

PUBLIC SERVANTS' AWARENESS OF PROJECT-BASED CASH WAQF INITIATIVES IN WP PUTRAJAYA

KESEDARAN BERWAKAF TUNAI BERASASKAN PROJEK DALAM KALANGAN PENJAWAT AWAM DI WP PUTRAJAYA

SUWAIBAH ZULKIFLI
Universiti Kebangsaan Malaysia
suwaibahzulkifli@gmail.com

HAIRUNNIZAM WAHID*
Pusat Pengajian Ekonomi, Fakulti Ekonomi & Pengurusan
Universiti Kebangsaan Malaysia (UKM), 43600 Bangi, Selangor
hairun@ukm.edu.my

*Corresponding author: hairun@ukm.edu.my

A PEER-REVIEWED ARTICLE
(RECEIVED – 30/6/2025: ACCEPTED – 2/10/2025: PUBLISHED – 10/12/2025)

DOI: <https://doi.org/10.65404/JAWHAR.302001>

ABSTRACT

This study aims to analyse the level of awareness among public servants in the Federal Territory of Putrajaya regarding project-based cash waqf. In addition, the study seeks to identify the key motivating factors that drive individuals to participate in waqf practices, as well as to evaluate the most preferred promotional channels for disseminating information on project-based cash waqf. Using a quantitative approach, data were collected through structured online questionnaires. Respondents were selected randomly and a total of 322 valid responses were obtained and analysed using SPSS. The findings indicate that public servants in Putrajaya generally possess a high level of awareness of project-based cash waqf practices. Although most respondents demonstrated a positive tendency towards waqf participation, a comprehensive understanding of the cash waqf concept remains limited. Religious beliefs and humanitarian values emerged as the main motivating factors, while perceptions of institutional credibility also played a significant role in fostering donor trust. In terms of

promotional platforms, Facebook was found to be the most relatable medium among the target group, particularly among public servants aged over 30.

Keywords: Project-based Cash Waqf, Public Servants, Awareness Level

ABSTRAK

Kajian ini bertujuan untuk menganalisis tahap kesedaran penjawat awam di Wilayah Persekutuan (WP) Putrajaya terhadap wakaf tunai berasaskan projek. Di samping itu, kajian ini juga bertujuan untuk mengenal pasti faktor yang mendorong amalan berwakaf serta menilai medium promosi yang paling diminati oleh responden dalam menyampaikan maklumat berkaitan wakaf tunai berasaskan projek. Menggunakan pendekatan kuantitatif, data diperolehi melalui soal selidik berstruktur yang diedarkan secara atas talian. Responden dipilih secara rawak dan sebanyak 322 maklum balas melepasi saringan untuk dianalisis menggunakan SPSS. Dapatan kajian menunjukkan bahawa penjawat awam di WP Putrajaya memiliki kesedaran menunjukkan kecenderungan berwakaf yang positif, namun pemahaman yang lebih mendalam terhadap konsep wakaf tunai, masih belum menyeluruh. Faktor seperti keagamaan dan nilai kemanusiaan merupakan dorongan utama untuk berwakaf, manakala persepsi terhadap kredibiliti institusi turut memainkan peranan penting dalam membina keyakinan penyumbang. Dari sudut medium promosi, penggunaan media sosial Facebook didapati lebih dekat dengan golongan sasaran, khususnya penjawat awam berusia lebih 30 tahun.

Kata Kunci: Wakaf Tunai Berasaskan Projek, Penjawat Awam, Tahap Kesedaran

1. PENGENALAN

Dalam sistem kewangan Islam, instrumen wakaf dan zakat memainkan peranan penting sebagai mekanisme agihan semula kekayaan yang menyokong pembangunan sosioekonomi umat Islam. Zakat merupakan satu kewajipan, manakala wakaf pula berfungsi sebagai sumbangan sukarela yang memberi impak berpanjangan. Konsep wakaf dalam Islam telah berkembang dari segi bentuk dan pelaksanaannya bagi memenuhi keperluan masyarakat.

Pada asalnya, wakaf melibatkan harta kekal tidak alih seperti tanah dan bangunan bagi mengekalkan prinsip utama perwakafan iaitu memastikan harta

tersebut kekal untuk selama-lamanya. Namun begitu, realitinya tidak semua individu berkeupayaan memiliki aset hartanah untuk diwakafkan sekali gus membataskan penglibatan umat Islam dalam pembangunan wakaf secara lebih meluas (Mohiddin, 2017).

Seiring perkembangannya, wakaf tunai telah dilaksanakan seperti yang diamalkan pada zaman Khalifah Uthmaniyyah bagi membuka peluang kepada umat Islam berwakaf dalam bidang keagamaan, pendidikan dan perkhidmatan sosial (Syafiq, 2014). Wakaf tunai merujuk kepada sumbangan dalam bentuk wang yang disalurkan kepada nazir atau institusi pengurusan yang sah bertujuan untuk dikumpulkan sebagai dana dan digunakan sama ada bagi memperoleh aset kekal atau membiayai pelbagai aktiviti berkaitan wakaf (Ahmad, 2009). Perkembangan ini memberi peluang kepada masyarakat Islam untuk terlibat dalam amal jariah tanpa memerlukan pemilikan aset fizikal yang besar (Muhamad Asni & Sulong, 2017).

