

Imej institusi Tahfiz dalam kalangan masyarakat awam di Malaysia

[The image of Tahfiz institutions among the general public in Malaysia]

Nur Ain Mohd Asuki¹ & Fadzila Azni Ahmad^{1*}

¹ Pusat Kajian Pengurusan Pembangunan Islam, Universiti Sains Malaysia, 11800, Pulau Pinang.

*Corresponding email: sukainah@usm.my

ARTICLE INFO

Revised Date: 8 September 2025
Accepted Date: 6 September 2025
Published Date: 26 September 2025

Kata Kunci:

Institusi Tahfiz, Persepsi Masyarakat Awam, Imej Institusi Islam, Tinjauan Dalam Talian

Keywords:

Tahfiz Institutions, Public Perception, Islamic Institutional Image, Online Survey

Abstrak

Kesedaran umat Islam di Malaysia terhadap pendidikan dan hafalan al-Quran semakin meningkat terutamanya dalam kalangan ibu bapa. Natiujahnya, pembukaan sekolah-sekolah yang mengajarkan pendidikan dan penghafalan al-Quran semakin meningkat kini terutamanya institusi tahfiz. Institusi tahfiz merupakan pusat pendidikan yang melahirkan pelajar yang memelihara, menghafaz dan mengamalkan ayat-ayat suci al-Quran. Data pendaftaran pelajar ke pusat tahfiz terkini menunjukkan hampir 300,000 hingga 400,000 lebih pelajar. Institusi tahfiz menjadi pilihan ibu bapa untuk mendidik anak-anak mereka dengan akidah dan amalan yang betul, sekali gus menjadi harapan masyarakat untuk menjamin penerusan generasi yang berpegang teguh pada asas-asas Islam. Berdasarkan maklumat ini, diandaikan bahawa imej institusi tahfiz adalah baik dalam kalangan ibu bapa. Walau bagaimanapun, apakah imej sebenar institusi tahfiz? Setakat ini, belum ada kajian yang mengkaji imej institusi tahfiz daripada khalayak awam. Jadi, artikel ini bertujuan untuk meninjau imej institusi tahfiz dalam kalangan masyarakat awam. Kajian rintis ini akan dijalankan melalui soal selidik dalam talian berbentuk "unrestricted self-selected" kepada 354 responden dalam kalangan masyarakat Malaysia dan dianalisis menggunakan teknik analisis deskriptif. Hasil soal selidik mendapati masyarakat Malaysia memandang pengajar, kakitangan serta pelajar lepasan institusi tahfiz mempunyai imej yang baik, manakala imej dari sudut pengurusan institusi tahfiz adalah sederhana. Keseluruhan imej yang digambarkan oleh masyarakat Malaysia terhadap institusi-institusi tahfiz yang ada adalah pada tahap sederhana. Dapatan kajian ini memberikan gambaran awal yang signifikan tentang persepsi masyarakat awam terhadap institusi tahfiz, sekali gus membuka ruang penambahbaikan strategi komunikasi, pengurusan institusi dan dasar pendidikan Islam yang lebih inklusif dan berkesan.

Abstract

Awareness among Malaysian Muslims regarding Quranic education and memorisation is steadily increasing, particularly among parents. Consequently, the number of schools offering Quran-focused education has risen, with tahfiz institutions seeing the most significant growth. These institutions serve as educational centres that produce students who not only memorise but also embody the teachings of the Quran. Student enrollment data indicates that more than 300,000 to 400,000 individuals have currently registered with tahfiz centres. For many parents, tahfiz institutions are a preferred choice to instil correct Islamic beliefs and practices in their children, thereby becoming a cornerstone of societal hope in nurturing future generations committed to Islamic foundations. Given this context, it is assumed that tahfiz institutions are perceived positively among parents. However, what is the actual public image of these institutions? To date, no study has systematically examined the image of tahfiz institutions from the perspective of the public. Therefore, this article aims to explore public perceptions of tahfiz institutions in Malaysia. A pilot study employing an 'unrestricted self-selected' online survey method was conducted among 354 respondents from diverse Malaysian communities, and the data were analysed using descriptive statistical techniques. The findings reveal that respondents have a positive perception of the educators, staff, and graduates of tahfiz institutions. However, the image of tahfiz institutions' management is viewed as moderate. Overall, the public image of existing tahfiz institutions in Malaysia is perceived to be moderate. The findings of this study offer a preliminary insight into public perceptions of tahfiz institutions, thereby paving the way for improvements in the development of more inclusive and effective Islamic education policies.

Pengenalan

Pengajian penghafalan al-Quran di Malaysia telah bermula sejak kedatangan Islam di Alam Melayu. Pengajian al-Quran ini bermula secara tidak formal di surau, masjid dan rumah-rumah tenaga pengajar. Pengajian tidak formal ini menjadi permulaan kepada penubuhan institusi-institusi tahfiz yang sedia ada di Malaysia kini. Penubuhan institusi-institusi tahfiz di Malaysia semakin berkembang mengikut peredaran zaman (Ismail, 2016). Perkembangan positif institusi-institusi tahfiz ini telah meletakkan Malaysia sebagai negara yang mementingkan pengajian tahfiz (Rahman et al., 2020). Berdasarkan maklumat ini, boleh diandaikan bahawa imej institusi tahfiz adalah baik dalam kalangan masyarakat awam terutamanya para ibu bapa yang berhasrat memberikan pengajian penghafalan al-Quran kepada anak-anak mereka. Sehubungan itu, artikel ini bertujuan untuk meninjau imej institusi tahfiz dalam kalangan masyarakat awam di Malaysia dengan melakukan tinjauan dalam talian.

Latar Belakang dan Isu Kajian

Kepesatan penubuhan institusi tahfiz di Malaysia menunjukkan pendidikan tahfiz bukan aliran yang asing dalam kalangan masyarakat umum. Kesedaran masyarakat terhadap perihal pengajian al-Quran mendorong ibu bapa menghantar anak-anak mereka ke institusi tahfiz (Ahmad et al. 2022; Kasmuri et al., 2023). Institusi-institusi tahfiz di Malaysia boleh dibahagi kepada dua kategori, iaitu institusi tahfiz kerajaan dan institusi tahfiz swasta. Kedua-dua kategori institusi tahfiz ini menawarkan matlamat yang sama, iaitu membuka peluang kepada masyarakat untuk menghafal dan menghayati ayat-ayat al-Quran. Hanya konteks pengurusan dan pelaksanaan sahaja yang membezakan kedua-dua kategori tahfiz ini (Ismail, 2016).

