



## INTERNATIONAL RESEARCH JOURNAL OF SHARIAH, MUAMALAT AND ISLAM (IRJSMI)

[www.irjsmi.com](http://www.irjsmi.com)



# GELAGAT KEPATUHAN ZAKAT PERNIAGAAN DALAM KALANGAN PERUSAHAAN KECIL DAN SEDERHANA DI WILAYAH PERSEKUTUAN

## *BUSINESS ZAKAT COMPLIANCE BEHAVIOR AMONG SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES IN FEDERAL TERRITORY*

Zainol Bidin<sup>1\*</sup>, Marlina Mat Jais<sup>2</sup>, Saliza Abdul Aziz<sup>3</sup>, Idawati Ibrahim<sup>4</sup>

<sup>1</sup> Pusat Pengajian Perakaunan Tunku Puteri Intan Safinaz, Universiti Utara Malaysia, Malaysia

Email: b.zainol@uum.edu.my

<sup>2</sup> Lembaga Hasil Dalam Negeri, Malaysia

Email: marlina.m@hasil.gov.my

<sup>3</sup> Pusat Pengajian Perakaunan Tunku Puteri Intan Safinaz, Universiti Utara Malaysia, Malaysia

Email: saliza@uum.edu.my

<sup>4</sup> Pusat Pengajian Perakaunan Tunku Puteri Intan Safinaz, Universiti Utara Malaysia, Malaysia

Email: idawati@uum.edu.my

\* Corresponding Author

### Article Info:

#### Article history:

Received date: 20.12.2022

Revised date: 15.01.2023

Accepted date: 23.02.2023

Published date: 07.03.2023

#### To cite this document:

Bidin, Z., Mat Jais, M., Aziz, S. A., & Ibrahim, I. (2023). Gelagat Kepatuhan Zakat Perniagaan Dalam Kalangan Perusahaan Kecil Dan Sederhana Di Wilayah Persekutuan. *International Research of Shariah, Muamalat and Islam*, 5 (13), 01-14.

DOI: 10.35631/IRJSMI.513001.

This work is licensed under [CC BY 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)



### Abstrak:

Zakat jenis perniagaan merupakan penyumbang kedua tertinggi di Wilayah Persekutuan, Kuala Lumpur. Namun, hasil kutipan zakat perniagaan masih memuaskan berbanding dengan jumlah perusahaan kecil dan sederhana (PKS) di Wilayah Persekutuan Kuala Lumpur. Justeru, objektif kajian ini adalah untuk menyiasat faktor-faktor yang mempengaruhi gelagat kepatuhan zakat perniagaan oleh pengusaha PKS. Teori Gelagat Terancang (TGT) digunakan dalam pembentukan rangka kerja kajian. 401 borang soal selidik telah dianalisa dengan menggunakan regresi berganda (*multiple regression*). Lima pemboleh ubah bebas mempengaruhi niat gelagat kepatuhan pembayar zakat perniagaan iaitu sikap, norma subjektif, persepsi terhadap agihan zakat, kredibiliti pusat zakat dan peranan amil zakat ( $R^2 = 0.494$ ). Daripada tiga pemboleh ubah tambahan terhadap TGT, hanya dua yang menunjukkan nilai hubungan regresi yang signifikan yang dinamakan sebagai kredibiliti pusat zakat dan peranan amil zakat. Sementara itu, pemboleh ubah kepuasan pelanggan menunjukkan regresi yang tidak signifikan terhadap niat gelagat kepatuhan pembayar zakat. Gelagat kepatuhan zakat turut dipengaruhi oleh niat gelagat kepatuhan pembayar zakat ( $R^2 = 0.299$ ). Secara keseluruhannya, enam pemboleh ubah memainkan peranan penting dalam aspek gelagat kepatuhan zakat perniagaan dan terdapat tiga pemboleh ubah tambahan yang perlu diberi perhatian dalam

kajian akan datang. Pihak berkuasa zakat seharusnya memberi perhatian khusus terhadap setiap keputusan kajian bagi mencari jalan penyelesaian terhadap isu kepatuhan zakat perniagaan PKS (Mikro) di Wilayah Persekutuan Kuala Lumpur.

**Kata Kunci:**

Teori Gelagat Terancang, Kredibiliti Pusat Zakat, Peranan Amil Zakat

**Abstract:**

Business-type Zakat is the second highest contributor in the Federal Territory, Kuala Lumpur. However, business zakat collection results are still satisfactory compared to the number of small and medium enterprises (SMEs) in the Federal Territory of Kuala Lumpur. Thus, the objective of this study is to investigate the factors that influence business zakat compliance behavior by SME entrepreneurs. The Theory of Planned Behavior (TPB) was used in the formation of the research framework. 401 questionnaires were analyzed using multiple regression. Five independent variables influence the behavioral intention of business zakat payers: attitude, subjective norm, perception of zakat distribution, the credibility of zakat center, and the role of amil zakat ( $R^2 = 0.494$ ). Of the three additional variables to TPB, only two showed a significant regression relationship value named as the credibility of the zakat center and the role of amil zakat. Meanwhile, the customer satisfaction variable shows a non-significant regression in the intention of the zakat payer's compliance behavior. Zakat compliance behavior is also influenced by the zakat payer's compliance behavior intention ( $R^2 = 0.299$ ). In total, six variables play an important role in aspects of business zakat compliance behavior and there are three additional variables that need to be paid attention to in future studies. The zakat authorities should pay special attention to each study result to find a solution to the zakat compliance issue of SMEs (Micro) in the Federal Territory of Kuala Lumpur.

**Keywords:**

Theory of Planned Behavior, Credibility of Zakat Center, Role of Zakat Amil

## Pendahuluan

Pentadbiran dan Pengurusan zakat di Malaysia diuruskan oleh pusat-pusat zakat yang ditubuhkan di setiap negeri yang keseluruhannya terdapat 14 buah negeri. Pentadbiran dan pengurusan zakat terletak di bawah kuasa pihak berkuasa zakat negeri masing-masing. Pejabat zakat di setiap negeri zakat berperanan untuk mempromosi, mengutip dan mengagih zakat. Peranan utama pejabat zakat adalah memberi bantuan kepada golongan fakir dan miskin dan tidak terkecuali kepada para asnaf yang lain mengikut garis panduan yang ditetapkan oleh syarak. Zakat bertujuan menyucikan harta dan diri daripada sifat tamak dan bakhil. Allah SWT telah menetapkan kewajipan berzakat bagi tujuan mencapai kesejahteraan ummah. Dalam Islam, hubungan persaudaraan sesama manusia adalah suatu yang diwajibkan oleh Allah demi kepentingan hidup manusia bersama (Al-Quran 49:10). Peranan lain yang harus dimainkan oleh pejabat zakat adalah untuk membantu menyelesaikan masalah sosial seperti membanteras kemiskinan dan menyediakan satu sistem keselamatan sosial kepada umat Islam. Hal ini dapat dilaksanakan melalui perkongsian lebih harta bagi yang kaya atau mampu kepada yang miskin atau yang berhak. Di samping itu, tujuan zakat adalah untuk mengurangkan bebanan asnaf terutamanya dalam memenuhi keperluan asas dan juga untuk mengurangkan