Bagi Wilayah Persekutuan, wakaf diuruskan oleh Pusat Pungutan Zakat, Majlis Agama Islam Wilayah Persekutuan (PPZ-MAIWP) bermula pada Disember 2022 dan menjadi organisasi rujukan dalam kajian ini. Antara pendekatan yang digunakan oleh PPZ-MAIWP dalam pengurusan kutipan wakaf adalah dengan menyediakan platform digital wakaf melalui laman web <https://wakafppz.com.my> yang menyediakan maklumat berkenaan wakaf, capaian transaksi pembayaran melalui atas talian dan sebagainya.

Berdasarkan laman web ini, wakaf tunai terbahagi kepada dua kategori utama iaitu Wakaf Tunai Am dan Wakaf Tunai Khas. Wakaf Tunai Am merujuk kepada sumbangan wang tunai yang digunakan bagi tujuan umum seperti pembelian aset (am), pelaburan dan tujuan lain yang selaras dengan hukum syarak. Sebaliknya, Wakaf Tunai Khas (dalam konteks kajian ini dirujuk sebagai wakaf tunai berasaskan projek) lazimnya berpandukan kepada niat tertentu pewakaf, termasuk projek-projek spesifik yang diumumkan melalui laman web PPZ-MAIWP.

Bagi wakaf tunai berasaskan projek, pewakaf berpeluang memilih untuk menyumbang kepada mana-mana projek yang tersenarai selagi pautan sumbangan masih aktif. Antara maklumat yang dipaparkan bagi setiap projek termasuklah deskripsi projek, sasaran dan tempoh kutipan serta jumlah kutipan semasa yang dikemas kini secara masa nyata (real-time).

Namun begitu, tinjauan terhadap projek wakaf yang dipaparkan di laman web tersebut mendapati jumlah kutipan yang diperolehi masih jauh daripada mencapai sasaran yang ditetapkan. Keadaan ini menyebabkan tempoh kutipan sebahagian projek terpaksa dilanjutkan kerana kekurangan dana. Implikasinya, pelaksanaan projek berpotensi mengalami kelewatan untuk dimulakan serta menyukarkan penyampaian manfaat kepada masyarakat. Pemerhatian ini turut sejajar dengan kenyataan yang pernah dikeluarkan oleh Menteri di Jabatan Perdana Menteri, yang memaklumkan bahawa jumlah kutipan wakaf di Wilayah Persekutuan bagi tempoh Januari hingga Julai 2024 telah mencapai RM4.57 juta dengan penyertaan seramai 14,376 pewakaf. Meskipun angka ini menunjukkan peningkatan sekitar 12%, jumlah tersebut masih dianggap rendah dan belum mencerminkan potensi sebenar penyertaan masyarakat dalam inisiatif wakaf tunai (Bernama, 2024).

Hal ini menimbulkan persoalan mengenai tahap kesedaran berwakaf tunai dalam kalangan masyarakat di Wilayah Persekutuan (WP), khususnya apabila WP Kuala Lumpur dan WP Putrajaya mencatatkan pendapatan bulanan median isi rumah tertinggi di Malaysia, iaitu masing-masing sebanyak RM10,234 (WP Kuala Lumpur) dan RM10,056 (WP Putrajaya).

Justeru, kajian ini memfokuskan kepada WP Putrajaya memandangkan lokaliti ini merupakan pusat pentadbiran Kerajaan Persekutuan yang menempatkan sejumlah besar penjawat awam yang berpendidikan, berpendapatan tinggi dan mempunyai tahap celik teknologi maklumat yang baik.

Berdasarkan latar belakang tersebut, kajian ini dijalankan untuk menganalisis tahap kesedaran terhadap wakaf tunai berasaskan projek dalam kalangan penjawat awam di WP Putrajaya. Di samping itu, kajian ini juga bertujuan untuk mengenal pasti faktor yang mendorong amalan berwakaf serta menilai medium promosi yang paling diminati oleh responden dalam menyampaikan maklumat berkaitan wakaf tunai berasaskan projek.

2. KAJIAN LEPAS

Perkembangan wakaf tunai di Malaysia telah menarik perhatian penyelidik khususnya dalam meneliti tahap kesedaran masyarakat terhadap amalan ini. Sorotan literatur menunjukkan terdapat beberapa kajian yang telah memberi perhatian kepada faktor dalaman seperti kesedaran, pengetahuan dan keagamaan dalam mempengaruhi niat untuk berwakaf tunai.

Antara kajian yang meneliti aspek kesedaran sebagai elemen utama yang mempengaruhi niat berwakaf termasuk Zulkiflee et al. (2015), Md Sapir (2023), Ibrahim et al. (2023) dan Suhaimi (2023). Penemuan mereka menekankan bahawa kesedaran individu terhadap kepentingan dan manfaat wakaf tunai memainkan peranan penting dalam mencorak sikap dan kecenderungan untuk menyumbang dalam wakaf tunai. Dalam pada itu, dapatan kajian oleh Fazriah et al. (2023), Jusoh dan Mat (2024) serta Amin et al. (2024) menunjukkan bahawa tahap pengetahuan masyarakat mengenai wakaf juga memainkan peranan penting dalam mendorong mereka untuk berwakaf tunai.

Namun begitu, dapatan kajian Zakaria dan Muda (2017) serta Ismail dan Wahid (2021) menunjukkan bahawa tahap pengetahuan dan pemahaman terhadap konsep wakaf adalah rendah hingga sederhana. Hal ini memberi kesan kepada jumlah kutipan yang tidak mencukupi bagi membiayai pelaksanaan projek wakaf, terutamanya jika dibandingkan dengan kejayaan model wakaf di Singapura (Osman, Htay & Muhammad, n.d.). Kelemahan dalam memahami konsep serta bentuk pelaksanaan wakaf tunai turut menyumbang kepada tahap penerimaan yang terbatas dalam kalangan masyarakat. Justeru, Hasbullah et al. (2023) menyarankan agar institusi-institusi wakaf mempergiatkan strategi promosi dan komunikasi bagi memperluas kefahaman serta sokongan awam terhadap inisiatif ini.