Institusi tahfiz kerajaan bermula dengan dorongan Perdana Menteri Pertama Malaysia, Almarhum Tunku Abdul Rahman Putra al-Haj mengarah Kerajaan Pusat untuk melancarkan Kelas Pengajian Menghafaz al-Quran dan Ilmu Qiraati di Masjid Negara. Kelas-kelas ini telah diuruskan oleh pihak Jawatankuasa Tadbir Masjid Negara dan Urusetia Majlis Kebangsaan bagi Hal Ehwal Agama Islam Malaysia sejak tahun 1966 sehingga tahun 1978. Pada awal tahun 1979, kerajaan menaiktaraf kelas-kelas ini menjadi Unit Pengajian Menghafaz al-Quran Masjid. Unit ini berada di bawah kelolaan Pusat Penyelidikan Islam, Bahagian Agama, Jabatan Perdana Menteri sehingga tahun 1980. Kemudian unit ini dipindahkan ke bawah kelolaan Institut Dakwah dan Latihan Islam (INDAH), Bahagian Agama, Jabatan Perdana Menteri sehingga tahun 1983. Pada tahun 1984, Unit Pengajian Menghafaz al-Quran Masjid diperluaskan dan mempunyai cawangan di Bahagian Ugama, Jabatan Perdana Menteri dengan organisasinya yang tersendiri. (Abdullah et al., 2015; Jabatan Kemajuan Islam Malaysia (JAKIM, n.d.), manakala menurut (Ismail, 2016), ketidakmampuan institusi tahfiz kerajaan untuk menampung jumlah permintaan pengajian tahfiz mendorong penubuhan institusi-institusi tahfiz swasta di Malaysia.

Menurut Ustaz Manolito Mohd Dahlan, Presiden Persatuan Madrasah Tahfiz al-Qur'an Malaysia (Permata al-Quran), jumlah keseluruhan institusi tahfiz setakat tahun 2021 adalah sebanyak 1,639 buah institusi tahfiz. Beliau juga menyatakan, hampir setiap bulan berlaku pertambahan institusi tahfiz di Malaysia (Hamid, 2021). Pada permulaan Pengajian Menghafaz al-Quran dan Ilmu Qiraat pada tahun 1966, seramai lapan orang pelajar menyertai pengajian tersebut. Data kini menyatakan pendaftaran pelajar ke pusat tahfiz menunjukkan hampir 300,000 hingga 400,000 pendaftaran (Husin, 2022). Jumlah pelajar institusi tahfiz menunjukkan peningkatan signifikan sepanjang 56 tahun.

Berdasarkan peningkatan ini, diandaikan bahawa imej institusi tahfiz adalah baik dalam kalangan masyarakat umum. Walau bagaimanapun, apakah imej sebenar institusi tahfiz? Adakah peningkatan pendaftaran pelajar menggambarkan institusi tahfiz sebagai imej yang baik dalam kalangan masyarakat? Adakah peningkatan pembukaan institusi-institusi tahfiz memaparkan imej institusi tahfiz sebagai pusat pengajian al-Quran yang baik? Setakat ini, belum ada kajian yang mengkaji persoalan-persoalan tersebut. Jadi, kajian ini bertujuan untuk meninjau imej sebenar institusi tahfiz dalam khalayak ramai.

Sorotan Literatur

Imej merupakan sebuah persepsi, tanggapan, gambaran atau pandangan yang sedia ada pemikiran seseorang (Ahmad & Salleh, 2019). Pembentukan dan pentafsiran imej yang berbeza mendorong respons yang berbeza, sama ada negatif ataupun positif (Marina et al., 2023). Imej boleh dirujuk kepada individu ataupun organisasi. Khususnya, imej korporat merujuk kepada imej sesebuah organisasi. Imej korporat adalah gabungan pandangan dan gambaran pihak berkepentingan terhadap organisasi tersebut (Eichie, 2020). Disoroti daripada Capriotti (1999), pandangan dan gambaran imej ini dibentuk hasil daripada tiga elemen. Elemen pertama adalah bentuk komunikasi pihak berkepentingan dengan

organisasi. Elemen ini menyampaikan mesej dan maklumat kepada pihak berkepentingan. Elemen kedua adalah hubungan interpersonal pihak berkepentingan dengan pihak lain. Secara logiknya, pergaulan dua pihak mempengaruhi pandangan dan gambaran sesebuah imej. Sementara itu, elemen yang ketiga adalah pengalaman peribadi pihak berkepentingan bersama organisasi tersebut (Olmedo-Cifuentes & Martínez-León, 2014). Ringkasnya, imej korporat boleh ditakrifkan sebagai persepsi keseluruhan pihak berkepentingan terhadap organisasi berdasarkan pengetahuan dan pengalaman mereka.

Berdasarkan pemaknaan dan elemen-elemen imej korporat, imej korporat merupakan faktor utama dalam menentukan penilaian reputasi sesebuah organisasi (Marina et al., 2023). Selari dengan itu, imej korporat menggambarkan kepuasan pihak berkepentingan terhadap organisasi tersebut. Bahkan, imej korporat sesebuah organisasi menjadi ukuran kepada organisasi tersebut untuk melakukan penambahbaikan terhadap pengurusan organisasi (Ahmad & Salleh, 2019). Imej korporat juga menggambarkan potensi sesebuah organisasi untuk mencapai misi, visi dan kredibiliti yang ditetapkan (Wahid et al., 2016). Justeru, pengkajian imej korporat institusi tahfiz di Malaysia dapat menilai keseluruhan prestasi institusi tersebut dalam kalangan masyarakat.

Terdapat beberapa kajian imej yang berkaitan dengan Islam. Kajian Wahid et al. (2016) mengkaji signifikan imej korporat dengan dorongan membayar zakat dalam kalangan peniaga. Kajian ini dijalankan dengan temu bual seramai 150 usahawan Islam dan syarikat Islam diseluruh daerah Sepang, Selangor. Dapatan kajian ini bercanggah dengan dapatan kajian-kajian sebelum yang menyatakan terdapat hubungan positif antara pembentukan imej korporat dan kecenderungan pembayaran zakat. Kajian ini menemui hubungan negatif terdapat kedua-dua pemboleh ubah. Ini menunjukkan bahawa pembayar zakat dalam kalangan usahawan adalah semata-mata mengejar keredaan Allah, bukannya pengharapan terhadap pembentukan imej korporat yang baik terhadap organisasi masing-masing.

