

# FAKTOR-FAKTOR PENERIMAAN MASYARAKAT KUALA TERENGGANU TERHADAP AR-RAHNU: SATU TINJAUAN AWAL

## *FACTORS OF ACCEPTANCE BY THE COMMUNITY IN KUALA TERENGGANU TOWARDS AR-RAHNU: A PRELIMINARY OVERVIEW*

Salimah Yahaya<sup>1</sup>  
Che Khadijah Hamid<sup>2</sup>  
Nor Adila Mohd Nor<sup>3</sup>  
Sakinatul Raadiyah Abdullah<sup>4</sup>  
Surita Hartini Mat Hassan<sup>5</sup>

<sup>1,2,3</sup>Akademi Pengajian Islam Kontemporari (ACIS), Universiti Teknologi MARA (UiTM) Cawangan Terengganu, Kampus Dungun, Terengganu, Malaysia, (E-mail: salimahyahya@uitm.edu.my) (E-mail: chekhadijah@uitm.edu.my) (E-mail: norad852@uitm.edu.my)

<sup>4</sup>Akademi Pengajian Islam Kontemporari (ACIS), Universiti Teknologi MARA (UiTM) Cawangan Kedah, Kampus Sungai Petani, Kedah, Malaysia, (Email: sakinatulraadiyah@uitm.edu.my)

<sup>5</sup>Akademi Pengajian Islam Kontemporari (ACIS), Universiti Teknologi MARA (UiTM) Cawangan Pahang, Kampus Raub, Pahang, Malaysia, (E-mail: suritahartini@uitm.edu.my)

### Article history

**Received date** : 15-3-2023  
**Revised date** : 20-3-2023  
**Accepted date** : 1-7-2023  
**Published date** : 20-7-2023

### To cite this document:

Yahaya, S., Hamid, C. K., Mohd Nor, N. A., Abdullah, S. K., & Mat Hassan, S. H. (2023). Faktor-Faktor Penerimaan Masyarakat Kuala Terengganu Terhadap Ar-Rahnu: Satu Tinjauan Awal. *Journal of Islamic, Social, Economics and Development (JISED)*, 8 (54), 262 - 274.

**Abstrak:** Segelintir masyarakat menerima kesan akibat Perintah Kawalan Pergerakan (PKP) yang dilaksanakan oleh kerajaan. Sebahagiannya kehilangan sumber pendapatan dan pekerjaan. Sepanjang pelaksanaan PKP berlangsung, boleh dilihat senario masyarakat kita ketika berdepan dengan krisis kewangan ini apabila segelintir masyarakat berpusu-pusu beratur di hadapan premis pajak gadai untuk mendapatkan pinjaman. Rentetan itu, sebagai salah satu produk kewangan Islam, Ar-Rahnu berjaya menawarkan pinjaman berjangka pendek yang mampu mengatasi masalah pinjaman 'ah long' dalam kalangan masyarakat masa kini. Namun begitu, Ar-Rahnu berdepan dengan cabaran untuk mengatasi kemasyuran pajak gadai konvensional yang telah bertapak di negara ini sejak 100 tahun yang dahulu. Persoalan yang timbul, bagaimana penerimaan masyarakat di Kuala Terengganu terhadap Ar-Rahnu sejak ditubuhkan pada tahun 1993? Satu kajian rintis dilakukan untuk mengenal pasti dan menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan masyarakat di Kuala Terengganu terhadap Ar-Rahnu. Bagi menjawab persoalan ini, kajian rintis melalui kaedah penyelidikan kuantitatif dilakukan dengan mengedarkan soal selidik kepada 67 orang responden di sekitar Daerah Kuala Terengganu. Data yang diperoleh dianalisis menggunakan Statistical Package for Social Science (SPSS) versi 24. Penemuan kajian mendapati, pengetahuan masyarakat Kuala Terengganu tentang Ar-Rahnu masih berada dalam tahap yang sederhana disebabkan

*promosi yang dilaksanakan oleh institusi-institusi Ar-Rahnu yang terlibat masih dalam tahap yang sederhana dan tidak menyeluruh.*

**Kata Kunci:** *Ar-Rahnu, Kuala Terengganu, Penerimaan*

**Abstract:** *A small number of communities are affected by the Movement Control Order (MCO) implemented by the government. Some lost their sources of income and jobs. Throughout the MCO implementation, the scenario of our society could be seen when facing financial crisis when some people lined up in front of the pawnbroker's premises to get a loan. As one of the Islamic financial products, Ar-Rahnu successfully offers short-term loans that are able to overcome the problem of 'ah long' loans in today's society. Nevertheless, Ar-Rahnu faces the challenge of overcoming the fame of conventional pawn shops that have been established in this country for the past 100 years. The question that arises is, how has the community in Kuala Terengganu accepted Ar-Rahnu since it was established in 1993? A pilot study was conducted to identify and analyze the factors that influence the acceptance of the community in Kuala Terengganu towards Ar-Rahnu. To answer this question, quantitative research methods were employed by distributing questionnaires to 67 respondents around the Kuala Terengganu District. Data obtained were analyzed using Statistical Package for Social Science (SPSS) version 24. The findings of this study found that the knowledge of community in Kuala Terengganu about Ar-Rahnu was still at a moderate level due to the moderate and incomprehensive promotion carried out by the Ar-Rahnu institutions.*