Selain itu, aspek keagamaan turut dikenal pasti antara faktor penting yang mendorong individu untuk berwakaf. Hal ini disokong oleh pelbagai dapatan kajian lepas yang menunjukkan pengaruh signifikan elemen keagamaan terhadap niat untuk berwakaf. Antara kajian-kajian tersebut ialah kajian Mokhtar (2018), Amalia et al. (2020), Rasyid et al. (2023) serta Jusoh dan Mat (2024) yang telah membuktikan bahawa nilai-nilai spiritual seperti kepercayaan terhadap ganjaran pahala, rasa tanggungjawab sebagai seorang Muslim serta kesedaran terhadap konsep amal jariah memainkan peranan besar dalam membentuk niat individu untuk menyumbang. Dapatan-dapatan ini juga membuktikan bahawa motivasi berasaskan agama bukan sahaja meningkatkan kesediaan untuk berwakaf, malah turut menggalakkan penglibatan secara berulang.

3. METODOLOGI KAJIAN

Kajian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan kaedah tinjauan soal selidik berstruktur untuk tujuan pengumpulan data. Instrumen kajian dibangunkan dalam bentuk borang soal selidik atas talian menggunakan

platform Google Form. Soal selidik ini mengandungi tiga bahagian utama, iaitu Maklumat Latar Belakang Responden (Bahagian A) dan Maklumat berkaitan Pengalaman Wakaf Responden (Bahagian B). Jawapan bagi soalan yang disediakan pada Bahagian B adalah dalam bentuk Skala Likert lima mata (1 = sangat tidak setuju, 2 = tidak setuju, 3 = tidak pasti, 4 = setuju dan 5 = sangat setuju).

Sampel kajian terdiri daripada penjawat awam pelbagai gred yang berkhidmat di WP Putrajaya menggunakan kaedah persampelan mudah (convenience random sampling). Justeru itu, sebanyak 450 borang soal selidik telah diedarkan kepada penjawat awam di WP Putrajaya dan daripada jumlah tersebut, 366 responden telah memberikan maklum balas sebelum disaring dan digunakan untuk analisis utama.

Sebelum analisis data dijalankan, proses penyaringan dilakukan terlebih dahulu bagi memperoleh data yang bersih, relevan dan memenuhi kriteria menggunakan Microsoft Excel dan perisian *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS). Daripada 366 maklum balas, sebanyak 322 set data yang memenuhi kriteria untuk dianalisis.

Setelah proses saringan data dilaksanakan, analisis dilakukan menggunakan pendekatan analisis deskriptif merangkumi pengiraan kekerapan, peratusan, min dan sisihan piawai dengan menggunakan perisian SPSS.

4. HASIL KAJIAN DAN PERBINCANGAN

Kajian ini melibatkan seramai 322 orang responden (Jadual 1). Dari aspek jantina, majoriti adalah responden perempuan (64.9%), diikuti lelaki sebanyak 35.1%. Berdasarkan umur, lebih separuh responden (60.9%) berada dalam lingkungan 41 hingga 50 tahun, diikuti 29.2% berumur antara 31 hingga 40 tahun. Hanya sebilangan kecil iaitu 2.8%, berumur 30 tahun ke bawah dan 7.1% berumur 51 tahun dan ke atas.

Dari segi pengalaman bekerja, sebahagian besar responden (66.8%) telah berkhidmat dalam Perkhidmatan Awam antara 11 hingga 20 tahun. Sebanyak 20.8% pula telah berkhidmat lebih 20 tahun, manakala hanya 8.4% dan 4.0% telah berkhidmat antara 6 hingga 10 tahun serta kurang 5 tahun. Dalam konteks jawatan, 65.8% terdiri daripada pegawai kumpulan Pengurusan dan Profesional,

33.5% merupakan kakitangan daripada kumpulan pelaksana serta Pengurusan Tertinggi hanya 0.6%.

Melihat kepada status perkahwinan, majoriti responden telah berkahwin (85.4%) diikuti oleh mereka yang bujang (12.1%) dan ibu atau bapa tunggal (2.5%). Dari sudut pencapaian akademik pula, 43.8% responden memiliki Ijazah Sarjana Muda, manakala 30.4% mempunyai Ijazah Sarjana. Kelayakan lain termasuk STPM/Diploma (15.2%), SPM (7.8%) dan PhD (2.8%). Dari segi pendapatan isi rumah bulanan, hampir separuh daripada responden (47.2%) tergolong dalam kategori M40 di Putrajaya dengan pendapatan antara RM6,291 hingga RM11,296. Sementara itu, 29.8% responden berada dalam kategori B40 dengan pendapatan RM6,290 dan ke bawah. 23% lagi berpendapatan melebihi RM11,297 sebulan, yang diklasifikasikan sebagai kategori T20 di WP Putrajaya.

