

Gelagat Kepatuhan Zakat Perniagaan: Aplikasi Teori Tindakan Beralasan

Ram Al Jaffri Saad
Md Hairi Md Hussain
Zainol Bidin
Kamil Md Idris

*Kolej Perniagaan
Universiti Utara Malaysia
06010 Sintok
Kedah*

ABSTRAK

Sambutan peniaga terhadap pembayaran zakat perniagaan kepada pejabat zakat adalah amat mendukacitakan. Beberapa laporan dan kajian melaporkan masih ramai peniaga tidak mempedulikan peraturan zakat negeri yang menghendaki zakat dibayar kepada Baitulmal atau amil yang dilantik. Situasi ini mencetuskan fenomena menarik mengenai gelagat kepatuhan zakat perniagaan. Secara khusus, masih belum terdapat literatur yang boleh menjelaskan fenomena tersebut. Justeru, kajian ini cuba untuk menjelaskan persoalan mengenai aras kepatuhan zakat perniagaan yang rendah. Teori Tindakan Beralasan (*Theory of Reasoned Action*) diaplikasikan bagi melihat peranan angkubah sikap dan persepsi sosial terhadap gelagat kepatuhan zakat perniagaan. Keputusan kajian ke atas 108 peniaga sekitar negeri Perlis mendapati bahawa niat merupakan penentu terdekat gelagat kepatuhan zakat perniagaan. Angkubah niat pula dipengaruhi oleh sikap dan pengaruh sosial seperti suami/isteri dan keluarga. Model kajian yang berasaskan teori ini dapat menerangkan sebanyak 44% varian ke atas niat gelagat, manakala 16% ke atas gelagat kepatuhan zakat perniagaan. Implikasi terhadap teori dan juga kepada pembuat dasar turut dibincangkan.

Kata kunci: Sikap, norma subjektif, niat, zakat perniagaan.

PENGENALAN

Di Malaysia, kepentingan hasil zakat kepada negara amnya dan masyarakat Muslim khususnya, tidak dapat dinafikan. Pendapatan zakat digunakan untuk tujuan pembangunan ummah terutamanya dalam usaha membantu kerajaan untuk mengurangkan golongan miskin. Secara umumnya, hasil kutipan zakat datang daripada pelbagai sumber seperti perniagaan, pendapatan, ternakan, wang simpanan dan lain-lain lagi. Zakat perniagaan adalah merupakan penyumbang kedua terbesar selepas zakat gaji dalam hasil zakat. Oleh itu, sekiranya kutipan zakat perniagaan dapat dipertingkatkan dari semasa ke semasa, maka pembangunan ummah dapat dilaksanakan dengan lebih baik.

Namun, wujud persoalan penting bagaimana zakat boleh berperanan untuk menjana ekonomi umat Islam sedangkan kutipan zakat terutamanya zakat perniagaan masih lagi rendah. Laporan zakat menunjukkan kutipan zakat perniagaan bagi kebanyakan negeri-negeri di Malaysia tidak begitu memberangsangkan. Sebagai contoh, bagi Wilayah Persekutuan didapati hanya 10% sahaja daripada 5,000 peniaga yang layak membayar zakat berbuat demikian kepada pejabat zakat (Abdul Rahim, 2005). Hasan dan Mohd Shahnaz (2005) pula melaporkan pembayaran zakat perniagaan di kalangan usahawan kecil dan sederhana di Kuala Terengganu masih lagi kecil jika dibandingkan dengan jumlah pengusaha yang terdapat di situ. Ini menunjukkan bahawa masih ramai peniaga usahawan kecil Muslim belum lagi membayar zakat perniagaan.

Fenomena gelagat kepatuhan yang rendah ini wajar dijalankan kajian bagi memahami gelagat kepatuhan zakat perniagaan dengan lebih mendalam. Kajian ini akan menyelidik sama ada faktor-faktor seperti sikap dan pengaruh sosial adalah berhubungkait dengan gelagat kepatuhan zakat perniagaan. Walaupun ada kemungkinan gelagat kepatuhan ini dipengaruhi oleh banyak faktor (seperti undang-undang zakat, aras pengetahuan), namun kajian ini akan melihat secara khusus kepada aspek nilai keperibadian peniaga yang dijangka akan mempengaruhi keputusannya berhubung zakat perniagaan. Ini adalah kerana proses untuk membuat keputusan sama ada untuk membayar atau tidak membayar zakat adalah satu gelagat yang berada di bawah kawalan diri seseorang individu (Hanno & Violette, 1996). Adalah dipercayai bahawa keputusan untuk membayar zakat perniagaan adalah dipengaruhi oleh sikap peniaga terhadap zakat perniagaan dan pengaruh sosial (seperti pengaruh pasangan, keluarga, rakan-rakan dan lain-lain lagi). Pengaruh kedua-dua faktor ini telah diperjelaskan dalam model sosial psikologi yang dikemukakan oleh Ajzen dan Fishbein (1980), iaitu Teori Tindakan Beralasan (TTB). Menurut Randall (1989), TTB adalah sesuai untuk diuji dalam bidang etika perniagaan kerana kerangka teori ini bukan sahaja dapat dijadikan asas untuk memahami struktur yang terdapat dalam gelagat etika, malah ia juga dapat menunjukkan hubungan antara struktur-struktur ini dengan niat dan gelagat seseorang. Justeru, adalah munasabah bagi kajian mengenai sesuatu gelagat seperti gelagat kepatuhan zakat perniagaan ini untuk menjadikan TTB sebagai teori asas kajian. Justeru, kajian ini bertujuan mendapat gambaran tentang gelagat kepatuhan zakat perniagaan dengan berlandaskan TTB.