kebergantungan terhadap bantuan zakat semata-mata dalam jangka masa panjang. Wang zakat juga boleh dikembangkan melalui aktiviti pelaburan bagi tujuan pembangunan sosioekonomi berdasarkan kepada hukum syarak dan pendapatan tersebut boleh menyumbang kepada kesejahteraan asnaf itu sendiri. Umumnya, zakat terbahagi kepada dua kategori utama, iaitu zakat fitrah dan zakat harta. Zakat fitrah merupakan zakat diri yang difardukan ke atas setiap individu Islam yang berkemampuan dengan syarat-syarat yang ditetapkan. Manakala zakat harta pula perlu dibayar mengikut syarat dan terbahagi kepada beberapa kategori harta seperti zakat emas, perak, wang simpanan, pertanian, ternakan, galian dan perniagaan (Yusof Qardhawi, 2005). Zakat harta wajib dibayar apabila harta mencapai *haul* dan *nisab* yang telah ditentukan dan mengikut syarat-syarat ditetapkan. Justeru, hasil kutipan zakat perlu ditingkatkan dari semasa ke semasa kerana ia merupakan sumber utama bagi meringankan beban umat Islam yang memerlukan serta membangunkan ekonomi umat Islam.

Dalam konteks zakat perniagaan, ianya wajib ditunai hasil daripada harta perniagaan sama ada yang melibatkan barangan atau perkhidmatan setelah memenuhi syarat-syarat yang telah ditetapkan. Berdasarkan laporan Pusat Pungutan Zakat Wilayah Persekutuan Kuala Lumpur (PPZ-WPKL, 2020), pelbagai program telah dan sedang dilaksanakan termasuk kesedaran tanggungjawab berzakat, dakwah dan promosi serta pengurusan pusat zakat bagi meningkatkan hasil kutipan zakat. Bagaimanapun, hasil kutipan zakat perniagaan berbanding jumlah perniagaan masih belum mencapai tahap yang memuaskan. Fenomena ini kerap dibincangkan dan diperdebatkan secara ilmiah dalam pelbagai platform. Menurut Alias (2011), setiap pusat berpotensi untuk meningkatkan kutipan zakat terutama segmen zakat perniagaan. Selain itu, tahap kepatuhan pembayar zakat dalam kalangan peniaga Islam di Kuala Lumpur masih lagi berada pada tahap yang rendah dan memerlukan perhatian oleh pusat zakat. Hal ini dinyatakan oleh Timbalan Ketua Pegawai Eksekutif Pusat Pungutan Zakat Majlis Agama Islam Wilayah Persekutuan (PPZ-MAIWP) Abdul Hakim Amir Osman di mana dianggarkan 70 peratus peniaga kecil di Kuala Lumpur tidak membayar zakat perniagaan, dan 30 peratus sahaja peniaga kecil yang berbuat demikian (Bernama, 2013). Laporan kutipan zakat PKS mikro di Kuala Lumpur antara tahun 2014 hingga 2017 jelas menunjukkan penurunan peratusan pembayar zakat (PPZ-WPKL, 2017). Fenomena kurangnya kepatuhan ini juga berlaku di negeri-negeri lain. Umpamanya, Kajian yang dilaporkan oleh Syahirah dan Fadilah (2019), kutipan zakat perniagaan di Negeri Sembilan tidak setanding dengan jumlah pendapatan yang diperoleh PKS.

Ada dua kaedah pembayaran zakat perniagaan, iaitu melalui saluran rasmi pejabat zakat negeri atau tidak rasmi, iaitu melalui pengagihan secara terus kepada para asnaf. Muhamad Uzair dan Nasir (2015) mendapati para peniaga lebih cenderung untuk melakukan pengagihan zakat secara terus kepada para asnaf dan bukannya melakukan pembayaran kepada pejabat zakat negeri. Sehubungan itu, kurangnya kepatuhan terhadap pembayaran zakat ini perlulah dikaji bagi mencari punca kepada fenomena tersebut. Umpamanya faktor persepsi individu seperti sikap, norma subjektif dan lain-lain elemen dalam kawalan atau di luar kawalan pembayar zakat itu sendiri yang berkemungkinan mempengaruhi tahap kepatuhan pembayar zakat. Menurut kajian Khairul Azhar (2019), antara faktor persepsi individu yang mempengaruhi tahap pematuhan zakat ialah kualiti perkhidmatan urus tadbir yang baik. Ini selari dengan pemboleh ubah kajian ini yang dimasukkan ke dalam kawalan gelagat tertanggap. Kajian Muhammad Norazam et al. (2019) turut memberi pandangan yang sama terhadap persepsi individu dalam pematuhan zakat. Dalam kajiannya, pengetahuan individu yang diperolehi daripada usaha dakwah Majlis agama Islam Melaka dapat menimbulkan tahap kesedaran yang

tinggi dalam kalangan individu pembayar zakat terhadap pematuhan bayaran zakat melalui saluran yang disediakan. Menurut Hashimah dan Amizawati (2018) pula faktor persepsi individu mempunyai hubungan yang signifikan terhadap tahap pematuhan pembayar zakat pendapatan berdasarkan pengaruh faktor persekitaran. Kajian ini meletakkan kepentingan faktor dalaman dan luaran individu dalam menilai gelagat kepatuhan zakat perniagaan. Maka, faktor persepsi individu ini memerlukan penjelasan dan kajian terperinci bagi merungkakan permasalahan kepatuhan pembayaran zakat kepada pusat zakat. Justeru, objektif kajian ini adalah untuk mengenal pasti sama ada; 1) faktor sikap, norma subjektif, pengetahuan zakat, persepsi terhadap agihan zakat, kepuasan pelanggan, kredibiliti pusat zakat, peranan amil zakat terhadap niat gelagat kepatuhan pembayar zakat perniagaan dan 2) faktor niat gelagat kepatuhan pembayar zakat terhadap gelagat kepatuhan pembayar zakat perniagaan PKS di Wilayah Persekutuan Kuala Lumpur.