Seterusnya, Ahmad dan Salleh (2019) mengkaji imej Jabatan Kemajuan Islam Malaysia (JAKIM) yang bertanggungjawab dalam pengurusan Islam serta masyarakat Muslim di Malaysia. Soal selidik atas talian dijalankan kepada 473 responden menunjukkan dapatan yang bercanggah dengan arus perdana. Majoriti responden berpuas hati dengan perkhidmatan JAKIM, kerana dapatan mendapati JAKIM tidak mempunyai imej negatif atau buruk yang dipegang oleh umat Islam di negara ini. Namun menurut imej ini, responden menyatakan perkhidmatan JAKIM tidak begitu relevan dalam pada masa kini. Hal ini demikian kerana elemen tertentu dalam JAKIM, seperti kakitangan, kepimpinan dan produk, berlaku penurunan peratusan responden yang berpandangan positif telah menurun. Walau bagaimanapun, secara amnya, JAKIM masih mempunyai imej yang baik.

Meninjau kedua-dua kajian lepas, pengkajian imej korporat terhadap institusi Islam mencerminkan pembawaan dan pengamalan kefahaman Islam dalam sistem kehidupan yang menyeluruh. Justeru, pengkajian imej korporat institusi tahfiz bukan sahaja melambangkan prestasi pengurusan semata-mata, tetapi juga melambangkan kemuliaan Islam dari sudut pendidikan al-Quran dalam kalangan masyarakat. Imej institusi tahfiz juga mewakili imej prinsip-prinsip Islam yang termaktub dalam pengurusan asas sesebuah institusi tahfiz.

Metodologi

Kajian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif bagi meneroka persepsi masyarakat awam terhadap imej institusi tahfiz di Malaysia. Pendekatan ini membolehkan pengumpulan data secara sistematik dan objektif melalui analisis statistik asas, bertujuan untuk menggambarkan corak dan kecenderungan persepsi responden secara menyeluruh.

Pengumpulan Data

Kajian ini dilakukan berdasarkan data primer yang diperoleh daripada tinjauan yang dilakukan dengan instrumen soal selidik menggunakan kaedah dalam talian. Bentuk soal selidik ini terbuka kepada semua lapisan masyarakat. Soal selidik berbentuk "*unrestricted self-selected*" memberi peluang kepada pengkaji untuk menerokai isu-isu berkaitan dengan institusi tahfiz di Malaysia. Tambahan pula, kajian ini menjadi peluang dan memberi ruang penyelidikan terhadap institusi tahfiz pada masa akan datang. Semua individu boleh mengambil bahagian dalam soal selidik ini (Fricker, 2012). Soal selidik ini berbentuk soalan Skala Likert, untuk mengukur persepsi responden terhadap soalan-soalan yang berkenaan imej tahfiz. Jadual 1 berikut menunjukkan penilaian jawapan mengikut skala yang diberikan.

Jadual 1: Penilaian Skala Likert

Skala	Pilihan Jawapan
1	Sangat tidak baik / Sangat tidak memuaskan
2	Tidak baik / Tidak memuaskan
3	Sederhana
4	Baik / Memuaskan
5	Sangat baik / Sangat memuaskan

Untuk mendapatkan purata keseluruhan setiap tema soalan, pengkaji mengambil purata skor setiap responden merentasi empat tema utama yang dikaji. Tema-tema yang dikaji adalah imej peranan institusi tahfiz, imej pengurusan tahfiz, imej bekas pelajar tahfiz dan imej pengajar atau kakitangan institusi tahfiz. Soal selidik ini dibuat menggunakan aplikasi *Google Forms*, dan disembarkan kepada semua lapisan masyarakat melalui aplikasi atas talian seperti *Whatsapp*, *Telegram*, *Facebook*, *Twitter*, dan *Instagram*. Soalan-soalan soal selidik ini merujuk kepada kajian-kajian lepas yang berkaitan imej dan Islam. Antara kajian yang menjadi rujukan penghasilan soalan-soalan soal selidik adalah kajian oleh Wahid et al. (2016), Ahmad dan Salleh (2019) dan Marina et al. (2023).

Dapatan

Jumlah keseluruhan responden yang terlibat dalam kajian ialah sebanyak 354 responden. Soal selidik kajian ini dibahagikan kepada tiga bahagian. Bahagian pertama adalah soalan pengenalan terhadap institusi tahfiz di Malaysia. Bahagian kedua menumpukan soalan-soalan berkenaan imej institusi tahfiz di Malaysia secara keseluruhan, manakala soalan-soalan pada bahagian ketiga berkenaan maklumat responden. Jadual 2 menunjukkan parameter demografi 354 orang responden.

Jadual 2: Parameter demografi para responden

Perincian	Bilangan	Peratus (%)
Jantina		
Lelaki	109	30.80
Perempuan	245	69.20
Jumlah	354	100
Bangsa		
Melayu	351	99.20
Cina	1	0.30
India	1	0.30
Lain-lain	1	0.30
Jumlah	354	100
Agama		
Islam	353	99.70
Buddha	1	0.30
Hindu	0	0
Lain-lain	0	0
Jumlah	354	100
Umur		
Kurang daripada 20 tahun	21	5.90

21 tahun - 30 tahun	150	42.40
31 tahun - 40 tahun	41	11.60
41 tahun - 50 tahun	62	17.50
51 tahun - 60 tahun	71	20.10
60 tahun ke atas	9	2.50
Jumlah	354	100

Taraf Pendidikan Tertinggi

Sekolah Rendah	1	0.30
Sekolah Menengah	14	4.00
Sijil/Diploma/Matrik/STPM	51	14.40
Sarjana Muda	220	62.10
Sarjana	57	16.10
Doktor Falsafah	11	3.10
Jumlah	354	100