**Keywords:** *(Ar-Rahnu, Kuala Terengganu, Acceptance)*

## **Pengenalan**

Wabak Covid19 dinyatakan sebagai pandemik yang merubah corak hidup masyarakat pada tahun 2020. Penularan wabak ini juga tidak terkecuali telah memberi impak yang besar kepada sistem ekonomi di seluruh dunia. Sehingga kajian ini ditulis, kebanyakan negara masih meneruskan langkah 'lockdown' atau di Malaysia dikenali sebagai 'Perintah Kawalan Pergerakan' (PKP) bagi mengekang wabak ini dari terus menular. Menerusi langkah PKP ini, rakyat tidak dibenarkan untuk keluar daripada rumah masing-masing jika tidak ada keperluan yang mendesak. Beberapa sektor ekonomi juga tidak dibenarkan beroperasi sepanjang PKP berlangsung. Langkah ini telah memberi kesan terhadap ekonomi masyarakat. Segelintir masyarakat Malaysia telah kehilangan pekerjaan dan pendapatan utama mereka. Rentetan itu juga angka pengangguran dalam negara turut meningkat dengan ketara. Menurut statistik dari Jabatan Perangkaan Malaysia (2020), kebanyakan yang paling terjejas adalah mereka yang bekerja sendiri. Hal ini terutamanya bagi peniaga yang terpaksa menutup perniagaan ketika tempoh PKP berlangsung. Sementara itu, kira-kira 46.6% telah kehilangan pekerjaan, manakala 50% mengalami pemotongan gaji dan 19% kehilangan lebih daripada 90% daripada pendapatan mereka (Noor, Rahim & Safiee, 2020).

Ketika masyarakat berdepan dengan krisis kewangan, kebanyakan mereka cenderung untuk menggunakan pajak gadai untuk menjadi penyelesaian masalah kewangan dengan segera. Hal ini kerana pajak gadai bersedia menyediakan tunai dengan segera untuk memenuhi keperluan mendesak mereka ketika itu. Menerusi situasi semasa, apabila berhadapan dengan kesulitan kewangan ini, boleh dilihat senario masyarakat kita yang beratur di hadapan premis pajak gadai untuk mendapatkan tunai dengan segera. Situasi semasa ini menggambarkan bahawa pajak gadai begitu dekat di hati masyarakat yang telah berkhidmat dalam masyarakat sejak sekian

lama. Terdapat dua jenis pajak gadai yang beroperasi di Malaysia ketika ini iaitu pajak gadai konvensional dan pajak gadai Islam (Ar-Rahnu). Kedua-dua jenis institusi ini memiliki kaedah operasi yang berbeza iaitu Ar-Rahnu beroperasi menggunakan prinsip-prinsip Islam, namun sebaliknya pajak gadai konvensional masih menggunakan kaedah lama yang pernah diguna pakai oleh pajak gadai Cina sejak 100 tahun dahulu.

### **Sorotan Karya**

Menerusi kajian-kajian lepas tentang Ar-Rahnu, Amin (2011) mengatakan, maklumat mengenai Ar-Rahnu memainkan peranan penting dalam menggalakkan penggunaan Ar-Rahnu di Malaysia Timur terutama faktor pengaruh iklan dan faktor maklumat dari mulut ke mulut. Namun, Sam, Tahir dan Latif (2010) lebih bersetuju sekiranya pengguna menggunakan medium Pesanan Khidmat Ringkas (SMS) dan laman sesawang kerana pengguna pada masa kini didapati sudah biasa dengan alat komunikasi tersebut. Rentetan daripada itu, 72.46 peratus responden dalam kajian tersebut bersetuju bahawa Ar-Rahnu menjadi lebih berkesan sekiranya pengguna boleh melakukan transaksi gadaian melalui SMS dan laman sesawang. Kajian oleh Hasan dan Othman (2021) pula bersetuju bahawa kurangnya aktiviti promosi dalam meningkatkan kesedaran dan kefahaman masyarakat telah dikenalpasti antara isu dan cabaran yang menyebabkan Ar-Rahnu kurang diterima.

Walau bagaimanapun, kajian oleh Magenderan, wahid dan Ahmad (2014), yang menyiasat keberkesanan faktor promosi di kawasan Cheras, Selangor mendapati pengguna Ar-Rahnu lebih terdedah dengan iklan elektronik berbanding promosi mulut ke mulut oleh rakan-rakan. Promosi yang berterusan kepada masyarakat bukan sahaja dapat memberikan kefahaman, tetapi pada masa yang sama dapat meningkatkan kesedaran kepada masyarakat. Kajian oleh Appanan dan Doris (2011) misalnya mendapati masyarakat di Sungai Petani, Kedah mempunyai kesedaran tentang Ar-Rahnu, namun kesedaran itu berbeza mengikut bangsa. Mengikut kajian tersebut, majoriti masyarakat berbangsa Melayu sedar tentang kewujudan Ar-Rahnu, tetapi masyarakat India kurang kesedaran mengenai Ar-Rahnu.

Begitu juga dengan penemuan kajian oleh Baharum (2014) yang mendapati pengaruh syariah pengguna Ar-Rahnu di Pejabat Pos Malaysia mempamerkan nilai min tertinggi iaitu 4.1. Penemuan tersebut menjelaskan bahawa pengguna mempunyai 70 niat yang tinggi untuk menggunakan Ar-Rahnu di Pejabat Pos Malaysia kerana pandangan syariah. Begitu juga kajian oleh Hamid, Rahman dan Halim (2016) yang mendapati kriteria utama pengguna memilih Ar-Rahnu kerana faktor syariah iaitu menolak yang haram dan memilih yang halal, dengan menghasilkan skor min tertinggi. Walau bagaimanapun, hasil kajian oleh Hashim, Akir dan Kamil (2013) mendapati pengaruh syariah mempunyai nilai korelasi yang paling rendah disebabkan latar belakang kepelbagaian agama di Sarawak. Kajian-kajian lepas menunjukkan bahawa pentingnya faktor operasi Ar-Rahnu mengikut syariat Islam dan pengaruh agama Islam dalam mempengaruhi masyarakat Islam untuk menggunakan Ar-Rahnu.

Misalnya kajian oleh Appanan dan Doris (2011), Amin (2011), mendapati kos upah simpan yang murah menjadi penyebab utama pengguna memilih Ar-Rahnu. Begitu juga dengan Salamon dan Aziz (2010) mengatakan bahawa caj upah simpan yang murah menjadi faktor utama yang mendorong penyertaan masyarakat bukan Islam. Keadaan ini menunjukkan bahawa caj upah simpan yang rendah bukan sahaja menjadi pilihan utama masyarakat Islam, tetapi juga masyarakat bukan Islam. Kajian oleh Osman et.al (2020) berpendapat bahawa faktor caj upah simpan merupakan faktor yang mempengaruhi penerimaan staf akademik di Kolej Universiti Islam Melaka (KUIM).

