

BAYARAN ZAKAT FITRAH MENGIKUT HARGA BERAS YANG DIMAKAN DAN PERANAN MEDIUM PROMOSI: KAJIAN DI LEMBAGA ZAKAT SELANGOR (LZS) CAWANGAN KAJANG, SELANGOR

Payment of Zakat Fitr Based on Price of Rice Consumed and the Role of Promotional Medium: A Study at Selangor Zakat Board (LZS) in Kajang, Selangor

Mohd Shairazi Akmal Mohd Razali¹, Hairunnizam Wahid²

¹ Pelajar sarjana ekonomi Islam, UKM. mohdshairaziakmal@gmail.com

² Pensyarah kanan, Pusat Pengajian Ekonomi, FEP, UKM; hairun@ukm.edu.my

Abstrak	Abstract
<p>Zakat Fitrah adalah sesuatu ibadah wajib yang akan dilakukan oleh setiap umat Islam apabila menjelmannya bulan yang ditunggu-tunggu oleh seluruh muslim seluruh dunia, iaitu Bulan Ramadan. Pada bulan ini juga merupakan bulan puncak bagi semua amil-amil zakat yang dilantik bagi menyempurnakan ibadah zakat mereka, tidak terkecuali para amil yang berkhidmat di Lembaga Zakat Selangor (LZS). Pada tahun 2018, LZS memperkenalkan satu kempen yang dijelmakan sebagai Galakan Bayaran Zakat Fitrah Mengikut harga beras yang dimakan. Justeru kajian ini dijalankan bagi memperlihatkan keberkesanan kempen galakan berikut, tumpuannya menjurus kepada pembayar zakat fitrah yang membayar zakat fitrah di cawangan. Cawangan yang dipilih menjadi sampel kajian adalah di cawangan Kajang</p>	<p>Zakat Fitrah is a compulsory worship that every Muslim will do when it comes to the waiting, months of all Muslims around the world, the month of Ramadan. This month is also the summit month for all the amil of zakat appointed to complete their charity zakat, no matter the amil who serve on the Selangor Zakat Board (LZS). In 2018, LZS introduced a campaign that was manifested as Fit Zakat Payment Charges Based on the price of rice consumed. Thus, this study was conducted to show the effectiveness of the following promotional campaign, focusing on paying zakat fitrah paying zakat fitrah at the branch. The selected branch of the study was at the Kajang branch and 110 respondents were randomly selected and the data were analyzed using a descriptive approach. The results showed that the majority of respondents chose according to the recommendations suggested</p>

dan 110 responden dipilih secara rawak dan data dianalisis menggunakan pendekatan diskriptif. Hasil kajian ini mendapati majoriti responden memilih menurut galakan yang dicadangkan oleh pihak LZS berdasarkan jenis dan harga beras yang dimakan oleh responden. Kempen ini dianggap berjaya namun pendekatan promosi perlu ditingkatkan untuk memberi kesedaran kepada pembayar zakat fitrah terutama di Selangor. Beberapa implikasi dasar juga turut dibincangkan dalam kajian ini.

Kata kunci: Zakat Fitrah, Galakan, Bayaran Zakat Fitrah, Selangor

by the LZS based on the type and price of rice consumed by the respondents. The campaign is considered to be successful, but the promotion approach needs to be improved to give awareness to the paying zakat fitrah especially in Selangor. Several implications and policy implications are also discussed in this study.

Key Words: Zakat Fitrah, Payment Incentive, Selangor.

PENGENALAN

Umat Islam semestinya amat jelas dengan rukun Islam yang menjadi penunjuk dan tunjang penunjuk arah kehidupan seorang Muslim sejati sebagai persiapannya menempuh alam abadi kelak. Zakat merupakan tunggak ekonomi umat Islam. Kewajipan zakat harta tidak terbatas kepada harta yang disebutkan secara formal atau verbal (*harfiyah*) dalam hadis dan kitab kitab fiqh semata-mata malah ia wajar diperluaskan untuk membangunkan sosio-ekonomi dan pembangunan kerohanian pembayar, penerima agihan dan umat Islam (Mujaini, 2012)

Zakat, jika ditafsirkan secara *al-asl* bermaksud suci, berkat, berkembang dan subur. Zakat secara istilah menurut Hamizul (2011) adalah sebahagian harta diserahkan kepada golongan yang berhak menerimanya menerusi pihak amil yang dilantik tidak melupai syarat yang telah ditentukan. Bahkan Allah SWT juga menegaskan kepentingan berzakat sehinggakan turun petunjuk dari Surah al-Taubah ayat 103 yang bermaksud:

“ambillah zakat daripada harta kekayaan mereka, kamu membersihkan dan menyucikan mereka dengannya.”

(At-Taubah: 103)

Hamizul (2011) pula ada menerangkan serba sedikit mengenai sejarah dan kadar asal pembayaran zakat fitrah. Kadar yang dikenakan pada zaman dahulu menggunakan segantang Baghdad, yang mana menyamai nilai pada masa kini iaitu 2.7kg. Tambahan lagi, mana-mana individu yang memenuhi syarat-syarat yang telah ditetapkan, maka wajiblah zakat ke atasnya. Qardawi (2011) juga menerangkan jatuhnya kewajipan zakat fitrah difardukan seawal tahun ke-2 Hijrah dengan tujuan memberi kegembiraan kepada yang miskin menjelang Idul Fitri.

Lembaga zakat Selangor (LZS) telah diberi amanah oleh Majlis Agama Islam Selangor (MAIS) bagi menguruskan perihal kutipan dan agihan zakat di seluruh negeri selangor. LZS, yang mana dahulunya dilabel Pusat Zakat Selangor telah menjangkau lebih 20 tahun dalam menguruskan pentadbiran zakat secara total. Kini dengan memiliki 25 buah cawangan zakat bagi memudahkan urusan kutipan dan tidak lupa juga agihan zakat disamping mudah didekati oleh orang ramai bagi mendapatkan maklumat dengan lebih mudah. LZS menerusi Jabatan Pengurusan Penolong Amil telah memperkenalkan kempen Bayaran Zakat Fitrah mengikut Harga Beras yang dimakan bagi memberi kesedaran kepada golongan berkemampuan bagi membayar zakat fitrah mengikut kesesuaian pendapatan dan corak kehidupan mereka. Namun ianya bukanlah satu penanda bahawa kempen ini menjadi wajib. Ini kerana kadar asas berdasarkan penetapan daripada Jabatan Mufti Negeri Selangor masih menjadi sandaran utama iaitu RM 7.00 seorang bagi setiap umat Islam di Negeri Selangor.

