

IsHeC 2021



Cawangan Melaka



# 47th INTERNATIONAL ISLAMIC HERITAGE CONFERENCE 2021

*e-proceeding*

2 Sept 2021

*Virtual Conference*  
Melaka, Malaysia

Organized by:

Academy of Contemporary Islamic Studies  
(ACIS), Universiti Teknologi MARA, Melaka,  
Malaysia

in Collaboration with:

Research, Industry, Community & Alumni  
Networking Division, Universiti Teknologi MARA  
Melaka

**PROCEEDING**  
**4<sup>TH</sup> INTERNATIONAL ISLAMIC HERITAGE CONFERENCE**  
**2021 (ISHEC '21)**

**“ISLAMIC HERITAGE: STRENGTHENING THE KNOWLEDGE,  
EMPOWERING THE ACHIEVEMENT”**

**Organized by:**

Academy of Contemporary Islamic Studies (ACIS), Universiti Teknologi MARA,  
Melaka, Malaysia

**in Collaboration with:**

Research, Industry, Community & Alumni Networking Division, Universiti  
Teknologi MARA Melaka

## Copyright Page

e-Proceedings of International Islamic Heritage Conference 2021 (IsHeC '21)  
02 September 2021  
Academy of Contemporary Islamic Studies (ACIS),  
Universiti Teknologi MARA, Melaka, Malaysia

The editorial board would like to express their heartfelt appreciation for the contributions made by the authors, co-authors and all who were involved in the publication of this e-proceedings.

Published by:  
Academy of Contemporary Islamic Studies (ACIS)  
Universiti Teknologi MARA, Melaka, Malaysia

Published date: 23 August 2021

Copyright © 2021, Academy of Contemporary Islamic Studies (ACIS), Universiti Teknologi MARA, Melaka Branch  
e-ISBN: 978-967-2846-07-9

All rights reserved. No part of this publication may be reproduced, copied, stored, distributed, or transmitted in any form or by any means, including photocopying, recording, digital scanning, or other electronic or mechanical methods without prior written permission from the publisher.

*The views, opinions, and technical recommendations expressed by the contributor and authors are entirely their own and do not necessarily reflect the views of the editors, the publisher and the university.*

**INTERNATIONAL ISLAMIC HERITAGE CONFERENCE 2021  
EDITORIAL BOARD**

**Patron**

Y. Bhg. Prof. Dr Abd Halim Mohd Noor

**Advisor 1**

Prof. Ts Dr Shafinar Ismail

**Advisor II**

Prof. Madya Dr S Salahudin Suyurno

**Chairman**

Dr Mohd Zaid Mustafar

**Deputy Chairman**

Mr Mohd Khairul Nizam Mohd Aziz

**Chief of Publication**

Dr Khairul Azhar Meerangani

Dr Izzah Nur Aida Zur Raffar

Dr Asma Wardah Surtahman

**Editors**

Dr Khairul Azhar Meerangani

Dr Mohammad Fahmi Abdul Hamid

Mr Abdul Qayuum Abdul Razak

# PENERIMAAN USAHAWAN KECIL MUSLIM DI KELANTAN TERHADAP AR-RAHNU: ANALISIS DARI PERSPEKTIF FAKTOR PROMOSI

<sup>1</sup>Salimah Yahaya & <sup>2</sup>Hainnur Aqma Rahim

<sup>1</sup> Akademi Pengajian Islam Kontemporari (ACIS), Universiti Teknologi MARA (UiTM) Cawangan Terengganu, Kampus Dungun, 23000 Dungun, Terengganu, Malaysia

<sup>2</sup> Fakulti Pengurusan dan Perniagaan, Universiti Teknologi MARA (UiTM) Cawangan Melaka, KM 26 Jalan Lendu, 78000 Alor Gajah, Melaka, Malaysia

## ABSTRAK

Pajak gadai merupakan salah satu instrumen kewangan yang menyediakan pinjaman kecil kepada masyarakat. Pajak gadai begitu terkenal dalam kalangan masyarakat Malaysia terutamanya masyarakat Melayu sejak 100 tahun dahulu lagi. Kini, terdapat dua jenis pajak gadai yang beroperasi di Malaysia iaitu pajak gadai konvensional dan pajak gadai Islam. Pajak gadai Islam atau Ar-Rahnu beroperasi menggunakan prinsip-prinsip Islam. Sehingga kini, masih berlaku salah faham masyarakat terhadap Ar-Rahnu. Mereka beranggapan bahawa perkhidmatan Ar-Rahnu menjalankan operasi yang sama seperti pajak gadai konvensional. Selain itu, sukar untuk mengubah pemikiran sesetengah masyarakat untuk beralih kepada sistem gadaian yang mematuhi prinsip-prinsip syariah ekoran sudah merasa selesa menggunakan pajak gadai konvensional sejak sekian lama. Hal ini kerana pajak gadai konvensional terutamanya pajak gadai Cina telah beroperasi kira-kira 100 tahun dahulu, berbanding Ar-Rahnu pula baru sahaja beroperasi hampir 25 tahun di Malaysia. Persoalannya, bagaimanakah keadaan promosi yang dijalankan oleh institusi Ar-Rahnu sehingga perkhidmatan Ar-Rahnu ini agak sukar menandingi kemasyuran pajak gadai konvensional? Justeru, objektif artikel ini adalah untuk menganalisis faktor promosi yang mempengaruhi penerimaan usahawan kecil Muslim di Kelantan terhadap Ar-Rahnu. Artikel ini dilaksanakan menerusi kaedah kuantitatif dengan mengedarkan sebanyak 350 soal selidik kepada usahawan kecil Muslim di Kelantan. Data yang diperoleh dianalisis menggunakan *Statistical Package for Social Science* (SPSS) versi 22.0. Hasil penemuan kajian mendapati promosi yang dilaksanakan oleh Ar-Rahnu tidak berjalan dengan baik berdasarkan kepada jumlah purata min sederhana yang ditunjukkan ( $M=3.47$ ). Secara implikasinya, faktor promosi merupakan faktor ekstrinsik (luaran), bagi kajian pada masa hadapan boleh dipertimbangkan untuk melihat hubungan penerimaan dengan faktor-faktor intrinsik (dalaman).

**Keywords:** Pajak gadai; Ar-Rahnu; Promosi; Usahawan Kecil; Kelantan