Aliran pendidikan

Sains Tulen/Gunaan	155	43.80
Sains Sosial	87	24.60
Sastera	54	15.30
Vokasional/Teknikal	16	4.50
Pengajian Islam	38	10.70
Lain-lain	4	1.10
Jumlah	354	100

Pekerjaan

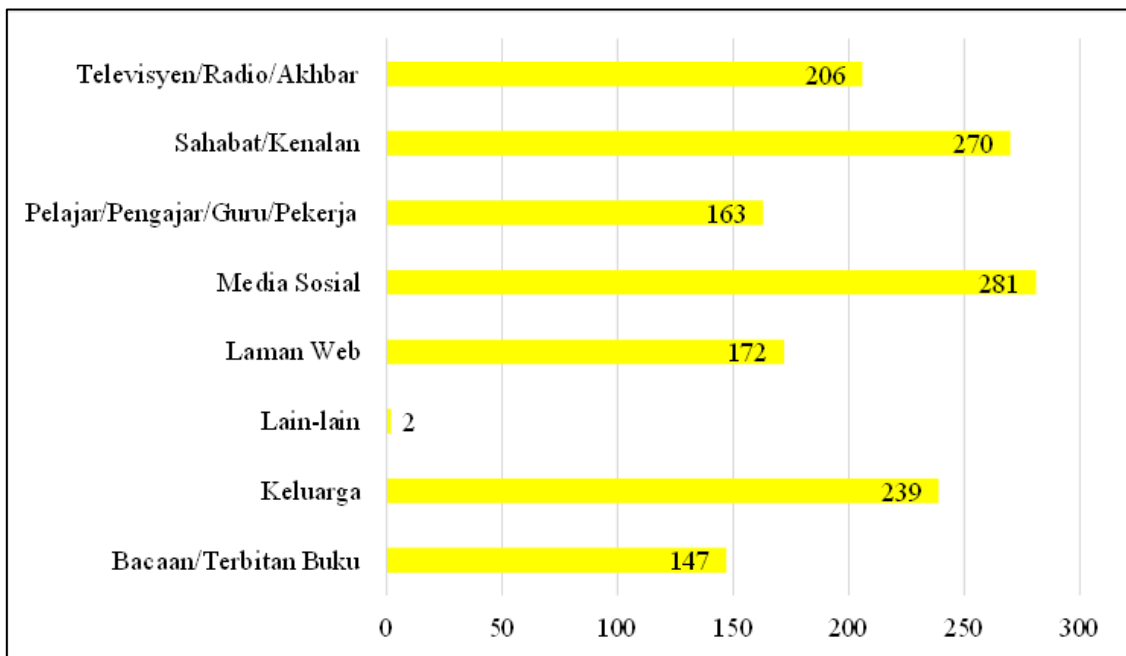
Pegawai Kerajaan	102	28.80
Pekerja Swasta	91	25.70
Bekerja sendiri	25	7.00
Belajar	112	31.60
Penganggur	3	0.80
Pesara	8	2.30
Suri rumah	13	3.70
Jumlah	354	100

Berdasarkan Jadual 2, responden terdiri daripada 109 responden lelaki (30.80%) dan 245 responden perempuan (69.20%). 353 responden soal selidik ini terdiri daripada penganut agama Islam, walaupun terdapat seorang responden daripada bangsa china, bangsa india dan bangsa lain. Pemuda dalam lingkungan 21 tahun hingga 30 tahun banyak menjadi responden pada kajian ini, dengan mencatat sebanyak 150 orang responden, bersamaan 42.40% daripada seluruh jumlah responden. Tambahan pula, 62.10% daripada responden mempunyai ijazah sarjana muda sebagai pendidikan tertinggi. Kebanyakan responden juga bukan daripada latar belakang pengajian Islam. Responden juga terdiri daripada masyarakat yang bekerja di bawah banyak pentadbiran.

Perbincangan

Dari sudut pengetahuan responden tentang institusi tahfiz pula, dapat dilihat menerusi Rajah 1.

Berdasarkan Rajah 1, responden banyak mendapat maklumat tentang institusi tahfiz daripada media sosial, dan juga sahabat dan kenalan terdekat. Peratus responden memperoleh sumber maklumat institusi tahfiz daripada media sosial adalah sebanyak 79.38%, iaitu seramai 281 orang responden. Media sosial memudahkan pengguna menerokai dan berkongsi maklumat melalui pelbagai platform atas talian (Il & Rahim, 2017; Ahyar et al. 2023). Sebagai contoh, terdapat juga seorang responden yang memperoleh maklumat berkaitan institusi tahfiz melalui iklan-iklan permohonan infak di platform *YouTube* dalam kategori lain-lain. Justeru, hasil ini menunjukkan berlakunya komunikasi dan interaksi pengguna media sosial dengan maklumat-maklumat berkaitan institusi tahfiz di Malaysia. Seterusnya, peratus kedua tertinggi yang menunjukkan sumber responden memperoleh maklumat adalah daripada sahabat dan kenalan, kemudian diikuti oleh keluarga. Peratus sahabat dan kenalan mencatat sebanyak 76.27%, iaitu sebanyak 270 orang responden, manakala peratus terhadap keluarga adalah sebanyak 67.51%, bersamaan 239 orang responden. Sebagaimana yang dinyatakan Olmedo-Cifuentes dan Martínez-León (2014), hubungan interpersonal mempengaruhi pembentukan imej, sahabat, kenalan dan ahli keluarga para responden memainkan peranan terhadap jawapan-jawapan responden terhadap kajian ini.



Rajah 1: Sumber maklumat berkaitan institusi tahfiz dalam kalangan responden

Melihat kepada sumber maklumat yang diperolehi berkenaan institusi tahfiz, timbul persoalan, adakah responden sebenarnya memiliki pengetahuan tentang institusi tahfiz itu sendiri. Sehubungan ini, dalam Jadual 3 menunjukkan pengetahuan responden terhadap institusi tahfiz di Malaysia.

