

Headline	Penjenamaan semula zakat lebih catchy pikat pembayar	Language	Malay
Date	01 Jul 2011	Page No	36,37
MediaTitle	Berita Harian	Article Size	1264 cm ²
Section	Nasional	Color	Full Color
Journalist	N/A	ADValue	55,687
Frequency	Daily	PRValue	167,061
Circ / Read	192,982 / 1,521,000		



Penjenamaan semula zakat lebih 'catchy' pikat pembayar

Institusi mesti ada nilai tambah ikut keperluan semasa

Oleh Hamizul Abdul Hamid

ZAKAT secara sinonimnya dikaitkan sebagai bantuan kepada orang susah. Dalam bahasa lebih santun, zakat dimanfaatkan untuk membantu fakir dan miskin. Ia terlalu menjurus, walhal zakat tidak bersifat demikian. Zakat hakikatnya adalah mekanisme ekonomi yang global tetapi manusiawi sifatnya. Memperkasakan zakat bermakna memperkasakan manusia. Itulah falsafah zakat yang indah di sisi Islam. Namun, jika kita hanya menyandarkan zakat dalam makna lazim yang biasa difahami, maka kita gagal mencernakan kehendak sebenar zakat. Oleh itu, zakat perlu diberikan nafas baru, sesuai dengan aspirasi digagaskan Nabi Muhammad SAW lebih 1,400 tahun dulu. Ini bukan bermakna mengubah hukum zakat yang sudah qat'ie (mutlak) sifatnya, tetapi memberikan nilai tambah tertentu agar zakat benar-benar mampu berperanan dalam zaman yang serba mencabar ini.

Dalam dunia ketika ini, serba-serbi perlu diberikan nilai tambah. Semangkuk cendol yang dijual mamak di tepi jalan, namun apabila diberi nama dan dipatenkan, kemudian ditokok dengan elemen tertentu, harganya boleh meningkat daripada RM2 kepada RM5 semangkuk. Apatah lagi jika dijual di hotel berbintang, ia lebih mahal walaupun menggunakan resipi sama dijual di kaki lima jalan. Demikian juga zakat, ia perlu diberi nilai tambah yang akan menaikkan nama, sekali gus imej zakat. Dalam aspek perniagaan, nilai tambah inilah yang menaikkan saham dan nilai komersial kepada barangan. Justeru, zakat perlu dikomersialkan agar berasa dekat dengan masyarakat. Imej zakat perlu ditingkatkan agar mencerminkan kehebatan kepada umat Islam.

Antara nilai komersial yang perlu dipadankan dengan zakat ialah penjenamaan yang meliputi tiga aspek iaitu penjenamaan institusi, produk zakat dan segmen zakat. Sejak sekian lama, dari era penjajahan, zakat atau umumnya institusi agama dipan-

Headline	Penjenamaan semula zakat lebih catchy pikat pembayar		
Date	01 Jul 2011	Language	Malay
MediaTitle	Berita Harian	Page No	36,37
Section	Nasional	Article Size	1264 cm²
Journalist	N/A	Color	Full Color
Frequency	Daily	ADValue	55,687
Circ / Read	192,982 / 1,521,000	PRValue	167,061

dang sebagai kelas kedua yang tidak bergerak seiring keperluan zamannya. Institusi agama hanya berperan dalam aspek nikah, cerai, rujuk dan pembahagian harta. Ia tidak boleh menyentuh undang-undang jenayah harta yang tertakluk kepada undang-undang sivil.

Mungkin kita cuba menafikan hakikat ini, namun kewujudan dualisme dalam sistem kehakiman misalnya, menjadi dilema berpanjangan kepada umat Islam. Bahkan undang-undang Islam sendiri terletak di bawah enakmen negeri, berbanding undang-undang sivil yang termaktub di bawah akta pada peringkat Persekutuan. Walau apapun, inisiatif serius daripada kerajaan untuk memperkemas dan memperkasakan institusi agama wajar dipuji. Semuanya masih berjalan walau tidaklah selaju yang diharapkan.

Tulisan ini tidak bermaksud membahaskan semua itu. Dalam dunia kewangan umumnya, institusi zakat sejak sekian lama tidak dilihat organisasi yang berperanan secara efektif dan proaktif sebagai 'nadi kewangan' yang mampu menaungi umat Islam seperti peranan Baitulmal zaman silam. Bahkan zakat kelihatan kurang bermaya, tidak kompeten dan sering bermain dengan pelbagai kerenah birokrasi dalam memberikan khidmatnya. Semua ini adalah liabiliti yang ditanggung sekian lama oleh institusi zakat.