Karya Amin (2011) mendapati, kualiti perkhidmatan berpotensi untuk mempengaruhi niat muslimah untuk menggunakan Ar-Rahnu. Karya Daud (2011) pula mendapati kesemua enam dimensi kualiti perkhidmatan iaitu kepatuhan, jaminan, kebolehpercayaan, ketara, empati dan responsif, mempunyai hubungan yang signifikan dengan kepuasan pengguna. Beliau juga menjelaskan tentang pengguna berpuas hati terhadap kualiti perkhidmatan yang disediakan oleh Ar-Rahnu. Realiti ini turut disokong oleh Salleh (2014) mengenai dimensi kepatuhan, jaminan, kebolehpercayaan dan responsif mempunyai hubungan yang sederhana dengan penerimaan pengguna, namun faktor empati dan kepatuhan paling berpengaruh terhadap penerimaan pengguna di Ar-Rahnu PKB, Kota Bharu. Begitu juga dapatan kajian Shukor dan Sabri (2013) yang turut menyokong tentang pengaruh responsif, kebolehpercayaan dan jaminan terhadap penerimaan pengguna di Ar-Rahnu.

Selain faktor perkhidmatan yang baik dan ciri-ciri produk, faktor lokasi juga mempengaruhi masyarakat untuk memilih Ar-Rahnu (Appanan & Doris, 2011) serta Marimuthu, Lam, Chee, Razali dan Kolandaisamy (2009). Lokasi cawangan atau kaunter Ar-Rahnu dikatakan masih mempunyai kelemahan kerana kurang strategik. Kajian Salamon dan Aziz (2010) misalnya mengatakan kelemahan lokasi Ar-Rahnu berpunca daripada kaunter Ar-Rahnu yang hanya beroperasi di bandar, sedangkan kebanyakan pengguna pajak gadai tinggal di kawasan luar bandar. Keadaan ini menjadi penghalang kepada masyarakat untuk memilih Ar-Rahnu. Kepentingan faktor lokasi terhadap penerimaan Ar-Rahnu juga dibincangkan dalam kajian oleh Nor, Abdullah, Ismail, Bakar dan Yusni (2012). Bagi mereka, lokasi Ar-Rahnu wajar dibuka di kawasan yang mudah diakses oleh pengguna dan tidak terletak di pedalaman. Realiti ini juga dipersetujui oleh Hamid, Rahman dan Halim (2014). Menerusi kajian mereka, faktor lokasi menunjukkan skor min yang paling rendah terhadap penerimaan Ar-Rahnu iaitu termasuklah unsur-unsur berhampiran kediaman, berhampiran tempat kerja, berhampiran pengangkutan awam, berhampiran pusat perniagaan dan penyediaan tempat letak kenderaan. Situasi ini menjelaskan bahawa kawasan peletakan Ar-Rahnu dianggap kurang penting oleh responden.

Selain itu, ciri-ciri demografi iaitu faktor pendapatan juga dikatakan mempengaruhi masyarakat untuk menggunakan Ar-Rahnu. Menurut Appanan dan Doris (2011) masyarakat di Sungai Petani menggunakan Ar-Rahnu disebabkan faktor pendapatan yang rendah. Penemuan oleh Mansor, Ahmad, Bakar dan Ismail (2014) pula mendapati perkahwinan dan sektor pekerjaan menunjukkan perbezaan yang ketara. Mengikut mereka, majoriti responden dengan status bercerai menunjukkan penerimaan yang baik terhadap Ar-Rahnu MAIDAM. Kajian oleh Sha'ari dan Lukman (2020) yang menjalankan kajian penerimaan usahawan wanita terhadap Ar-Rahnu mendapati faktor-faktor dalaman iaitu sikap mempengaruhi usahawan wanita untuk memilih Ar-Rahnu.

Setelah diteliti, terdapat pelbagai faktor yang dikaji oleh pengkaji lepas dan menjadi pembolehubah-pembolehubah penting dalam kajian masing-masing. Selain menggunakan pelbagai pembolehubah, kajian-kajian tersebut juga dikaji di lokasi kajian yang berbeza dengan dapatan dan dilihat dari perspektif yang berbeza.

### **Kaedah Penyelidikan**

Kajian ini merupakan kajian kuantitatif dengan mengedarkan soal selidik. Saiz sampel yang digunakan untuk kajian rintis ini berjumlah 67 orang responden di sekitar daerah Kuala Terengganu. Hasil dapatan dianalisis menggunakan SPSS menerusi statistik deskriptif untuk mengetahui nilai min dan peratusan.

Pemilihan lokasi kajian ini juga berdasarkan beberapa sebab tertentu. Pertama, pemilihan ini dilakukan kerana Negeri Terengganu merupakan antara negeri terawal yang diperkenalkan Ar-Rahnu iaitu pada tahun 1993. Institusi Ar-Rahnu pertama yang ditubuhkan di Terengganu ialah Muassasah Gadaian Islam Terengganu (MGIT) yang kini di bawah kelolaan MAIDAM (Mohamad & Salleh, 2008). Oleh itu, setelah 30 tahun beroperasi di Terengganu, adakah masyarakatnya begitu terdedah dengan perkhidmatan Ar-Rahnu?