ULASAN KARYA

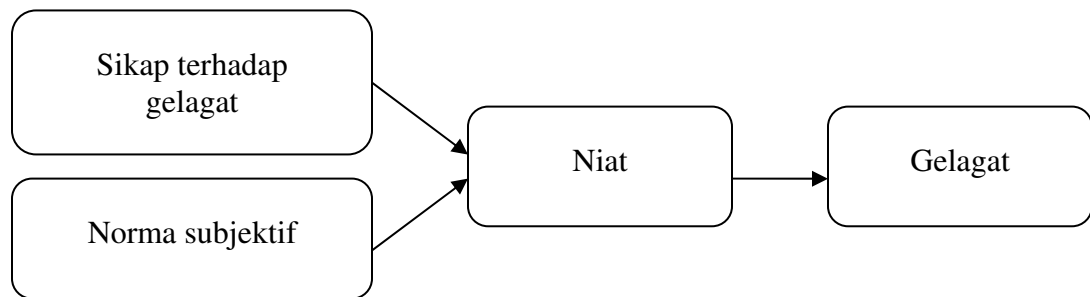
Teori Tindakan Beralasan (TTB)

Kajian-kajian lepas mengenai gelagat telah menyarankan bahawa ianya perlu dikaji dalam aspek pembuat keputusan (Carrol, 1992 *dalam nukilan* Hanno & Violette, 1996). Kajian seperti gelagat kepatuhan zakat perniagaan ini harus dikaji dari perseptif pembuat keputusan, iaitu pengusaha-pengusaha perniagaan. Ini bertujuan untuk memahami gelagat tersebut dengan lebih mendalam. Walaupun banyak kaedah boleh digunakan untuk mengkaji gelagat seseorang manusia, namun satu kaedah kognitif, iaitu TTB, telah banyak digunakan untuk meramal dan menganalisa gelagat dalam pelbagai bentuk persekitaran. Sebagai contoh, TTB telah digunakan untuk mengkaji gelagat pulangan cukai dan kehadiran ke gereja (Gorsuch & Ortberg, 1983), pembuat keputusan perniagaan secara beretika (Cohen, Pant & Sharp, 1991), gelagat beretika dalam hubungan antara juru audit dengan pelanggan (Cohen, Pant & Sharp, 1994) dan gelagat kepatuhan cukai (Hanno & Violette, 1996). Dalam persekitaran zakat, Zainol, Kamil dan Faridahwati (dalam terbitan) juga menggunakan TTB bagi memahami gelagat kepatuhan. Namun, kajian mereka hanya tertumpu kepada zakat pendapatan gaji.

TTB merupakan suatu model umum yang baik bagi memahami gelagat Dalam TTB, dijelaskan bahawa sesuatu perlakuan gelagat adalah bergantung kepada niat seseorang. Menurut Ajzen (1991), niat adalah suatu bentuk motivasi yang mempengaruhi gelagat seseorang. Semakin kuat niat seseorang ke atas sesuatu gelagat, semakin kuat kemungkinan gelagat tersebut dilakukan. Bagi gelagat kepatuhan zakat perniagaan, perkara yang sama dijangka berlaku. Gelagat kepatuhan zakat perniagaan dipercayai akan dipengaruhi oleh niat. Semakin kuat niat peniaga untuk membayar zakat, semakin kuat kebarangkalian pengusaha tersebut untuk membayar zakat. Walaubagaimanapun, dengan hanya melihat kepada hubungan antara niat dan gelagat, ia tidak mampu untuk memberi penjelasan mengenai mengapa sesuatu gelagat itu dilaksanakan (Hanno & Violette, 1996). Oleh sebab itu, untuk memahami sesuatu gelagat, maka adalah perlu untuk mengenalpasti faktor-faktor penentu kepada niat.