Jadual 1: Maklumat Demografi Responden

Pemboleh ubah	Perkara	Kekerapan	Peratus
Jantina	Lelaki	113	35.1
	Perempuan	209	64.9
Umur	30 tahun dan ke bawah	9	2.8
	31 tahun hingga 40 tahun	94	29.2
	41 tahun hingga 50 tahun	196	60.9
	51 tahun dan ke atas	23	7.1
Pengalaman bekerja	Kurang 5 tahun	13	4.0
	6 – 10 tahun	27	8.4
	11 – 20 tahun	215	66.8
	Lebih 20 tahun	67	20.8
Kumpulan jawatan	Pengurusan Tertinggi	2	0.6
	Pengurusan dan Profesional	212	65.8
	Kumpulan Pelaksana	108	33.5
Status perkahwinan	Berkahwin	275	85.4
	Bujang	39	12.1
	Ibu/bapa tunggal	8	2.5

Pemboleh ubah	Perkara	Kekerapan	Peratus
Pendidikan	SPM	25	7.8
	STPM/Diploma	49	15.2
	Ijazah Sarjana Muda	141	43.8
	Ijazah Sarjana	98	30.4
	PhD	9	2.8
Pendapatan bulanan isi rumah	RM6,290 dan ke bawah	96	29.8
	RM6,291 – RM 11,296	152	47.2
	RM 11,297 dan ke atas	74	23

Jadual 2 menunjukkan maklumat asas berkaitan amalan berwakaf dalam kalangan responden. Berdasarkan analisis, majoriti responden menunjukkan pemahaman yang baik terhadap konsep wakaf tunai berasaskan projek, dengan 91.6% menyatakan mereka memahami maksud dan konsep wakaf manakala hanya 8.4% mengakui tidak memahaminya. Hal ini memberi indikasi bahawa tahap kesedaran terhadap wakaf tunai berasaskan projek dalam kalangan responden adalah tinggi.

Dari segi pengalaman melaksanakan wakaf, seramai 69.6% responden pernah berwakaf sekurang-kurangnya sekali dalam hidup mereka. Pecahan lanjut menunjukkan 4.7% hanya melakukannya sekali, 30.1% melaksanakannya antara dua hingga lima kali manakala 34.8% telah melaksanakannya lebih daripada lima kali. Selebihnya, 30.4% mengaku tidak pernah berwakaf. Dapatan ini menunjukkan tahap komitmen dan penerimaan yang tinggi terhadap amalan wakaf tunai dalam kalangan penjawat awam. Ini berkemungkinan dipengaruhi oleh pendedahan kandungan (content) di media sosial, peningkatan kesedaran, kefahaman terhadap konsep wakaf serta keyakinan terhadap institusi yang menguruskan sumbangan tersebut. Sebaliknya, masih terdapat segelintir responden yang tidak pernah berwakaf, mencerminkan wujudnya keperluan untuk penambahbaikan dari aspek penyampaian maklumat, promosi dan kepelbagaian saluran wakaf yang sah dan dipercayai.

Dalam aspek jenis wakaf yang pernah disumbangkan, dua bentuk wakaf yang paling popular ialah Wakaf Tunai Am (52.5%) dan Wakaf Tunai Khas Berasaskan Projek (50.9%). Dapatan ini menggambarkan kecenderungan penjawat awam terhadap bentuk wakaf yang mudah untuk ditunaikan. Sebagai contoh, penjawat awam boleh berwakaf secara konsisten melalui potongan

gaji di mana sumbangan tersebut akan disalurkan untuk pelbagai tujuan umum selaras dengan keperluan semasa. Wakaf Tunai Khas pula memberi peluang kepada penjawat awam memilih untuk menyumbang kepada projek tertentu yang lebih jelas dan spesifik. Selain itu, wakaf tanah atau harta mencatatkan peratusan yang lebih rendah (8.1%) berkemungkinan disebabkan oleh kekangan pemilikan aset kekal. Dapatan kajian menunjukkan peratusan yang rendah iaitu 2.2% responden pernah menyumbang dalam bentuk wakaf korporat. Ini kerana wakaf korporat biasanya dikaitkan dengan entiti swasta atau individu berprofil tinggi yang mampu untuk melaksanakan wakaf berskala besar. Memandangkan kajian ini melibatkan penjawat awam sebagai responden, penyertaan dalam wakaf korporat adalah terbatas. Di samping itu, kajian ini turut menerima maklum balas penglibatan penjawat awam dalam wakaf al-Quran (2.2%) yang dilaporkan secara berasingan daripada kategori Wakaf Tunai Khas. Berdasarkan klasifikasi oleh PPZ-MAIWP, wakaf al-Quran merupakan sebahagian daripada kategori Wakaf Tunai Khas Berasaskan Projek, memandangkan ia melibatkan sumbangan bagi tujuan khusus. Akhir sekali, kajian ini turut merekodkan sumbangan wakaf di luar negara yang rendah (0.9%) berkemungkinan disebabkan oleh kecenderungan penjawat awam untuk mengutamakan sumbangan yang memberi manfaat kepada umat Islam di Malaysia.

Berkenaan kaedah pelaksanaan wakaf tunai, perbankan atas talian mencatatkan penggunaan tertinggi iaitu sebanyak 49.1%, diikuti oleh pembayaran melalui kod QR, eWallet dan JomPAY (25.5%) serta pembayaran tunai di kaunter (24.8%). Kaedah lain termasuk potongan gaji (12.4%), auto debit akaun bank (3.4%), pembayaran di masjid (4.7%) dan penggunaan kad kredit (0.6%). Dapatan ini selaras dengan kajian Jalil et. al (2019) yang mendapati bahawa kaedah pembayaran wakaf secara atas talian menjadi pilihan utama pewakaf diikuti dengan pembayaran secara tunai. Secara keseluruhannya, dapatan ini menunjukkan tahap kesedaran, pengalaman dan pelbagai kaedah pelaksanaan wakaf tunai yang digunakan dalam kalangan responden adalah pelbagai dan kecenderungan responden menggunakan kaedah digital. Menariknya, walaupun kemudahan pembayaran wakaf secara atas talian semakin meluas, masih terdapat segmen masyarakat yang lebih cenderung untuk berwakaf secara bersemuka terutamanya melalui kaunter rasmi atau terus di masjid. Kecenderungan ini mungkin dipengaruhi oleh faktor demografi memandangkan majoriti responden kajian terdiri daripada individu dewasa berusia lebih 40 tahun yang secara umumnya lebih selesa melaksanakan urusan kewangan berkaitan keagamaan secara fizikal dan bersemuka. Interaksi langsung tersebut memberi peluang kepada individu untuk melafazkan niat dan menerima doa ketika berwakaf yang dianggap