## Kajian Literatur

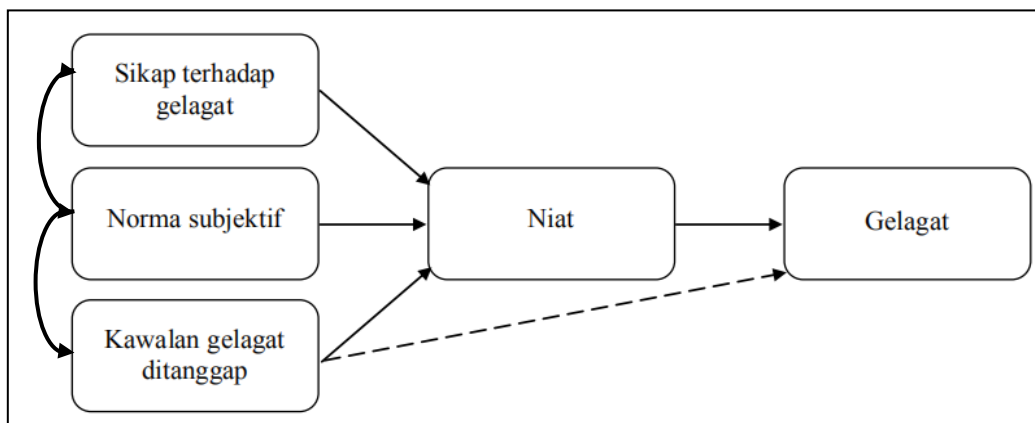
### *Gelagat Kepatuhan Zakat*

Terdapat banyak kajian lampau yang dijalankan berkaitan dengan bidang zakat seperti pentadbiran dan pengurusan zakat, keberkesanan kutipan dan agihan zakat, kepatuhan zakat, zakat dalam aspek ekonomi dan sebagainya. Menurut Ostroff (1993) setiap keputusan organisasi sangat dipengaruhi oleh persepsi dan gelagat individu. Keadaan ini menunjukkan kajian gelagat kepatuhan membayar zakat oleh entiti (perniagaan) adalah amat berkait dengan kajian gelagat kepatuhan individu. Dengan demikian kedudukan imej korporat, kualiti perkhidmatan disediakan oleh pusat zakat, dan juga fatwa zakat sangat mempengaruhi gelagat kepatuhan membayar zakat Hairunnizam et al. (2016) mendapati bahawa terdapat hubungan yang kuat antara usahawan Islam dengan kecenderungan mereka untuk mempromosikan perniagaan mereka dan imej korporat. Terdapat juga kajian lain yang mengkaji faktor yang mungkin menyumbang kepada kelakuan pematuhan membayar zakat dalam kalangan entiti perniagaan. Adibah (2016) mendedahkan 24 faktor yang berkaitan dengan pembayaran zakat dan menggabungkan faktor-faktor ini kepada tiga (3) kategori utama, iaitu faktor organisasi, faktor-faktor kerajaan dan faktor-faktor dalaman. Menurut Adibah (2016) faktor paling penting yang mempengaruhi pembayaran zakat ialah faktor pengurusan pusat zakat kerana ini mempunyai pengaruh yang besar terhadap faktor kerajaan dan dorongan dalaman syarikat. Kajian gelagat dalam bidang zakat telah banyak dikaji oleh para penyelidik terdahulu (Farah Mastura dan Zainol, 2015; Ram et al., 2010; Zainol, Kamil, & Faridahwati, 2009). Gelagat kepatuhan zakat dalam kajian ini memfokuskan kepada gelagat pembayaran zakat melalui pusat zakat. Gelagat kepatuhan zakat ini telah menggunakan teori gelagat terancang dimana pemboleh ubah utamanya terdiri daripada sikap, norma subjektif, kawalan gelagat ditanggap, niat dan gelagat. Banyak kajian lalu menggunakan teori tersebut dalam persekitaran lain seperti pemilihan bank Islam dan produk bank Islam (Amin et al., 2011; Wahyuni, 2012), pemilihan produk halal (Lada et al., 2009; Mukhtar et al., 2018), percukaian (Bobek & Hatfield, 2003; Shalihen, 2011).

### *Teori Gelagat Terancang*

Teori Gelagat Terancang (TGT) merupakan satu model umum dalam bidang psikologi sosial yang telah digunakan secara meluas bagi menerangkan gelagat dalam pelbagai persekitaran manusia. Teori ini merupakan lanjutan daripada Teori Tindakan Beralasan (TTB). TTB menjelaskan bahawa gelagat manusia dipengaruhi oleh sikap terhadap gelagat dan norma subjektif secara tidak langsung. Teori ini juga mencadangkan bahawa gelagat ditentukan oleh

niat seseorang. Niat gelagat dihubungkan oleh dua (2) faktor iaitu sikap individu terhadap gelagat dan norma subjektif terhadap gelagat. Sikap pula terhasil daripada faktor kepercayaan dan penilaian manakala norma subjektif terhadap gelagat terhasil daripada faktor kepercayaan terhadap norma dan motivasi individu untuk meniru gelagat. TTB kemudian diperkembangkan dengan penambahan satu pemboleh ubah iaitu kawalan gelagat ditanggap. Kawalan gelagat ditanggap menjurus kepada keyakinan individu dalam melaksanakan atau tidak pernah melaksanakan gelagat tertentu. Hasil perkembangan ini, TGT telah dibangunkan oleh Ajzen (1991). TGT ini merupakan model yang paling berpengaruh dan banyak diaplikasikan serta dijadikan sebagai bahan rujukan dalam memahami tingkah laku sosial manusia. Sebagai sebuah teori umum dan boleh diaplikasikan dalam pelbagai persekitaran, TGT digunakan sebagai asas dalam kajian ini dalam usaha untuk memahami gelagat kepatuhan zakat perniagaan dalam kalangan PKS Wilayah Persekutuan Kuala Lumpur. Berdasarkan Rajah 1, TGT menjelaskan bahawa niat merupakan faktor utama dalam melakukan sesuatu gelagat dan tiga (3) faktor lain iaitu sikap, norma subjektif dan kawalan gelagat ditanggap mampu mempengaruhi niat gelagat (Ajzen, 1991).



**Rajah 1: Teori Gelagat Terancang (Ajzen, 1991)**

Sikap didapati memainkan peranan penting dalam mempengaruhi niat gelagat seperti kajian oleh Ajzen (2015) dan Taylor dan Todd (1995). Hal ini dilaporkan oleh Silver (1995) dimana bagi meningkatkan gelagat kepatuhan, pembaikan sikap harus dilakukan terlebih dahulu. Hanno dan Viollette (1996) dan Bobek dan Hartfield (2003) mendapati niat kepatuhan undang-undang cukai dipengaruhi oleh sikap secara positif. Zainol et al. (2009) dan Farah Mastura (2015) turut mendapati bahawa sikap mempengaruhi secara positif terhadap niat gelagat kepatuhan zakat gaji dan zakat simpanan. Antara penyelidik lain yang turut menggunakan TGT sebagai kerangka kajian yang menjalankan kajian bagi melihat kesan tahap keagamaan dan akauntabiliti peribadi terhadap niat membayar zakat perniagaan dalam kalangan peniaga pemilikan tunggal (Nor Adilah, 2011). Justeru itu, berdasarkan perbincangan di atas, maka hipotesis seperti di bawah dibentuk:

*H<sub>1</sub>: Sikap mempunyai hubungan positif dengan niat gelagat kepatuhan zakat perniagaan.*