TTB menyarankan bahawa terdapat dua faktor yang mempengaruhi niat, iaitu sikap terhadap gelagat dan norma subjektif. Sikap terhadap gelagat adalah berkaitan dengan penilaian yang dibuat oleh individu ke atas sesuatu gelagat sama ada perlakuan gelagat tersebut adalah baik atau sebaliknya. Dalam kajian ini, sikap terhadap zakat perniagaan dilihat sebagai penilaian peniaga sama ada menguntungkan atau tidak, jika beliau membayar zakat perniagaan. Sementara itu, norma subjektif adalah berkaitan dengan pengaruh sosial ke atas individu berkenaan sesuatu gelagat. Pengaruh sosial ini terdiri daripada beberapa kumpulan orang seperti pasangan (suami/isteri), keluarga, rakan-rakan dan sebagainya. Bagi kajian ini, norma subjektif mencerminkan penilaian peniaga terhadap pasangan, keluarga dan rakan-rakan berkenaan pembayaran zakat perniagaan. Jika tanggapan tekanan sosial adalah positif terhadap zakat perniagaan, maka ia akan menguatkan niat peniaga untuk membayar zakat perniagaan. Namun, jika tanggapan sosial terhadap zakat perniagaan adalah negatif, maka ia tidak akan mendorong mereka bagi mempunyai niat yang kuat untuk membayar zakat perniagaan.

Secara keseluruhannya, TTB bolehlah dilakarkan seperti berikut:



Rajah 1: Teori Tindakan Beralasan (TTB) (Ajzen & Fishbein, 1980)

Sikap Terhadap Zakat Perniagaan dan Niat

Sikap memainkan peranan penting dalam mempengaruhi gelagat kepatuhan seseorang. Banyak literatur telah mengesahkan hubungan kuat antara sikap dengan niat. Menurut Ajzen dan Fishbein (1980), sikap adalah ditentukan oleh kepercayaan menonjol (salient belief) seseorang ke atas sesuatu gelagat. Kepercayaan yang menunjukkan sikap seseorang terhadap sesuatu gelagat adalah dikenali sebagai kepercayaan gelagat. Setiap kepercayaan yang terhasil ke atas sesuatu gelagat adalah berkait dengan hasil atau kos yang berhubung dengan perlakuan gelagat tersebut. Justeru, individu yang percaya bahawa melakukan sesuatu gelagat akan memberikan kesan yang positif, maka individu tersebut akan mempunyai penilaian yang menguntungkan jika beliau melaksanakan gelagat tersebut. Dalam konteks kajian ini, peniaga yang percaya bahawa pembayaran zakat perniagaan akan memberikan keberkatan ke atas perniagaannya (positif), maka sudah pasti beliau menilai pembayaran zakat perniagaan adalah sesuatu yang menguntungkan. Sebaliknya, sikap yang negatif akan terbentuk jika peniaga merasakan pembayaran zakat tidak menguntungkan dirinya. Secara ringkasnya, sikap didefinisikan seperti berikut:

$$A_B = \sum b_i e_i$$

Berdasarkan persamaan berikut, A_B merujuk kepada sikap (A) terhadap gelagat B; b_i adalah merujuk kepada kepercayaan gelagat (b) bahawa melakukan gelagat B akan menyebabkan kesan i ; e_i adalah penilaian (e) terhadap kesan i ; dan nilai jumlah (\sum) adalah merujuk kepada jumlah kepercayaan gelagat yang wujud pada ketika itu.

Dalam kajian lepas, penyelidik mendapati sikap merupakan peramal yang signifikan dengan niat gelagat (Ajzen & Fishbein, 1980; Ajzen & Driver, 1992; Taylor & Todd, 1995). Dalam bidang zakat, Kamil dan Ahmad Madzhan (2001) melaporkan sikap mempunyai hubungan yang signifikan dengan gelagat kepatuhan zakat gaji. Zainol (2008) pula memaparkan pengaruh sikap terhadap pembayaran zakat gaji dengan niat gelagat. Literatur dalam bidang lain turut mengesahkan peranan sikap terhadap niat.

Umpamanya, kajian dalam bidang percukaian oleh Hanno dan Viollette (1996) dan Bobek dan Hartfield (2003) menunjukkan bahawa niat untuk patuh terhadap undang-undang cukai adalah dipengaruhi oleh sikap pembayar cukai. Begitu juga dengan Tan dan Teo (2000) yang mendapati bahawa jika sikap individu ke arah penerimaan sesuatu teknologi adalah positif maka individu tersebut akan membentuk niat untuk melaksanakan perlakuan tersebut. Justeru, sikap terhadap zakat perniagaan dijangka mempunyai hubungan dengan niat gelagat kepatuhan zakat perniagaan.

Norma Subjektif dan Niat

Dalam TTB, norma subjektif merupakan persepsi individu terhadap individu lain yang dianggap penting bagi dirinya yang akan mempengaruhi keputusannya sama ada mahu atau tidak mahu melakukan sesuatu. Norma subjektif menjadi satu konstruk yang mempunyai hubungan langsung terhadap niat gelagat seseorang (Ajzen & Fishbein, 1980). Ini adalah kerana gelagat seseorang adalah amat bergantung kepada persepsi orang lain mengenai gelagatnya. Persepsi seseorang yang bergantung kepada pandangan orang lain mengenai tingkah lakunya ini dikenali sebagai persepsi pengaruh sosial. Ringkasnya, jika persepsi pengaruh sosial adalah positif, maka seseorang itu akan melaksanakan perlakuan tersebut. Sebaliknya berlaku jika persepsi pengaruh sosial adalah negatif.