Ketiga, majoriti penduduk Terengganu iaitu terdiri daripada masyarakat Melayu beragama Islam. Terengganu juga merupakan salah sebuah negeri yang memiliki peratus Melayu Muslim tertinggi di Malaysia berbanding negeri-negeri lain di Malaysia. Penduduk di Terengganu juga dikatakan memiliki komitmen yang tinggi terhadap nilai keagamaan. Oleh demikian, selari dengan fakta ini maka terdapat kebarangkalian yang tinggi untuk masyarakat di Terengganu yang majoritinya beragama Islam untuk terdedah dengan urusan niaga Ar-Rahnu yang mengamalkan prinsip-prinsip syariah dalam operasinya. Hal ini kerana, sebagai umat Islam, sewajarnya Ar-Rahnu pasti menjadi pilihan utama umat Islam di Terengganu berbanding pajak gadaai konvensional yang kebanyakannya dimiliki oleh pengusaha bukan Islam. Kajian ini terhad kepada penduduk di sekitar Kuala Terengganu sahaja iaitu sebuah pusat bandar yang menjadi tumpuan ramai dan mempunyai beberapa Ar-Rahnu yang beroperasi.

### Perbincangan dan Dapatan Kajian

Dapatan kajian dalam aspek latar belakang responden meliputi beberapa aspek iaitu jantina, umur, pendidikan, pekerjaan dan pendapatan. Beberapa aspek juga ditanyakan kepada responden iaitu sama ada responden pernah menggunakan Ar-Rahnu atau sebaliknya, pernah membuat gadaian atau tidak ketika tempoh Perintah Kawalan Pergerakan (PKP) serta soalan tentang Ar-Rahnu yang pernah dikunjungi. Selain itu, responden turut ditanyakan mengenai bagaimana mereka mengetahui tentang Ar-Rahnu serta tujuan mereka menggunakan Ar-Rahnu. Borang kaji selidik diberikan kepada masyarakat yang menetap di Kuala Terengganu. Seramai 67 orang responden terlibat bagi melengkapkan kajian rintis ini.

**Jadual 1: Analisis Demografi Responden**

Bil	Latar Belakang Demografi	Jumlah (n)	Peratus (%)
1	Jantina		
	Lelaki	16	23.9
	Perempuan	51	76.1
		67	100
2	Lingkungan Umur		
	18-29	22	32.8
	30-39	17	25.4
	40-49	16	23.9
	50 dan ke atas	12	17.9
		67	100
3	Tahap Pendidikan		
	Sekolah rendah	-	-
	Sekolah menengah	8	11.9
	Pendidikan tinggi	54	85.7
	Lain-lain	5	7.5
		67	100



4	Pekerjaan		
	Suri rumah	2	3
	Pekerja kerajaan	36	53.7
	Pekerja swasta	4	6
	Bekerja sendiri	4	6
	Lain-lain	21	31.3
		67	100
5	Pendapatan Isi Rumah		
	Kurang daripada RM1000	16	23.9
	RM1001 – RM2000	10	14.9
	RM2001 – RM3000	5	7.5
	RM3001 - RM4000	5	7.5
	RM4001 – RM5000	3	4.5
	RM5001 – RM6000	10	14.9
	Melebihi RM6001	18	26.9
		67	100
6	Adakah anda pernah menggunakan Ar-Rahnu?		
	Ya	29	43.3
	Tidak	38	56.7
		67	100
7	Adakah anda menggunakan Ar-Rahnu ketika tempoh Perintah Kawalan Pergerakan (PKP) berlangsung?		
	Ya	18	26.9
	Tidak	49	73.1
		67	100
8	Sila nyatakan Ar-Rahnu yang pernah anda kunjungi untuk bergadai (Bagi yang pernah menggunakan Ar-Rahnu)		
	Ar-Rahnu YaPEIM	14	34.1
	Ar-Rahnu Bank Rakyat	8	19.5
	Ar-Rahnu Pejabat Pos	-	-
	Ar-Rahnu Bank Islam	1	2.4
	Ar-Rahnu MAIDAM	15	36.6
	Lain-lain	3	7.3
		41	100
9	Bagaimanakah anda mengetahui tentang Ar-Rahnu?		
	Daripada rakan dan saudara-mara	30	44.8
	Pengiklanan di televisyen dan radio	9	13.4
	Pengiklanan di majalah dan akhbar	3	54.5
	Cawangan Ar-Rahnu	15	
	Banner	10	14.9
		67	100
10	Apakah tujuan anda menggunakan Ar-Rahnu? (Bagi yang pernah menggunakan Ar-Rahnu)		
	Membayar hutang/pinjaman	16	32.6
	Kegunaan harian	16	32.6
	Pendidikan anak	11	22.4

	Perniagaan	2	4.0
	Simpanan barang kemas	1	2.0
	Renovasi rumah	1	2.0
	Lain-lain	2	4.0
		49	100

Sumber: Data soal selidik 2023 (n=67)

Berdasarkan Jadual 1, responden kajian ini adalah terdiri daripada 67 orang (100%) penduduk di daerah Kuala Terengganu. Sejumlah 16 orang atau 23.9% daripada responden tersebut berjantina lelaki manakala 51 orang 76.1% merupakan perempuan. Kesemua responden ini ditanyakan soalan berkaitan latar belakang dan pendapat mereka berkaitan Ar-Rahnu.

Analisis demografi ini turut diperkuatkan dengan analisis mengikut pecahan umur responden. Berdasarkan data yang diperolehi, 22 orang atau 32.8% daripada responden berumur dalam lingkungan 18-29 tahun manakala 17 orang atau 25.4% berumur dalam lingkungan 30-39 tahun. Begitu juga lingkungan umur 40-49 tahun berjumlah 16 orang atau 23.9%. Lingkungan umur 50 tahun ke atas pula mencatatkan seramai 12 orang responden atau 17.9% responden. Majoriti responden iaitu seramai 54 orang atau 85.7% mendapat pendidikan sehingga ke peringkat tinggi. Daripada jumlah ini, seramai 24 orang penduduk atau 68.6% merupakan mereka yang bekerja dalam sektor kerajaan. Berdasarkan jumlah pendapatan penduduk pula menunjukkan kebanyakan penduduk berpendapatan melebihi RM6001 iaitu seramai 14 orang atau 40%. Seramai 6 orang (17.1%) penduduk pula berpendapatan di antara RM5001 hingga RM6000.