Oleh itu, suatu anjakan perlu dirangka dan hendaklah memberi kesan segera kepada institusi zakat. Ibarat ubat bus yang segera menghilangkan kesakitan, maka begitu lah pantasnya institusi zakat yang baru perlu dijelmakan. Jika masih asyik dan leka, maka ia akan ketinggalan. Kesannya pasti amat buruk kerana ia menimpa kepada umum keseluruhannya.

Dalam hal inilah, penjenamaan semula institusi zakat perlu dilihat sebagai usaha mengkomersialkannya. Andai suatu masa dulu zakat hanya unit kecil di bawah pentadbiran agama, kini zakat sudah ditransforma-

Penjenamaan boleh dibuat ke atas kaedah pembayaran. Zakat melalui potongan gaji, boleh dijenamakan sebagai skim berkat. Di samping lebih mudah diingat apatah lagi disebut, ia meninggalkan kesan iaitu berkat. Ia lebih melunakkan

manusia untuk mendekatinya berbanding hanya disebut zakat potong gaji

sikan kepada entiti korporat yang hebat. Jika masa silam, institusi zakat hanya diketuai seorang ketua jabatan, kini ia perlu diketuai ketua pegawai eksekutif yang serba boleh dan berpengalaman.

Inilah yang dimaksudkan dengan penjenamaan semula institusi zakat, agar ia mampu memberikan nilai komersial kepada institusi itu. Ia tidak bersalahan langsung dengan ajaran agama, bahkan menepati apa yang pernah disarankan Allah SWT yang bermaksud: "*Sesungguhnya Allah tidak merubah keadaan sesuatu kaum sehingga mereka merubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri,*" (ar-Ra'du: 11)

Penjenamaan semula institusi zakat juga bermakna memberikan nilai tambah baru kepada keseluruhan organisasi. Misalnya, dari aspek pembudayaan kerja baru, penggunaan peralatan canggih, penerokaan dunia informasi dan teknologi maklumat serta pelbagai inovasi lain sehingga memungkinkan transformasi menyeluruh iaitu penjenamaan semula institusi zakat yang komprehensif dan konstruktif, bukan sekadar pertukaran nama saja.

Hakikatnya, institusi zakat mesti beraksi sebagai entiti yang bersaing dalam pasaran. Sungguhpun pesaing mungkin tiada kerana institusi zakat bermain di padangnya sendiri (dalam konteks Malaysia, mengikut wilayah dan negeri), namun institusi ini masih bersaing dengan pelbagai pesaing tidak langsung lain yang sentiasa menarik prospek zakat daripada mendekati institusi itu.

Pesaing tidak langsung ialah sesuatu yang mampu menyebabkan seseorang yang layak akhirnya gagal melunaskan zakat kerana halangan tertentu. Sebagai contoh, mungkin kerana dia membuat terlalu banyak komitmen kewangan, dengan hutang peribadi dan pelbagai pembiayaan lain, sehingga gagal menjadi Muslim yang sentiasa mengutamakan zakat dalam kalendar tahunan hidupnya.

Dalam konteks ini, kita boleh menganggap institusi kewangan lain, bank dan segala perniagaan yang menawarkan kredit kepada pengguna adalah pesaing tidak langsung kepada institusi zakat. Seandainya zakat gagal menarik perhatian prospek, pesaing inilah yang berjaya mencuri perhatian dan se-

terusnya wang mereka.

Oleh itu, produk zakat perlu dijenamakan semula agar menjadi lebih *catchy* dan menarik untuk dibeli. Ayam goreng biasa jika ditukar kepada ayam goreng madu bersalut rempah, bukankah lain bunyinya. Demikianlah keadaannya, zakat al-mal al-mustafad mungkin tidak mampu menarik orang untuk mengenalinya berbanding ditukar kepada zakat pendapatan kerana manusia hari ini majoritinya bekerja dan memperoleh pendapatan, maka ia lebih dekat dengan mereka.

Contoh lain, penjenamaan juga boleh dibuat ke atas kaedah pembayaran. Zakat melalui potongan gaji, boleh saja dijenamakan sebagai skim berkat. Di samping lebih mudah diingat apatah lagi disebut, ia juga meninggalkan kesan iaitu berkat. Ia lebih melunakkan manusia untuk mendekatinya berbanding hanya disebut zakat potong gaji.

Masih banyak contoh lain, misalnya zakat online yang memudahkan pembayaran menerusi internet walau di mana dan pada bila-bila masa saja, juga K-zakat yakni kaedah pembelajaran zakat dalam talian sehingga memungkinkan transformasi seseorang itu menaksir sendiri zakat dirinya.

Dalam pada itu, perkara lain yang perlu diberi perhatian ialah segmentasi penjenamaan zakat kerana peredaran zaman menyaksikan perubahan dalam aspek sumber perolehan harta kekayaan. Suatu masa dulu, penternak mungkin kaya, namun tidak lagi kini. Begitu juga, pemilik pertanian mungkin dianggap kaya, tetapi mungkin tidak sekarang.

