. Walau bagaimanapun bagi projek-projek Waqaf yang dikendalikan secara langsung oleh MAIN seperti Projek Waqaf Pembinaan Surau Ibnu Sina dan Balai Pelawat Hospital Putrajaya yang dikendalikan oleh Majlis Agama Islam Wilayah Persekutuan (MAIWP) dan dipromosikan melalui infografik secara atas talian dan media sosial, pernyataan kelulusan tidak diperlukan memandangkan MAIWP merupakan pemegang amanah tunggal Waqaf berdasarkan Seksyen 61, Akta 505.

Pemegang Amanah

Pemegang amanah dalam pengurusan Waqaf merupakan elemen yang sangat penting. Hal ini kerana kejayaan pengurusan aset atau dana Waqaf banyak bergantung kepada pemegang amanah. Malah kepercayaan awam terhadap pengurusan Waqaf juga dipengaruhi oleh pemegang amanah. Walaupun peruntukan undang-undang menetapkan bahawa pemegang amanah tunggal bagi pengurusan Waqaf ialah MAIN, namun dalam konteks MAIWP, MAIN boleh memberikan kelulusan kepada institusi/agensi untuk mengurus Waqaf dengan pembentukan sebuah Jawatankuasa Bersama yang dianggotai wakil MAIN dan institusi/agensi yang terlibat. Dalam hal ini Jawatankuasa Bersama adalah pemegang amanah yang bertanggungjawab menguruskan aset Waqaf.

Penelitian yang dilakukan terhadap bahan-bahan promosi Waqaf mendapati amat kurang institusi/agensi yang menyatakan pemegang amanah atau jawatankuasa yang bertanggungjawab menguruskan aset Waqaf dalam bahan promosi masing-masing.

Contoh 4:

Keseluruhan Dana Waqaf Pendidikan Kolej Pengajian Islam Johor (MARSAH) yang dikumpulkan akan dilaksanakan mengikut hujjah waqaf secara terancang dan mengikut syariah serta dipantau oleh jawatankuasa berkaitan yang bertanggungjawab kepada Lembaga Pengarah Dana Waqaf Pendidikan Kolej Pengajian Islam Johor (MARSAH)

(Brosur WAQAF PENDIDIKAN MARSAH)

Berdasarkan Contoh 4 di atas kewujudan dan peranan jawatankuasa serta Lembaga Pengarah Dana Waqaf dinyatakan dengan jelas di dalam bahan promosi Waqaf yang dikeluarkan. Penyataan pemegang amanah seperti ini menyampaikan mesej yang jelas kepada khalayak awam bahawa pengurusan dana Waqaf dilakukan bukan secara individu yang tertakluk kepada persepsi negatif seperti penyelewengan, salah guna, kecairan dan ketirisan. Pengurusan secara jawatankuasa serta kewujudan lembaga seperti yang dinyatakan mewujudkan elemen semak dan imbang dan membawa maksud bahawa sebarang keputusan dan tindakan bukan berdasarkan kepada seorang individu sebaliknya dilakukan secara konsensus.

Selain penyataan pemegang amanah dalam bentuk jawatankuasa dan lembaga seperti yang dibincangkan dalam Contoh 1 di atas, terdapat juga institusi/agensi yang mengetengahkan pendekatan pemegang amanah dalam bentuk yayasan seperti contoh di bawah;

Contoh 5:

Yayasan Sofa Negeri Sembilan yang telah ditubuhkan pada tahun 1997 merupakan sebuah pertubuhan bukan kerajaan (NGO) yang berdaftar dengan Pendaftar Pertubuhan Malaysia di bawah Akta Pertubuhan 1966 dengan matlamat mewujudkan dana atau tabung amanah bagi menjalankan aktiviti dan program berkaitan kebajikan, pendidikan dan pembangunan.