Galakan ini mula dipromosikan kepada seluruh pelanggan di LZS setelah Jawatankuasa Fatwa Negeri Selangor telah menetapkan tempoh pelaksanaan galakan ini bermula Ramadan 1399 H/2018. Pelaksanaan ini juga mengikut perkiraan mengikut kadar yang ditetapkan oleh Padibernas Nasional Berhad (BERNAS). Rujukan dalil yang disandarkan atas galakan ini adalah menerusi hadith Rasulullah SAW:

'Dari Abi Saïd Al Khudri ra: Sesungguhnya kami di zaman Rasulullah SAW memberinya (membayar zakat fitrah) satu sha' dari makanan yang dimakan, satu sha' dari kurma ...'

(Sahih Bukhari).

Galakan ini mula diterapkan dalam pembayaran zakat fitrah sebagai satu kebajikan bagi golongan yang lebih berkemampuan dan lebih dari kutipan

zakat tersebut akan disalurkan kepada fakir dan miskin. Dengan menerapkan kaedah ini diharapkan memenuhi kehendak di dalam firman Allah SWT yang bermaksud:

“Barangsiapa yang dengan kerelaan hati mengerjakan kebajikan, maka itulah yang lebih baik baginya”

(Al-Baqarah: 184)

Kesedaran terhadap peripentingnya bayaran zakat terutamanya zakat fitrah terhadap sumbangan bagi melestarikan agihan zakat terbukti meningkat. Ini boleh dilihat dari segi peningkatan jumlah pembayar zakat fitrah beserta jumlah bayarannya jika dibandingkan pada tahun 2017 dan 2018. Mengikut rekod tahun 2017 mencatatkan ketipan zakat fitrah secara keseluruhannya sebanyak RM 23.65 juta dengan melibatkan seramai 3.37 juta orang pembayar zakat fitrah di negeri Selangor. Pada tahun 2018 pula berlaku peningkatan sebanyak 7.35 peratus yang mana sejumlah RM 25.38 juta telah berjaya diperoleh hasil kutipan zakat fitrah. Peratusan jumlah pembayar fitrah juga telah meningkat sebanyak 3.78 peratus berbanding tahun sebelumnya melibatkan hampir 3.50 juta pembayar zakat fitrah (Laporan Tahunan Lembaga Zakat Selangor, 2017 & 2018). Kadar dan jenis beras yang telah diperincikan oleh LZS bersama pandangan daripada pihak BERNAS dibentangkan di Jadual 1 bagi memberikan gambaran penuh jenis beras dan kadar yang digalakkan untuk membayar zakat fitrah.

Jadual 1: Kadar bayaran zakat fitrah mengikut pengkelasan jenis beras yang dimakan.

Kumpulan Beras	Jenis Beras	Kadar Bayaran
Kelas 1	Super Spesial Tempatan	RM 7
Kelas 2	Beras Putih Import	RM 14
	Beras Perang	
	Beras Pulut	
	Herba Poni	
Kelas 3	Beras Wangi	RM 14
	Beras Basmati	

Beras Jepun

RM 21

Beras Merah

Sumber: rujukan dari laman sesawang LZS

LZS memberi pengkhususan yang lebih dalam mempromosikan galakan ini agar lebih ramai umat Islam khususnya penduduk di Selangor cakna dengan aktiviti sahaja, bukan setakat agihan sahaja dititikberatkan di dalam perkhidmatan di LZS, malah aspek kutipan zakat juga tidak dipandang enteng. Makhtar dan Wahab (2010) memberi perincian bahawa hebahan media massa adalah penting dalam memberi kesedaran tentang pentingnya berzakat. Antara medium promosi yang digunakapakai oleh LZS dalam menyampaikan maklumat adalah melalui pemasangan kain rentang berkaitan galakan bayaran zakat fitrah di semua cawangan LZS di Selangor. Kaedah ini dapat memberikan informasi dengan lebih meluas kepada lapisan masyarakat yang berdekatan dengan cawangan zakat. Selain itu, pihak masjid utama di setiap daerah juga telah dibekalkan dengan kain rentang kempen galakan ini untuk memperluas promosi di luar dari cawangan zakat sedia ada.

LZS juga bekerjasama dengan pihak MAIS dengan memberikan satu slot pembacaan khutbah solat jumaat khusus menerangkan tentang wujudnya galakan yang sedang hangat dipromosikan pada ketika ini. Langkah ini secara tidak langsung dapat menyebarkan info berkaitan zakat fitrah dan galakan bayaran zakat fitrah melalui beras yang dimakan dengan lebih meluas melaluinya. Ini kerana setiap ketua keluarga diwajibkan untuk menghadiri solat jumaat dan mendengar setiap intipati khutbah yang disampaikan. Seiring dengan kecanggihan teknologi masa kini, LZS juga memacu ke arah mempromosikan galakan ini di alam maya. LZS menggunakan portal rasminya sebagai salah satu medium promosi dengan meletakkan paparan pada skrin utama lawan sesawang tersebut. Di laman web rasmi LZS pengguna boleh memperoleh info zakat serta menjawab segala persoalan berkaitan galakan ini. Bukan itu sahaja, pada tahun ini LZS memperkenalkan satu kaedah baru pembayaran zakat fitrah melalui aplikasi telefon dan dihubungkan kepada mesin resit yang diberi nama “*mobile apps*” yang telah dibangunkan oleh Jabatan Pengurusan Penolong Amil LZS. Kaedah ini hanya digunakan oleh amil masjid sahaja pada ketika ini dan masjid terpilih setiap daerah sahaja diberikan. Kaedah ini digunakan bagi

menampung penggunaan kupon sedia ada dan akan diperkenal kepada semua amil andai kaedah ini memberikan impak positif kepada LZS secara keseluruhannya.