Ketika ditanya tentang pendapat mereka mengenai Ar-Rahnu, seramai 29 orang (43.3%) mengatakan pernah menggunakan Ar-Rahnu, manakala seramai 38 orang (56.7%) mengatakan tidak pernah menggunakan Ar-Rahnu. Angka ini menunjukkan Ar-Rahnu semakin dikenali dan menjadi pilihan masyarakat. Berdasarkan angka tersebut, hanya 18 orang penduduk atau 26.9% bersetuju bahawa mereka turut menggunakan Ar-Rahnu ketika tempoh PKP berlangsung. Namun, seramai 49 orang (73.1%) penduduk mengatakan mereka tidak menggunakan Ar-Rahnu ketika tempoh PKP.

Institusi Ar-Rahnu yang paling banyak dikunjungi oleh responden ialah Ar-Rahnu MAIDAM iaitu seramai 15 orang (36.6%), manakala Ar-Rahnu YaPEIM sebanyak 14 orang atau 34.1%. Selain itu, Ar-Rahnu Bank Rakyat mencatatkan bilangan pengguna sebanyak 8 orang atau 19.5%. Selebihnya Ar-Rahnu Bank Islam pula 1 orang atau 2.4%, manakala lain-lain institusi pula mencatatkan angka 3 orang atau 7.3%. Lain-lain institusi ini adalah melibatkan Ar-Rahnu dari koperasi-koperasi seperti Ar-Rahnu Koperasi Guru (KOGURU).

Majoriti responden mengetahui tentang Ar-Rahnu daripada rakan dan saudara-mara mereka iaitu seramai 17 orang atau 48.6%. Seramai 7 orang atau (20%) pula mengetahui tentang Ar-Rahnu dari cawangan atau premis Ar-Rahnu. Selebihnya, iaitu masing-masing seramai 4 orang (11.4%) mengetahui berkaitan Ar-Rahnu dari televisyen dan radio serta banner. Pengiklanan dari akhbar dan majalah pula sebanyak 2 orang (5.7%) sahaja.

Tujuan utama responden menggunakan pembiayaan Ar-Rahnu adalah untuk membayar hutang atau pinjaman iaitu seramai 16 orang (32.6%) bersetuju tentang ini. Begitu juga untuk kegunaan harian yang mempamerkan jumlah yang sama iaitu 16 orang atau 32.6%. Selain itu, seramai 11 orang (22.4%) responden menggunakan Ar-Rahnu untuk tujuan pendidikan anak-anak mereka,

manakala 2 orang (4%) menggunakan Ar-Rahnu untuk tujuan perniagaan. Selebihnya, sebanyak 1 orang (2%) masing-masing adalah untuk tujuan simpanan barang kemas dan renovasi rumah, manakala lain-lain kegunaan adalah sebanyak 2 orang atau 4%.

Skor min telah dikategorikan kepada tiga bahagian iaitu rendah, sederhana dan tinggi untuk mentafsir skor min memandangkan skala yang digunakan dalam soal selidik adalah lima skala. Skala tafsiran ini digunakan dalam membincangkan faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan masyarakat di Kuala Terengganu terhadap Ar-Rahnu. Tafsiran skor min ditunjukkan dalam Jadual 2.

**Jadual 2: Skala Tafsiran Skor Min**

Tahap Tafsiran Persepsi	Skala Tafsiran Skor Min
Rendah	1.00 – 2.33
Sederhana	2.34 – 3.67
Tinggi	3.68 – 5.00

Jadual 2 memaparkan tafsiran persepsi berada pada tahap yang rendah bagi nilai min 1.00 hingga 2.33, manakala nilai min berada pada tahap yang sederhana bagi nilai min 2.34 hingga 3.67. Tafsiran persepsi yang tinggi pula berada pada nilai min antara 3.68 hingga 5.00.

**Jadual 3: Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penerimaan Masyarakat Kuala Terengganu terhadap Ar-Rahnu**

Bil	Soalan	1	2	3	4	5	Min	TAHAP
	<b>Faktor Pengetahuan</b>							
1	Saya mempunyai pengetahuan tentang Ar-Rahnu	4.5	13.4	26.9	37.3	17.9	3.51	sederhana
2	Saya mendapat maklumat yang lengkap tentang Ar-Rahnu	7.5	11.9	34.3	32.8	13.4	3.33	Sederhana
3	Saya tahu perbezaan antara Ar-Rahnu dan pajak gadai konvensional	11.9	7.5	17.9	31.3	31.3	3.63	Sederhana
4	Saya mempunyai pengalaman dengan institusi Ar-Rahnu sebelum ini	20.9	10.4	25.4	17.9	25.4	3.16	Sederhana
5	Saya tahu terdapat konsep tolong-menolong sesama Islam dalam Ar-Rahnu	3	7.5	23.9	40.3	25.4	3.78	Tinggi
	<b>Jumlah Purata Min</b>						<b>3.48</b>	<b>Sederhana</b>
	<b>Faktor Pertimbangan Halal dan Haram</b>							
6	Saya tahu bahawa Ar-Rahnu tidak bercanggah dengan syaria Islam	-	6	19.4	31.3	43.3	4.12	Tinggi
7	Saya tahu Ar-Rahnu bebas dari unsur riba dan gharar	1.5	7.5	17.9	29.9	43.3	4.06	Tinggi