(Brosur WAQAF AS SOFA)

Contoh 6:

WAQAF PENDIDIKAN ISDEV. Pengurusan Wakaf Pendidikan ISDEV dilakukan oleh Yayasan USM

(Infografik promosi Waqaf Pendidikan)

Pusat Kajian Pengurusan Pembangunan (ISDEV) USM)

Penelitian yang dilakukan ke atas bahan-bahan promosi Waqaf yang dikeluarkan oleh institusi/agensi yang menguruskan dana Waqaf hanya satu agensi yang menyatakan pemegang amanah terdiri daripada jawatankuasa dan lembaga yang dibentuk khusus untuk mengurus dan mengawalselia dana Waqaf seperti pada Contoh 4. Sementara dua lagi institusi/agensi menyatakan pemegang amanah yang menguruskan dana Waqaf dalam bentuk yayasan yang ditubuhkan di bawah undang-undang tertentu seperti pada Contoh 5 dan Contoh 6. Kebanyakan institusi/agensi yang terlibat menguruskan dana Waqaf tidak menyatakan pemegang amanah di dalam bahan promosi Waqaf masing-masing dan hanya sekadar menyatakan nama 'incharge person' dan nombor telefon untuk tujuan perhubungan.

Tujuan dan Manfaat Waqaf

Sejarah membuktikan bahawa Waqaf memainkan peranan yang sangat signifikan dalam pembangunan ekonomi sesebuah negara. Waqaf telah menjadi alat agihan semula kekayaan bagi mencapai pembangunan ekonomi dalam konteks yang menyeluruh. Ini kerana Waqaf telah memainkan peranan untuk menyediakan pendidikan, pusat kesihatan, tempat ibadat serta menyediakan kemudahan jalan raya, jambatan dan sebagainya (Sadeq, 2002).

Waqaf wang/tunai yang dilaksanakan semasa zaman Kerajaan Uthmaniyyah pula banyak membantu dalam menyediakan pelbagai aktiviti pembangunan ekonomi masyarakat seperti kemudahan pendidikan, kesihatan, kebajikan dan lain-lain aktiviti yang banyak memberi manfaat kepada masyarakat. Waqaf wang/tunai dilaksanakan dengan cara wang yang diwaqafkan tersebut dilaburkan dan hasil keuntungan dibelanjakan untuk benefisiari Waqaf. Ini bermakna modal asal wang Waqaf kekal dan tidak berkurangan (Cizakca, 1995). Jelasnya Waqaf dilaksanakan dengan pelbagai tujuan untuk membawa manfaat kepada Ummah secara keseluruhannya.

Penelitian yang dilakukan terhadap contoh-contoh bahan promosi yang dikeluarkan oleh institusi/agensi yang terlibat mengendalikan Waqaf mendapati keseluruhan bahan promosi menyatakan dengan jelas tujuan atau manfaat Waqaf/Waqaf tunai yang dikendalikan. Secara umumnya tujuan/manfaat Waqaf/Waqaf tunai yang dinyatakan dalam bahan promosi boleh dibahagikan kepada dua iaitu tujuan khusus dan tujuan umum.

Contoh 7;

WAKAF TUNAI PEMBELIAN VAN MAAHAD TAHFIZ AL-QURQON DAR AL-NAJAH. DANA DIPERLUKAN RM 100,000. SUMBANGAN BOLEH DISALURKAN KE AKAUN RASMI MTQDN

(Infografik promosi Wakaf Tunai Maahad Tahfiz Al-Quran Dar Al Najah)

Contoh 8;

JOM BERWAKAF DI MASJID SULTAN ISMAIL, UTM JB.
KARPET RM570,000. KIPAS RM80,000.

(Infografik promosi Wakaf Masjid Sultan Ismail UTM)

Contoh 9;

PROJEK WAKAF PEMBINAAN SURAU IBNU SINA DAN
BALAI PELAWAT HOSPITAL PUTRAJAYA. Jom Berwakaf!
Kutipan terkini RM 311,956.92

(Infografik promosi Wakaf MAIWP)

Tujuan khusus Wakaf/Waqaf tunai meliputi projek-projek khusus seperti pembelian Van Maahad Tahfiz Al Quran, pembelian karpet dan kipas masjid/surau dan pembinaan surau. Malah jumlah dana Waqaf tunai yang diperlukan untuk menjayakan projek-projek khusus tersebut atau jumlah dana yang telah berjaya dikumpulkan turut dinyatakan dengan jelas dalam bahan promosi seperti pada Contoh 7, Contoh 8 dan Contoh 9.