Justeru objektif utama kajian ini lebih memberikan fokus yang mendalam berkenaan keberkesanan aktiviti promosi yang dilaksanakan oleh LZS dalam kempen galakan bayaran zakat fitrah mengikut harga beras yang dimakan. Selain itu, kajian ini juga ingin mengenalpasti sejauh manakan masyarakat menurut kepatuhan kempen galakan bayaran zakat fitrah mengikut harga dan jenis beras yang dimakan. Kajian ini berpusatkan di cawangan zakat yang terpilih iaitu di cawangan kajang, salah satu cawangan di dalam daerah Hulu Langat. Keputusan hasil kajian ini dapat membantu pihak LZS terutamanya dalam meningkatkan kesedaran masyarakat Islam di negeri Selangor untuk membayar zakat fitrah mengikut beras yang dimakan oleh isirumah di masa hadapan.

KAJIAN LEPAS

Secara umumnya, galakan bayaran zakat fitrah mengikut jenis beras yang dimakan merupakan satu tinjauan terbaru yang dikeluarkan oleh LZS sebagai salah satu inisiatif meningkatkan bayaran zakat fitrah dan secara tidak langsung memberikan kesedaran terhadap kepentingan bayaran zakat. Oleh itu, tiada kajian khusus berkaitan galakan ini. Namun, teori zakat fitrah dan promosi zakat ada dibincangkan oleh penyelidik sebelum ini. Tanggungjawab memberikan kesedaran terutamanya berkaitan pelaksanaan zakat fitrah seharusnya digalas oleh setiap manusia, namun pihak pengurusan agama sering disalah anggap sebagai pihak yang bertanggungjawab sepenuhnya. Ini dibuktikan dengan kajian kes oleh Yayha, Fidlizan dan Mohamad (2013) yang menyatakan berlakunya ketirisan dalam bayaran zakat fitrah, sama ada individu tidak membayar zakat fitrah ataupun pembayaran tidak melalui pemerintah, yakni badan yang diberikan amanah mengutip dan mengagihkan zakat, dalam konteks di Selangor dirujuk kepada LZS. Kajian tersebut dibuat antara tahun 1995 hingga 2011 menggunakan naklumat keseluruhan zakat fitrah yang telah dikeluarkan oleh LZS. Penyelidik berpendapat bahawa pertambahan jumlah zakat yang dikutip adalah setimpal dengan petambahan populasi serta meningkatnya kadar bayaran zakat fitrah. Kenyataan ini juga disokong oleh Fidlizan et al. (2015) yang menyatakan didalam kajiannya bahawa bayaran zakat secara terus

masih menunjukkan peningkatan setiap tahun, antara 2003 sehingga 2009. Walau bagaimanapun kajian ini juga tidak boleh menyangkal bahawa bayaran zakat fitrah melalui pentadbiran zakat juga meningkat. Begitu juga ulasan yang diberikan oleh Siti Saufirah, Hairunnizam dan Sanep (2016) yang mana menerangkan ketirisan zakat berlaku di Terengganu khususnya dalam kelompok kadar zakat pertengahan dan maksima. Dapatan kajian menghasilkan satu keputusan yang mana ketirisan kadar zakat maksimum adalah lebih tinggi berbanding ketirisan di Selangor.

Qardawi (2011) dalam penulisannya ada menyatakan bahawa zakat fitrah tidak disyaratkan ke atas harta peribadi mahupun hasil pendapatan, namun dikenakan atas individu Muslim itu sendiri. Secara tidak langsung terdapat perbezaan kecil diantara zakat fitrah dan zakat harta. Ini menjadi satu bukti bahawa bukan seseorang yang berharta sahaja wajib membayar zakat fitrah, malahan sekiranya individu tersebut adalah asnaf atau penerima zakat diwajibkan membayar zakat fitrah untuk diri dan keluarganya. Hairunnizam, Mohd Ali dan Sanep (2005) ada menyatakan bahawa tahap kesedaran terhadap bayaran zakat secara keseluruhannya di tahap yang membimbangkan. Di dalam kajian mereka yang menggunakan sampel rawak sebanyak 2500 responden di Semenanjung Malaysia mendapati bahawa sejumlah 53 peratus daripada jumlah keseluruhan responden masih tidak membayar zakat. Ini merupakan sesuatu yang perlu dirisaukan terutamanya oleh pihak berwajib bagi mengatasi permasalahan ini. Asbab bagi seseorang muslim alpa dalam soal zakat ini boleh dirungkai dalam pelbagai aspek, antara lainnya keyakinan individu tersebut terhadap kredibiliti institusi zakat itu sendiri, tidak kira sama ada dinilai melalui keberkesanan dalam bayaran zakat, mahupun impak pengagihan zakat itu sendiri.

Aspek kepercayaan terhadap institusi zakat juga dibincangkan di dalam kajian Eka dan Dodik (2016) yang memberi hujah bahawa sudut kepercayaan memberikan tindakan yang signifikan terhadap minat muzakki atau pembayar zakat terhadap institusi zakat. Hasil kajian mereka mendapati faktor kepercayaan mempengaruhi secara positif terhadap keinginan masyarakat membayar zakat di institusi zakat selain menitikberatkan aspek keagamaan serta faktor pendapatan. Nilai kepercayaan terhadap institusi zakat dapat memberikan nilai tambah terhadap pembayar zakat dengan memberikan kepercayaan yang tinggi dalam kutipan dan agihan zakat dan akhirnya menjadi sebab muzakki memilih membayar di institusi zakat. Pandangan ini disokong oleh Hairunnizam dan Sanep (2014) didalam

kajiannya yang mana mengambil kira faktor penting yang perlu dipertimbang oleh pihak pengurusan LZS seperti faktor agihan dan imej korporat. Responden yang terlibat terdiri daripada pembayar dan penerima zakat yang diambil daripada kesemua sampel responden di daerah Negeri Selangor.