Bagi Ajzen (1991), norma subjektif juga adalah ditentukan oleh satu bentuk kepercayaan. Kepercayaan yang menentukan norma subjektif dikenali sebagai kepercayaan normatif. Norma subjektif boleh dijangkakan dengan melihat kepada kekuatan setiap kepercayaan normatif dan kekuatan motivasi untuk patuh dengan orang yang selalu dirujuk yang membentuk kepercayaan normatif ke atas sesuatu gelagat pada satu-satu masa. Norma subjektif didefinisikan seperti berikut:

$$NS = \sum n_i m_i$$

Berdasarkan persamaan tersebut, NS bermaksud norma subjektif; n_i merujuk kepada kepercayaan normatif (n) terhadap kumpulan rujukan i ; m_i merujuk kepada motivasi (m) seseorang untuk patuh kepada kumpulan rujukan i ; dan nilai jumlah (\sum) adalah merujuk kepada kesan keseluruhan kepercayaan normatif dan motivasi yang wujud pada ketika itu.

Dalam kajian lepas, pengaruh norma subjektif terhadap niat telah dilaporkan dalam pelbagai bidang. Dalam persekitaran zakat, Zainol (2008) mendedahkan pengaruh kumpulan rujukan pasangan dan kumpulan rujukan intim terhadap niat gelagat kepatuhan zakat gaji. Dalam bidang percukaian, Hanno dan Vilotte (1996) menyatakan bahawa niat pembayaran cukai adalah secara positif dipengaruhi oleh perspektif sosial ke atas gelagat membayar cukai. Bobek dan Hartfield (2003) pula mendakwa bahawa norma subjektif mempunyai hubungan positif dengan niat membayar cukai. Pengaruh norma subjektif turut ditemui dalam kajian bidang teknologi maklumat. Taylor dan Todd (1995) mendapati bahawa pengaruh pertama (pasangan, rakan-rakan) dan pengaruh kedua (pihak pengurusan atasan) memainkan peranan dalam mempengaruhi niat seseorang individu untuk menggunakan sistem teknologi. Sejarar dengan itu, maka kajian ini menjangkakan

hubungan positif antara persepsi pengaruh sosial dengan niat membayar zakat perniagaan. Pengaruh sosial dalam persekitaran zakat perniagaan dijangka terdiri daripada pengaruh suami/isteri, ibu bapa dan rakan-rakan.

Niat Gelagat

Ajzen dan Fishbein (1980) mentakrifkan niat sebagai kesediaan gambaran kognitif seseorang individu untuk melaksanakan sesuatu gelagat. Niat adalah kesanggupan seseorang mencuba untuk melaksanakan sesuatu gelagat kerana niat adalah faktor penyumbang ke arah pembentukan gelagat (Ajzen, 1991). Berdasarkan definisi di atas, dapat disimpulkan bahawa niat ialah petunjuk kepada kesediaan seseorang untuk melaksanakan sesuatu gelagat (Ajzen, 2005).

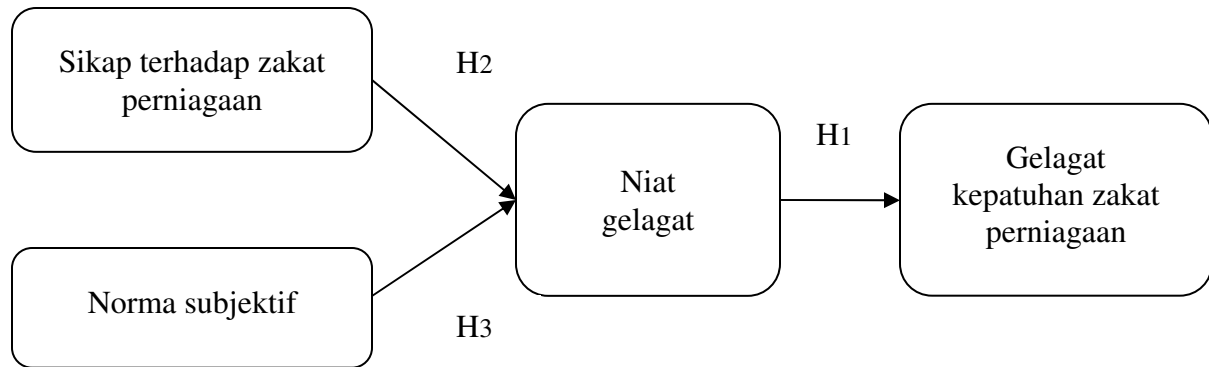
Literatur menunjukkan bahawa niat adalah merupakan praketerangan terdekat (*immediate antecedent*) bagi sesuatu gelagat (Ajzen, 2005). Kajian seperti Bagozzi dan Warshaw (1990) dan Schifter dan Ajzen (1985) menyokong bahawa wujudnya hubungan positif antara niat dengan gelagat. Justeru, kajian ini turut menjangkakan niat akan menjadi penentu paling hampir bagi gelagat kepatuhan zakat perniagaan.