8	Saya tahu tentang prinsip-prinsip syariah Qard al-Hasan, al-Wadiah, al-Rahn dan al-Ujrah yang terdapat dalam Ar-Rahnu	7.5	7.5	32.8	29.9	22.4	3.52	Sederhana
9	Saya memilih Ar-Rahnu untuk menjaga hubungan saya dengan Allah S.W.T	3	-	16.4	22.4	58.2	4.33	Tinggi
10	Sebagai seorang Muslim, saya wajib memilih Ar-Rahnu berbanding pajak gadai konvensional	1.5	1.5	14.9	19.4	62.7	4.40	Tinggi
11	Jika perlu berhutang, saya tetap memilih Ar-Rahnu meskipun ia lebih mahal berbanding pajak gadai konvensional	3	3	19.4	28.4	46.3	4.12	Tinggi
12	Saya menolak pinjaman pajak gadai yang diragui kehalalannya	1.5	3	14.9	14.9	65.7	4.40	Tinggi
	<b>Faktor Promosi</b>						<b>4.13</b>	<b>Tinggi</b>
13	Saya terdorong untuk memilih Ar-Rahnu kerana iklan yang meluas di media massa	1.5	6	40.3	29.9	22.4	3.66	Sederhana
14	Saya mengetahui maklumat mengenai Ar-Rahnu melalui iklan di media cetak	3	9	38.8	29.9	19.4	3.54	Sederhana
15	Saya terdorong memilih Ar-Rahnu kerana tertarik dengan risalah daripada institusi yang menawarkan Ar-Rahnu	4.5	4.5	40.3	29.9	20.9	3.58	Sederhana
16	Saya memilih Ar-Rahnu kerana laman sesawangnya (website) memudahkan saya mengetahui lebih lanjut mengenai Ar-Rahnu	3	7.5	41.8	26.9	20.9	3.55	Sederhana
	<b>Jumlah Purata Min</b>						<b>3.58</b>	<b>Sederhana</b>
	<b>Faktor Upah Simpan</b>							
17	Saya memilih Ar-Rahnu kerana kadar upah simpan yang berpatutan	1.5	4.5	26.9	40.3	26.9	3.86	Tinggi
18	Saya memilih Ar-Rahnu kerana kadar upah simpan yang lebih rendah	1.5	7.5	23.9	37.3	29.9	3.86	Tinggi

	berbanding pajak gadai konvensional							
19	Saya memilih Ar-Rahnu kerana institusi Ar-Rahnu menawarkan harga yang wajar kepada individu yang berpendapatan rendah	1.5	7.5	22.4	41.8	26.9	3.85	Tinggi
20	Saya memilih Ar-Rahnu kerana caj upah simpan yang selari dengan kehendak syariat Islam	1.5	6	19.4	35.8	37.3	4.01	Tinggi
	<b>Jumlah Purata Min</b>						<b>3.90</b>	<b>Tinggi</b>
	<b>Faktor Lokasi</b>							
21	Saya memilih Ar-Rahnu kerana lokasinya yang strategik	3	3	34.3	38.8	20.9	3.72	Tinggi
22	Saya memilih Ar-Rahnu kerana lokasinya di kawasan bandar	6	3	38.8	28.4	23.9	3.61	Sederhana
23	Saya memilih Ar-Rahnu kerana lokasinya yang berdekatan dengan pusat pengangkutan awam	7.5	4.5	35.8	34.3	17.9	3.51	Sederhana
24	Saya memilih Ar-Rahnu kerana lokasinya yang berdekatan dengan tempat tinggal saya	7.5	6	29.9	37.3	19.4	3.55	Sederhana
	<b>Jumlah Purata Min</b>						<b>3.60</b>	<b>Sederhana</b>

Sumber: Data soal selidik 2023 (n=67)

Jadual 3 menunjukkan, terdapat lima faktor yang diteliti dalam kajian ini iaitu faktor pengetahuan terhadap Ar-Rahnu, faktor pertimbangan halal dan haram, faktor promosi, faktor upah simpan dan faktor lokasi. Berdasarkan data yang diperoleh, didapati faktor pertimbangan halal dan haram menunjukkan perolehan nilai purata min yang paling tinggi ( $M=4.13$ ), manakala nilai min purata paling rendah adalah bagi faktor pengetahuan ( $M=3.48$ ). Data ini menggambarkan bahawa walaupun masyarakat di Kuala Terengganu mempunyai pengetahuan tentang perkara berkaitan halal dan haram dalam agama Islam, namun pengetahuan mereka tentang produk kewangan Islam Ar-Rahnu masih kekal rendah.

Berdasarkan faktor pertimbangan halal dan haram, data menunjukkan nilai min yang tinggi bagi hampir kesemua soalan yang ditanyakan kepada masyarakat di Kuala Terengganu. Soalan pertama, sebagai seorang Muslim, saya wajib memilih Ar-Rahnu berbanding pajak gadai konvensional ( $M=4.40$ ). Soalan kedua, saya menolak pinjaman pajak gadai yang diragui kehalalannya ( $M=4.40$ ). Soalan ketiga, saya memilih Ar-Rahnu untuk menjaga hubungan saya dengan Allah S.W.T ( $M=4.33$ ). Soalan keempat, saya tahu bahawa Ar-Rahnu tidak bercanggah dengan syariah Islam. Soalan kelima, jika perlu berhutang, saya tetap memilih Ar-Rahnu meskipun ia lebih mahal berbanding pajak gadai konvensional ( $M=4.12$ ). Hanya terdapat satu soalan sahaja dalam faktor pertimbangan halal dan haram ini yang menunjukkan nilai min yang

sederhana iaitu saya tahu tentang prinsip-prinsip syariah Qard al-Hasan, al-Wadi'ah, al-Rahn dan al-Ujrah yang terdapat dalam Ar-Rahnu ( $M=3.52$ ). Penemuan ini menjelaskan bahawa masyarakat di Kuala Terengganu dilihat mempunyai pengetahuan syariah Islam yang mencukupi, namun kontrak-kontrak yang terlibat dalam operasi Ar-Rahnu tidak diketahui secara mendalam.