melengkapkan pengalaman beribadah. Kajian oleh Shari (2020) menyatakan bahawa kecenderungan ini turut dikesan semasa tempoh Perintah Kawalan Pergerakan (PKP) di mana pembayaran zakat fitrah secara fizikal masih menjadi pilihan utama bagi sesetengah individu meskipun transaksi dalam talian telah diperkenalkan.

Jadual 2: Maklumat Berwakaf Responden

Item (N = 322)	Perkara	Kekerapan	Peratus
Pemahaman umum responden tentang wakaf tunai berasaskan projek	Memahami	295	91.6
	Tidak memahami	27	8.4
Pengalaman melaksanakan wakaf	Pernah	224	69.6
	- Hanya sekali	15	4.7
	- 2 hingga 5 kali	97	30.1
	- Lebih 5 kali	112	34.8
	Tidak pernah	98	30.4
Jenis wakaf yang pernah disumbangkan	Wakaf Tunai Am	169	52.5
	Wakaf Tunai Khas Berasaskan Projek	164	50.9
	Wakaf Tanah/harta	26	8.1
	Wakaf Korporat	7	2.2
	Wakaf al-Quran	7	2.2
	Wakaf di luar negara	3	0.9
Kaedah berwakaf tunai yang pernah dilaksanakan	Potongan gaji	40	12.4
	Perbankan atas talian	158	49.1
	QR, eWallet dan JomPAY	82	25.5
	Kad kredit	2	0.6
	Auto debit dari akaun bank	11	3.4
	Pembayaran tunai di kaunter	80	24.8
	Pembayaran tunai di masjid	15	4.7

Analisis deskriptif terhadap 224 responden yang pernah berwakaf seperti di Jadual 3 menunjukkan bahawa dorongan utama untuk berwakaf adalah atas dasar ingin menyumbang dan memberi manfaat kepada kepentingan masyarakat umum dengan purata skor (min) tertinggi (4.70). Ini diikuti oleh dorongan disebabkan suruhan agama (4.65) yang menunjukkan bahawa nilai keagamaan dan kemanusiaan masih memainkan peranan penting dalam niat berwakaf dalam kalangan responden.

Dorongan berwakaf atas dasar kepercayaan terhadap pengurusan institusi wakaf juga berada pada tahap yang agak tinggi dengan min 4.15. Ini mencerminkan bahawa kredibiliti institusi pengurusan wakaf turut memberi kesan terhadap keputusan responden untuk berwakaf. Hasil kajian ini seiring dengan penemuan Liu et al. (2018) serta Kasri dan Indriani (2019) yang menyatakan bahawa kredibiliti sesebuah organisasi merupakan antara faktor utama yang mendorong niat individu untuk terlibat dalam aktiviti pendanaan awam (crowdfunding). Selain itu, pengaruh keluarga, majikan atau komuniti mencatatkan min 3.96, menunjukkan pengaruh sosial adalah sederhana. Sebaliknya, dorongan berwakaf yang paling rendah ialah untuk mendapatkan rebat cukai dengan min 2.99. Keputusan ini menggambarkan bahawa motivasi kewangan bukanlah faktor dorongan utama untuk berwakaf.

Dari segi saluran yang lebih dipercayai untuk berwakaf, penjawat awam menunjukkan kepercayaan yang tinggi terhadap platform atas talian dengan min 4.53, diikuti dengan saluran wakaf secara terus melalui institusi agama (min = 4.47). Ini menunjukkan bahawa kemudahan teknologi seperti laman web yang berkualiti dan disertai kaedah pembayaran atas talian yang diyakini serta kredibiliti institusi agama yang diiktiraf secara rasmi menjadi saluran utama yang diyakini untuk berwakaf. Hasil kajian ini juga selari dengan penemuan Liu et al. (2018) serta Kasri dan Indriani (2019) yang menyatakan bahawa laman web yang berkualiti, kemudahan transaksi serta kredibiliti institusi mendorong niat individu untuk menyumbang dalam pendanaan awam.

Namun begitu, saluran melalui potongan gaji (min = 3.82) dan saluran berwakaf secara terus ke badan NGO Islam (min = 3.65) masih menunjukkan tahap kepercayaan yang sederhana. Dapatan mengenai penyertaan wakaf melalui kaedah potongan gaji yang kurang memberangsangkan ini adalah selari dengan kenyataan Ketua Setiausaha Negara, yang memaklumkan bahawa sehingga 25

Julai 2021, hanya 6,616 penjawat awam telah berwakaf tunai secara potongan gaji daripada keseluruhan 1.6 juta penjawat awam (Ali, 2021).