Contoh 10;

TUJUAN DAN PENGGUNAAN DANA WAKAF PENDIDIKAN
KOLEJ PENGAJIAN ISLAM JOHOR (MARSAH). Pembinaan
Kampus. Kebajikan Pelajar. Pesakit Pusat Perubatan. Kebajikan
Staf.

(Brosur WAQAF PENDIDIKAN MARSAH)

Contoh 11;

WAKAF AS SOFA. SAHAM AKHIRAT. PENDIDIKAN,
PENYELIDIKAN, PENGKADERAN, PENYAMPAIAN,
PENAJAAN, PENGURUSAN.

(Bahan Promosi Wakaf As Sofa)

Contoh 12;

Kutipan dana **Wakaf Selangor Muamalat** telah mencecah lebih
RM 15 juta. Sumbangan disalurkan ke sektor **pendidikan** dan
kesihatan.

(Bahan promosi Wakaf Selangor Muamalat)

Sementara tujuan umum merangkumi Waqaf Pendidikan yang meliputi aktiviti-aktiviti seperti pembinaan kampus, kebajikan pelajar, penyelidikan, pengkaderan, penyampaian, penajaan dan pengurusan seperti yang dijelaskan pada Contoh 10 dan Contoh 11. Selain Wakaf Pendidikan, tujuan umum dalam bahan promosi Waqaf yang dikeluarkan oleh institusi/agensi pengendali Waqaf turut melibatkan Waqaf Kesihatan seperti yang dijelaskan pada Contoh 12.

Penyataan secara jelas tujuan/manfaat Waqaf seperti yang dinyatakan dalam bahan-bahan promosi ini menyampaikan mesej yang jelas kepada masyarakat awam berhubung objektif sesuatu projek Waqaf. Seperti yang telah dijelaskan sebelum ini, aset Waqaf diperolehi daripada anggota masyarakat yang berkemampuan, sementara manfaat Waqaf dikembalikan untuk dinikmati oleh anggota masyarakat yang memerlukan. Justeru menjelaskan secara terperinci tujuan Waqaf dalam bahan promosi dilihat penting bukan sahaja untuk menyampaikan mesej bahawa pelaksanaan Waqaf oleh institusi/agensi mempunyai objektif dan perancangan yang jelas dan terarah, tetapi juga untuk memenangi kepercayaan awam agar agenda Waqaf dapat direalisasikan.

KESIMPULAN

Waqaf merupakan filantropi yang menyumbang kepada pembangunan ekonomi dan kesejahteraan ummah. Individu/masyarakat muslim yang berkemampuan akan berwaqaf kerana ingin taqarrub kepada Allah, jaminan pahala yang berpanjangan, selain berwaqaf merupakan mekanisme agihan semula harta yang unik kerana pewaqaf tidak perlu dipaksa sebaliknya berwaqaf atas sifat ihsan dan amanah terhadap harta. Penelitian yang dilakukan terhadap bahan-bahan promosi yang dikeluarkan oleh institusi/agensi pengendali Waqaf mendapati bahawa ihsan dan amanah dalam mempromosi Waqaf sekurang-kurangnya diterjemah melalui tiga elemen iaitu kelulusan pengurusan Waqaf oleh MAIN, pemegang amanah dalam pengurusan Waqaf dan tujuan serta manfaat Waqaf yang dikendalikan. Ini bermakna sifat ihsan dan amanah pewaqaf dalam mewaqafkan hartanya perlu disambut dengan sifat ihsan dan amanah oleh institusi/agensi pengendali aset Waqaf demi menjayakan agenda kesejahteraan ummah.