Menerusi faktor pengetahuan terhadap Ar-Rahnu pula, soalan tentang saya tahu terdapat konsep tolong-menolong sesama Islam dalam Ar-Rahnu memaparkan nilai min yang tertinggi ( $M=3.78$ ). Namun begitu, lain-lain soalan berkaitan dengan faktor pengetahuan menunjukkan skala skor min yang sederhana iaitu bermula dengan soalan pertama, saya tahu perbezaan antara Ar-Rahnu dan pajak gadai konvensional ( $M=3.63$ ). Soalan kedua, saya mempunyai pengetahuan tentang Ar-Rahnu ( $M=3.51$ ). Soalan ketiga, saya mendapat maklumat yang lengkap tentang Ar-Rahnu ( $M=3.33$ ). Soalan bagi faktor pengetahuan yang menunjukkan skor min paling sederhana ialah saya mempunyai pengalaman dengan institusi Ar-Rahnu sebelum ini ( $M=3.16$ ). Dapatan bagi faktor pengetahuan ini menjelaskan bahawa, pengetahuan masyarakat mengenai Ar-Rahnu masih berada dalam tahap yang sederhana.

Seterusnya, bagi faktor promosi, kesemua skor min memperlihatkan nilai yang sederhana. Hal ini boleh dilihat dalam soalan pertama, saya terdorong untuk memilih Ar-Rahnu kerana iklan yang meluas di media massa ( $M=3.66$ ). Soalan kedua, saya mengetahui maklumat mengenai Ar-Rahnu melalui iklan di media cetak ( $M=3.54$ ). Soalan ketiga, saya terdorong memilih Ar-Rahnu kerana tertarik dengan risalah daripada institusi yang menawarkan Ar-Rahnu ( $M=3.58$ ). Soalan keempat pula saya memilih Ar-Rahnu kerana laman sesawangnya (website) memudahkan saya mengetahui lebih lanjut mengenai Ar-Rahnu ( $M=3.55$ ). Begitu juga dengan skor min purata bagi faktor promosi menunjukkan nilai purata min yang sederhana. Perolehan dapatan bagi faktor promosi ini menjelaskan bahawa promosi yang dilaksanakan oleh institusi-institusi yang terlibat masih dalam kadar sederhana sehingga memberi kesan terhadap pengetahuan yang rendah dalam kalangan masyarakat tentang Ar-Rahnu.

Dapatan bagi faktor upah simpan pula mempamerkan skor min purata yang tinggi ( $M=3.90$ ), apabila kesemua soalan yang ditanyakan juga menunjukkan nilai min yang tinggi. Nilai min yang tertinggi adalah bagi soalan tentang saya memilih Ar-Rahnu kerana caj upah simpan yang selari dengan kehendak syariat Islam ( $M=4.01$ ). Soalan kedua bagi faktor upah simpan yang turut memaparkan nilai min yang tinggi ialah saya memilih Ar-Rahnu kerana kadar upah simpan yang berpatutan ( $M=3.86$ ). Soalan ketiga juga menunjukkan nilai min yang tinggi iaitu saya memilih Ar-Rahnu kerana kadar upah simpan yang lebih rendah berbanding pajak gadai konvensional ( $M=3.86$ ), manakala soalan keempat juga menghasilkan nilai min yang tinggi adalah soalan tentang saya memilih Ar-Rahnu kerana institusi Ar-Rahnu menawarkan harga yang wajar kepada individu yang berpendapatan rendah ( $M=3.85$ ). Hasil dapatan ini menunjukkan bahawa faktor upah simpan menjadi faktor kedua yang paling mempengaruhi penerimaan masyarakat terhadap Ar-Rahnu selain daripada faktor pertimbangan halal dan haram.

Faktor terakhir yang diteliti dalam kajian ini ialah faktor lokasi Ar-Rahnu. Menerusi faktor ini, kesemua soalan yang ditanyakan kepada responden memaparkan nilai min dengan tahap yang sederhana, kecuali bagi soalan tentang saya memilih Ar-Rahnu kerana lokasinya yang strategik yang memaparkan nilai min yang tinggi ( $M=3.72$ ). Nilai min yang sederhana dapat dilihat menerusi soalan mengenai saya memilih Ar-Rahnu kerana lokasinya di kawasan bandar ( $M=3.61$ ), saya memilih Ar-Rahnu kerana lokasinya yang berdekatan dengan pusat

pengangkutan awam (M=3.51) serta soalan berkaitan saya memilih Ar-Rahnu kerana lokasinya yang berdekatan dengan tempat tinggal saya (M=3.55). Purata skor min bagi faktor lokasi Ar-Rahnu juga menunjukkan nilai yang sederhana (M=3.60). Dapatan ini menunjukkan bahawa responden bersetuju bahawa lokasi Ar-Rahnu sangat strategik, namun majoriti responden kurang menyatakan persetujuan bahawa lokasi Ar-Rahnu berdekatan dengan kawasan bandar, berhampiran dengan pengangkutan awam dan berdekatan dengan tempat tinggal mereka.

### Kesimpulan

Hasil penemuan kajian mendapati, masyarakat Kuala Terengganu menunjukkan penerimaan yang baik terhadap produk kewangan Islam, Ar-Rahnu. Hal ini boleh dilihat berdasarkan kepada pengetahuan syariah yang mencukupi oleh penduduk Kuala Terengganu tentang Ar-Rahnu. Selain itu, keseluruhan data juga menjelaskan bahawa pengetahuan masyarakat Kuala Terengganu tentang Ar-Rahnu masih berada dalam tahap yang sederhana. Hal ini rentetan daripada promosi yang dilaksanakan oleh institusi-institusi yang terlibat masih dalam tahap yang sederhana, bahkan masyarakat Kuala Terengganu mengetahui tentang Ar-Rahnu adalah daripada rakan dan saudara-mara, tetapi tidak dari pengiklanan di media. Rentetan daripada penemuan kajian ini, disarankan agar pihak-pihak institusi yang menawarkan Ar-Rahnu supaya meningkatkan hebahan berkaitan manfaat Ar-Rahnu agar masyarakat Kuala Terengganu dapat menerima kebaikan daripada pengoperasian Ar-Rahnu.