Terdapat beberapa perkara yang perlu diberi perhatian oleh PPZ-MAIWP berkenaan dapatan ini. Pertama, secara umumnya saluran potongan gaji dalam kalangan penjawat awam merupakan antara alternatif yang paling selamat kerana mempunyai ciri-ciri pembayaran yang konsisten dan diproses secara sistematik oleh Jabatan Kerajaan. Namun begitu, responden yang terlibat dalam kajian ini mungkin kurang jelas tentang prosedur permohonan potongan gaji serta manfaat yang diperolehi daripada transaksi tersebut yang boleh membantutkan sumbangan dalam kalangan penjawat awam. Kedua, tahap kepercayaan terhadap NGO Islam sebagai saluran wakaf rasmi masih lemah berkemungkinan disebabkan kekhuatiran terhadap isu ketelusan dalam pengurusan dana serta tahap pengalaman dan pemantauan yang tidak setara dengan institusi rasmi Kerajaan seperti PPZ-MAIWP.

Oleh itu, sesi turun padang ke jabatan dan agensi kerajaan perlu diadakan dengan lebih kerap bagi mempromosikan kaedah tersebut. Di samping itu, PPZ-MAIWP juga boleh mengadakan kerjasama strategik dengan Bahagian Kewangan atau Bahagian Sumber Manusia yang menguruskan pembayaran emolumen Jabatan dan agensi Kerajaan untuk memperluas capaian promosi potongan gaji dikalangan penjawat awam. Bagi mempertingkatkan keyakinan ke atas kredibiliti NGO Islam pula, laporan audit tahunan, pengiktirafan daripada institusi berautoriti, penyediaan maklumat lengkap dan terkini berkaitan projek wakaf dan testimoni projek-projek wakaf yang telah berjaya dilaksanakan dapat membantu meningkatkan keyakinan penjawat awam untuk berwakaf.

Jadual 3: Dorongan dan Saluran yang Dipercayai untuk Berwakaf

Item (N = 224)	Min	Sisihan Piawai
Dorongan utama responden berwakaf		
• Ingin menyumbang dan memberi manfaat kepada kepentingan masyarakat umum	4.70	0.574
• Suruhan agama	4.65	0.595
• Kepercayaan terhadap pengurusan institusi wakaf	4.15	0.833

Item (N = 224)	Min	Sisihan Piawai
• Galakan keluarga/majikan/komuniti	3.96	1.049
• Untuk mendapatkan rebat cukai	2.99	1.202
Saluran yang dipercayai untuk berwakaf		
• Platform atas talian	4.53	0.613
• Wakaf secara terus melalui institusi agama	4.47	0.598
• Potongan gaji	3.82	0.963
• Badan NGO Islam	3.65	0.870

Merujuk kepada 98 orang responden yang tidak pernah berwakaf seperti di Jadual 4, faktor yang paling dominan ialah tidak tahu saluran berwakaf yang sah dengan min 3.35 dan faktor kurang pengetahuan tentang maklumat wakaf dengan min 3.20. Ini menunjukkan terdapat keperluan penting untuk meningkatkan kesedaran dan pengetahuan penjawat awam tentang wakaf terutamanya saluran yang betul untuk melaksanakannya.

Faktor tiada kemampuan kewangan dengan min 3.11 turut dikenal pasti sebagai sebahagian faktor menghalang penjawat awam berwakaf. Selain itu, kurang keyakinan terhadap pengurusan wakaf menunjukkan min yang agak rendah iaitu 2.84, yang mencadangkan bahawa kredibiliti terhadap pengurusan wakaf bukanlah faktor yang menyebabkan golongan ini tidak berwakaf.

Faktor paling kurang mempengaruhi ialah tidak berminat untuk berwakaf dengan min 1.92, yang mencerminkan bahawa majoriti penjawat awam yang tidak pernah berwakaf sebenarnya mempunyai minat, tetapi mungkin dihalang oleh faktor lain.

Jadual 4: Faktor Halangan Berwakaf

Item (N = 98)	Min	Sisihan Piawai
Tidak tahu saluran berwakaf yang sah	3.35	1.095
Kurang pengetahuan tentang maklumat wakaf	3.20	1.084
Tiada kemampuan kewangan	3.11	1.092
Kurang yakin terhadap pengurusan wakaf	2.84	1.042
Tidak berminat	1.92	0.893

Analisis deskriptif di Jadual 5 menunjukkan tahap pendedahan responden terhadap promosi wakaf tunai berasaskan projek yang dijalankan oleh PPZ-MAIWP masih berada pada tahap sederhana. Purata skor min untuk soalan “Adakah responden pernah melihat promosi wakaf tunai berasaskan projek yang dijalankan oleh PPZ-MAIWP di platform media sosial?” ialah 2.94. Ini menunjukkan bahawa keterlihatan promosi wakaf berasaskan projek yang dilaksanakan oleh PPZ-MAIWP masih kurang disedari oleh responden. Oleh itu, PPZ-MAIWP disarankan untuk meningkatkan dan menambah baik promosi wakaf tunai berasaskan projek di media sosial bagi menarik minat lebih ramai penjawat awam untuk berwakaf.

Dari sudut platform media sosial, promosi berkenaan wakaf tunai berasaskan projek yang dilaksanakan oleh pelbagai pihak yang disiarkan menerusi Facebook menunjukkan tahap pendedahan tertinggi dengan min 3. Ini diikuti oleh Youtube (min = 2.98), Instagram (min = 2.81) dan Tiktok (min = 2.51). Justeru, PPZ-MAIWP disarankan untuk menyesuaikan strategi promosi di media sosial mengikut segmen umur sasaran. Sekiranya kempen ingin ditumpukan kepada golongan dewasa, khususnya yang berumur melebihi 30 tahun, penekanan boleh diberikan kepada platform Facebook. Ini kerana, dapatan kajian menunjukkan bahawa majoriti responden dalam kajian ini merupakan individu dewasa yang berumur lebih 30 tahun lebih kerap terdedah kepada kempen wakaf tunai berasaskan projek di Facebook berbanding platform lain. Oleh itu, tumpuan kepada platform yang lebih relevan dengan demografi ini berpotensi meningkatkan keberkesanan penyampaian maklumat dan kadar penyertaan dalam wakaf tunai berasaskan projek. Dapatan ini selari dengan kajian Ismail dan Wahid (2021) yang menunjukkan bahawa responden cenderung memilih laman sesawang dan media sosial sebagai medium promosi yang lebih menarik perhatian mereka.