Hasil kajian terdahulu mendapati norma subjektif memainkan peranan penting dalam mempengaruhi sikap. Umpamanya, Othman et al. (2017) mendapati norma subjektif mempengaruhi secara signifikan terhadap kepatuhan pembayaran zakat pendapatan. Di samping itu, dalam bidang percukaian, Hanno dan Viollette (1996), Bobek dan Hartfield (2003), Shalihen (2011) turut mendapati norma subjektif mempengaruhi niat kepatuhan cukai

secara positif. Kajian Zainol et al. (2009) dan Farah Mastura (2015) mendapati bahawa norma subjektif mempengaruhi secara positif keatas niat kepatuhan untuk membayar zakat pendapatan dan zakat simpanan. Kajian oleh Heikal et al. (2014) juga menunjukkan kesan yang positif terhadap niat pembayaran zakat di Indonesia. Justeru, hipotesis dibentuk seperti berikut: *H<sub>2</sub>: Norma subjektif mempunyai hubungan positif dengan niat gelagat kepatuhan zakat perniagaan.*

Hasil penyelidikan oleh Idris et al. (2002) mendapati bahawa faktor pengetahuan zakat memberi kesan kepada kepatuhan zakat pendapatan secara positif. Menurut Gamal (2015) dalam kajian Zilani et al. (2018) mendapati walaupun pengetahuan berkaitan zakat peniaga PKS di Wilayah Persekutuan Kuala Lumpur dalam keadaan baik namun peniaga lebih berminat untuk mengeluarkan zakat perniagaan mereka secara tidak rasmi (tanpa melalui pejabat zakat) malah peniaga lebih berkeyakinan dan berpuas hati dengan pengagihan sendiri kepada asnaf. Othman et al. (2017) meletakkan pengetahuan agama sebagai sesuatu yang penting dalam kepatuhan zakat. Zainol (2008) juga turut melaporkan bahawa pengetahuan berhubungan secara positif dengan niat gelagat kepatuhan zakat penggajian. Justeru, hipotesis berikut dibangunkan seperti di berikut:

*H<sub>3</sub>: Pengetahuan mempunyai hubungan positif dengan niat gelagat kepatuhan zakat perniagaan.*

Persepsi terhadap agihan zakat diramalkan dapat mempengaruhi gelagat kepatuhan zakat sebagaimana telah dibuktikan dalam kajian terdahulu (Sanep & Hairunnizam, 2004). Semakin tinggi tingkat kepuasan terhadap pengagihan zakat memberi kesan kepada semakin tingginya tahap kepatuhan membayar zakat kepada pusat formal (Sanep & Hairunnizam, 2004). Di samping itu, kajian terhadap persepsi masyarakat yang dilakukan Sanep et al. (2006) turut mendapati bahawa punca kepada ketirisan kutipan zakat adalah berpunca daripada faktor agihan zakat yang tidak memuaskan hati masyarakat terutama pembayar zakat. Semakin tinggi persepsi terhadap agihan pengurusan zakat, maka semakin tinggi kepatuhan individu untuk membayar zakat secara formal kepada pusat zakat (Sanep et.al., 2006). Selari dengan kajian ini yang mengandaikan bahawa persepsi terhadap agihan memberi pengaruh terhadap niat gelagat kepatuhan zakat maka, hipotesis dibangunkan seperti berikut:

*H<sub>4</sub>: Persepsi terhadap agihan mempunyai hubungan positif dengan niat gelagat kepatuhan zakat perniagaan.*

Peranan pusat pengurusan zakat dalam menyampaikan maklumat zakat secara tepat dan lengkap kepada pelanggan (pembayar zakat) boleh mengelakkan kekeliruan terutama berkaitan asnaf. Ini kerana sebahagian ketirisan kutipan zakat disebabkan pembayaran secara terus kepada asnaf. Kajian Ab Hamid dan Wan Jusoh (2016) membincangkan persepsi dan pelaksanaan kaedah pengurusan kepuasan pelanggan oleh pusat zakat. Antara faktor penting pengurusan kepuasan pelanggan zakat termasuklah sokongan daripada pengurusan tertinggi, strategi komunikasi pengurusan kepuasan pelanggan, keupayaan pengurusan pengetahuan, kesediaan untuk berkongsi data dengan pelanggan, kesediaan untuk mengubah proses ke arah lebih baik, kesediaan penerimaan teknologi terkini, perubahan budaya berorientasikan pelanggan, keupayaan perubahan proses kerja dan keupayaan mengintegrasikan sistem. Sementara itu, Harun et al. (2008) membangunkan ontologi pengurusan zakat ianya melibatkan semua peringkat sehingga pembayar dan penerima zakat. Harun et al. (2008) mencadangkan beberapa proses penting dalam pusat zakat seperti pengurusan kepuasan pelanggan sebagai sokong ontologi. Berdasarkan perbincangan di atas, kajian ini mencadangkan hipotesis berikut:

*H<sub>5</sub>: Kepuasan pelanggan mempunyai hubungan yang positif dengan niat gelagat kepatuhan zakat perniagaan.*

Kajian Abdullah (2016) meletakkan kepentingan kredibiliti pusat zakat sangat penting dan mampu mempengaruhi kesedaran masyarakat untuk menunaikan zakat. Kajian Zainol dan Kamil (2011) berkaitan TGT mendapati reputasi kredibiliti atau imej yang positif mempunyai hubungan yang signifikan terhadap niat seseorang. Reputasi kredibiliti atau imej pusat zakat turut berada dalam tanggapan pembayar zakat dimana tahap kebolehpercayaan dan kemahiran para petugas boleh mencerminkan imej keseluruhan operasi pusat zakat. Menurut Zainol dan Kamil (2011) kredibiliti pusat zakat menjadi perintis kepada penentuan imej sebenar kredibiliti pusat ini terutama daripada sudut pandang PKS Muslim. Kajian ini turut menjangkakan semakin tinggi kredibiliti pusat zakat, semakin meningkat niat gelagat kepatuhan zakat perniagaan di kalangan PKS muslim. Banyak kajian terdahulu mendapati kredibiliti mempengaruhi secara positif terhadap sesuatu gelagat (Goldsmith, Lafferty & Newell, 2000; Newell & Goldsmith, 2001). Sehubungan itu, perjabat zakat juga tidak terlepas daripada tanggapan masyarakat tentang kredibiliti organisasinya. Tahap kebolehpercayaan mencerminkan kredibiliti pejabat zakat. Kajian ini meramalkan semakin tinggi kredibiliti pejabat zakat di mata pembayar zakat semakin meningkat niat gelagat kepatuhan zakat di kalangan para perniaga Muslim. Perbincangan di atas menjurus hipotesis seperti berikut:

*H<sub>6</sub>: Kredibiliti pusat zakat mempunyai hubungan yang positif dengan niat gelagat kepatuhan zakat perniagaan.*