Kerangka Model Gelagat Kepatuhan Zakat Perniagaan

Kajian ini menggunakan TTB sebagai asas kerangka teori kajian. Seperti yang dijelaskan sebelum ini, TTB menjelaskan bahawa gelagat zakat perniagaan adalah ditentukan oleh niat dan niat pula dipengaruhi oleh sikap terhadap zakat perniagaan dan norma subjektif. Walaupun teori ini banyak digunakan dalam bidang-bidang kajian seperti psikologi, sosiologi dan pemasaran, namun dalam persekitaran zakat perniagaan masih belum diuji. Oleh itu, kajian ini merupakan cubaan pertama untuk melihat peranan TTB dalam menjelaskan gelagat kepatuhan zakat perniagaan.

Bagi kajian mengenai gelagat zakat perniagaan, niat dijadikan angkubah perantara kepada angkubah bersandar, iaitu tingkah laku membayar zakat perniagaan (gelagat) kepada pejabat zakat. Faktor sikap dan norma subjektif merupakan angkubah tidak bersandar. Hubungan antara angkubah bersandar dan tidak bersandar ini dijadikan hipotesis dengan merujuk kepada TTB dan hasil dapatan kajian-kajian sebelum ini. Ini adalah kerana TTB adalah teori yang boleh disesuaikan dan boleh diaplikasikan dalam pelbagai aspek bidang kajian untuk meramal faktor yang mempengaruhi sesuatu gelagat (Ajzen & Fishbein, 1980).

Berdasarkan TTB seperti yang dibincangkan di atas, dapatlah dirumuskan model konseptual bagi kajian gelagat kepatuhan zakat perniagaan. Model konseptual ini boleh dilakarkan seperti di dalam Rajah 2 berikut:



Rajah 2: Kerangka model gelagat kepatuhan zakat perniagaan

Berdasarkan perbincangan literatur dan kerangka kajian, maka hipotesis-hipotesis berikut dibentuk:

- H1 Niat mempengaruhi gelagat kepatuhan zakat perniagaan
- H2 Sikap terhadap zakat perniagaan mempengaruhi niat gelagat kepatuhan zakat perniagaan
- H3 Norma subjektif mempengaruhi niat gelagat kepatuhan zakat perniagaan

METODOLOGI

Pengukuran Angkubah

Sejajar dengan model TTB, sesuatu gelagat perlu dijelaskan dalam secara khusus dari segi sasaran, tindakan, konteks dan masa. Justeru, kajian ini akan melihat tingkah laku (tindakan) peniaga (sasaran) terhadap pembayaran zakat perniagaan kepada pejabat zakat (konteks) pada satu tempoh tertentu (masa). Item-item yang digunakan bagi mengukur setiap angkubah dalam kajian ini diubahsuai berdasarkan kajian-kajian lepas yang menggunakan TTB sebagai kerangka teori. Item-item bagi mengukur angkubah sikap terhadap zakat perniagaan diadaptasi daripada Hanno dan Violette (1996) yang terdiri daripada 5 soalan menggunakan skala *Likert 5* mata. Norma subjektif pula diukur menggunakan instrumen Bobek dan Hatfield (2003) yang terdiri daripada 9 soalan menggunakan skala *Likert 5* mata. Item-item bagi mengukur niat diubahsuai berdasarkan Zainol (2008) manakala item-item bagi mengukur gelagat diubahsuai daripada Taylor dan Todd (1995). Soalan-soalan bagi mengukur niat dan gelagat adalah berdasarkan skala *Likert 5* mata. Kesemua angkubah dalam kajian ini telah melepasi ujian kebolehpercayaan dan kesahihan.

Subjek dan Prosedur

Unit analisis dalam kajian ini terdiri daripada peniaga di sekitar negeri Perlis. Rangka persampelan kajian terdiri daripada peniaga Muslim yang aktif menjalankan perniagaan. Bagi tahun 2006, terdapat 1,329 perniagaan Muslim yang aktif di negeri Perlis. Prosedur kaedah persampelan rawak mudah digunakan ke atas senarai perniagaan tersebut. Saiz sampel ditetapkan sebanyak 500 responden, iaitu melebihi saiz maksimum seperti yang diutarakan dalam Jadual Krejcie dan Morgan (dalam nukilan Sekaran, 2003), iaitu sebanyak 302 responden. Saiz yang lebih besar ini diperlukan bagi mengatasi masalah kemungkinan subjek tidak mengembalikan soal selidik kepada penyelidik. Saiz ini juga menepati cadangan petua kasar Roscoe (dalam nukilan Sekaran, 2003) yang menetapkan bahawa ciri-ciri sampel haruslah melebihi 30 tetapi kurang 500 bagi kebanyakan kajian. Nama-nama yang telah dipilih dihantarkan soal selidik ke alamat masing-masing melalui pos.