Khidmat amil zakat di dalam sumbangan peningkatan kutipan dan keberkesanan agihan juga tidak seharusnya dipandang enteng. Ini kerana amil zakat merupakan individu dan badan yang terpilih untuk melaksanakan antara pekerjaan yang dinyatakan dalam Al-Quran. Mereka perlulah seorang amil yang adil, telus dalam menjalankan tanggungjawab dan amanah. Tugas amil sememangnya untuk mengutip dan mengagihkan dana zakat. Hairulfazli dan Azman (2011) ada menyatakan di dalam kajiannya bahawa amil menguruskan setiap proses pemilihan asnaf zakat, daripada penerimaan borang sehinggalah penentuan kelayakan satu-satu permohonan tersebut. Mereka juga perlu mengamalkan sikap bersopan bagi menjaga hubungan bersama anggota masyarakat. Setiap perjalanan setiap organisasi tidak lekang daripada perbincangan berkaitan kaedah promosi yang terbaik bagi meningkatkan kesedaran orang ramai terhadap produk yang mereka sampaikan. Perkara ini juga tidak dapat dipisahkan dengan institusi zakat, khususnya LZS. Muhsin (2014) di dalam penulisannya menyarankan bahawa institusi zakat harus mempergiat usaha dakwah mereka terhadap masyarakat. Institusi zakat juga perlu mengikuti perkembangan teknologi semasa supaya kaedah promosi mereka tidak ketinggalan disamping dapat menarik minat lebih ramai muslim lebih tertarik untuk membayar kepada amil daripada mengagihkan sendiri kepada asnaf. Antara pandangan yang dilontarkan adalah melalui penerbitan buku atau majalah zakat, kemudahan elektronik yang mudah, namun tidak melupai promosi agihan zakat.

METODOLOGI

Kajian yang dijalankan ini mengguna pakai kaedah soal selidik sebagai alat instrumen yang penting dalam kajian bagi mendapatkan respon daripada pembayar zakat fitrah yang berkunjung di LZS cawangan Kajang. Teknik pensampelan kajian adalah menggunakan kaedah pensampelan secara rawak yang melibatkan pembayar zakat serta asnaf zakat yang turut membayar zakat fitrah di kaunter LZS cawangan Kajang, Selangor. Kajian ini telah dilakukan pada bulan Ramadan tahun 2019. Sebanyak 150 borang soal selidik

telah diedarkan dan hanya 110 responden yang lengkap dan dianalisis. Data dianalisis secara deskriptif dengan menggunakan nilai skor dan peratusan.

HASIL KAJIAN

Kesemua hasil kajian yang diperoleh telah disatukan dalam bentuk jadual. Penerangan bagi hasil kajian ini dimulakan dengan maklumat berkaitan demografi responden. Berdasarkan Jadual 2, daripada 110 responden yang diambil, sejumlah 70 orang responden adalah lelaki yang merangkumi 63.6 peratus daripada jumlah keseluruhan responden, manakala baki seramai 40 orang atau 36.4 peratus mewakili perempuan. Majoriti responden berumur antara 21 tahun hingga 30 tahun yang membayar zakat fitrah di cawangan Kajang mewakili peratusan tertinggi iaitu sebanyak 30.9 peratus. Peratusan kedua tertinggi adalah dengan lingkungan umur 31 hingga 40 tahun iaitu sebanyak 27.3 peratus. Kemudian dituruti dengan julat umur 41 hingga 50 tahun dengan mewakili 24.5 peratus. Julat umur 51 tahun dan keatas diisi oleh 13 orang responden iaitu 11.8 peratus dan akhir sekali dibawah umur 20 tahun iaitu sebanyak 5.5 peratus diwakili seramai 6 orang responden. Sejumlah 69 orang responden telah berkahwin manakala bujang, duda atau janda pula merekodkan masing-masing seramai 26 orang dan 15 orang setiap satunya. Jika dilihat melalui tahap Pendidikan pula, seramai 51 orang responden berpendidikan PMR atau SPM, diikuti 27 orang memiliki Diploma, 20 orang memiliki tahap Pendidikan tertingginya adalah Ijazah dan seorang memegang tahap Sarjana atau PhD dalam kalangan responden. Berpanduan hasil kajian juga mendapati sejumlah 44 orang bekerja dalam sektor swasta, 33 orang bekerja sendiri, 13 orang bekerja dalam sektor kerajaan, 5 orang bekerja dengan badan berkanun dan 15 orang masih belum menemui pekerjaan yang sehati dengan diri responden. Tangga gaji atau pendapatan tertinggi yang dimiliki oleh responden adalah antara RM1,001 hingga RM3,000 sekeluarga yang memiliki 52 orang responden. Tangga gaji RM1,000 dan kebawah menghuni tempat kedua dengan 33 orang bersamaan 30 peratus diikuti RM3,001 hingga RM4,000 dengan 14 orang atau 12.7 peratus. Tangga gaji RM5,001 hingga RM7,000 diisi oleh 8 responden iaitu sebanyak 7.3 peratus dan akhir sekali RM7,001 dan keatas menghuni tangga terbawah dengan 2.7 peratus atau 3 orang responden. Pembayaran zakat fitrah adalah berasaskan beras jika dinilai pada zaman Rasulullah SAW. Sehubungan

dengan itu amat penting untuk mengambilkira jenis beras yang dimakana oleh kesemua 110 orang responden. Berdasarkan maklumat hasil kajian yang diperolehi mendapati majoriti besar responden memilih Beras Kelas 1 iaitu Super Spesial Tempatan sebagai pilihan utama responden dengan peratusan tertinggi iaitu 80.9 peratus atau 89 orang. Beras Kelas 2 pula dipilih seramai 15 orang dan jenis beras bagi Kelas 3 pula dibeli seramai 6 orang atau 5.5 peratus daripada jumlah keseluruhan responden.