Menariknya, meskipun tahap pendedahan responden terhadap promosi wakaf tunai berasaskan projek yang dilaksanakan oleh PPZ-MAIWP masih tidak begitu tinggi, dapatan menunjukkan responden mempunyai kecenderungan yang kuat untuk menyumbang dalam wakaf tunai selepas mendapatkan maklumat yang mencukupi. Item yang mengukur minat responden untuk melaksanakan wakaf selepas mengetahui lebih lanjut mencatatkan skor min tertinggi iaitu 4.10. Ini menunjukkan potensi besar peningkatan penyertaan wakaf sekiranya strategi promosi dan penyampaian maklumat ditingkatkan.

Jadual 5: Pendedahan dan Minat Responden terhadap Promosi Wakaf Tunai Berasaskan Projek

Item (N = 322)	Min	Sisihan Piawai
Adakah responden pernah melihat promosi wakaf tunai berasaskan projek yang dijalankan oleh PPZ-MAIWP?	2.94	1.336
Kekerapan responden melihat promosi wakaf tunai berasaskan projek di platform media sosial		
- Facebook	3.41	1.292
- Instagram	2.81	1.360
- Tiktok	2.51	1.249
- Youtube	2.98	1.386
Minat responden untuk melaksanakan wakaf tunai khususnya wakaf berasaskan projek selepas mengetahui maklumat wakaf	4.10	0.813

5. KESIMPULAN

Dapatan kajian ini menunjukkan bahawa penjawat awam di WPPutrajaya memiliki kesedaran yang tinggi terhadap amalan wakaf tunai berasaskan projek. Walaupun kebanyakan responden menunjukkan kecenderungan positif, namun pemahaman yang lebih mendalam terhadap konsep wakaf tunai berasaskan projek termasuk manfaat dan saluran berwakaf yang sah, masih belum menyeluruh. Faktor seperti keagamaan dan nilai kemanusiaan dilihat sebagai dorongan utama yang mempengaruhi niat untuk berwakaf, manakala persepsi terhadap kredibiliti institusi turut memainkan peranan penting dalam membina keyakinan penyumbang.

Dari sudut penyampaian maklumat wakaf, penggunaan media sosial Facebook didapati lebih dekat dengan golongan sasaran, khususnya dalam kalangan penjawat awam berusia lebih 30 tahun. Oleh itu, pendekatan promosi yang lebih tersasar dan berfokus perlu diberi perhatian agar mesej wakaf lebih mudah difahami dan diterima.

Bagi memperluaskan impak kajian, penyelidikan masa depan disarankan untuk diperluaskan kepada sektor swasta atau masyarakat luar bandar bagi melihat perbezaan pola tingkah laku pewakaf. Kajian juga boleh mempertimbangkan faktor elemen komunikasi yang lebih interaktif dan berasaskan bukti bagi meningkatkan penyertaan masyarakat untuk berwakaf secara berterusan.

6. PENGHARGAAN DAN KONFLIK KEPENTINGAN

Penulis ingin merakamkan setinggi-tinggi penghargaan kepada kerajaan Malaysia khususnya Jabatan Perkhidmatan Awam (JPA) di atas peluang yang diberikan untuk melanjutkan pengajian di peringkat Sarjana Ekonomi melalui kemudahan Cuti Belajar Bergaji Penuh (CBBP) dengan Hadiah Latihan Persekutuan (HLP). Sekalung penghargaan juga ditujukan kepada Prof. Madya Dr. Hairunnizam Wahid atas bimbingan dan tunjuk ajar selaku penyelia dalam menyempurnakan kajian ini.

