

Penerimaan usahawan asnaf terhadap kualiti perkhidmatan Majlis Agama Islam Negeri Sembilan berdasarkan Model SERVQUAL

(The acceptance of asnaf entrepreneurs towards the service quality of the Negeri Sembilan Islamic Religious Council based on the SERVQUAL Model)

**Khairul Azhar Meerangani^{a*}, Mohammad Fahmi Abdul Hamid^b, Muhamad Hanif
Jofri³**

^aPensyarah Kanan, Akademi Pengajian Islam Kontemporari, Universiti Teknologi MARA Cawangan Melaka.
E-mel: azharmeerangani@uitm.edu.my

^bPensyarah Kanan, Akademi Pengajian Islam Kontemporari, Universiti Teknologi MARA Cawangan Melaka.
E-mel: fahmihamid@uitm.edu.my

^aPensyarah Kanan, Pusat Pengajian Diploma, Universiti Tun Hussein Onn Malaysia.
E-mel: mhanif@uthm.edu.my

**Corresponding Author*

Article info

Received:
04 May 2025
Received in revised form:
26 July 2025
Accepted:
08 August 2025
Published:
01 September 2025

Keywords:
*Usahawan asnaf;
Kualiti perkhidmatan;
SERVQUAL;
MAINS;
Penerimaan pelanggan.*

DOI:
[10.24191/jipsf.v7i2.6874](https://doi.org/10.24191/jipsf.v7i2.6874)

Abstrak

Transformasi usahawan asnaf menerusi Program Pembangunan Insan merupakan inisiatif proaktif oleh Majlis Agama Islam Negeri Sembilan (MAINS) bertujuan membantu meningkatkan potensi golongan asnaf dalam sektor keusahawanan. Inisiatif ini sejajar dengan objektif MAINS sendiri bagi meningkatkan keberkesanan agihan zakat menerusi strategi serampang dua mata, iaitu memastikan setiap asnaf mampu menjalani kehidupan sejahtera di samping membina potensi diri untuk keluar daripada belengggu kemiskinan. Kajian ini bertujuan menilai penerimaan usahawan asnaf terhadap kualiti perkhidmatan yang disediakan oleh Majlis Agama Islam Negeri Sembilan (MAINS) dengan menggunakan Model SERVQUAL. Model ini menilai lima dimensi utama kualiti perkhidmatan, iaitu tangibles (ketara), reliability (kebolehppercayaan), responsiveness (tindak balas), assurance (jaminan), dan empathy (empati). Kajian ini menggunakan pendekatan kuantitatif melalui soal selidik yang diedarkan kepada sampel usahawan asnaf yang berdaftar dengan MAINS. Dapatan kajian menunjukkan bahawa terdapat hubungan yang signifikan antara beberapa dimensi SERVQUAL dengan tahap penerimaan usahawan asnaf terhadap perkhidmatan yang diterima. Kajian ini menyumbang kepada pemahaman yang lebih mendalam tentang persepsi kumpulan asnaf terhadap perkhidmatan institusi agama, serta memberikan cadangan penambahbaikan bagi meningkatkan keberkesanan penyampaian perkhidmatan sokongan ekonomi asnaf di Negeri Sembilan.

Abstract

The transformation of asnaf entrepreneurs through the Human Capital Development Programme is a proactive initiative by the Negeri Sembilan Islamic Religious Council (MAINS) aimed at enhancing the potential of the asnaf community in the field of entrepreneurship. This initiative aligns with MAINS' objective to improve the effectiveness of zakat distribution through a dual-pronged strategy: ensuring the well-being of asnaf recipients while developing their capacity to break free from the cycle of poverty. This study aims to assess the acceptance of asnaf entrepreneurs towards the service quality provided by MAINS using the SERVQUAL Model. The model evaluates five key dimensions of service quality: tangibles, reliability, responsiveness, assurance, and empathy. A quantitative approach was employed through a structured questionnaire distributed to asnaf entrepreneurs registered with MAINS. The findings reveal a significant relationship between several SERVQUAL dimensions and the level of acceptance among asnaf entrepreneurs towards the services rendered. This study contributes to a deeper understanding of asnaf community perceptions towards religious institutional services and offers recommendations for improving the effectiveness of economic support services for asnaf in Negeri Sembilan.

Keywords: Asnaf entrepreneurs; Service quality; SERVQUAL; MAINS; Customer acceptance

PENGENALAN

Program Pembangunan Ekonomi (PPE) merupakan inisiatif progresif Majlis Agama Islam Negeri Sembilan (MAINS) bagi melahirkan para asnaf yang berdaya saing dan proaktif menerusi platform keusahawanan. Inisiatif ini ternyata berjaya mengubah kehidupan golongan asnaf yang daif untuk terus meningkatkan kualiti kehidupan mereka. Dengan suntikan modal dan bimbingan, mereka bukan sahaja mampu memulakan perniagaan, malah membuktikan potensi diri sebagai usahawan. Kini, Usahawan Asnaf (UA) ini bukan sahaja selesa sebagai penerima zakat, tetapi sebahagiannya telah berubah menjadi penyumbang aktif, sekaligus menjadi ikon bermakna buat para asnaf lain. Hal ini menunjukkan bahawa pemerkasaan ekonomi bukan sahaja mengubah kehidupan individu, malah turut menyumbang kepada kesejahteraan masyarakat. Majlis Agama Islam Negeri Sembilan (MAINS), selaku institusi agama utama di peringkat negeri, memainkan peranan penting dalam menyalurkan bantuan dan menyediakan pelbagai bentuk sokongan keusahawanan kepada golongan asnaf. MAINS sendiri telah merangka program ini dengan teliti, berdasarkan penekanan kepada dua teras utama, iaitu Program Keusahawanan dan Program Ekonomi Kelompok.