Jadual 2: Demografi Responden

Item	Bilangan	Peratusan (%)
Jantina:		
Lelaki	70	63.6
Perempuan	40	36.4
Umur:		
Kurang 20 tahun	6	5.5
21 hingga 30 tahun	34	30.9
31 hingga 40 tahun	30	27.3
41 hingga 50 tahun	27	24.5
51 dan ke atas	13	11.8
Status Perkahwinan:		
Bujang	26	23.6
Berkahwin	69	62.7
Duda/Janda	15	13.7
Pendidikan Akademik Tertinggi:		
PMR/SPM	51	46.4
Sijil	11	10.0

Diploma	27	24.5
Sarjana Muda	20	18.2
Sarjana/PhD	1	0.9
Sektor Pekerjaan:		
Kerajaan	13	11.8
Badan Berkanun	5	4.5
Swasta	44	40.0
Bekerja Sendiri	33	30.0
Tidak bekerja	15	13.6
Pendapatan:		
RM1,000 dan ke bawah	33	30.0
RM1,001-RM3,000	52	47.3
RM3,001-RM5,000	14	12.7
RM5,001-RM7,000	8	7.3
RM7,001 dan ke atas	3	2.7
Jenis Beras dimakan		
Super Special Tempatan	89	80.9
Beras Putih Import	3	2.7
Beras Perang	2	1.8
Beras Herba Poni	2	1.8
Beras Wangi	8	7.3
Beras Basmathi	6	5.5
Bayaran Zakat Fitrah:		
RM7 seorang	92	83.6

RM14 seorang	10	9.1
RM21 seorang	8	7.3

Sumber: berdasarkan maklumat soal selidik 2019

Jadual 3 pula menunjukkan lokasi bagi bayaran zakat fitrah yang dibayar sebelum ini sebelum membayar zakat fitrah di cawangan zakat Kajang. Sejumlah 56 orang responden adalah pembayar tetap di cawangan zakat di Kajang dan memberikan peratusan tertinggi iaitu 50.9 peratus berbanding lokasi lain bayaran zakat fitrah. Sebanyak 49 orang responden pula membayar zakat fitrah mereka kepada amil masjid / surau yang dilantik oleh LZS.

Jadual 3: Lokasi Bayaran zakat fitrah

Item	Bilangan	Peratusan (%)
Cawangan LZS	56	50.9
Ejen Bank	1	0.9
Amil Masjid/Surau	49	44.5
Perbankan Internet	2	1.8
Kaunter IPT	1	0.9
Agih sendiri kepada asnaf	1	0.9
Jumlah	110	100.0

Sumber: berdasarkan maklumat soal selidik 2019

Hasil kajian yang dikumpulkan di dalam Jadual 4 pula menunjukkan pengetahuan responden mengenai kempen Galakan Bayaran zakat fitrah mengikut jenis beras yang dimakan. 74 orang responden sememangnya mengetahui berkenaan kempen galakan tersebut. Selebihnya tidak mengetahui keberadaan kempen berkenaan mahupun tidak pasti tentangnya. Ia merangkumi 10 orang atau 9.1 peratus tidak mengetahui kempen ini dan 23.6 peratus mewakili 26 orang pula tidak pasti berkaitan kempen yang dianjurkan ini.

Jadual 4: Kempen Membayar Zakat Fitrah mengikut Beras yang makan

Item	Bilangan	Peratusan (%)
Tahu Kempen tersebut:		
Ya	74	67.3
Tidak	10	9.1
Tidak Pasti	26	23.6
Sumber Maklumat Kempen:		
Banner LZS	15	13.6
Facebook LZS	17	15.5
Radio	5	4.5
Maklumat Pegawai di Kaunter	19	17.3
Surat Khabar	1	0.9
SMS Blast	1	0.9
Portal Rasmi LZS	8	7.3
Hebahan Keluarga/Rakan-Rakan	21	19.1
Khutbah/Ceramah LZS	23	20.9

Sumber: berdasarkan maklumat soal selidik 2019

Nilai kesedaran yang ditimbulkan terhadap kempen galakan ini memperlihatkan pengetahuan dan tahap kepekaan responden terhadap promosi kempen galakan yang diperkenalkan di LZS. Hasil kajian yang diperoleh dan dikumpulkan di dalam Jadual 5 mendapati sebahagian besar responden mengetahui LZS giat mempromosikan kempen galakan ini dan bersetuju dengan langkah Lzs memberi makluman berkenaan galakan ini. Mereka juga tahu bahawa galakan ini hanyalah satu cadangan bayaran dan bukannya menjadi satu kewajipan bagi pembayar zakat fitrah di negeri Selangor mengikutnya. Sungguhpun begitu, walaupun kempen ini hanyalah satu galakan murni, masih ada yang beranggapan bahawa galakan ini akan memberi tekanan kepada kos sara hidup yang menjadi perdebatan hangat

pada masa kini. Responden juga ambil maklum bahawa terdapat 3 kadar zakat fitrah yang diperkenalkan didalam kempen ini iatu sebanyak RM7, RM 14 dan RM 21 seorang. Ini memberikan satu impak kesedaran bahawa pihak pembayar zakat merasai bersama liku dan ranjau yang ditempuh oleh penerima zakat atau asnaf zakat terutamanya asnaf fakir dan miskin. Namun ada juga responden yang merasakan promosi yang dijalankan kini oleh LZS masih kurang dan perlu ditambah baik bagi memestikan kesemua pihak mengetahui wujudnya kempen ini dan secara tidak langsung akan meningkatkan kadar kutipan zakat fitrah di negeri Selangor khususnya.

Jadual 5: Kesedaran terhadap kempen Kempen Membayar Zakat Fitrah mengikut Beras yang makan

Item	Bilangan	Peratusan (%)
Tahu LZS giat kempen galakan tersebut:		
Ya	82	74.5
Tidak	28	25.5
Bersetuju kempen galakan tersebut:		
Ya	109	99.1
Tidak	1	0.9
Bersedia membayar mengikut beras yang dimakan:		
Ya	101	91.8
Tidak	9	8.2
Mengetahui bila galakan tersebut mula dilaksanakan:		
Ya	60	54.5
Tidak	50	45.5
Membayar zakat fitrah mengikut kadar wajib sahaja:		

Ya	79	71.8
Tidak	31	28.2
Galakan ini beri kesedaran kesusahan dialami asnaf:		
Ya	109	99.1
Tidak	1	0.9
Mengetahui kempen ini adalah galakan dan bukan kewajiban:		
Ya	79	68.1
Tidak	31	26.7
Galakan ini perlu diteruskan:		
Ya	108	98.2
Tidak	2	1.8
Galakan ini menambahkan kos sara hidup saya:		
Ya	17	15.5
Tidak	93	84.5
Mengetahui ada 3 kadar zakat fitrah:		
Ya	87	79.1
Tidak	23	20.9
Promosi galakan ini amat kurang:		
Ya	58	52.7
Tidak	52	47.3

Sumber: berdasarkan maklumat soal selidik 2019

Merujuk kepada Jadual 7 berkenaan perkadaran bayaran zakat fitrah dan dibandingkan dengan jenis beras yang dimakan. 89 orang responden

membayar zakat fitrah berasaskan jenis beras kelas 1, kemudian diikuti 15 orang responden menggunakan asas kelas 2 dan 6 orang responden membayar zakat fitrah berdasarkan jenis beras kelas 3. Bersandarkan jadual yang sama, 92 orang responden membayar zakat fitrah dengan nilai RM 7, 10 orang responden membayar zakat fitrah sebanyak RM 14 seorang dan 8 orang bersetuju membayar RM 21 seorang bagi ahli keluarga mereka.