HASIL KAJIAN

Daripada 500 soal selidik yang dihantar, kira-kira 120 soal selidik telah berjaya dikembalikan oleh responden. Walaubagaimanapun, hanya 108 soal selidik sahaja boleh digunakan bagi tujuan analisis. Responden adalah terdiri daripada 50.9% lelaki dan selebihnya, iaitu 49.1% adalah perempuan. Purata umur responden ialah 43 tahun dan purata usia perniagaan mereka pula ialah 9 tahun. Majoriti daripada responden, iaitu 79.6% telah berkahwin dan selebihnya ialah bujang (18.5%) dan lain-lain (1.9%).

Kedudukan kepercayaan dan kesahihan bagi setiap konstruk dalam kajian ini dilaporkan dalam Jadual 1 dan Jadual 2 seperti berikut. Terdapat empat konstruk yang perlu melalui ujian kepercayaan dan kesahihan, iaitu gelagat, niat, sikap dan norma subjektif. Secara keseluruhannya, tahap kepercayaan dan kesahihan bagi setiap konstruk adalah memuaskan sepertimana yang disarankan oleh Hair, Anderson, Tatham dan Black (1998) dan Nunnally (1978).

Jadual 1

Analisis Kebolehpercayaan Konstruk

Angkubah	Bilangan Item	Nilai Cronbach Alpha
Gelagat	3	0.96
Niat	3	0.89
Sikap	5	0.83
Norma subjektif	9	0.93

Jadual 2

Analisis Kesahihan Konstruk

Angkubah	Bilangan Item	Nilai KMO
Gelagat	3	0.77
Niat	3	0.67
Sikap	5	0.79
Norma subjektif	9	0.78

Model Gelagat Kepatuhan Zakat Perniagaan

Jadual 3

Analisis Regresi Niat Terhadap Gelagat

	Koefisien Tidak Terpiawai		Koefisien Terpiawai	t	Sig.
	B	Ralat Terpiawai	Beta	B	Ralat Terpiawai
(Constant)	-1.560	1.963		-.795	.429
Niat	.334	.155	.191	2.156	.033*

Nota. *Signifikan pada $p < 0.05$

Model ramalan niat terhadap gelagat kepatuhan zakat perniagaan menunjukkan ramalan kepatuhan yang memuaskan. Hasil kajian mendedahkan bahawa kadar ramalan betul mengenai kepatuhan adalah 16% (*adjusted R Square* = 16%). Ini bermaksud angkubah niat dapat menerangkan gelagat kepatuhan zakat perniagaan sebanyak 16%. Jadual 3 mencadangkan bahawa perkaitan positif diperolehi antara niat dengan gelagat kepatuhan zakat perniagaan. Hubungan positif ini menyokong hipotesis H1 dan signifikan pada tahap $p < 0.05$. Keputusan ini mencadangkan bahawa niat peniaga yang tinggi cenderung untuk mematuhi pembayaran zakat.

Model Niat Gelagat

Jadual 4

Analisis Regresi Sikap dan Norma Subjektif Terhadap Niat Gelagat

	Koefisien Tidak Terpiawai		Koefisien Terpiawai	t	Sig.
	B	Ralat Terpiawai	Beta	B	Ralat Terpiawai
(Constant)	2.382	1.142		2.086	.040
Sikap	.318	.048	.506	6.577	.000*
Norma Subjektif	.082	.049	.171	1.673	.097**

Nota. *Signifikan pada $p < 0.00$, **Signifikan pada $p < 0.10$

Hasil analisis regresi sikap dan norma subjektif terhadap niat dapat mencadangkan ramalan kepatuhan pada kadar yang agak tinggi. Hasil kajian mendapati bahawa *adjusted R square* adalah 45% bagi menerangkan niat gelagat. Ini menunjukkan bahawa 45% angkubah dalam niat gelagat kepatuhan zakat perniagaan adalah secara signifikannya dijelaskan oleh angkubah sikap dan norma subjektif. Bagi sikap, perkaitan positif menyokong hipotesis H2 dengan kedudukan koefisien adalah signifikan pada tahap $p < 0.00$. Angkubah norma subjektif turut mempengaruhi niat gelagat secara positif. Norma subjektif bagi kajian ini terdiri daripada suami/isteri, ibu bapa dan rakan-rakan. Hasil kajian mendapati bahawa pengaruh norma subjektif dapat meningkatkan niat gelagat peniaga untuk membayar zakat. Ini menyokong hipotesis H3 apabila nilai koefisiennya adalah signifikan pada tahap $p < 0.10$.

PERBINCANGAN

Tujuan utama kajian ini adalah bagi mengkaji peranan sikap dan norma subjektif terhadap niat gelagat kepatuhan zakat perniagaan. Selain itu, kajian ini juga cuba melihat hubungan antara niat dengan gelagat kepatuhan zakat perniagaan. Hasil kajian menunjukkan bahawa gelagat kepatuhan zakat perniagaan di kalangan para peniaga sekitar negeri Perlis adalah secara signifikannya ditentukan oleh niat. Niat dilaporkan dapat menerangkan 16% varian dalam gelagat kepatuhan zakat perniagaan.