Namun begitu, pelaksanaan program keusahawanan ini memerlukan sistem penyampaian perkhidmatan yang efisien dan berkesan bagi memastikan penerima manfaat benar-benar dapat keluar daripada kitaran kemiskinan. Namun begitu, tahap penerimaan usahawan asnaf terhadap perkhidmatan yang disediakan masih belum dikaji secara menyeluruh, khususnya dari sudut persepsi mereka terhadap kualiti perkhidmatan yang diterima. Penilaian terhadap aspek ini amat penting bagi menilai sejauh mana keberkesanan program yang dilaksanakan serta kepercayaan golongan asnaf terhadap institusi pemberi bantuan. Model SERVQUAL yang mengandungi lima dimensi utama sering digunakan untuk menilai kualiti perkhidmatan dalam pelbagai konteks, termasuk sektor awam dan sosial. Oleh itu, kajian ini mengaplikasikan model SERVQUAL bagi menilai penerimaan usahawan asnaf terhadap perkhidmatan MAINS. Hasil kajian ini diharap dapat menjadi asas kepada penambahbaikan dasar dan pendekatan perkhidmatan kepada kumpulan asnaf, khususnya dalam konteks pembangunan ekonomi.

SOROTAN LITERATUR

Kemiskinan dan pengangguran adalah dua belunggu yang menghalang kemajuan banyak negara membangun termasuk Malaysia. Ketidaksamaan ekonomi yang mendalam dan jurang sosial yang semakin meluas telah mencetuskan pelbagai masalah yang kompleks. Tragedi 13 Mei 1969 merupakan titik perubahan bagi negara ini, menyedarkan masyarakat betapa rapuhnya tatanan sosial jika tidak disokong oleh pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan saksama. Sejak itu, pembasmian kemiskinan telah menjadi agenda utama, tetapi cabarannya tetap kompleks dan memerlukan penyelesaian yang inovatif (Syafinas, 2014). Kesenjangan sosial yang semakin ketara mendorong pihak kerajaan melancarkan Dasar Ekonomi Baru (DEB). Dalam usaha mewujudkan masyarakat yang lebih inklusif, zakat turut berperanan menyumbangkan penyelesaian yang mampan. Institusi zakat yang diberi mandat

mengurus dana masyarakat berjaya merangka program yang bukan sahaja bersifat sementara, malah mampu membina kemandirian ekonomi mustahik. Melalui pendekatan pemerkasaan yang komprehensif, zakat telah menyumbang kepada memutuskan rantaian kemiskinan generasi. Zakat bukan sekadar sedekah, tetapi instrumen transformatif untuk membasmi kemiskinan (Ashrof et.al, 2023). Melalui dua pendekatan utama, zakat mampu mengubah kehidupan mustahik. Pertama, bantuan sara hidup dengan menyediakan jaring keselamatan untuk memenuhi keperluan asas mereka. Kedua, dengan suntikan modal dan latihan, zakat turut mendorong mustahik berdikari, mengubah mereka daripada penerima bantuan menjadi penyumbang produktif.

Usahawan Asnaf Zakat

Keusahawanan merupakan kunci untuk memperkasakan golongan asnaf. Dengan menyediakan peluang perniagaan, institusi zakat bukan sahaja membantu mereka memenuhi keperluan harian, malah telah menyediakan laluan untuk memperbaiki taraf kehidupan semasa. Dorongan menerusi suntikan modal dan bimbingan perniagaan mampu meningkatkan potensi keusahawanan mereka mendepani cabaran semasa (Efri, Juhary & Mizan, 2023). Menurut Amin (2022), usahawan asnaf adalah individu yang perlu melalui proses penciptaan usaha niaga bagi memastikan keberkesanan dan keberhasilan mereka sebagai usahawan. Proses penciptaan usaha niaga merupakan fasa awal keusahawanan menerusi bantuan, dorongan dan bimbingan yang disediakan oleh institusi zakat. Proses ini mampu memupuk keyakinan para usahawan asnaf untuk menceburi bidang perniagaan dengan suntikan rangsangan yang diberikan (Khairul & Umi, 2019). Namun begitu, beberapa risiko yang berpotensi merencatkan proses ini perlu ditangani terlebih dahulu. Ini termasuklah cabaran kekurangan modal, pengetahuan perniagaan, kemahiran pengurusan, sumber manusia berbakat dan keupayaan peribadi. Situasi ini ditambah pula dengan kesukaran mendapatkan khidmat pakar serta kualiti dan mentaliti sebagai usahawan berjaya (Rahim et.al, 2021).

Menjadi seorang usahawan yang berjaya merupakan suatu cabaran besar, terutama bagi para asnaf yang bergelut keluar daripada kitaran kemiskinan. Memahami dan menguasai dunia perniagaan yang kompleks dalam masa yang singkat, serta mengubah minda dan gaya hidup secara drastik menjadi dua dilem utama yang perlu ditangani. Persoalan ini bukan sekadar menukar latar pekerjaan, namun lebih utama mengubah perspektif mereka tentang kehidupan (Noorita et.al, 2022). Justeru, kejayaan para usahawan asnaf ini sangat bergantung kepada kekuatan mental, fizikal dan semangat yang jitu. Namun, dengan strategi dan pendekatan yang betul, keberhasilan sebagai seorang usahawan yang berjaya bukanlah mustahil. Dalam hal ini, institusi zakat sendiri telah mengambil langkah proaktif dengan menyediakan pelbagai bantuan buat para asnaf yang berminat menceburi sektor keusahawanan. Namun, inisiatif ini digerakkan melalui pelaksanaan program jangka panjang, memandangkan strategi pembasmian kemiskinan perlu dilaksanakan secara berterusan, dan bukannya secara bermusim (*occasional*). Menurut Muslihah (2023), MAINS menjadi antara institusi zakat terawal mempelopori strategi ini, diikuti oleh institusi zakat lain seperti Selangor, Wilayah Persekutuan, Melaka dan Terengganu. Namun, faktor kutipan dana zakat serta kemahiran sumber manusia menjadikan Selangor dan Wilayah Persekutuan lebih terkehadapan dalam pelaksanaan transformasi usahawan asnaf ini (Efri & Hamdah, 2022).