Jadual 7: Bayaran Zakat Fitrah dan beras yang dimakan

Beras yang dimakan	Bayaran zakat fitrah			Jumlah
	RM7 seorang	RM14 seorang	RM21 seorang	
Kelas 1	83 (90.2)	3 (30.0)	3 (37.5)	89
Kelas 2	9 (9.3)	6 (60.0)	0 (0.0)	15
Kelas 3	0 (0.0)	1 (10.0)	5 (62.5)	6
Jumlah	92	10	8	110

Nota: () peratusan daripada jumlah responden

Sumber: berdasarkan maklumat soal selidik 2019

Jadual 8 pula menunjukkan pecahan angka pengetahuan responden mengikut pengkelasan berbeza, iaitu jenis beras bagi kelas 1, 2, dan 3. Seramai 87 orang responden mengetahui kempen tersebut dan baki 23 orang responden lagi membayar zakat fitrah di cawangan dengan tidak mengetahui kempen ini. Bagi yang tahu kempen ini, seramai 71 orang membayar zakat berkadaran RM 7 seorang, 9 orang membayar RM 14 seorang dan 7 orang membayar RM 21 seorang. Bagi responden yang tidak mengetahui kempen ini pula seramai 21 orang membayar RM7 seorang, diikuti masing-masing seorang pembayar RM 14 dan RM 21 bagi seorang.

Jadual 8: Mengetahui Kempen, Bayaran Zakat fitrah dan beras yang dimakan

Mengetahui Kempen	Beras yang dimakan	Bayaran zakat fitrah			Jumlah
		RM7 seorang	RM14 seorang	RM21 seorang	
Ya	Kelas 1	67	3	2	72
		(94.4)	(33.3)	(28.6)	
	Kelas 2	4	5	0	9
		(5.6)	(55.6)	(0.0)	
	Kelas 3	0	1	5	6
		(0.0)	(11.1)	(71.4)	
Jumlah		71	9	7	87
Tidak	Kelas 1	16	0	1	17
		(76.2)	(0.0)	(100.0)	
	Kelas 2	5	1	0	6
		(23.8)	(100.0)	(0.0)	
Jumlah		21	1	1	23

Nota: () peratusan daripada jumlah responden

Sumber: berdasarkan maklumat soal selidik 2019

Jadual 9 memperlihatkan pecahan lokasi bayaran zakat fitrah yang dibuat sebelum ini dan jenis bayaran mengikut kelas jenis beras. Daripada 92 responden yang membayar RM 7 seorang bagi zakat fitrah untuk keluarganya, 44 orang adalah pembayar sedia ada di cawangan manakala 44 orang mengubah haluan bayaran daripada amil masjid kepada cawangan zakat. Begitu juga seorang responden yang membayar zakat fitrah melalui persendirian dan juga melalui kaunter IPT kepada bayaran di cawangan zakat Kajang. Bagi pembayar RM 14 seorang pula hadir daripada 6 orang pembayar sedia ada serta 3 orang daripada amil masjid sebelum ini. Situasi yang sama berlaku kepada responden yang membayar RM 21 seorang yang mana 6 orang daripada pembayar zakat di cawangan dan selebihnya 2 orang membayar pada amil masjid atau surau.

Jadual 9: Lokasi Bayaran Zakat Fitrah, Bayaran Zakat fitrah dan beras yang dimakan

Lokasi	Beras yang dimakan	Bayaran zakat fitrah			Jumlah
		RM7 seorang	RM14 seorang	RM21 seorang	
Cawangan LZS	Kelas 1	39 (88.6)	2 (33.3)	1 (16.7)	42
	Kelas 2	5 (11.4)	3 (50.0)	0 (0.0)	8
	Kelas 3	0 (0.0)	1 (16.7)	5 (83.3)	6
	Jumlah	44	6	6	56
Ejen Bank	Kelas 1	1			1
Amil Masjid/Surau	Kelas 1	40 (90.9)	1 (33.3)	2 (100.0)	43
	Kelas 2	4 (9.1)	2 (66.7)	0 (0.0)	6
	Jumlah	44	3	2	49
Perbankan Internet	Kelas 1	1 (100.0)	0 (0.0)		1
	Kelas 2	0 (0.0)	1 (100.0)		1
	Jumlah	1	1		2
Kaunter IPT	Kelas 1	1 (100.0)			1

Agih Sendiri	Kelas 1	1 (100.0)			1
Jumlah		92	10	8	110

Nota: () peratusan daripada jumlah responden
 Sumber: berdasarkan maklumat soal selidik 2019

Akhir sekali, kesan medium promosi yang berjaya menarik pembayar diperlihatkan kepada responden yang membayar zakat fitrah di cawangan zakat di Kajang. Di dalam pelbagai kaedah yang diterapkan LZS untuk mempromosikan galakan bayaran zakat fitrah mengikut jenis beras yang dimakan, kaedah penyampaian maklumat melalui ceramah dan khutbah jumaat menjadi pilihan 23 responden yang mana iainya merupakan medium tertinggi yang dipilih didalam hasil kajian. Hebahan rakan dan keluarga yang mengetahui tentang kempen ini dipilih oleh 21 orang responden, diikuti maklumat daripada pegawai cawangan tersebut dengan 19 orang. Seiring dengan zakan teknologi yang pesat membangun ini, seramai 17 orang responden mengetahuinya melalui mesia sosial milik LZS yang dikendalikan sendiri oleh Jabatan Komunikasi Korporat LZS. Tidak ketinggalan pengaruh kain rentang dipasang di setiap cawangan di Selangor, tidak terkecuali dari cawangan Kajang yang mana memperoleh 15 orang responden yang bertindak balas kesan daripada maklumat yang tertera pada kain rentang. Baki 8 responden memilih kaedah semakan di portal rasmi LZS, 2 orang responden mengetahuinya melalui penyabaran radio dan seorang memperoleh info daripada sistem pesanan masej atau “SMS” berkenaan galakan ini (Lihat Jadual 10).