Di samping itu, hasil kajian turut mengesahkan peranan sikap dan norma subjektif terhadap niat gelagat. Faktor sikap dan norma subjektif dapat menjelaskan secara signifikan sebanyak 45% varian dalam niat gelagat kepatuhan zakat perniagaan. Walaubagaimanapun, faktor norma subjektif hanya didapati signifikan bagi dua kumpulan yang paling rapat dengan responden. Dua kumpulan norma subjektif tersebut ialah suami/isteri dan ibu bapa manakala pengaruh rakan-rakan didapati tidak signifikan untuk mempengaruhi peniaga dalam hal pembayaran zakat.

Secara keseluruhannya, hasil kajian ini menunjukkan kesesuaian penggunaan TTB bagi meramal dan memahami gelagat kepatuhan zakat perniagaan. Hasil kajian ini menunjukkan bahawa niat merupakan faktor penting dalam mempengaruhi gelagat kepatuhan zakat perniagaan. Dapatan ini adalah selari dengan kajian-kajian lain dalam pelbagai bidang (Hanno & Violette, 1996; Rah, Hasler, Painter & Chapman-Novakofski, 2004). Ini menunjukkan bahawa, jika kutipan zakat mahu ditingkatkan dari semasa ke semasa, maka pejabat zakat perlu menyusun strategi yang mendorong peniaga untuk mempunyai niat yang kuat bagi membayar zakat kepada pejabat zakat. Antara langkah yang boleh diambil ialah dengan meningkatkan komunikasi antara amil dan peniaga. Peningkatan komunikasi sama ada melalui interaksi langsung atau perjumpaan secara berkala dijangka mampu membantu peningkatan kesedaran dan niat peniaga untuk membayar zakat.

Selain itu, dapatan kajian ini yang menyokong pengaruh signifikan faktor sikap dan pengaruh suami/isteri serta pengaruh ibu bapa ke atas niat gelagat adalah konsisten dengan dapatan Zainol (2008) dalam kajiannya mengenai zakat gaji. Dalam bidang cukai, hal yang sama turut dilaporkan oleh Bobek dan Hatfield (2003) dan Hanno dan Violette (1996). Dapatan ini mencadangkan bahawa faktor sikap dan pengaruh sosial adalah sangat penting dalam persekitaran zakat perniagaan. Oleh sebab itu, sebarang usaha untuk menggalakkan peniaga membayar zakat perniagaan kepada pejabat zakat, pihak pejabat zakat perlu memberi perhatian serius mengenai sikap peniaga. Pejabat zakat harus meningkatkan imej dan reputasi mereka terutamanya dalam ketelusan menjalankan tanggungjawab mengutip dan mengagih wang zakat agar masyarakat amnya dan peniaga khususnya mempunyai persepsi dan pandangan yang betul terhadap kepentingan membayar zakat kepada pejabat zakat. Pejabat zakat juga boleh melaksanakan usaha dengan memperbanyakkan aktiviti promosi dan penerangan khas bagi menyedarkan masyarakat agar mematuhi peraturan yang ditetapkan. Jika kefahaman masyarakat terutamanya suami/isteri dan ibu bapa meningkat, maka ia secara langsung akan mempengaruhi peniaga bagi mempunyai niat yang kuat untuk membayar zakat kepada pejabat zakat.

Hasil kajian ini mempunyai beberapa batasan. Antaranya ialah fokus kajian ini hanya tertumpu di negeri Perlis dan pemboleh ubah-pemboleh ubah yang digunakan hanyalah berdasarkan TTB. Justeru, adalah dicadangkan agar kajian pada masa akan datang dibuat di seluruh Malaysia bagi mendapatkan gambaran yang lebih menyeluruh mengenai gelagat kepatuhan zakat perniagaan. Kajian akan datang juga wajar mengambil kira angkubah-angkubah lain seperti persepsi terhadap undang-undang dan penguatkuasaan zakat dan sebagainya yang mungkin memainkan peranan dalam gelagat kepatuhan zakat perniagaan.

KESIMPULAN

Kajian ini mempunyai dua tujuan, iaitu menyiasat pengaruh niat terhadap gelagat kepatuhan zakat perniagaan dan mengkaji peranan sikap dan norma subjektif terhadap niat gelagat. Hasil kajian telah mengesahkan pengaruh niat terhadap gelagat kepatuhan zakat perniagaan serta menyokong peranan sikap dan norma subjektif terhadap niat gelagat. Dapatan ini adalah selari dengan saranan TTB dan konsisten dengan kajian-kajian lain dalam pelbagai bidang. Ini mengukuhkan lagi andaian bahawa TTB secara efektifnya sesuai digunakan bagi memahami gelagat kepatuhan dalam persekitaran zakat perniagaan.