Menurut Nurhadi (2014), kekurangan sumber manusia (amil) yang professional disebabkan taraf kerja amil bersifat separuh masa (bermusim) menyebabkan pentadbiran zakat tidak fokus sehingga hasilnya tidak optimum. Beberapa perkara perlu diberi perhatian oleh lembaga zakat negeri dan kerajaan persekutuan bagi melancarkan proses pungutan zakat secara professional. Antaranya seperti menggubal akta atau enakmen zakat negeri bagi kesalahan khusus berkaitan kegagalan membayar zakat agar selaras dan selari dengan kerangka dan lunas Perlembagaan Persekutuan supaya ia boleh dikuatkuasakan dan tidak dicabar oleh pembayar zakat (Manat, 2009). Transformasi kerja amil zakat boleh dilakukan dengan meningkatkan keupayaan pengumpulan maklumat pembayar zakat dengan mengenal pasti mereka yang wajib membayar zakat dan mengesan mereka yang berpotensi menjadi pembayar zakat (Ab Rahman et al., 2012). Penguatkuasaan dan kaedah turun padang serta sikap profesional yang dimainkan oleh amil mampu memberi kesan kepada niat gelagat kepatuhan zakat. Kajian oleh Khamis dan Che Yahya (2015) turut menyatakan bahawa penguatkuasaan undang-undang mampu meningkatkan dan mempengaruhi niat gelagat kepatuhan zakat. Oleh itu adalah wajar peranan amil zakat dapat mempengaruhi niat gelagat kepatuhan zakat. Justeru, hipotesis dibangunkan adalah seperti berikut:

*H<sub>7</sub>: Peranan amil zakat mempunyai hubungan positif dengan niat gelagat kepatuhan zakat perniagaan.*

Niat bermaksud kesediaan seseorang untuk melakukan sesuatu perkara yang akan menyumbang ke arah pembentukan sesuatu gelagat (Ajzen, 1991). Sorotan karya lepas mendapati bahawa niat mempunyai hubungan positif dengan gelagat. Dalam kajian berkaitan zakat, Saad (2010) mendapati bahawa niat mempunyai hubungan signifikan dengan gelagat kepatuhan zakat perniagaan. Justeru, kajian ini mengandaikan niat membayar zakat akan memberi kesan kepada gelagat pembayaran zakat secara positif dan signifikan. Seseorang mempunyai niat yang kuat dalam diri akan lebih terdorong untuk membayar zakat kepada pusat

zakat adalah tinggi. Sebaliknya, seseorang yang memiliki niat yang rendah untuk membayar zakat akan lebih terdorong untuk mengelak membayar zakat yang diwajibkan ke atasnya. Oleh yang demikian, hipotesis berikut dibentuk:

*H<sub>8</sub>: Niat gelagat kepatuhan zakat mempunyai hubungan positif dengan gelagat kepatuhan zakat.*

### **Metodologi Kajian**

Kaedah kuantitatif digunakan dalam kajian ini dengan menggunakan kaedah soal selidik. Sebanyak 500 soal selidik telah diedarkan kepada peniaga tunggal di sekitar Wilayah Persekutuan Kuala Lumpur. Sebanyak 471 soal selidik dapat dikumpulkan semula dalam masa sebulan. Namun 70 soal selidik telah digugurkan setelah mengambilkira borang tidak lengkap dan juga *outlier*. Sebanyak 401 soal selidik yang digunakan untuk analisis seterusnya. Saiz sampel ini menepati cadangan bahawa ciri-ciri sampel haruslah melebihi 30 tetapi kurang 500 bagi kebanyakan kajian (Sekaran & Bougie, 2016). Soal selidik mengandungi soalan-soalan berkaitan dengan demografi dan yang mengukur pemboleh ubah sikap, norma subjektif, persepsi terhadap agihan zakat, kredibiliti pusat zakat, peranan amil zakat, niat dan gelagat kepatuhan zakat.

### **Dapatan Kajian**

#### ***Demografi***

Responden kajian ini terdiri daripada 401 orang di mana jumlah responden lelaki seramai 219 orang dengan 54.6 peratus manakala responden perempuan pula 45.4 peratus atau 182 daripada 401 orang. Kebanyakan responden kajian ini terdiri daripada mereka yang berumur 41 hingga 50 tahun iaitu 43.4 peratus atau 174 orang. Kumpulan umur 25 tahun ke bawah merupakan responden yang paling sedikit (2.5 peratus) iaitu 10 orang. Kumpulan umur 31 hingga 40 tahun diwakili dengan 28.9 peratus iaitu 116 orang. Golongan umur 51 tahun ke atas hanya diwakili dengan 25.2 peratus atau 101 orang. Majoriti responden (40.4 peratus) menjalankan perniagaan dari enam (6) ke sepuluh (10) tahun, iaitu seramai 162 orang.

#### ***Ujian Kebolehpercayaan dan Kesahihan***

Keputusan ujian kebolehpercayaan menunjukkan nilai *Cronbach Alpha* berada pada tahap yang baik. Nilai *Cronbach Alpha* bagi setiap pemboleh ubah adalah sikap (0.968), norma subjektif (0.937), persepsi terhadap agihan zakat (0.897), pengetahuan (0.897), kepuasan (0.891), kredibiliti pusat zakat (0.945), peranan amil zakat (0.840), niat (0.967) dan gelagat kepatuhan zakat (0.802). Secara keseluruhannya nilai *Cronbach Alpha* baik dan diterima untuk kajian ini sepertimana disarankan oleh Hair et al. (2016). Ujian kesahihan diperlukan bagi membuktikan setiap pemboleh ubah disahkan dan merupakan faktor sebenar dan layak untuk dijadikan pemboleh ubah. Penggunaan teknik analisis faktor dilakukan terhadap setiap pemboleh ubah berbentuk konstruk bagi mendapatkan kesahihan yang baik. Antara syarat yang perlu dipenuhi bagi ujian analisis faktor ialah setiap konstruk perlu melepasi ujian *Barlett's Test of Sphericity* (BTS) iaitu signifikan ( $p = 0.00$ ). Manakala nilai *Kaiser-Meyer-Olkin* (KMO) digunakan bagi mengukur kecukupan sampel dan nilainya mestilah melebihi 0.50. Hair et al. (2016) mengatakan bahawa jika nilai KMO kurang daripada 0.70 masih boleh diterima jika kajian ini adalah pada peringkat awal. Secara keseluruhan, nilai KMO bagi setiap pemboleh ubah dalam kajian ini menunjukkan nilai melebihi 0.70 ke atas dan nilai kesahihan *Bartlett* juga menunjukkan nilai yang signifikan ( $p < 0.00$ ).



### Ujian Multikolineariti

Multikolineariti wujud apabila hubungan antara pemboleh ubah bebas berkorelasi pada kadar yang agak tinggi sekaligus memberi kesan pada koefisyen pemboleh ubah (Hair et al., 2016). Keadaan yang selalu digunakan adalah analisis korelasi *Pearson* bagi menentukan korelasi antara data pemboleh ubah bebas. Keputusan ujian korelasi *Pearson* ke atas tujuh pemboleh ubah bebas iaitu sikap, norma subjektif, pengetahuan zakat, persepsi terhadap agihan, kepuasan pelanggan, kredibiliti pusat zakat dan peranan amil zakat adalah memuaskan. Kadar korelasi ke atas setiap pemboleh ubah adalah di bawah nilai 0.80 sebagaimana yang dicadangkan dalam kajian Hair et al. (2016). Menurut Chua (2009) masalah kolineariti berlaku apabila terdapat korelasi (VIF) yang sangat kuat ( $r > 0.90$ ) antara pemboleh ubah. Nilai terendah ditunjukkan korelasi antara pengetahuan zakat dengan kredibiliti pusat zakat iaitu 0.538. Nilai tertinggi ditunjukkan pada korelasi norma subjektif dengan persepsi terhadap agihan iaitu 0.648. Ini menunjukkan bahawa masalah multikolineariti tidak wujud.