7. RUJUKAN

- Ahmad, A. (2009). *Pelaksanaan skim wakaf tunai oleh Yayasan Waqaf Malaysia*. Kertas kerja dibentangkan dalam JAWHAR Intellectual Discourse Bil. 1/2009, Auditorium EA, Parcel E, Putrajaya.
- Ali, M. Z. (2021, Julai 25). *Penjawat awam digalak buat sumbangan wakaf* – KSN. Sinar Harian. <https://www.sinarharian.com.my>
- Amalia, A. N., Puspita, P., & Sardiana, A. (2020). *The intention to pay on cash waqf based on religiosity and gender perspectives: An empirical study*. In *Proceedings of the 1st Unimed International Conference on Economics Education and Social Science (UNICEES 2018)* (pp. 1311 – 1316). SCITEPRESS – Science and Technology Publications.
- Amin, H., Jam, S. H., Ring, D. M., Suhartanto, D., Mai, R. F., Razak, D. A., & Shaikh, A. A. (2024). *Examining cash waqf from the perspectives of Malaysian actual donors*. *International Journal of Islamic Economics and Finance (IJIEF)*, 7(1), 113 – 129.
- Bernama. (2024, July 13). *PPZ-MAIWP kutip RM4.57 juta wakaf tunai Jan–Julai 2024, meningkat 12 peratus berbanding tahun sebelumnya*. <https://www.bernama.com>
- Fazriah, S., Sukmadilaga, C., & Yuliafitri, I. (2023). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi wakif dalam berwakaf melalui platform Wakaf Hasanah. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, dan Entrepreneurship*, 13(1), 246 – 265.
- Hasbulah, M. H., Noor, A. M., Hassan, M. H., Hassan, M. H., Sabri, M. A. Z., & Hashom, H. (2023). *Acceptance and Public Awareness of Cash Waqf in Malaysia: Literature Analysis*. *International Journal of Academic Research in Economics and Management Sciences*, 12(2), 483 – 496.
- Ibrahim, M. A., Aziz, A., Adnan, N. I. M., Ismail, M. S. I., & Ismail, S. (2023). *Wakaf Tunai di Perbadanan Wakaf Selangor (PWS): Satu Tinjauan Ringkas Tahap Kesedaran Masyarakat di Negeri Selangor*. *Borneo International Journal*, 6(3), 146 – 151.
- Ismail, N. A., & Wahid, H. (2021). *Penerimaan masyarakat Islam terhadap wakaf tunai pendidikan: Kajian dalam kalangan kakitangan Majlis Amanah Rakyat (MARA)*. *Journal of Management & Muamalah*, 11(2), 1 – 14.
- Jabatan Perangkaan Malaysia. *Laporan Kajian Pendapatan Isi Rumah 2022 – Putrajaya*. <https://www.dosm.gov.my/>

- Jalil, M. I. A., Pitchay, A. A., & Yahya, S. (2019). *Cash Waqf and Preferred Method of Payment: Case of Malaysia Using an AHP Approach*. In K. Ali, M. Hassan, & A. Ali (Eds.), *Revitalization of Waqf for Socio-Economic Development, Volume II* (pp. ...). Palgrave Macmillan.
- Jusoh, R., & Mat, H. (2024). *Faktor-faktor yang mempengaruhi niat berwakaf tunai melalui skim potongan gaji di Malaysia*. *Journal of Management & Muamalah*, 14(1), 67 – 77.
- Kasri, R. A. dan Indriani, E. (2021) *Empathy or perceived credibility? An empirical study of Muslim donating behaviour through online charitable crowdfunding in Indonesia*. *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*, 15(5), 829 – 846.
- Liu, L., Suh, A. dan Wagner, C. (2018). *Empathy or perceived credibility? An empirical study on individual donation behavior in charitable crowdfunding*. *Internet Research*. Vol. 28 No. 3, pp. 623 – 651.
- Majlis Agama Islam Wilayah Persekutuan. (2023). *Laporan tahunan MAIWP 2022*. <https://www.maiwp.gov.my>
- Md Sapir, A. S. (2023). *Tahap Kesedaran Wakaf Tunai dalam Kalangan Pelajar Kolej di Malaysia: Ujian Tukey HSD Post Hoc*. Dalam *Pemilikan Harta dan Pengurusan Wakaf: Falsafah, Pelaksanaan, Impak* (hlm. 37 – 78). Persatuan Ulama Malaysia.
- Mohiddin, H. M. N. H. (2017). Status Wakaf Tunai di Brunei Darussalam: Sumbangannya ke arah pembangunan ummah. *Jurnal Syariah*, 25(2), 217 – 246.
- Mokhtar, M. Z. (2018). *Pengaruh niat terhadap tingkah laku berwakaf tunai dalam kalangan Muslim di Pulau Pinang* (Tesis Sarjana). Universiti Sains Malaysia
- Muhamad Asni, F. A. H., & Sulong, J. (2017). Wakaf tunai dan aplikasinya dalam undang-undang di negara ASEAN. *Jurnal Syariah*, 25(2), 217 – 246.
- Pusat Pungutan Zakat-MAIWP. *Projek wakaf*. <https://wakafppz.com.my>
- Pusat Pungutan Zakat-MAIWP. (2022). *Laporan tahunan 2022*. Pusat Pungutan Zakat-MAIWP.
- Rasyid, A. F., Jatnika, M. D., Rafiqi, Y., & Saepulloh, A. (2023). *Determinan minat masyarakat dalam berwakaf uang: Reputasi Lembaga Wakaf dan Islamic Egalitarian*. *Indonesian Journal of Islamic Economics and Business*, 8(2), 321 – 333.
- Shari, M. G. (2020). *Pembayaran Zakat Fitrah Semasa Perintah Kawalan Pergerakan*. Prosiding Persidangan Antarabangsa Penyelidikan Dalam Pendidikan (InCER 2020), 1 – 9.

- Suhaimi, F. M. (2023). *Wakaf: Merungkai Salah Faham Bagi Menyebarkan Kesedaran Wakaf. Proceedings of the International Conference on Waqf and Endowment 2023*, 112 – 120.
- Syafiq, A. (2014). Wakaf tunai untuk pemberdayaan usaha kecil. *ZISWAF*, 1(2), 405 – 419.
- Osman, A. F., Htay, S. N. N., & Muhammad, M. O. (n.d.). *Determinants of cash waqf giving in Malaysia: Survey of selected works*. IIUM Institute of Islamic Banking and Finance.
- Muhammad Sofiyuddin Zakarian & Mohd Zamro Muda. (2017). Sorotan Literatur Pelaksanaan Wakaf Tunai di Malaysia. *Islamiyyat* 39(1): 39 – 46
- Zulkiflee, N., Wahid, H., & Ahmad, S. (2015). *Kesedaran Terhadap Wakaf Tunai: Kajian di Besut, Terengganu*. eProsiding Seminar Fiqh Semasa (SeFis) 2015.