Jadual 10: Medium promosi, Bayaran Zakat fitrah dan beras yang dimakan

Medium	Beras yang dimakan	Bayaran zakat fitrah			Jumlah
		RM7 seorang	RM14 seorang	RM21 seorang	
Banner LZS	Kelas 1	11 (78.6)			11
	Kelas 2	3			3

	Kelas 3		1 (100.0)	1
	Jumlah	14	1	15
Facebook LZS	Kelas 1	11 (91.7)	2	13
	Kelas 2	1	2 (100.0)	3
	Kelas 3		1 (33.3)	1
	Jumlah	12	2	3
	Jumlah	12	2	3
Radio	Kelas 1	2 (50.0)		2
	Kelas 2	2	1 (100.0)	3
	Jumlah	4	1	5
Makluman Pegawai Kaunter	Kelas 1	18 (100.0)		18
	Kelas 3		1 (100.0)	1
	Jumlah	18	1	19
Surat khabar	Kelas 1	1		1
	Jumlah	1		1
SMS blast	Kelas 1		1	1

	Jumlah		1	1	
Portal Rasmi LZS	Kelas 1	5 (83.3)	1	6	
	Kelas 2	1		1	
	Kelas 3		1	1	
	Jumlah	6	2	8	
Hebahan Keluarga/Rakan	Kelas 1	16 (88.9)	1	1	18
	Kelas 2	2	1 (50.0)		3
	Jumlah	18	2	1	21
Khutbah/Ceramah LZS	Kelas 1	19 (100.0)			19
	Kelas 2		2 (100.0)		2
	Kelas 3			2 (100.0)	2
	Jumlah	19	2	2	23

Nota: () peratusan daripada jumlah responden

Sumber: berdasarkan maklumat soal selidik 2019

PERBINCANGAN DAN IMPLIKASI DASAR

Implikasi dasar yang boleh ditambah baik adalah dengan mempergiat usaha mempromosikan kempen dengan lebih meluas. Salah satu cadangan adalah dengan memberikan peringatan melalui sistem pesanan ringkas atau "sms blast". Kaedah ini boleh dipraktikkan kerana setiap individu memiliki

sekurang-kurangnya sebuah telefon setiap orang. Langkah ini membolehkan setiap individu beragama Islam cakna tentang bayaran zakat fitrah pada bulan Ramadhan. Secara berterus terang, ada individu yang hadir ke kaunter selepas bulan Ramadan dan memberikan satu pertanyaan berkenaan bayaran zakat fitrah pada waktu tersebut. Disini memperlihatkan bahawa masih ada ruang penambahbaikan pada LZS untuk memberi kesedaran kepada setiap muslim di Selangor peri pentingnya bayaran zakat fitrah pada diri dan keluarga mereka.

Selain itu, penghuraian permasalahan zakat didalam ceramah dan khutbah jumaat perlu diteruskan, bukan sahaja tertumpu pada bulan-bulan tertentu sahaja iaitu bulan Ramadhan dan Disember. Dengan cadangan ini memberikan informasi secara berterusan kepada Jemaah dan secara tidak langsung mereka akan cakna berkenaan isu dan maklumat berkenaan zakat. Hebahan zakat melalui forum perdana ataupun kuliah anjuran masjid dan surau juga boleh diketengahkan dalam usaha murni penghebahan ilmu zakat kepada masyarat. Pegawai LZS khususnya dalam promosi zakat turun padang memberikan ceramah dan informasi berkenaan zakat serta menyediakan satu platform untuk orang ramai mengutarakan pertanyaan dan kemusykilan mereka berkenaan zakat, sama ada merangkumi kutipan mahupun agihan zakat. Pendekatan masuk ke kampung di pedalaman juga amat disarankan memandangkan masyarakat luar bandar mempunyai akses terhadap dalam segala aspek, baik pendedahan ilmu mahupun lokaliti masjid dan surau yang jauh.

Mengambil langkah kearah Revolusi Industri 4.0, pihak LZS juga perlu proaktif dalam memastikan segala maklumat berkenaan data zakat dapat diakses dengan mudah oleh semua pengguna. Penglibatan promosi dengan lebih berkesan boleh dijalankan dengan menyebarkan kempen galakan menerusi media sosial yang sering digunapakai sebagai medium penyampaian maklumat oleh generasi masa kini. Pendedahan kepada amil-amil masjid dan surau berkenaan info zakat juga perlu dititikberatkan kepada mereka. Ini kerana mereka menjadi antara pilihan utama selepas bayaran di cawangan zakat. Mereka perlu diberi latihan lanjutan bukan hanya latihan berkenaan cara mengutip zakat dan pelaporan fitrah sahaja, malah perlu tahu nas mewajibkan zakat serta serba sedikit berkenaan perihal sejarah zakat difatwakan. Informasi berkenaan agihan zakat juga perlu disebarluaskan kepada mereka dalam usaha menyebarkan dakwah zakat kepada ahli kariah mereka. Langkah ini perlu kerana amil masjid dan surau yang dilantik ini

sedikit sebanyak mencerminkan identiti serta perantara diantara institusi zakat dengan masyarakat.

Pegawai zakat yang menggalas tugas mengutip dan mengagih zakat juga tidak terkecuali dalam bimbingan ilmu zakat terhadap masyarakat umum di luar sana. Dalam kesibukan mencari kelompok asnaf zakat, tidak dilupa juga saling mengingatkan tentang kewajipan mereka berzakat, terutamanya yang telah menerima bantuan daripada pihak zakat, khususnya LZS. Ada antara penerima zakat ini mengandaikan bahawa kewajipan berzakat keatas mereka telah gugur dek kerana mereka dilabel penerima bantuan zakat. Stigma ini harus dibentuk semula oleh pegawai zakat dalam memberi kesedaran dan penyampaian ilmu kepada asnaf zakat. Asnaf zakat perlu disantuihi, namun perlu juga diberi didikan tentang agama dengan lebih mendalam kerana merasa kemiskinan juga berada diantara jurang kekufuran seperti yang terdapat dalam sabda Rasulullah SAW. Asnaf zakat juga diuji oleh Allah SWT dengan kemiskinan untuk menguji nilai sabar dan syukur terhadap apa yang dihadapinya, sama seperti orang kaya yang diuji untuk melihat sejauh mana ketaqwaannya menerusi harta yang diberikan oleh-Nya.