### Analisis Regresi Berganda

Jadual 1.1 memaparkan keputusan ujian analisis regresi berganda. Lima pemboleh ubah bebas berhubung secara signifikan dan positif dengan niat gelagat kepatuhan zakat. Sementara itu, dua pemboleh ubah iaitu pengetahuan zakat dan kepuasan pelanggan menunjukkan hubungan yang tidak signifikan dengan niat gelagat kepatuhan zakat. Nilai R pada 0.703 menghasilkan nilai hubungan yang signifikan ( $p=0.000$ ) dan pekali regresi bagi TGT yang tidak sama dengan sifar (nilai taburan  $t$  lebih besar daripada nilai kritikal  $t$ ) memberi kesan ke atas niat gelagat kepatuhan zakat dengan nilai  $F$  Change 55.045. Secara keseluruhan hubungan antara ketujuh-tujuh pemboleh ubah ini dapat menerangkan sebanyak 0.494 atau 49.4 peratus varians dalam niat gelagat kepatuhan zakat.

**Jadual 1.1: Hubungan Pemboleh Ubah Peramal dengan Niat Gelagat Kepatuhan Zakat (N=401)**

Pemboleh Ubah Bebas	<i>Unstanardized Coefficients Beta</i> ( $\beta$ )	<i>Standardized Coefficients Beta</i> ( $\beta$ )	$t$	Sig.
(Constant)	0.3671	-	1.869	0.062
Sikap	0.178	0.307	5.961	0.000
Norma Subjektif	0.139	0.158	2.764	0.006
Pengetahuan Zakat	0.030	0.024	0.483	0.629
Persepsi Terhadap Agihan Zakat	0.168	0.172	3.398	0.001
Kepuasan Pelanggan	0.017	0.019	0.432	0.666
Kredibiliti Pusat Zakat	0.128	0.139	2.824	0.005
Peranan Amil Zakat	0.170	0.213	5.096	0.000

Pemboleh ubah Bersandar: Niat gelagat kepatuhan zakat

R	0.703
R <sup>2</sup>	0.494
$F$ Value	55.045

Jadual 1.2 pula memaparkan keputusan hubunganyang signifikan dan positif antara niat gelagat dan gelagat kepatuhan zakat perniagaan. Niat gelagat ini dapat menerangkan sebanyak  $R^2 = 0.299$  atau 29.9 peratus terhadap gelagat kepatuhan membayar zakat.

**Jadual 1.2: Hubungan Niat Gelagat Kepatuhan Zakat dengan Gelagat Kepatuhan Zakat (N=401)**

<i>Pemboleh ubah Bebas</i>	<i>Unstandardized Coefficients Beta (<math>\beta</math>)</i>	<i>Standardized Coefficients Beta (<math>\beta</math>)</i>	<i>t</i>	<i>Sig.</i>
(Constant)	6.168	-	7.456	0.00
Niat gelagat kepatuhan zakat	0.470	0.547	13.057	0.00

Variabel Bersandar: Gelagat Kepatuhan Zakat

R	0.547
R <sup>2</sup>	0.299
F Value	170.491

### Perbincangan

Kajian ini mempunyai dua objektif. Pertama, untuk menentukan sama ada faktor sikap, norma subjektif, pengetahuan zakat, persepsi terhadap agihan zakat, kepuasan pelanggan, kredibiliti pusat zakat, peranan amil zakat mempengaruhi niat gelagat kepatuhan pembayar zakat perniagaan. Kedua, untuk menentukan sama ada faktor niat gelagat kepatuhan pembayar zakat mempengaruhi gelagat kepatuhan pembayar zakat perniagaan di Wilayah Persekutuan Kuala Lumpur. Hasil kajian menunjukkan lima pemboleh ubah bebas mempengaruhi niat gelagat kepatuhan pembayar zakat perniagaan iaitu sikap, norma subjektif, persepsi terhadap agihan zakat, kredibiliti pusat zakat dan peranan amil zakat ( $R^2 = 0.494$ ). Pemboleh ubah pengetahuan dan kepuasan pelanggan tidak mempengaruhi niat gelagat kepatuhan pembayar zakat. Sementara itu, gelagat kepatuhan zakat turut dipengaruhi oleh niat gelagat kepatuhan pembayar zakat ( $R^2 = 0.299$ ). Kajian yang menggunakan TGT seperti kajian Othman dan Fisol (2017); Heikal et al. (2014); Shalihen (2012); dan Zainol et al. (2009) turut menyokong dapatan kajian ini.

Hasil kajian menunjukkan sikap peniaga PKS Muslim mempengaruhi niat kepatuhan zakat. Ini selari dengan kajian oleh Heikal et al. (2014); Huda et al. (2012); dan Zainol et al. (2009) yang meletakkan sikap sebagai faktor utama dalam gelagat seseorang untuk melahirkan niat sama ada positif atau negatif. Sikap seseorang memberi implikasi yang sangat besar terhadap kelakuan seseorang sama ada positif atau sebaliknya. Norma subjektif merupakan pemboleh ubah yang penting dalam TGT. Keadaan ini menjelaskan, responden kajian mempunyai pengaruh sekeliling yang kuat terhadap melahirkan niat pematuhan zakat. Semakin tinggi kecenderungan norma subjektif yang positif maka semakin tinggilah implikasi niat pematuhan zakat secara positif yang akan diterima oleh pusat zakat dan sebaliknya (Heikal et al., 2014; Huda et al., 2012; Masran et al., 2012; Shalihen, 2012). Maka jelaslah bahawa norma subjektif mampu memberikan implikasi langsung sama ada positif atau negatif terhadap hasil pungutan zakat.

Persepsi terhadap agihan peniaga PKS mikro Wilayah Persekutuan Kuala Lumpur merupakan faktor penting bagi menguatkan kepercayaan sekaligus meningkatkan hasil pungutan zakat. Ini selari dengan Teori Pertukaran dan Teori Sosial (Exchange Theory and Social Theory). Kepuasan diri terhadap hasil yang dilakukan mampu merangsang individu untuk melakukan perkara yang sama. Peningkatan peratusan persepsi terhadap agihan zakat memberikan implikasi yang sangat kuat kepada pengurusan pusat zakat terutama bagi tujuan mengekalkan

pelanggan sedia ada dan meraih pelanggan baharu. Hasil kajian ini selari dengan kajian oleh Heikal et.al. (2014) dan Huda et.al. (2012) di mana mendapati peningkatan tahap persepsi terhadap agihan zakat dikalangan pembayar zakat perniagaan mampu memberi impak besar terhadap hasil pungutan zakat perniagaan. Jika ia diabaikan maka implikasi yang buruk terhadap pusat zakat di mana imej dan kredibiliti terlihat buruk, sekaligus pembayar zakat akan menyalurkan zakat kepada saluran yang tidak sah.