Dalam konteks Negeri Sembilan, Program Pembangunan Insan yang diperkenalkan oleh MAINS bermatlamat mempertingkatkan potensi ekonomi dan taraf hidup asnaf secara komprehensif. Namun, program transformasi ini bukan sahaja bertujuan mencungkil bakat dan potensi asnaf untuk menceburi sektor keusahawanan. Lebih utama, pendekatan ini dihasratkan menjadi nilai tambah kepada bantuan saradiri yang diberikan secara tetap setiap bulan. Dalam erti kata lain, para asnaf mempunyai inisiatif sendiri dan mampu berdikari bagi menjana pendapatan sendiri bagi meningkatkan kualiti kehidupan diri dan keluarga. Sekaligus, mengurangkan kebergantungan mereka kepada institusi zakat. Pembahagian program ini kepada dua teras, Program Keusahawanan dan Program Ekonomi Berkelompok pula bertujuan memastikan keberkesanannya dalam meningkatkan potensi asnaf secara strategik. Menurut Efri & Hamdah (2022), keunikan program ini berdasarkan pemberian modal awal serta suntikan modal tambahan dengan nilai minimum dan maksimum iaitu RM5,000.00 dan

RM50,000.00. Selain itu, pihak MAINS turut menyediakan latihan dan kursus berkaitan keusahawanan bagi meningkatkan motivasi, keyakinan serta pengetahuan dalam bidang perniagaan. Bimbingan dan pemantauan secara berterusan juga diberikan bagi memastikan kejayaan para usahawan dalam perniagaan yang dijalankan. Pemilihan peserta pula dijalankan menerusi proses tapisan yang ketat dan terperinci, memandangkan bantuan yang diberikan ini tidak perlu dibayar balik. Maka, hanya asnaf yang berkeelayakan sahaja akan dipilih bagi mengelakkan berlakunya penyalahgunaan bantuan yang disediakan.

Kualiti Perkhidmatan

Kualiti perkhidmatan dalam konteks institusi agama merujuk kepada keupayaan institusi tersebut dalam menyampaikan bantuan, latihan, dan sokongan kepada kumpulan sasar dengan cara yang profesional, mesra pelanggan, dan telus (Dayang et.al, 2020). Persepsi pelanggan terhadap perkhidmatan boleh mempengaruhi tahap kepercayaan dan kerjasama mereka dengan institusi. Persepsi usahawan asnaf terhadap kualiti perkhidmatan Majlis Agama Islam Negeri Sembilan (MAINS) merupakan elemen penting yang boleh mempengaruhi tahap keyakinan mereka terhadap kecekapan institusi zakat dalam melaksanakan fungsi kutipan dan agihan. Institusi zakat wajar memberi perhatian terhadap persepsi ini dengan memperkukuh aspek kecekapan, ketelusan dan keberkesanan sistem penyampaian zakat (Shahir & Adibah, 2010). Menurut Hashim et.al (2021), tahap kepercayaan masyarakat terhadap Majlis Agama Islam Negeri (MAIN) menjadi antara faktor utama yang mempengaruhi kecenderungan mereka untuk menunaikan zakat melalui saluran formal. Dalam konteks ini, persepsi positif usahawan asnaf terhadap pengurusan zakat berpotensi menyumbang kepada peningkatan kebergantungan dan kerjasama mereka dengan institusi zakat.

Kajian Hairunnizam et al. (2017) menunjukkan terdapat hubungan yang signifikan antara persepsi pembayar zakat terhadap pengurusan institusi zakat dengan tahap pematuhan zakat melalui institusi rasmi. Persepsi ini turut dipengaruhi oleh keberkesanan saluran komunikasi dan promosi yang dilaksanakan oleh institusi zakat. Menurut Adibah (2016), tahap pendedahan terhadap maklumat zakat yang tinggi berupaya meningkatkan kecenderungan individu untuk menunaikan kewajipan zakat. Justeru, pendekatan strategik dalam penyampaian maklumat seperti khutbah, ceramah, forum, seminar dan bahan promosi lain wajar dimanfaatkan bagi membentuk persepsi positif dalam kalangan asnaf, khususnya usahawan. Tambahan pula, kecekapan pengurusan zakat turut dikenal pasti sebagai faktor utama yang mempengaruhi keyakinan pembayar zakat (Hairunnizam et al., 2017; Muhammad Muda et al., 2010). Elemen seperti ketelusan, akauntabiliti, keadilan dan kebertanggungjawaban institusi zakat menjadi asas kepada pembentukan imej yang diyakini dan dihormati (Rahim et al., 2021). Keupayaan sesebuah institusi zakat dalam menampilkan ciri-ciri pengurusan yang profesional dan sistematik dilihat berupaya meningkatkan kepercayaan usahawan asnaf terhadap keberkesanan perkhidmatan yang ditawarkan. Dalam hal ini, kejayaan Majlis Agama Islam Selangor (MAIS) melalui Lembaga Zakat Selangor (LZS) sebagai institusi zakat berimej korporat dan tersusun boleh dijadikan rujukan oleh MAINS dalam usaha memperkukuh sistem penyampaian zakat yang lebih efektif dan mesra asnaf (Shahir & Adibah, 2010).

Model SERVQUAL

Model SERVQUAL merupakan satu kerangka teori yang dibangunkan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1988) bagi menilai persepsi pelanggan terhadap kualiti perkhidmatan yang diterima berbanding jangkaan awal mereka. Model ini telah digunakan secara meluas dalam pelbagai sektor, termasuk perkhidmatan kewangan, kesihatan, pendidikan dan juga sektor kebajikan sosial seperti institusi zakat. SERVQUAL terdiri daripada lima dimensi utama, seperti berikut:

- *Tangibles* (Ketampakan Fizikal): Merujuk kepada kemudahan fizikal, kelengkapan, dan penampilan kakitangan yang mencerminkan imej profesional sesebuah organisasi. Dalam

konteks program pembangunan usahawan asnaf, dimensi ini mencerminkan kesesuaian bahan kursus, kelengkapan latihan, serta persekitaran penyampaian program.