Hari ini, sumber kekayaan diperoleh daripada pelbagai jalan lain. Misalnya, doktor pakar memperoleh kekayaan hasil kepakarannya. Penulis mungkin mendapat kekayaan hasil honorarium penulisannya. Penggubah dan penyanyi menjadi kaya raya dengan royalti. Seseorang yang pandai membaca senario ekonomi semasa, mungkin mencipta kekayaan dengan permainan saham di Bursa Malaysia. Maknanya, hari ini kekayaan lebih disebabkan kerjaya.

Oleh itu, institusi zakat perlu merangka strategi paling sesuai agar mengenai sasaran. Jika mahu memancing haruan, apakah umpannya? Pasti tidak sama dengan memancing ikan tilapia. Maka, institusi zakat perlu memfokuskan segmentasi sesuai, misalnya lebih kepada zakat pendapatan berbanding terna-

Headline	Penjenamaan semula zakat lebih catchy pikat pembayar	Language	Malay
Date	01 Jul 2011	Page No	36,37
MediaTitle	Berita Harian	Article Size	1264 cm²
Section	Nasional	Color	Full Color
Journalist	N/A	ADValue	55,687
Frequency	Daily	PRValue	167,061
Circ / Read	192,982 / 1,521,000		

kan. Sesuai dengan ramainya orang yang terbabit dalam dunia pendapatan ini.

Seiring pemilihan segmentasi penjenamaan produk zakat yang tepat, institusi ini perlu merangka strategi yang mampu mencipta daya tarikan kepada umat Islam, khususnya dalam menghadapi persaingan yang disebutkan di atas. Misalnya, merangka sistem pembayaran efisien, tanpa tunai dan hanya menekan butang telefon bimbit atau sekadar satu panggilan segalanya selesai. Kemudahan ini memberikan keselesaan berganda dan membolehkan umat melunaskan tanggungjawab sebagai Muslim dengan mudah dan cepat, tanpa menunggu nombor giliran di kaunter. Tidak dinafikan juga, pembayar zakat menjadi lebih tertarik jika dijenamakan dengan pakej 2 dalam 1. Ini biasa dilakukan pelbagai pesaing, misalnya produk A mem-

bolehkan seseorang menyimpan sambil melabur - institusi takaful sering menawarkan pakej ini. Maka, kenapa tidak institusi zakat?

Dalam hal ini, institusi zakat boleh bersinergi dengan mana-mana institusi bagi menawarkan perkara sama. Setakat ini, antara contoh paling ideal ialah rebat cukai pendapatan yang diperoleh daripada Lembaga Hasil Dalam Negeri. Rebate cukai ini senjata paling ampuh menarik prospek melunaskan zakat mereka kerana semakin banyak menunaikan zakat, semakin banyak dapat rebat ke atas cukai pendapatan mereka.

Namun, institusi zakat tidak sewajarnya hanya berasa cukup dengan pakej itu. Mungkin pakej dengan Lembaga Tabung Haji boleh diterokai, misalnya pembayar zakat bertuah berpeluang mengerjakan haji dengan pembiayaan ditanggung institusi zakat dan sebahagiannya

lagi oleh Tabung Haji. Begitu juga pakej dengan institusi takaful, misalnya mereka yang berzakat boleh mendapat pelan perlindungan diri untuk setahun. Inilah pakej 2 dalam 1 yang mampu menarik lebih ramai prospek zakat, Insha-Allah.

Penjenamaan semula penting dalam dunia perniagaan. Walaupun zakat ibadah yang rukun sifatnya, kemampuan institusi mentransformasikannya kepada imej baru adalah nilai tambah yang baik dan menguntungkan Islam dan umatnya. Oleh itu, inisiatif mengkomersialkan zakat perlu ditinjau daripada kaca mata positif. Bahkan usaha itu perlu dimulai sekarang disertai impian dan keazaman kukuh bagi merealisasikan.

Penulis ialah Eksekutif Komunikasi Korporat di sebuah institusi zakat



SEMAKIN ramai dapatkan maklumat bayar zakat untuk melengkapkan tanggungjawab sebagai Muslim.

Headline	Penjenamaan semula zakat lebih catchy pikat pembayar	Language	Malay
Date	01 Jul 2011	Page No	36,37
MediaTitle	Berita Harian	Article Size	1264 cm²
Section	Nasional	Color	Full Color
Journalist	N/A	ADValue	55,687
Frequency	Daily	PRValue	167,061
Circ / Read	192,982 / 1,521,000		



KAUNTER bergerak memudahkan orang ramai membayar zakat.



PETANI mengambil dividen pada majlis Penyampaian Hasil Padi dan Zakat di Tumpat.