Kredibiliti merupakan faktor penting dan merujuk kepada integriti, keupayaan, kepercayaan dan kekuatan sesebuah syarikat atau organisasi. Kajian ini menjurus kepada kepercayaan pelanggan terhadap Pusat Pungutan Zakat, Wilayah Persekutuan Kuala Lumpur seperti kebolehan kakitangan, keupayaan menyelesaikan masalah pelanggan dan meningkatkan imej Pusat Pungutan Zakat, Wilayah Persekutuan Kuala Lumpur. Hasil kajian selari dengan kajian oleh Sanep et al. (2011), Hairunnizam et al., (2016) serta Zainol dan Kamil (2011). Penyelidik meletakkan kepercayaan terhadap insititusi zakat yang merupakan pemangkin kepada kesinambungan pembayaran zakat di pusat zakat oleh pembayar zakat. Muhammad & W. Mahri (2017) meletakkan faktor reputasi pusat zakat boleh memberi kesan positif kepada tahap kepatuhan pembayaran zakat. Kredibiliti pusat zakat yang tinggi mampu memberikan implikasi kepada dua-dua, pusat zakat dapat meraih kepercayaan dan hormat daripada pelanggan, seterusnya pelanggan akan merasa berpuas hati bila berurusan dengan pusat zakat.

Dalam pengurusan zakat, amil merupakan tenaga kerja utama dan cabang utama pengurusan zakat. Hasil kajian memaparkan amil berhubung secara langsung dengan pembayar zakat. Som dan Rahman (2011) menyatakan amil perlu mempunyai hubungan langsung dengan pembayar zakat. Sanep dan Zulkifli (2010) turut menyokong hasil dapatan kajian ini dimana peranan amil zakat sangat penting dalam urusan pengurusan zakat. Implikasi pemboleh ubah ini dilihat dari segi peranan sebenar amil dimana peranan amil zakat perlu dimaksimumkan sebagai pengutip zakat, pengumpul maklumat, pengagih zakat dan penguatkuasa undang-undang, maka hasil zakat dapat ditingkatkan, maklumat responden dikumpul dan maklumat zakat dapat disalurkan dengan lebih efektif. Maka, seharusnya pusat zakat mentransformasikan peranan amil zakat agar fungsinya dapat membantu meningkatkan lagi hasil pungutan zakat.

Implikasi niat gelagat kepatuhan zakat terhadap kadar kutipan zakat perniagaan boleh dinilai pada tahap kecenderungan niat seseorang peniaga PKS. Semakin tinggi peratusan niat positif peniaga, maka semakin tinggilah kadar peratusan kutipan zakat. Justeru, bagi menimbulkan niat yang positif seseorang peniaga Muslim, pusat zakat sangat perlu untuk memastikan kesemua tujuh pemboleh ubah diambil berat dan dipandang serius dengan tindakan segera. Sebagaimana sarananan Heikal et al. (2014) dimana niat gelagat kepatuhan zakat sangat dipengaruhi oleh faktor seperti sikap, norma subjektif dan Kawalan Gelagat Ditanggap.

## Rujukan

- Abdullah, H. (2016). Determinant Factors of Awareness for Paying Zakat on Baznas, Indonesia. Indonesia (June 22, 2016).
- Ab Rahman, A., Alias, M. H., & Omar, S. M. N. S. (2012). *Zakat institution in Malaysia: Problems and issues*. *Global Journal of Al-Thalaaqah*, 2(1), 35-42.
- Ab Hamid, S.N & Wan Jusoh, W.J. (2016). Corporate image of zakat institutions in Malaysia, *Malaysian Journal of Society and Space* 12 issue 2 (47 - 57) 47 Themed issue on contemporary financial, business, investment and entrepreneurial facets of Malaysia's development

- Ahmad, S. (2004). Kesaksamaan Agihan Sistem Perkongsian Untung-Rugi: Analisis Koefisien Gini. *International Journal of Management Studies*, 11(2), 123–135.
- Adibah, A. W. (2016). *Faktor yang mempengaruhi pembayaran zakat di syarikat tersenarai awam di Malaysia*. (Doctoral dissertation, University of Malaya).
- Ajzen, I. (1991). *The theory of planned behavior*. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50, 179–211. De Young, 509-526.
- Ajzen, I. (2015). *Consumer attitudes and behavior: the theory of planned behavior applied to food consumption decisions*. *Italian Review of Agricultural Economics*, 70(2), 121-138.
- Alias, Mohd Rais (2011). *Kepatuhan Perlaksanaan Zakat Perniagaan di Malaysia: Satu Tinjauan oleh Pusat Pungutan Zakat di Wilayah Persekutuan*. Makalah Persidangan Zakat dan Cukai Kebangsaan Ke 5, Melaka, 14-16, Julai 2011)
- Al-Quran (1993). *Tafsir pimpinan al-Rahman kepada pengertian al-Quran 30 juzuk*. Pusat Islam Kuala Lumpur: Bahagian Agama Jabatan Perdana Menteri.
- Amin, H., Rahman, A. R. A., Jr, S. L. S., dan Hwa, A. M. C. (2011). *Determinants of customers' intention to use Islamic personal financing: The case of Malaysian Islamic banks*. *Journal of Islamic Accounting dan Business Research*, 2(1): 22– 42.
- Bobek, D. D., & Hatfield, R. C. (2003). *An investigation of the theory of planned behavior and the role of moral obligation in tax compliance*. *Behavioral Research in Accounting*, 15(1), 13-38.
- Farah Mastura Noor Azman & Zainol Bidin. (2015). Factors Influencing Zakat Compliance Behavior on Saving. *International Journal Of Business and Social Research*, 5: 13-16.
- Goldsmith, R. E., Lafferty, B. A., & Newell, S. (2000). The impact of corporate credibility and celebrity credibility on consumer reaction to advertisements and brands. *Journal of Advertising*, 29(3), 43–54.
- Hair, J.E., Anderson, R.E., Thathan, R.L., dan Black, W.C. (2016). *Multivariate Data Analysis*. 6th Edition. Prentice Hall Inc. Upper Saddle River, New Jersey, USA.
- Hairunnizam Wahid, S. A., & Kader, R. A. (2016). Pengagihan Zakat oleh Institusi Zakat kepada Lapan asnaf: Kajian di Malaysia. *Jurnal Pengurusan JAWHAR*, 4 (1)(January 2010), 141–170.
- Hanno, D. M. dan Violette, G. R. (1996). An analysis of moral and social influences on taxpayer behavior, *Behavioral Research in Accounting* 8, 57- 75.
- Harun, Hazaruddin and Nordin, Nazib and Hussain, Azham (2008) *Ontology of zakat management system*. In: Knowledge Management International Conference 2008 (KMICe2008), 10-12 June 2008, Langkawi, Malaysia.
- Heikal, M. (2014). The intention to pay zakat commercial: an application of revised theory of planned behavior. *Journal of Economics and Behavioral Studies*, 6(9), 727-734.
- Idris, K. M. (2002). *Gelagat kepatuhan zakat pendapatan gaji di kalangan kakitangan awam persekutuan Negeri Kedah* (Doctoral dissertation, Universiti Utara Malaysia).
- Khamis, M. R., & Yahya, N. C. (2015). Does law enforcement influence compliance behaviour of business zakat among SMEs? An evidence via Rasch measurement model. *Global Journal Al Thaqafah*, 5(1), 19-32.
- Lada, S., Tanakinjal, G. H., & Amin, H. (2009). Predicting intention to choose halal products using theory of reasoned action. *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*. 2(1), 66-76.
- Manat, A.B (2009). *Cabaran Menguatkuasa Undang-undang zakat*. *Utusan Malaysia, Bicara Agama*. Sumber: <http://www1.utusan.com.my/utusan/info>.
- Meerangani, K.A. (2019). The Role of Zakat in Human Development. *SALAM: Jurnal Sosial dan Budaya Syar-i*. 6(2),