- *Reliability* (Kebolehpercayaan): Merujuk kepada keupayaan organisasi untuk menyampaikan perkhidmatan yang dijanjikan secara tepat dan konsisten. Kebolehpercayaan institusi zakat dinilai melalui ketelusan dalam pemilihan peserta, pengurusan program serta keupayaan melaksanakan intervensi yang memberi kesan positif kepada peningkatan ekonomi asnaf.
- *Responsiveness* (Tindak Balas): Menunjukkan kesediaan dan kecekapan pihak penyedia perkhidmatan dalam memberi maklum balas terhadap aduan atau pertanyaan pengguna. Dalam konteks ini, ia melibatkan bagaimana pihak institusi zakat bertindak balas terhadap cadangan, maklum balas dan isu yang dikemukakan oleh usahawan asnaf.
- *Assurance* (Jaminan): Merujuk kepada pengetahuan, kebolehan, dan sifat mesra petugas dalam meyakinkan pengguna bahawa mereka akan menerima perkhidmatan yang profesional dan beretika. Bagi usahawan asnaf, layanan yang mesra dan penjelasan yang meyakinkan boleh meningkatkan rasa percaya terhadap institusi zakat.
- *Empathy* (Keprihatinan): Menunjukkan keupayaan organisasi untuk memahami dan mengambil kira keperluan unik pelanggan secara individu. Empati dalam konteks ini boleh dilihat melalui pendekatan pemantauan yang personal, keprihatinan terhadap cabaran peserta, serta usaha penyesuaian program mengikut latar belakang peserta.

Model SERVQUAL bukan sahaja mengukur tahap kepuasan pengguna, tetapi turut membantu organisasi mengenalpasti jurang (*gaps*) antara jangkaan dan realiti perkhidmatan yang diberikan. Dalam kajian ini, model SERVQUAL diaplikasikan untuk menilai persepsi usahawan asnaf terhadap kualiti penyampaian perkhidmatan oleh Majlis Agama Islam Negeri Sembilan (MAINS), khususnya berkaitan intervensi pembangunan keusahawanan yang telah dilaksanakan. Beberapa kajian lepas telah menggunakan model SERVQUAL untuk menilai keberkesanan perkhidmatan yang diberikan oleh institusi keagamaan, termasuk organisasi pengurusan zakat dan inisiatif pembangunan usahawan. Menurut Ahmad et al. (2011), SERVQUAL telah digunakan untuk menilai kualiti perkhidmatan Lembaga Zakat Selangor (LZS) melalui persepsi penerima manfaat. Dapatan menunjukkan bahawa dimensi *Reliability* dan *Responsiveness* memainkan peranan penting dalam membentuk persepsi positif terhadap institusi zakat. Institusi yang cekap menyampaikan bantuan, mudah diakses, serta bertindak pantas terhadap permohonan dan aduan akan meningkatkan kepercayaan dalam kalangan penerima zakat.

Kajian oleh Norazlina & Abdul Rahim (2013) meneliti keberkesanan bantuan zakat dalam membangunkan potensi keusahawanan asnaf. Walaupun kajian ini tidak menggunakan SERVQUAL secara langsung, dapatan mereka menyarankan perlunya institusi zakat memberi perhatian kepada aspek *training relevancy* dan *follow-up support*, yang sejajar dengan dimensi *Tangibles* dan *Empathy* dalam SERVQUAL. Ini memperkukuhkan peranan institusi zakat bukan hanya sebagai pemberi dana, tetapi sebagai fasilitator pembangunan insan. Hassan et al. (2019) menggunakan model SERVQUAL untuk menilai perkhidmatan institusi kewangan Islam, dan mendapati bahawa dimensi Assurance dan Empathy adalah kritikal dalam mengekalkan keyakinan pelanggan. Dalam konteks ini, kecekapan dan keikhlasan petugas dalam menyantuni pelanggan dilihat sebagai cerminan nilai-nilai Islam dalam pengurusan organisasi. Model SERVQUAL membolehkan institusi zakat mengenalpasti kelemahan dalam penyampaian program; bukan sekadar dari segi logistik, tetapi juga persepsi dan hubungan dengan peserta.

METODOLOGI KAJIAN

Kajian ini menggunakan pendekatan kuantitatif berbentuk kajian tinjauan bagi menilai persepsi dan penerimaan usahawan asnaf terhadap perkhidmatan yang disediakan oleh MAINS. Pendekatan ini dipilih kerana ia membolehkan pengumpulan data dalam skala besar dengan menggunakan instrumen

soal selidik berstruktur. Populasi kajian terdiri daripada usahawan asnaf yang berdaftar pada tahun 2023-2024 dan menerima bantuan keusahawanan daripada MAINS di seluruh Negeri Sembilan. Teknik persampelan yang digunakan ialah pensampelan bertujuan (*purposive sampling*), di mana hanya individu yang memenuhi kriteria sebagai "usahawan asnaf" terlibat. Jumlah saiz sampel minimum ditentukan menggunakan perisian G*Power untuk mengira keperluan minimum bagi analisis korelasi atau regresi berganda. Instrumen kajian merupakan soal selidik berstruktur yang mengandungi tiga bahagian utama; iaitu Bahagian A: Maklumat Demografi Responden, Bahagian B: Kualiti Perkhidmatan MAINS; dan Bahagian C: Penerimaan Usahawan Asnaf Terhadap Perkhidmatan MAINS. Kesahan kandungan (*content validity*) ditentukan melalui semakan oleh pakar dalam bidang pembangunan usahawan dan pengurusan institusi zakat. Ujian rintis (*pilot test*) dijalankan ke atas 10 responden untuk mengukur kebolehpercayaan instrumen menggunakan pekali Cronbach's Alpha, yang merekodkan nilai bacaan 0.877. Soal selidik diedarkan secara bersepadu secara fizikal melalui agensi MAINS dan program usahawan. Semua responden diberikan taklimat ringkas mengenai objektif kajian dan persetujuan mereka akan diperoleh secara bertulis (*informed consent*). Data yang dikumpul dianalisis menggunakan Perisian SPSS v22 bagi merumuskan statistik deskriptif, korelasi Pearson (hubungan antara dimensi SERVQUAL dan tahap penerimaan serta regresi berganda (dimensi SERVQUAL yang paling mempengaruhi penerimaan usahawan asnaf).