Jadual 3: Pengetahuan responden terhadap maklumat institusi tahfiz di Malaysia

	Ya		Tidak		Jumlah	
	Bilangan	Peratus (%)	Bilangan	Peratus (%)	Bilangan	Peratus (%)
Pengetahuan tentang kewujudan institusi tahfiz di Malaysia	352	99.4	2	0.6	354	100

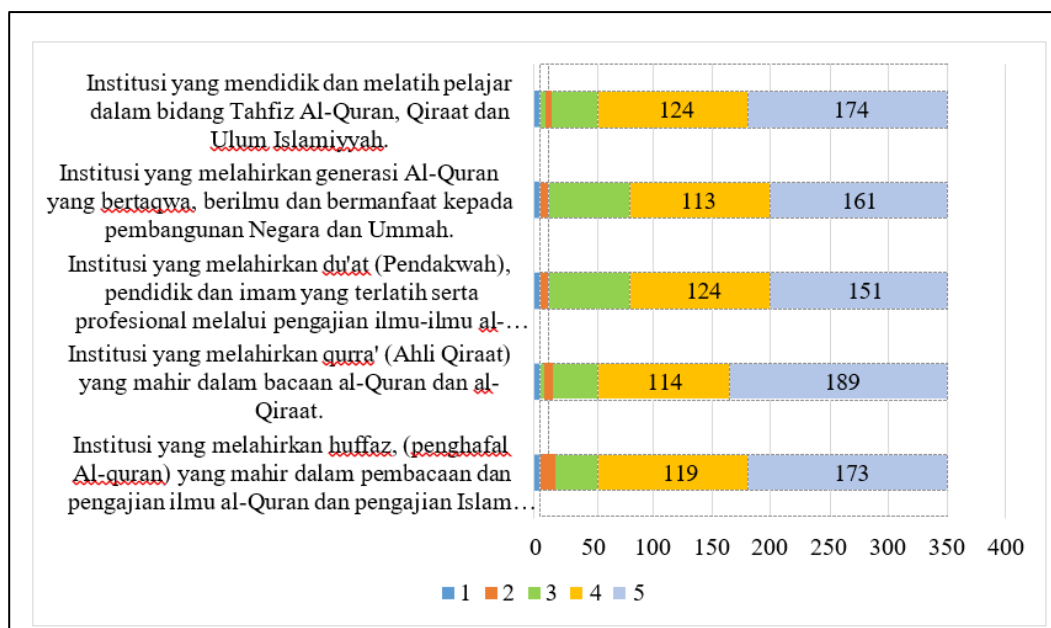
Pengetahuan tentang tujuan penubuhan institusi tahfiz di Malaysia secara umum	319	90.1	35	9.9	354	100
Pengetahuan tentang jenis-jenis institusi tahfiz di Malaysia	156	44.1	198	55.9	354	100
Menyatakan institusi tahfiz di Malaysia melibatkan penghafalan al-Quran semata-mata	54	15.3	300	84.7	354	100

Daripada Jadual 3 tersebut, kebanyakan responden mengetahui kewujudan, tujuan penubuhan dan kokurikulum institusi-institusi tahfiz di Malaysia. Walau bagaimanapun, para responden tidak jelas dengan jenis-jenis institusi tahfiz yang terdapat di Malaysia. Perkara ini dapat diperhatikan menerusi dapatan yang mana lebih daripada setengah responden, iaitu sebanyak 55.9% menjawab tidak tahu jenis-jenis institusi tahfiz di Malaysia. Jadi, pihak-pihak yang bertanggungjawab menguruskan pengiklanan institusi tahfiz perlu meningkatkan usaha-usaha memperkenalkan jenis-jenis institusi tahfiz yang terdapat di Malaysia kepada khalayak ramai. Ini membuka peluang dan ruang kepada semua lapisan masyarakat untuk mempelajari pendidikan dan penghafalan al-Quran.

Hasil soal selidik ini mendapati seramai 101 (28.5%) responden terlibat secara langsung dengan institusi tahfiz di Malaysia. Jadual 4 berikut menunjukkan dalam kalangan responden, terdapat 34 (33.7%) orang responden adalah pelajar atau bekas pelajar institusi tahfiz di Malaysia. 59 (58.4%) orang responden merupakan ahli keluarga kepada ahli daripada institusi tahfiz, manakala 41 (40.6%) orang responden mempunyai kenalan daripada institusi tahfiz sendiri. 17 (16.8%) daripada responden adalah ahli jawatankuasa institusi tahfiz yang terdiri daripada ahli pengurusan, kakitangan dan pengajar institusi tahfiz di Malaysia. Dapatan ini menyatakan terdapat responden yang mempunyai pengalaman dengan perkhidmatan institusi tahfiz sebagai pelajar dan ahli organisasi tahfiz serta hubungan interpersonal dengan ahli institusi tahfiz.

Jadual 4: Penglibatan responden dengan institusi tahfiz di Malaysia

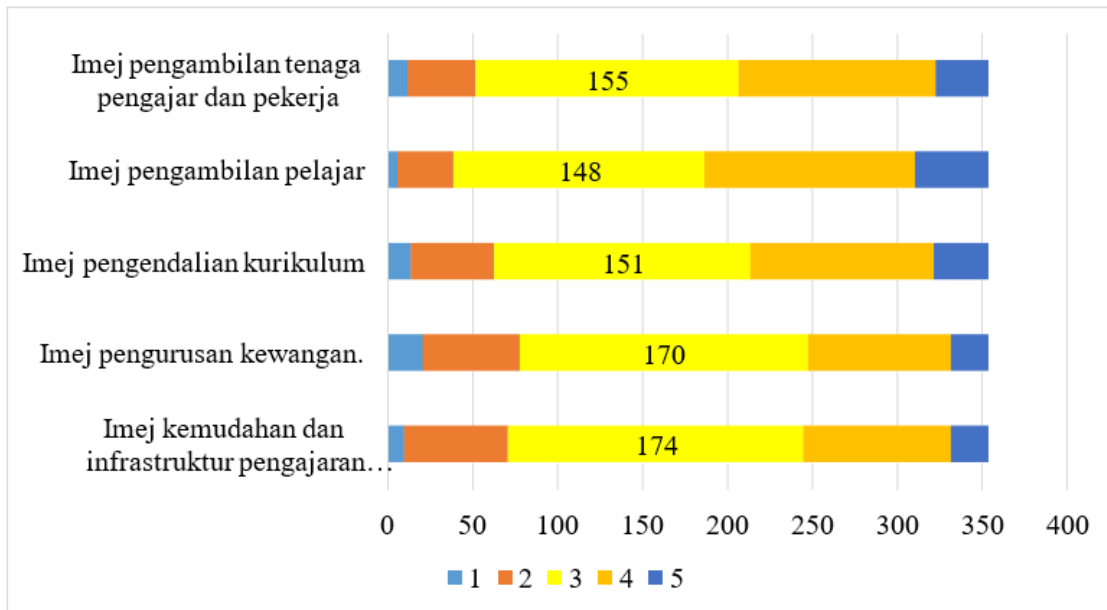
Bentuk Penglibatan	Bilangan
Jawatankuasa pengurusan institusi tahfiz	7
Kakitangan institusi tahfiz	2
Pengajar institusi tahfiz	8
Pelajar/Bekas pelajar institusi tahfiz	34
Keluarga kepada ahli daripada institusi tahfiz	59
Kenalan kepada ahli daripada institusi tahfiz	41
Lain-lain	26