Hasil kajian ini boleh dimanfaatkan oleh pelbagai pihak dalam usaha meningkatkan kutipan zakat. Sebarang usaha yang hendak dilaksanakan haruslah melihat kepada niat peniaga terhadap zakat perniagaan. Niat peniaga perlu diberi perhatian memandangkan ianya mempunyai pengaruh yang kuat terhadap gelagat kepatuhan zakat perniagaan. Untuk meningkatkan niat peniaga, pejabat zakat perlu membina sikap positif peniaga selain menyedarkan masyarakat terutamanya kumpulan terdekat yang mempengaruhi niat peniaga seperti suami/isteri dan ibu bapa mengenai tanggungjawab mereka membayar zakat kepada pejabat zakat. Pejabat zakat perlu melaksanakan tugas kutipan dan agihan secara telus agar tidak menimbulkan sebarang syak yang tidak baik mengenai pejabat zakat. Jika masyarakat mempunyai kepercayaan yang tinggi mengenai pejabat zakat, maka kutipan zakat dijangka meningkat dari semasa ke semasa.

RUJUKAN

- Abdul Rahim, A.R. (2005). *Menangani cabaran semasa institusi zakat di Malaysia: Satu analisa*, Laporan Tahunan Zakat Majlis Agama Islam Wilayah Persekutuan, 142-147.
- Ajzen, I. (2005). *Attitudes, personality and behavior (Second Edition)*. Open University Press, NY.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organization Behavior and Human Decision Processes*, 50 (2), 179-211.
- Ajzen, I., & Driver, B.L. (1992). Application of the theory of planned behavior to leisure choice. *Journal of Leisure Research*, 24 (3), 207-224.
- Ajzen, I., & Fishbein, M. (1980). *Understanding attitudes and predicting social behavior*. Prentice-Hall, NJ.
- Bagozzi, R.P., & Warshaw, P.R. (1990). Trying to consume. *Journal of Consumer Research*, 17 (2), 127-140.
- Bobek, D.D., & Hartfield, 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, 13-38.
- Cohen, J., Pant, L. & Sharp, D. (1991). An empirical investigation of attitudinal factors affecting course coverage of international issues. *International Journal of Accounting*, 26 (1), 286-301.
- Cohen, J., Pant, L. & Sharp, D. (1994). Behavioral determinants of auditor aggressiveness in client relations. *Behavioral Research in Accounting*, 6, 121-143.
- Gorsuch, R.L., & Ortberg, J. (1983), Moral obligation and attitudes: Their relations to behavioral intentions. *Journal of Personality and Social Psychology*, 44, 1025-1028.
- Hair, J.F.Jr., Anderson, R.E., Tatham, R.L., & Black, W.C. (1998). *Multivariate data analysis* (5th ed.). New Jersey: Prentice Hall.
- Hanno, D.M., & Violette, G.R. (1996). An analysis of moral and social influences on taxpayer behavior, *Behavioral Research in Accounting*, 8, 57-75.
- Hasan, B., & Mohd-Shahnaz, S. (2005). *Kajian terhadap faktor yang mempengaruhi pembayaran zakat perniagaan di kalangan usahawan: Kes kajian Terengganu*. Kertas kerja dibentangkan semasa Seminar Ekonomi dan Kewangan Islam, ESSET Bangi, Selangor.

- Kamil, M.I., & Ahmad-Mahdzan, A. (2001). Peranan sikap dalam gelagat kepatuhan zakat pendapatan gaji. *Analisis*, 9 (1 & 2), 171-191.
- Nunnally, J. C. (1978). *Psychometric theory* (2nd ed.). New York: McGraw Hill.
- Rah, J.H., Hasler, C.M., Painter, J.E., & Chapman-Novakofski, K.M. (2004). Applying the theory of planned behavior to women's behavioral attitudes on consumption of soy products. *Journal of Nutrition Education Behavior*, 36, 238-244.
- Randall, D.M. (1989). Taking stock: Can the theory of reasoned action explain unethical conduct, *Journal of Business Ethics*, 8, 873-882.
- Schifter, D.B. & Ajzen, I. (1985). Intention, perceived control and weight loss: An application of the theory of planned behavior. *Journal of Personality and Social Psychology*, 49, 843-851.
- Sekaran, U. (2003). *Research Methods for Business: A Skill-building Approach*. Singapore: John Wiley & Sons.
- Tan, M., & Teo, T.S.H. (2000). Factors influencing the adoption of internet banking. *Journal of the Association for the Information Systems*, 1.
- Taylor, S., & Todd, P.A. (1995). Understanding information technology usage: A test of competing models. *Information Systems Research*, 6 (2), 144-176.
- Zainol, B. (2008). *Faktor-faktor penentu gelagat kepatuhan zakat gaji*. Tesis PhD tidak diterbitkan, Universiti Utara Malaysia, Sintok.
- Zainol, B., Kamil, M.I., & Faridahwati, M.S. (dalam terbitan). Predicting Compliance Intention on Zakah on Employment Income in Malaysia, *Jurnal Pengurusan*.