### Rujukan

- Amin, H. (2011). Modelling Ar-Rahnu Use in Eastern Malaysia: Perspectives of Muslimah. *Journal of Islamic Economics, Banking and Finance*, 7(3), 1- 14.
- Appannan, S., & Doris, G., (2011). A Study on Islamic Pawn Broking Awareness and Factors Influencing the Sceme in Sungai Petani, Kedah Kertas kerja dibentangkan di *2nd International Conference on Business and Economic Research (2nd ICBER 2011)*.
- Baharum, N. N. (2014). *Factors of Customer's Intention to Use Ar-Rahnu At Post Office: A Case Study in Kedah*. Tesis Sarjana Perbankan dan kewangan Islam, Universiti Utara Malaysia.
- Daud, W. N. W. (2011). *Kepuasan Pelanggan dan Kualiti Perkhidmatan Skim Ar-Rahnu Bank Rakyat*. Kertas Projek Sarjana Sains (Pengurusan), Universiti Utara Malaysia.
- Hamid, M. A., Rahman, I. A., & Halim, A. N. A. (2014). Factors Affecting The Acceptance on Ar-Rahnu (Islamic Based Pawn Broking): A Case Study of Islamic Banking In Malaysia. *The Macrotheme Review: A Multidisciplinary Journal of Global Macro Trends*, 3(4), 22-35.
- Hamid, M. A., Rahman, I. A., & Halim, A. N. A. (2016). Key Factors Influencing Customers to Use Ar-Rahnu (Islamic Pawn Shop) in Malaysia: Evidence from Bank Rakyat. *The Macro theme Review: A Multidisciplinary Journal of Global Macro Trends*, 5(1), 108-117.
- Hasan, R. M., & Othman, N. (2021). Pajak Gadaai Islam (Ar-Rahnu) Di Malaysia: Isu Dan Cabaran Pelaksanaannya Di Malaysia. Kertas kerja dibentangkan di *International Conference on Syariah & Law2021(ICONSYAL 2021)*, Kolej Universiti Islam Antarabangsa Selangor (KUIS).
- Hashim, N., Akir, O., & Kamil, D. (2013). Customers' Acceptance of Islamic Pawn Broking Service in Sarawak. Kertas kerja *dibentangkan di Bengkel Antarabangsa Islam Borneo VI (KAIB 2013)*, UiTM Sarawak.
- Magenderan, M., Wahid, H., & Ahmad, S. (2014). Keberkesanan Medium Promosi Skim Ar-Rahnu di Kedai Ar-Rahnu, Bank Rakyat: Kajian Kes di Bandar Sri Permaisuri, Cheras. Kertas kerja dibentangkan di *International Conference Muamalat, Economics dan Islamic Finance*, Institut Latihan Islam Malaysia, Bangi, Selangor pada 8 dan 10 November 2014.

- Mansor, N., Ahmad, S. A. B., Bakar, S. A., & Ismail, I. (2014). A Demographic Analysis on Customer Acceptance Towards Islamic Pawn Broking in Malaysia. *Asian Social Science*, 10(2), 27-36.
- Marimuthu, M., Lam, H. Y., Chee, C. Y., Razali, H., & Kolandaisamy, I. (2009). Islamic Pawning (Ar-Rahnu) and Factor Affecting Customer's Switching Behavior: An Exploratory Study. Kertas kerja dibentangkan di *The 3rd ISDEV International Islamic Development Management Conference (IDMAC2009): Islamic Capital Market*, University Conference Hall, Universiti Sains Malaysia, Penang, Malaysia.
- Noor, N. S. M., Rahim, R. T. A., & Safiee, R. A. (2020). To Fish in Trouble Water: Ar Rahnu during Covid-19 Pandemic. *International Journal of Muamalat*, 4(1), 1-9
- Nor, N. M., Abdullah, M., Ismail, N., Bakar, R., & Yusni, S. S. M. (2012). A Study on the Customer Awareness Toward Ar-Rahnu Scheme at Sungai Buloh, Selangor. Kertas kerja dibentangkan di *The AFBE 2012 Conference Paper (UNITEN)*.
- Osman, N. H. S., Azmi, S. N. S., Hussin, N., Basiruddin, R., & Hashim, A. (2020). Persepsi Masyarakat Terhadap Pajak Gadai Islam (Ar-Rahnu). *The Journal of Muamalat and Islamic Finance Research*, 17(1), 70-78.
- Salamon, H., & Aziz, N. A. (2010). *Persepsi Staf Bank Terhadap Penglibatan Orang Bukan Islam Dalam Sistem Pajak Gadai Islam (ArRahnu)*. Universiti Teknologi Malaysia Institutional Repository. Diakses daripada [http://eprints.utm.my/11441/1/Persepsi\\_Staf\\_Bank\\_Terhadap\\_Penglibatan\\_Orang\\_Bukan\\_Islam\\_Dalam\\_Sistem\\_Pajak\\_Gadai\\_Islam.pdf](http://eprints.utm.my/11441/1/Persepsi_Staf_Bank_Terhadap_Penglibatan_Orang_Bukan_Islam_Dalam_Sistem_Pajak_Gadai_Islam.pdf) pada 3 April 2017.
- Salleh, S. Z. M. (2014). *Persepsi Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualiti Perkhidmatan Ar-Rahn: Kajian Kes di Permodalan Kelantan Berhad (PKB)*. Tesis Sarjana Sains Pengurusan, Universiti Utara Malaysia.
- Sam, M.F. M., Tahir, M. N. H., & Latif, N. K. A. (2010). The Awareness and the Acceptance of Islamic Pawnshop. *International Journal of Research and Reviews in Applied Sciences (IJRRAS)*, 2(2), 117-125.
- Sha'ari, H., & Lukman, H. A. (2020). Faktor Penentu Penggunaan Kemudahan Skim Arrahnu Dalam Kalangan Usahawan Wanita. *International Research Journal of Shariah, Muamalat and Islam (IRJSMI)*, 2(4), 35-42
- Shukor, S. A., & Sabri, H. (2013). Customer Satisfaction Towards Islamic Pawnbroking (Ar-Rahnu): Antecedents and Consequences. *Global Journal of Commerce and Management Perspective*, 2(6), 29-36.