RUJUKAN

Ahmad Mustafa al-Maraghi. 1946. Tafsir al-Maraghi, Jil 5. Mesir: Syarikah Maktabah wa Matba'ah Mustafa al-Halabi. hlm.70,

- AKTA 505, AKTA PENTADBIRAN UNDANG-UNDANG ISLAM (WILAYAH-WILAYAH PERSEKUTUAN) 1993 mengandungi pindaan terkini – P.U(A) 250/2002
- al-Qurtubi, Muhammad bin Ahmad bin Abu Bakar. 2006. *al-Jami' Li Ahkam al-Quran*, Muassasah al-Risalah, Beirut. jil.10. hlm.423
- Al-Qur'an Al-Karim dan Terjemahannya* (2002). Semarang, Indonesia: Departemen Agama Republik Indonesia.
- al-Razi, Muhammad Fakhr al-Din Ibn Umar. 1981. *Tafsir Fakhr al-Razi al-Mushtahar Bi Tafsir al-Kabir Wa Mafatih al-Ghayb*, Beirut: Dar al-Fikr Li al-Taba'ah Wa al-Nashr Wa al-Tawzi'. Jil 32. hlm.143
- Cizakca, Murat. 1995. "Cash Waqfs of Bursa, 1555-1823" *Journal of the Economic and Social History of the Orient*. Leiden: E.J.Brill, v.38, part 3 (August 1995), hlm: 313-316 / 332 / 338-346
- Fairclough, Norman (2003). *Analysing Discourse: Textual Analysis For Social Research*. London: Routledge.
- Md Nurdin Ngadimon (2014). *Pendanaan Pembangunan Wakaf Melalui Sukuk: Cabaran dan Prospek*. Kertas Kerja Seminar Wakaf Antarabangsa 2014. 7 – 10 Disember 2014, Kuala Lumpur.
- Mohamad Fitri Mohamad Yusoff et al (2016). *Manifestasi Unsur Interdiskursiviti Wacana Muamalat dalam Kerangka Sistem Ekonomi Konvensional*. *Jurnal Antarabangsa Alam dan Tamadun Melayu (IMAN)* Jilid 4, Bil. 3. September 2016. Terbitan Institut Alam dan Tamadun Melayu (ATMA) Universiti Kebangsaan Malaysia (UKM)
- Nik Mohamed Affandi Bin Nik Yusoff (2002), *Islam & Business*. Subang Jaya: Pelanduk Publications (M) Sdn. Bhd.
- Nooh bin Gadot (2014). *Skim Infaq Lil Waqf*. Kertas Kerja Seminar Wakaf Antarabangsa 2014. 7 – 10 Disember 2014, Kuala Lumpur.
- Nooh bin Gadot (2014). *Transformasi Pengurusan Wakaf Johor: Pemangkin Sosio Ekonomi Ummah*. Kertas Kerja Seminar Wakaf Antarabangsa 2014. 7 – 10 Disember 2014, Kuala Lumpur.
- Ridha, Muhammad Rasyid, *Tafsir al-Manar I*. Kairo: Dar al-Manar, 1367H
- Sadeq, Abul Hasan Muhammad. 2002. *Waqf, Perpetual Charity and Poverty Alleviation*", *International Journal of Social Economics*, Vol. 29, No.1/2, hh. 135-151.
- Yusuf Al Qardhawi (2012). *Ciri-ciri Unggul Masyarakat Islam Yang Kita Idamkan. Terjemahan Mohammad Zaini Yahaya*. Kuala Lumpur: Penerbitan Seribu Dinar Sdn. Bhd.
- Zainal Abidin bin Jaffar (2014). *Pengurusan Dan Pelaksanaan Wakaf: Pengalaman Majlis Agama Islam Wilayah Persekutuan (MAIWP)*. Kertas

Kerja Seminar Wakaf Antarabangsa 2014. 7 – 10 Disember 2014, Kuala Lumpur.

Zaini Osman & Ili Liyana Abu Bakar (2014). *Innovative Financing Models for Enhancing Wakaf Assets in Singapore*. Paper presented at International Waqaf Seminar 2014. 7 – 10 December 2014, Kuala Lumpur.

Penafian

Pandangan yang dinyatakan dalam artikel ini adalah pandangan penulis. Jurnal Pengurusan dan Penyelidikan Fatwa tidak akan bertanggungjawab atas apa-apa kerugian, kerosakan atau lain-lain liabiliti yang disebabkan oleh / timbul daripada penggunaan kandungan artikel ini.