Rajah 2: Imej Peranan Institusi Tahfiz di Malaysia dalam Kalangan Masyarakat

Kemudian, Rajah 2 menunjukkan dapatan skala Likert imej peranan institusi tahfiz di Malaysia dalam kalangan 354 responden kajian. Menurut rajah 2, seramai 174 responden menyatakan imej institusi tahfiz sebagai institusi yang mendidik dan melatih pelajar dalam bidang Tahfiz al-Quran, Qiraat dan Ulum Islamiyyah adalah pada tahap yang sangat baik. 161 responden juga menyatakan imej institusi tahfiz sebagai institusi yang melahirkan generasi al-Quran yang bertakwa, berilmu dan bermanfaat kepada pembangunan Negara dan Ummah adalah pada tahap yang baik. Tambahan pula, seramai 151 responden menyatakan imej institusi tahfiz sebagai institusi yang melahirkan pendakwah, pendidik dan imam yang terlatih serta profesional melalui pengajian ilmu-ilmu al-Quran dan pengajian Islam adalah pada tahap yang sangat baik. 189 responden bersetuju imej institusi tahfiz melahirkan *qurra'* (Ahli Qiraat) yang mahir dalam bacaan al-Quran dan al-Qiraat adalah sangat baik. Menurut 173 responden, institusi tahfiz sangat baik dalam melahirkan *huffaz* yang berkemahiran dalam pembacaan dan pengajian al-Quran. Jadi imej institusi tahfiz berperanan selari dengan objektif yang diletakkan oleh pihak JAKIM adalah pada tahap yang sangat baik.

Walaupun majoriti berpendapat imej peranan institusi tahfiz berada pada tahap 5 (sangat baik), purata keseluruhan imej peranan institusi tahfiz di Malaysia dalam kalangan masyarakat adalah pada purata 4.24. Ini bermakna, secara purata imej peranan institusi tahfiz di Malaysia menunjukkan tahap yang positif dalam kelima-lima peranan yang ditetapkan oleh JAKIM. Kebanyakan responden bersetuju bahawa imej peranan institusi tahfiz di Malaysia adalah sebagai institusi yang mengajar bidang Tahfiz, melahirkan generasi al-Quran, melahirkan pendakwah atau pendidik al-Quran, melahirkan *qurra'* dan melahirkan *huffaz* yang mahir, memahami serta mendalami kesucian ayat-ayat al-Quran. Jadi, imej pencapaian institusi tahfiz berdasarkan objektif yang digariskan oleh pihak JAKIM adalah baik.



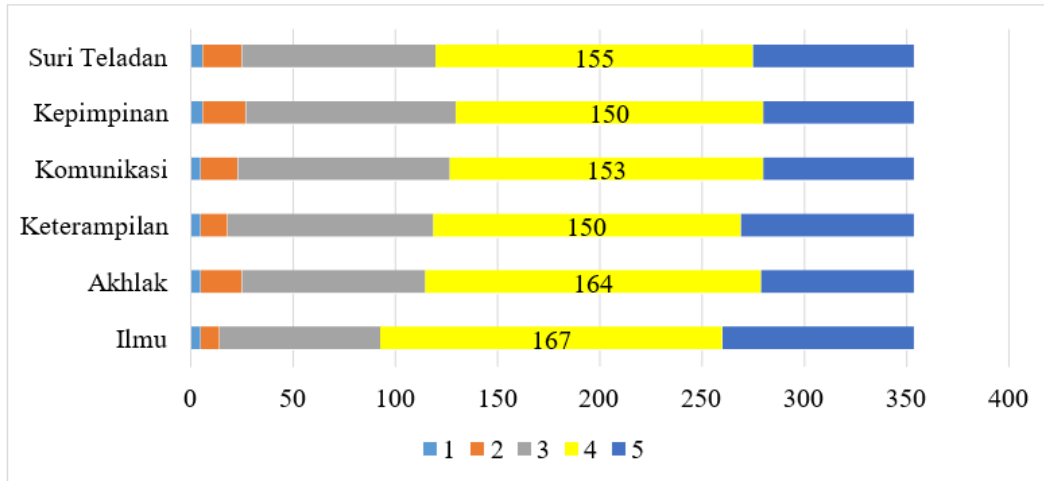
Rajah 3: Imej Pengurusan Institusi Tahfiz di Malaysia.

Sekalipun imej umum adalah baik, namun pandangan responden adalah berbeza terhadap pengurusan institusi tahfiz di Malaysia. Merujuk pada rajah 3, tahap imej pengurusan institusi tahfiz berada pada tahap sederhana. Ini juga dibuktikan dengan purata keseluruhan imej pengurusan institusi tahfiz adalah bersamaan dengan 3.25. Majoriti responden menjawab imej pengurusan pengambilan tenaga pengajar atau pekerja, pengurusan pengambilan pelajar tahfiz, pengurusan kokurikulum, pengurusan kewangan, dan kemudahan infrastruktur di institusi tahfiz adalah pada skala 3. Hal ini kerana institusi tahfiz kebanyakannya menghadapi cabaran kekangan kewangan, ketidakmahiran para pengajar, kekangan alat bantuan mengajar dan ketidakpercayaan para pelajar (Mohammad & Akhir, 2023; Ahmad e tal. 2024). Justeru, perspektif responden terhadap pengurusan institusi tahfiz selari dengan isu-isu pengurusan yang berlaku dalam institusi tahfiz di Malaysia.

Jadual 5: Purata Komponen Imej Pengurusan Institusi Tahfiz di Malaysia.