DAPATAN KAJIAN DAN PERBINCANGAN

Berdasarkan data awal yang diperoleh daripada Unit Profilan dan Keusahawanan, seramai 63 orang asnaf telah berdaftar dengan program keusahawanan MAINS. Namun, seramai 20 orang daripada mereka dilihat kurang aktif dalam menceburi bidang keusahawanan disebabkan pelbagai kekangan dan kesulitan yang dihadapi. Justeru, satu soal selidik telah diedarkan kepada 40 responden, dengan 36 daripadanya telah memberikan maklum balas terhadap item-item yang diberikan.

Profil Responden

Perincian latar usahawan asnaf yang terlibat adalah seperti dalam Jadual 1 berikut:

Jadual 1: Profil Demografi Usahawan Asnaf

Bil.	Item	Peratus (%)
1.	Jantina	
	• Lelaki	19.4
	• Perempuan	80.6
2.	Umur	
	• 31 – 40 Tahun	22.2
	• 41 – 50 Tahun	47.2
	• 50 Tahun ke atas	30.6
3.	Taraf Perkahwinan	
	• Bujang	2.7
	• Berkahwin	63.9
	• Ibu Tunggal	33.4
4.	Bilangan Tanggungan	
	• 1-3 Orang	50
	• 4-6 Orang	47.2
	• 7 Orang ke atas	2.8
6.	Tahap Pendidikan	
	• Sekolah Rendah	8.3
	• PMR/Setaraf	13.9
	• SPM/Setaraf	55.6
	• STPM/Diploma/Setaraf	19.4
	• Sarjana Muda/Setaraf	2.8

7.	Daerah	
	• Seremban	41.7
	• Kuala Pilah	22.2
	• Port Dickson	13.9
	• Jelebu	11.1
	• Jempol	5.6
	• Rembau	2.8
	• Tampin	2.8
8.	Tempoh sebagai usahawan	
	• 1-3 Tahun	61.1
	• 4-6 Tahun	25
	• 7-9 Tahun	5.6
	• 10 Tahun ke atas	8.3
9.	Jenis Perniagaan	
	• Makanan dan Minuman	83.4
	• Kesihatan dan Kecantikan	19.5
	• Fesyen dan Kraftangan	5.6
	• Perkhidmatan Profesional	2.8
10.	Platform Perniagaan	
	• Fizikal	91.7
	• Digital	41.7

Kajian ini melibatkan seramai 36 orang usahawan asnaf daripada pelbagai daerah di Negeri Sembilan. Secara keseluruhan, majoriti responden adalah perempuan (80.6%), manakala selebihnya adalah lelaki (19.4%). Dari segi kategori umur, kumpulan umur paling dominan adalah mereka yang berumur 41–50 tahun (47.2%), diikuti oleh 50 tahun ke atas (30.6%) dan 31–40 tahun (22.2%). Ini menunjukkan majoriti usahawan asnaf berada dalam lingkungan umur matang yang berpotensi tinggi untuk berkembang dalam bidang keusahawanan. Dari aspek taraf perkahwinan, majoriti adalah berkahwin (63.9%), diikuti oleh ibu tunggal (33.4%) dan hanya seorang responden yang berstatus bujang (2.7%). Data ini mencerminkan peranan penting golongan wanita berkahwin dan ibu tunggal dalam sektor keusahawanan. Bagi bilangan tanggungan, majoriti responden mempunyai antara 1–3 orang tanggungan (50%) dan 4–6 orang tanggungan (47.2%), manakala hanya 2.8% mempunyai 7 orang tanggungan atau lebih. Ini menunjukkan beban tanggungan yang sederhana ke tinggi dalam kalangan usahawan asnaf.

Dari segi tahap pendidikan, kebanyakan responden adalah lepasan SPM atau setaraf (55.6%), diikuti oleh STPM/Diploma (19.4%), PMR (13.9%), dan Sekolah Rendah (8.3%). Hanya 2.8% sahaja yang mempunyai kelulusan Sarjana Muda atau setaraf, menunjukkan tahap pendidikan sederhana dalam kalangan responden. Berdasarkan lokasi daerah, majoriti responden berasal dari Seremban (41.7%), diikuti oleh Kuala Pilah (22.2%), Port Dickson (13.9%), Jelebu (11.1%), dan selebihnya dari Jempol, Rembau, dan Tampin. Bagi tempoh penglibatan sebagai usahawan, majoriti telah berkecimpung dalam bidang ini selama 1–3 tahun (61.1%), diikuti oleh 4–6 tahun (25.0%). Hanya sebilangan kecil yang telah menjalankan perniagaan selama 7–9 tahun (5.6%) dan 10 tahun ke atas (8.3%). Dari segi jenis perniagaan, majoriti responden terlibat dalam sektor makanan dan minuman (83.4%), diikuti oleh kesihatan dan kecantikan (19.5%), fesyen dan kraftangan (5.6%), serta perkhidmatan profesional (2.8%). Ini menunjukkan tumpuan utama usahawan asnaf adalah dalam sektor yang mudah diakses dan berorientasikan keperluan harian. Bagi platform perniagaan, kebanyakan menjalankan perniagaan secara fizikal (91.7%), dan sebahagian turut menggunakan platform digital (41.7%). Ini mencerminkan keperluan kepada sokongan pendigitalan bagi memperluas capaian pasaran dan meningkatkan keberkesanan perniagaan asnaf.