KESIMPULAN

Boleh dirumuskan bahawa langkah dan kaedah promosi yang dijalankan oleh LZS sedikit sebanyak berjaya menyebarkan informasi serta memenuhi objektif utama perlaksanaan kempen galakan bayaran zakat fitrah mengikut jenis beras yang dimakan. Ini kerana sebahagian besar responden yang diambil maklum berkenaan kempen galakan tersebut walaupun ada yang mengikutinya dan ada yang memilih sebaliknya. Didikan dan pemakluman diperingkat awalan bukan sahaja perlu diteruskan, malah perlu ditambah baik oleh pihak bertanggungjawab di LZS supaya tahap kesedaran pembayar zakat terutama pembayar zakat fitrah. Penetapan kadar minima RM 7 bagi seorang muslim tidak menghalang kempen ini dari terus dilaksanakan di negeri Selangor. Galakan bersedekah dan mengejar imbuhan pahala menjadi antara intipati dan hikmah perlaksanaan kempen galakan bayaran zakat fitrah mengikut jenis beras yang dimakan. Pembayar zakat fitrah di Selangor juga boleh mengharapkan barakah dari lebihan bayaran wajib yang dilaksanakan dengan mengharapkan keredhaan dari Allah S.W.T. Secara tidak langsung memberikan dana tambahan kepada institusi zakat dalam usaha meninggikan darjat asnaf zakat bagi bersama-sama meraikan Idul fitri

dalam keadaan yang mencukupi dan gembira bersama-sama pembayar zakat. Oleh hal yang demikian, jelaslah bahawa medium promosi kempen galakan bayaran zakat fitrah mengikut jenis beras yang dimakan dapat memberikan impak positif dalam menimbulkan kesedaran bayaran zakat mengikut kemampuan diri serta keluarga. Selain diharap dapat mengurangkan jurang dari aspek pengetahuan umum dalam aspek zakat, galakan ini juga dapat membina kesedaran kepentingan bayaran zakat bukan sahaja memenuhi rukun Islam yang lima, malah menzahirkan rasa empati terhadap asnaf zakat yang bersusah payah mencari sesuap nasi untuk keluarga mereka.

RUJUKAN

Al-Quran al karim.

Eka Sastro dan Dodik Siswantoro (2016) *Analisis Faktor Pendapatan, Kepercayaan dan Religiusitas Dalam Mempengaruhi Minat Muzakki Untuk Membayar Zakat Penghasilan Melalui Lembaga Amil Zakat* Simposium Nasional Akuntansi X1X, Lampung.

Fidlizan, Mohd Yahya, Azila Abdul Razak, Salwa Amirah (2015) *Ketirisan Bayaran Zakat Fitrah Terhadap Institusi Formal di Malaysia*, Sains Humanika, Vol 5, No 1, 27-32.

Hairullfazli Mohammad Som & Azman Ab Rahman (2011) *Konsep Amil dan Peranannya dalam Pengurusan Zakat Kajian Syariah dan Undang-undang*, 3(1): 1-17.

Hairunnizam Wahid & Sanep Ahmad (2014) *Faktor Mempengaruhi Tahap Keyakinan Agihan Zakat: Kajian Terhadap Masyarakat Islam di Selangor* Jurnal Ekonomi Malaysia, 48(2) 41-50.

Hairunnizam Wahid, Mohd Ali Mohd Noor, Sanep Ahmad (2005) *Kesedaran Membayar Zakat: Apakah Faktor Penentunya?* International Journal of Management Studies, 12(2) pp.171 – 189.

Hairunnizam Wahid, Sanep Ahmad (2014) *Faktor Mempengaruhi Tahap Keyakinan Agihan Zakat: Kajian Terhadap Masyarakat Islam di Selangor*, Jurnal Ekonomi Malaysia 48(2) 41-50.

Hamizul Abdul Hamid (2011). *Zakat Terapi Kekayaan*. Karya Bestari Sdn Bhd. Laporan Tahunan Lembaga Zakat Selangor 2017.

Laporan Tahunan Lembaga Zakat Selangor 2018.

Lembaga Zakat Selangor www.zakatselangor.com.my.

Makhtar, S., & Wahab, A. A. (2010) *Pengurusan Zakat di Negeri Selangor: Isu dan Cabaran*. Prosiding Konvensyen Kebangsaan Perancangan & Pengurusan

Harta dalam Islam, Jabatan Syariah Fakulti Pengajian Islam, Bangi: UKM, 2010: 1-33.

Mohd Yahya, Fidlizan, Mohamad Ali (2013) *Kepatuhan Membayar Zakat : Analisis Kutipan Dan Ketirisan Zakat Fitrah di Selangor*, Jurnal Syariah, Jil 21, Bil 2(2013) 191-206.

Muhsin Nor Paizin (2014) *Perlaksanaan Zakat di Wilayah Persekutuan: Satu Pemerhatian terhadap Operasi Kutipan dan Agihan Zakat*. Jurnal Hadhari 6(2) 97 – 111.

Mujaini Tarimin (2012) *Zakat Al-Mal Al-Mustafad: Amalan dan Pengalaman Malaysia*. Kuala Lumpur: IzshenVentures Sdn Bhd

Qardawi, Yusof (2011) *Fiqh al-Zakat: A Comprehensive Study of Zakah Regulation and Philosophy in the Light of the Quran and Sunnah*. Angkatan Edaran Enterprise Sdn Bhd.

Siti Saufirah Mohd Tahir, Hairunnizam Wahid & Sanep Ahmad (2016) *Kepatuhan Membayar Zakat Fitrah: Analisis Kutipan dan Ketirisan Pembayaran Zakat Fitrah di Terengganu* Jurnal Pengurusan dan Penyelidikan Fatwa Vol7 64 – 74.