Komponen Imej Pengurusan Institusi Tahfiz di Malaysia	Purata
Imej kemudahan dan infrastruktur pengajaran dan pembelajaran.	3.14
Imej pengurusan kewangan.	3.08
Imej pengendalian kurikulum	3.27
Imej pengambilan pelajar	3.47
Imej pengambilan tenaga pengajar dan pekerja	3.32

Setiap komponen imej pengurusan institusi tahfiz di Malaysia dianalisis secara berasingan. Hasil analisis dijadualkan dalam Jadual 5. Hasil analisis menunjukkan bahawa imej pengurusan kewangan di institusi tahfiz mencatatkan purata terendah iaitu 3.08. Ini bermakna, pengurusan kewangan ini merupakan komponen utama yang menyebabkan imej pengurusan institusi tahfiz berada pada tahap yang sederhana. Perkara ini turut dibincangkan oleh Anas et al. (2019) dalam kajian beliau. Komponen kedua yang menjadikan imej pengurusan institusi tahfiz berada pada tahap yang sederhana ialah imej kemudahan dan infrastruktur pengajaran dan pembelajaran dengan purata 3.14, manakala, komponen ketiga yang menjadikan imej pengurusan institusi tahfiz berada pada tahap yang sederhana ialah imej pengendalian kurikulum dengan purata sebanyak 3.27.

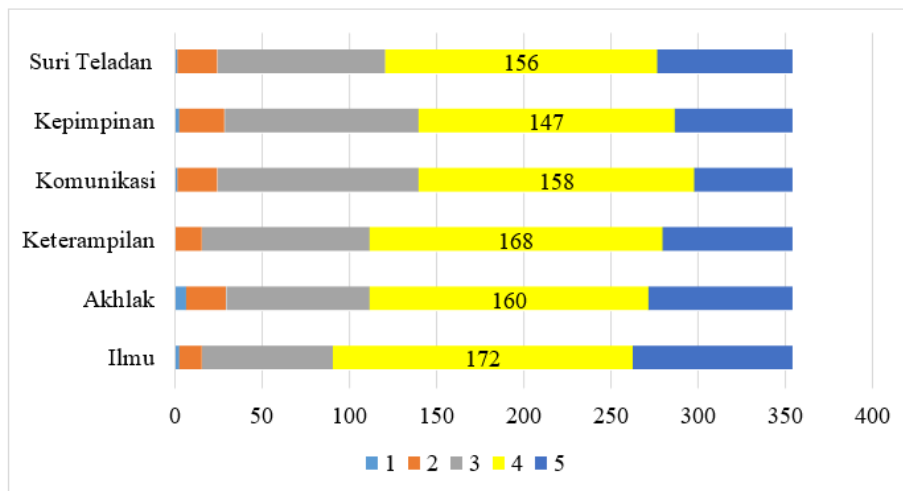


Rajah 4: Imej Kakitangan dan Tenaga Pengajar Institusi Tahfiz.

Sementara itu, Rajah 4 menunjukkan imej kakitangan dan tenaga pengajar institusi tahfiz di Malaysia dalam kalangan masyarakat. Majoriti responden berpendapat bahawa imej kakitangan dan tenaga pengajar institusi tahfiz berada pada tahap 4 (memuaskan). Purata keseluruhan imej kakitangan dan tenaga pengajar institusi tahfiz ialah 3.81. Ini menunjukkan majoriti bersetuju bahawa imej kakitangan dan tenaga pengajar adalah pada tahap memuaskan. Berdasarkan Jadual 6, analisis purata menunjukkan bahawa ilmu kakitangan dan pengajar institusi tahfiz menyumbang besar pada imej kakitangan dan pengajar institusi tahfiz pada tahap yang memuaskan.

Jadual 6: Purata Komponen Imej Kakitangan dan Tenaga Pengajar Institusi Tahfiz

Komponen Imej Kakitangan dan Tenaga Pengajar Tahfiz	Purata
Ilmu	3.95
Akhlak	3.80
Keterampilan	3.84
Komunikasi	3.77
Kepimpinan	3.75
Suri Teladan	3.80

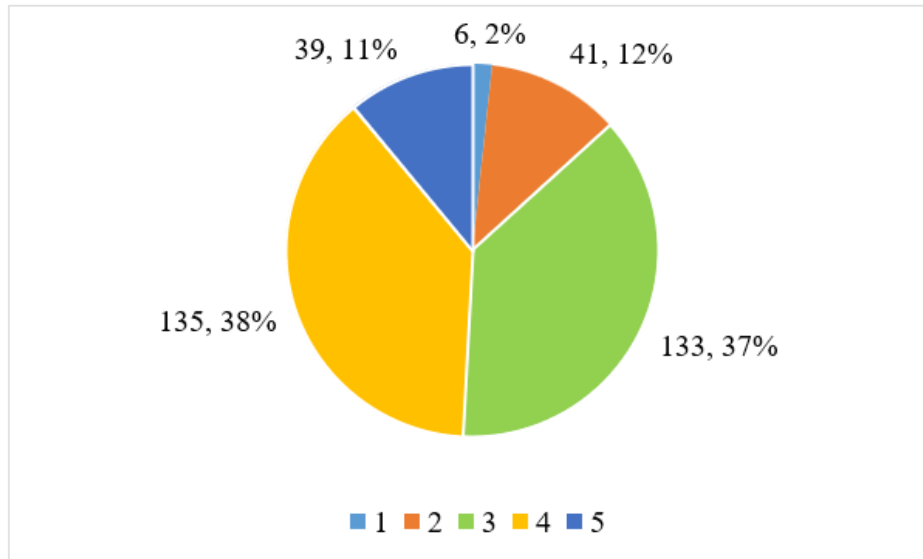


Rajah 5: Imej Bekas Pelajar Institusi Tahfiz

Rajah 5 yang dibentangkan menunjukkan imej bekas pelajar institusi tahfiz di Malaysia dalam kalangan masyarakat. Majoriti responden juga berpendapat bahawa imej kakitangan dan tenaga pengajar institusi tahfiz berada pada tahap 4 (memuaskan). Purata keseluruhan imej bekas pelajar institusi tahfiz ialah 3.79 membuktikan majoriti bersetuju bahawa imej bekas pelajar institusi tahfiz adalah pada tahap memuaskan. Berdasarkan Jadual 7, analisis purata menunjukkan bahawa ilmu bekas pelajar institusi tahfiz menyumbang besar pada imej keseluruhan bekas pelajar institusi tahfiz pada tahap yang memuaskan. Faktor penyumbang ini turut dibincangkan dalam kajian Taat et al. (2021) dan peri pentingnya untuk menjadi faktor penyumbang dalam pembangunan negara seperti yang dibincangkan dalam Zahari dan Yusof (2024).