Analisis Deskriptif

Statistik deskriptif adalah sebahagian daripada analisis asas yang perlu dilakukan oleh penyelidik. Ianya bertujuan untuk mengolah, menyajikan data tanpa membuat apa-apa keputusan untuk populasi. Analisis deskriptif memberi ringkasan serta maklumat mengenai data-data yang telah digunakan dalam kajian

ini. Ianya hanya melihat gambaran keseluruhan data secara umum. Jadual 2 menunjukkan hasil analisis deskriptif yang mana hanya tumpuan kepada analisis min dan sisihan piawai:

Jadual 2: Analisis Deskriptif Dimensi SERVQUAL

Dimensi	Purata	Sisihan Piawai
Tangibles	4.22	0.76
Reliability	4.22	0.64
Empathy	4.21	0.65
Responsiveness	4.14	0.64
Assurance	4.36	0.64
Outcome	4.25	0.77
Penerimaan	3.98	0.66

Dapatan deskriptif menunjukkan bahawa kesemua lima dimensi dalam Model SERVQUAL mencatatkan purata skor melebihi 4.00, yang menandakan tahap persepsi yang tinggi dalam kalangan usahawan asnaf terhadap aspek-aspek kualiti perkhidmatan yang diberikan oleh MAINS. Dimensi yang mencatatkan skor purata tertinggi ialah Assurance (min = 4.36), yang menggambarkan bahawa usaha dalam memberikan layanan mesra, kebolehpercayaan pegawai, dan kecekapan komunikasi amat dihargai oleh usahawan asnaf. Dimensi lain seperti Tangibles, Reliability, Responsiveness, dan Empathy turut menunjukkan skor purata tinggi, mencerminkan tahap kepuasan umum yang memberangsangkan terhadap pelbagai aspek perkhidmatan. Sementara itu, tahap penerimaan terhadap program keusahawanan yang diukur melalui pemboleh ubah Penerimaan mencatatkan min = 3.98, iaitu masih dalam kategori tinggi, namun sedikit lebih rendah berbanding skor dimensi SERVQUAL. Hal ini memberi petunjuk bahawa walaupun perkhidmatan dinilai positif, masih terdapat ruang penambahbaikan dari sudut impak sebenar program ke atas usahawan asnaf. Dari segi taburan respons, nilai sisihan piawai berada dalam lingkungan sederhana (± 0.64 hingga ± 0.77), menandakan terdapat kepelbagaian pandangan dalam kalangan responden, namun tidak terlalu ekstrem. Ini menunjukkan bahawa persepsi terhadap perkhidmatan dan penerimaan program adalah cenderung konsisten dalam kalangan majoriti responden.

Analisis Korelasi

Analisis korelasi dapat didefinisikan sebagai metode statistik yang digunakan untuk mengukur keamatan hubungan antara dua pemboleh ubah. Analisis korelasi yang dilakukan akan menghasilkan suatu nilai yang disebut sebagai koefisien korelasi. Berikut merupakan hasil analisis korelasi tersebut:

Jadual 3: Analisis Korelasi Dimensi SERVQUAL

Pemboleh Ubah	1	2	3	4	5	6
1. Tangibles	1.000					
2. Reliability	0.487*	1.000				
3. Responsiveness	0.438*	0.479*	1.000			
4. Assurance	0.313	0.290	0.585**	1.000		
5. Empathy	0.333	0.416*	0.369	0.495*	1.000	
6. Penerimaan Usahawan	0.495*	0.342	0.488*	0.333	0.385	1.000

Berdasarkan analisis seperti yang ditunjukkan dalam Jadual 3, didapati bahawa terdapat hubungan korelasi positif sederhana yang signifikan antara dimensi Tangibles dan tahap penerimaan usahawan asnaf terhadap perkhidmatan ($r = 0.495$, $p < 0.05$). Hubungan signifikan yang sama turut dikenalpasti antara dimensi Responsiveness dan penerimaan ($r = 0.488$, $p < 0.05$), menandakan bahawa peningkatan dalam persepsi terhadap kemudahan fizikal dan keupayaan tindak balas pihak agensi berkait rapat dengan penerimaan terhadap program yang ditawarkan. Dalam kalangan dimensi SERVQUAL, hubungan paling kuat dicatatkan antara Responsiveness dan Assurance ($r = 0.585$, $p < 0.01$), yang menggambarkan wujudnya kesalinghubungan kukuh antara kecekapan tindakan balas agensi dan keyakinan serta jaminan yang dirasakan oleh usahawan terhadap perkhidmatan yang diberikan. Secara keseluruhannya, dapatan turut menunjukkan wujudnya hubungan positif yang signifikan antara persepsi

terhadap keseluruhan kualiti perkhidmatan (SERVQUAL) dengan tahap penerimaan usahawan asnaf ($r = 0.574$, $p < 0.05$). Ini menunjukkan bahawa semakin tinggi penilaian usahawan terhadap kualiti perkhidmatan yang disampaikan oleh MAINS, semakin tinggi juga penerimaan mereka terhadap program keusahawanan yang dilaksanakan. Oleh kerana nilai p adalah kurang daripada 0.05, maka hubungan ini adalah signifikan dari segi statistik.

Analisis Regresi

Analisis regresi digunakan untuk melihat faktor yang mempengaruhi penerimaan kualiti perkhidmatan oleh pihak MAINS. Dalam membentuk model regresi, beberapa pembolehubah bebas yang dijangkakan berhubung dengan pembolehubah bergantung secara teori telah dimasukkan. Jadual 8 menunjukkan hasil analisis regresi dan perhubungan positif yang terbentuk antara pembolehubah:

Jadual 4: Analisis Regresi Dimensi SERVQUAL

Dimensi	Koefisien	Nilai-p	Interpretasi
Tangibles	+0.271	0.185	Tidak signifikan, tetapi cenderung positif.
Reliability	+0.139	0.746	Tidak signifikan.
Empathy	-0.085	0.860	Tidak signifikan.
Responsiveness	+0.607	0.142	Hampir signifikan, memberi kesan positif kuat.
Assurance	-0.352	0.245	Tidak signifikan, dan negatif.