- Mokthar, M. Z., Alias, M. S., Kamaruding, M., & Abang Muis, A. M. R. (2018). Impak Niat Terhadap Pekerja di Institusi Islam dari Perspektif Tasawur Islam. *Jurnal Sains Insani*, 3(1).
- Muhammad Norazam Nordin, Adam Badrulhisham & Mohamad Firdaus Mohd Isa. (2019). Pengetahuan Umum Pembayar Zakat: Suatu Tinjauan di Negeri Melaka. *Jurnal Maw'izah*. 2: 61-70.
- Muhammad, M., Mahri, A. and Nurasyiah, A. The Impact of Attitude toward Zakat and Intention to Pay Zakat on Zakat Compliance Behavior. In Proceedings of the 1st International Conference on Islamic Economics, Business, and Philanthropy (ICIEBP 2017) - Transforming Islamic Economy and Societies, 601-605.
- Muhamad Uzair, Gamal Abdul Nasir (2015) *Pembayaran zakat perniagaan oleh syarikat syarikat tekstil di Negeri Perak / Muhamad Uzair Gamal Abdul Nasir*. Masters thesis, Universiti Malaya.
- Newell, S. J., & Goldsmith, R. E. (2001). The development of a scale to measure perceived corporate credibility. *Journal of Business Research*, 52(3), 235–247.
- Nurhadi Wiraatmaja, A. (2014). *Isu-isu pelaksanaan kutipan zakat pendapatan di provinsi Aceh, Indonesia*. (Doctoral dissertation, Universiti Malaya).
- Nor Adilah, A. S. (2011). *Kepatuhan Terhadap Zakat Perniagaan: Kajian di Kalangan Pengusaha Stesen Minyak di Pulau Pinang* (Doctoral dissertation, Universiti Utara Malaysia).
- Noor Hashimah Mohd Shafie dan Amizawati Mohd Amir (2018). kesan faktor individu dan faktor persekitaran terhadap pematuhan zakat pendapatan. *International Journal of Business, Economics and Law*.15( 3), 11-18
- Ostroff, C. (1993). The effects of climate and personal influences on individual behavior and attitudes in organizations. *Organizational behavior and human decision processes*, 56(1), 56-90.
- Othman, Y., & Fisol, W. (2017). Islamic religiosity, attitude and moral obligation on intention of income zakat compliance: Evidence from Public Educators in Kedah. *Journal of Academic Research in Business*, 7(2), 726-736.
- PPZ-MAWIP (2017). Laporan Zakat 2017. Satu Sumber Maklumat Zakat Di Malaysia.
- PPZ-WP (2020). *Sejarah Penubuhan Pusat Pungutan Zakat*. Maklumat Sesawang Pusat Pungutan Zakat. Capaian pada 20 Oktober 2020.
- Qardhawi, Y. (2005). *Ibadah Dalam Islam, (Al-Ibadah fil Al-Islam)* (Terj. As'ad Yasin), Jakarta, Akbar Media Eka Prasarana, pp. 326.
- Ram Al Jaffri, S., Zainol, B., Kamil, M. I., & Md Hairi, M. H. (2008). *Gelagat kepatuhan zakat perniagaan: Aplikasi teori tindakan beralasan*. In Kertas kerja dibentangkan di National Management Conference, Terengganu.
- Ram Al Jaffri, S. (2010). *Gelagat kepatuhan zakat perniagaan di negeri Kedah Darulaman* (Doctoral dissertation, Universiti Utara Malaysia).
- Sanep Ahmad, Hairunnizam Wahid, Adnan Mohamad (Disember 2006). Penswastaan Institusi Zakat dan Kesannya Terhadap Pembayaran Secara Formal di Malaysia , *International Journal of Management Studies*, 13(2) .
- Sanep Ahmad. & Zulkifli Daud (2010). Model gelagat pematuhan dan pengelakan zakat: Suatu tinjauan teori. Paper presented at the Seventh International Conference-The Tawhidi Epistemology: Zakat and Waqf Economy, Bangi, Selangor.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research methods for business: A skill building approach*. John Wiley & Sons.

- Shalihen, M. S. (2012). *Faktor Penentu Niat Kepatuhan Cukai Jualan Tempatan* (Doctoral dissertation, Universiti Utara Malaysia).
- Som, H. M., & Ab Rahman, A. (2011). *Konsep amil dan peranannya dalam pengurusan zakat*.
- Syahirah, F., dan Fadilah, M,N. (2019). Gelagat Kepatuhan Pengusaha IKS Terhadap Pembayaran Zakat Perniagaan: Satu Tinjauan Di Daerah Seremban, *Jurnal Sultan Alauddin Sulaiman Shah*, Special Issue, 48-58.
- Taylor, S., & Todd, P. (1995). *Decomposition and crossover effects in the theory of planned behavior: A study of consumer adoption intentions*. *International journal of research in marketing*, 12(2), 137-155.
- Wahyuni, S. (2012). *Moslem community behavior in the conduct of Islamic bank: The moderation role of knowledge and pricing*. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 57, 290-298.
- Zainol, B. (2008). Faktor-faktor penentu niat gelagat kepatuhan zakat pendapatan gaji. Unpublished PhD Thesis. Universiti Utara Malaysia.
- Zainol, B., & Kamil, M. I. (2011). Peranan korporat kredibiliti terhadap niat gelagat kepatuhan zakat pendapatan gaji. *Jurnal Pembangunan Sosial*, 14, 43–65.
- Zainol, B., Kamil Md Idris, & Faridahwati Mohd Shamsud (2009). Predicting compliance intention on zakah on employment income in Malaysia: An application of reasoned action theory. *Jurnal Pengurusan* 28, 85–102.
- Zainol, B., & Kamil, M. I. (2011). Peranan korporat kredibiliti terhadap niat gelagat kepatuhan zakat pendapatan gaji. *Jurnal Pembangunan Sosial*, 14, 43–65.