Hasil analisis menunjukkan bahawa nilai R-kuasa dua (R^2) bagi model adalah sebanyak 0.429, yang bermakna sebanyak 42.9% variasi dalam tahap penerimaan usahawan asnaf terhadap perkhidmatan MAINS dapat dijelaskan oleh lima dimensi utama dalam Model SERVQUAL, iaitu Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance, dan Empathy. Nilai Adjusted R^2 pula adalah 0.334, menunjukkan bahawa walaupun berlaku pelarasan terhadap bilangan pemboleh ubah dalam model, tahap penjelasan model kekal pada tahap sederhana kukuh. Nilai F-statistic ($p = 0.003$) menunjukkan bahawa model adalah signifikan secara keseluruhan pada aras keertian 0.05, sekaligus membuktikan bahawa sekurang-kurangnya satu daripada dimensi SERVQUAL memberi kesan terhadap penerimaan usahawan asnaf secara kolektif. Walau bagaimanapun, tiada satu pun daripada lima dimensi tersebut didapati signifikan secara individu (semua $p > 0.05$). Namun begitu, dimensi Responsiveness atau keupayaan agensi bertindak balas secara cepat terhadap aduan dan maklum balas usahawan menunjukkan kesan yang paling besar berbanding dimensi lain berdasarkan nilai koefisien regresi yang tertinggi. Ini memberi petunjuk bahawa peningkatan dalam aspek Responsiveness berpotensi untuk meningkatkan tahap penerimaan usahawan asnaf, meskipun tidak mencapai tahap signifikansi statistik yang konklusif dalam model ini.

Dapatan keseluruhan kajian ini menunjukkan bahawa majoriti usahawan asnaf yang terlibat adalah wanita, berumur antara 41 hingga 50 tahun, berkahwin, dan mempunyai bilangan tanggungan antara 1 hingga 6 orang. Latar belakang pendidikan mereka kebanyakannya pada tahap SPM dan diploma, dengan penglibatan utama dalam sektor makanan dan minuman secara fizikal. Sebahagian besar responden baru berkecimpung dalam dunia keusahawanan dalam tempoh 1 hingga 3 tahun. Ini menggambarkan profil tipikal usahawan asnaf di Negeri Sembilan sebagai kumpulan yang aktif mencari peluang memperbaiki taraf hidup, namun masih berada dalam fasa awal pembangunan keusahawanan. Dari segi penilaian terhadap kualiti perkhidmatan MAINS, kesemua dimensi SERVQUAL menunjukkan tahap persepsi yang tinggi, khususnya pada dimensi Assurance (jaminan) yang mencatatkan skor tertinggi. Ini menggambarkan bahawa para usahawan asnaf amat menghargai keyakinan, keselamatan, dan kecekapan petugas MAINS dalam memberikan perkhidmatan. Dimensi lain seperti Responsiveness dan Empathy turut menunjukkan skor yang baik, mencerminkan kecekapan pihak MAINS dalam memberikan tindak balas pantas dan perhatian terhadap keperluan individu.

Walaupun bagaimanapun, walaupun skor bagi penerimaan terhadap impak program adalah tinggi, nilainya masih sedikit lebih rendah berbanding dimensi kualiti perkhidmatan. Ini menunjukkan bahawa walaupun perkhidmatan yang diterima amat dihargai, kesan jangka panjang terhadap pembangunan usahawan seperti peningkatan pendapatan, pengembangan perniagaan, atau kebolehan berdikari masih

belum sepenuhnya dirasakan oleh semua responden. Perbezaan skor yang sederhana juga menunjukkan wujudnya variasi pengalaman dan persepsi, yang mungkin berkait dengan faktor lokasi, tempoh penglibatan, jenis bantuan diterima, atau kapasiti individu. Secara keseluruhannya, dapatan ini memperlihatkan bahawa usaha proaktif MAINS dalam memperkasakan golongan asnaf menerusi pendekatan berfokus kepada pembangunan insan adalah satu langkah yang tepat. Namun demikian, penekanan kepada aspek pemantauan impak, kesinambungan sokongan selepas latihan, dan fasilitasi kepada pemasaran serta pendigitalan perlu ditambah baik agar manfaat program dapat dirasakan secara menyeluruh dan berpanjangan.

PENUTUP

Secara keseluruhan, dapatan kajian ini menunjukkan bahawa usaha MAINS dalam memperkasakan usahawan asnaf melalui program pembangunan insan adalah dihargai dan diterima baik oleh para peserta. Kualiti perkhidmatan yang tinggi, khususnya dari segi keyakinan dan layanan (*assurance*), membuktikan keberkesanan pendekatan mesra pelanggan yang diamalkan. Namun begitu, impak jangka panjang program terhadap kejayaan usahawan memerlukan perhatian lanjut, termasuk dari aspek pemantauan, kesinambungan latihan, bimbingan lanjutan, dan sokongan dalam pendigitalan serta pemasaran. Kajian ini memberikan implikasi penting kepada institusi zakat dan agensi pelaksana program keusahawanan supaya lebih responsif terhadap keperluan sebenar golongan asnaf, bukan sahaja dari sudut bantuan kewangan, tetapi juga dari segi sokongan teknikal, latihan praktikal, dan bimbingan berterusan. Diharapkan hasil kajian ini dapat menjadi asas penambahbaikan dalam perkhidmatan sedia ada dan membuka ruang kepada inovasi berasaskan maklum balas pengguna.

PENGHARGAAN

Kertas kerja ini merupakan salah satu output daripada Geran Penyelidikan Majlis Agama Islam Negeri Sembilan menerusi kajian bertajuk 'Kajian Modul AsnafTech 4.0 Bagi Meningkatkan Kebolehsaingan Usahawan Asnaf di Negeri Sembilan'. Penghargaan dirakamkan kepada pihak Majlis Agama Islam Negeri Sembilan atas penganugerahan geran penyelidikan ini.

PERTEMBUNGAN KEPENTINGAN

Penulis mengisytiharkan tiada pertembungan kepentingan dalam penghasilan artikel ini.

SUMBANGAN PENGARANG

Khairul Azhar Meerangani menjalankan kerja lapangan, menyediakan tinjauan literatur dan memurnikan penulisan keseluruhan artikel. Mohammad Fahmi Abdul Hamid Menulis metodologi penyelidikan dan melakukan kemasukan data. Muhamad Hanif Jofri pula menjalankan analisis statistik dan tafsiran keputusan.

DEKLARASI PENGGUNAAN AI

Pengarang mengisytiharkan bahawa AI generatif tidak digunakan dalam penghasilan artikel ini, kecuali bagi tujuan pengolahan semula teks (*paraphrasing*) dan semakan silang rujukan. Penulis bertanggungjawab sepenuhnya terhadap ketepatan, integriti, dan kandungan akhir karya ini.

PERNYATAAN ETIKA PENYELIDIKAN

Pengarang mengisytiharkan bahawa kajian ini tidak melibatkan sebarang, sampel atau data biologi manusia dan haiwan. Justeru, kelulusan dan kebenaran jawatankuasa etika tidak berkait dengan kajian ini.

PERNYATAAN KETERSEDIAAN DATA

Data-data yang menyokong dapatan kajian ini boleh diperolehi daripada Pengarang koresponden berdasarkan permintaan yang munasabah, tertakluk kepada keperluan institusi dan pertimbangan etika yang berkenaan.

RUJUKAN

- Adibah Ab Wahab. (2016). *Faktor yang Mempengaruhi Pembayaran Zakat di Syarikat Tersenarai Awam di Malaysia*. Kuala Lumpur: Perpustakaan Negara Malaysia.
- Ahmad Shahir Makhtar dan Adibah Ab Wahab. (2010). *Pengurusan Zakat Di Negeri Selangor: Isu Dan Cabaran*. Prosiding, Konvensyen Kebangsaan Perancangan & Pengurusan Harta dalam Islam.
- Ahmad, S., Wahid, H., dan Mohd Nor, M. R. (2011). Kesedaran, Kefahaman dan Tahap Kepuasan Pengguna Terhadap Perkhidmatan Lembaga Zakat Selangor (LZS). *Journal of Islamic Economics, Banking and Finance*, Vol. 7 No. 3: 15–30.
- Amin, H. (2022). Examining New Measure of Asnaf Muslimpreneur Success Model: A Maqasid Perspective. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, Vol. 13 No. 4: 596-622.
- Dayang Shobihah Abang Abai, Mohd Daud Awang, Ahmad Nasir Mohd Yusoff, Arfah Ab. Majid dan Hadi Hamli. (2020). Bentuk Bantuan Modal Agihan Zakat Asnaf dan Pencapaian Usahawan Asnaf di Malaysia: Kajian Empirikal. *Malaysian Journal of Social Sciences and Humanities* Vol. 5 No. 1: 93-99.
- Efri Syamsul Bahri and Hamdah Rosalina. (2022). Optimizing Disbursement of Zakat Funds for Asnaf Entrepreneurs. *ITQAN: Journal of Islamic Economics, Management, and Finance*. Vol 1 No 1: 1-7
- Efri Syamsul Bahri, Juhary Ali and Mohd Mizan Mohammad Aslam. (2023). Successful of Asnaf Entrepreneur: The Role of Knowledge, Skills, and Ability. *AZKA International Journal of Zakat & Social Science*, Vol. 4 No. 3: 1-22
- Hairunnizam Wahid, Mohd Ali Mohd Noor, Adibah Abdul Wahab dan Muhammad Tajuddin Abdul Rahim (2017). *Pengurusan Zakat di Malaysia Satu Pendekatan Analisis Gelagat*. Bangi: Penerbit UKM.
- Hashim Ahmad Shiyuti, Fakhrul Anwar Zainol and Muhammad Shahrul Ifwat Ishak. (2021). Conceptualizing Asnaf Entrepreneurship for Zakat Institutions in Malaysia. *The Journal of Management Theory and Practice*, Vol. 2, No. 1: 44-49.
- Hassan, R., Musa, R., and Rosnan, H. (2019). Customers' Satisfaction on Islamic Banking Service Quality: A SERVQUAL Approach. *Journal of Islamic Marketing*, Vol. 10 No. 1: 215–234.
- Khairul Azhar Meerangani dan Umi Khasidah Zaham Azman. (2019). Keberkesanan Program Pembangunan Ekonomi Asnaf Oleh Lembaga Zakat Selangor. *e-Academia Journal*, Vol. 8 No. 2: 14-24.
- Mohd Ashrof Zaki Yaakob, Azri Bhari, Nurulaina Saidin, Mahyuddin Khalid, Mohd Faiz Mohamed Yusof dan Mohd Yusra Abdullah. (2023). Analisis Pelaksanaan Matlamat Pembangunan Mampan (SDGs) di Bahagian Zakat, Sedekah dan Wakaf (ZAWAF), Universiti Teknologi MARA (UiTM). *Journal of Contemporary Islamic Studies*, Vol. 9 No. 1: 1-12.
- Mohd Rahim Khamis, Maryam Jameelah Hashim, Nur Afizah Muhammad Arifin, Mohd Faizal Kamarudin, Fasihah Mat Radzi and Azman Abdul Rahman. (2021). Factors Determining the Success of ASNAF Entrepreneurs through the ASNAF Entrepreneurship Program. *Empirical Economics Letters*, Vol. 20 No. 8: 1327-1338
-

- Muhammad Muda, Ainulashikin Marzuki and Amir Shaharuddin (2010). Internal and External Factors Influencing Individual's Participation in Zakat: Preliminary Results. *Journal of Muamalat and Islamic Finance Research*, Vol. 2 No. 1: 18-31.
- Muslihah Mohd Munahar, Ismadi Md Badarudin and Norazman Harun. (2023). A Conceptual Paper on Characteristics of Successful Asnafpreneur in Malaysia. *International Journal of Social Science and Human Research* Vol. 6 No. 3: 1429-1443.
- Noor Syafinas Muda. (2014). Keberkesanan Agihan Zakat Kepada Asnaf Fakir dan Miskin: Kajian Kes Bantuan Jaya Diri Jabatan Zakat Negeri Kedah. Disertasi, Universiti Sains Malaysia
- Noorita Mohammad, Nini Hartini Asnawi, Norfazlina Ghazali, Nor Fazalina Salleh, Mardhiah Mohammad and Lennora Putit. (2022). Social Entrepreneurship in Higher Education Institutions in Malaysia: Conceptual Framework. *Journal of Contemporary Islamic Studies*, Vol. 8 (Special Issues): 1-13.
- Norazlina, A. W., and Abdul Rahim, A. R. (2013). Zakat Distribution and Growth of Microenterprises in Malaysia: An Empirical Analysis. *Journal of Islamic Economics, Banking and Finance*, Vol. 9 No. 2: 113–129.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., and Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12–40.



© 2025 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).