Jadual 7: Purata Komponen Imej Bekas Pelajar Institusi Tahfiz

Komponen Imej Bekas Pelajar Institusi Tahfiz	Purata
Ilmu	3.95
Akhlak	3.81
Keterampilan	3.84
Komunikasi	3.69
Kepimpinan	3.70
Suri Teladan	3.80



Rajah 6: Kepuasan Imej Keseluruhan Institusi Tahfiz di Malaysia

Rajah 6 pula menunjukkan imej kepuasan keseluruhan institusi tahfiz di Malaysia dalam kalangan masyarakat. Merujuk kepada carta pai, 39 responden menyatakan imej institusi tahfiz adalah pada tahap yang sangat memuaskan. 135 responden berpuas hati dengan imej institusi tahfiz. 133 responden berada pada tahap sederhana. 41 responden tidak berpuas hati dengan imej institusi tahfiz, manakala 6 responden sangat tidak berpuas hati dengan imej institusi tahfiz. Ini menunjukkan majoriti responden berada pada julat tahap 3 (sederhana) ke 4 (berpuas hati). Hasil responden selari dengan purata keseluruhan imej institusi tahfiz di Malaysia iaitu 3.78. Secara purata responden memberi penilaian yang memuaskan terhadap imej institusi tahfiz dalam kesemua aspek yang dinilai berdasarkan skala Likert. Perkara ini secara tidak langsung menaikkan imej Islam itu sendiri (Ismail et al., 2017; Alias et al. 2020)

Kesimpulan

Imej institusi tahfiz di Malaysia adalah terbentuk daripada pengetahuan, pengalaman dan hubungan interpersonal para responden dengan institusi tahfiz. Imej institusi tahfiz yang dilihat oleh responden adalah selari dengan peranan yang diletakkan oleh pihak JAKIM pada pengajian tahfiz. Responden berpuas hati dengan imej yang ditunjukkan oleh kakitangan dan pelajar lepasan institusi tahfiz. Walau bagaimanapun, imej institusi tahfiz dari sudut pengurusan berada pada tahap sederhana. Keseluruhannya, imej institusi tahfiz berada pada tahap memuaskan. Namun masih ada ruang untuk penambahbaikan imej institusi tahfiz ke tahap yang lebih tinggi. Hasil kajian ini menawarkan pandangan asas yang bermakna tentang tanggapan masyarakat terhadap institusi tahfiz, dan seterusnya menyediakan landasan bagi penambahbaikan dalam aspek komunikasi strategik, pengurusan institusi serta pembentukan dasar pendidikan Islam yang lebih responsif dan menyeluruh.

Penghargaan

Kajian dan penghasilan makalah ini melibatkan tajaan Skim Geran Penyelidikan Fundamental (FRGS/1/2022/SS02/USM/02/4) yang telah diterima daripada Kementerian Pengajian Tinggi Malaysia (MOHE). Terima kasih dan setinggi-tinggi penghargaan diucapkan.

Rujukan

- Abdullah, M., Abdullah, A. H., Rosman, A. S., & Ilias, M. F. (2015). Pendidikan Tahfiz di Malaysia: Satu Sorotan Sejarah. *International Conference on Islamic Education and Social Entrepreneurship*.
- Ahmad, A. M., Ab Rahman, A., Saleh, M. H., & Daud, Z. (2024). Diversifying Quranic revision methods <https://doi.org/10.37231/jimk.2025.26.2.917>

- using gamification-based teaching material for Tahfiz Education. *International Journal of Evaluation and Research in Education (IJERE)*, 13(2), 987. <https://doi.org/10.11591/ijere.v13i2.26218>.
- Ahmad, F. A., & Salleh, N. A. M. (2019). The Image of the Department of Islamic Development Malaysia. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 9(11). <https://doi.org/10.6007/ijarbss/v9-i11/6589>.
- Ahmad, M. R., Bahri, S. ., Ashmir Wong, M. S. ., & Ismail, A. T. . (2022). Isu Dan Cabaran Pelajar Plus Tahfiz Dalam Mengekalkan Hafazan al-Quran Di UiTM: The Issues and Challenges of Plus Tahfiz Students in Maintaining the Memorisation of The Quran in UiTM. *Journal of Fatwa Management and Research*, 27(2), 27–36. <https://doi.org/10.33102/jfatwa.vol27no2.435>.
- Ahyar, L., Zaenauri, A. & Abdullah, S. (2023). Uncovering the Key Elements and Supporting Factors of Tahfiz Houses in Shaping the Spiritual Education of the Younger Generation in Indonesia. *FWU Journal of Social Sciences*, 17(2), 34–50. <https://doi.org/10.51709/19951272/Summer2023/3>.
- Alias, N., Salleh, M. H., Ahmad, A. M., Musa, M. A., Hussin, H., & Daud, Z. (2020). Fenomena Tahfiz di Malaysia: Keperluan Institut Perguruan Tahfiz Malaysia bagi Lepasan Aliran Tahfiz. *Jurnal Islam Dan Masyarakat Kontemporari*, 21(2), 22–33. <https://doi.org/10.37231/jimk.2020.21.2.480>.
- Anas, N., Samori, Z., Hamid, M. Y., Zulkipli, S. N., & Noor, M. S. M. (2019). Private Tahfiz institution governance: A proposed transformation via social entrepreneurship model. *Academy of Entrepreneurship Journal*, 25(1), 1-7. <https://www.abacademies.org/articles/Private-tahfiz-institution-governance-a-proposed-transformation-1528-2686-25-1-219.pdf>.
- Eichie, A. E. (2020). Effective Corporate Image Management as a Strategy for Enhancing Profitability. *6th International Conference on Opportunities and Challenges in Management, Economics and Accounting*, 63–77. <http://dx.doi.org/10.33422/6th.omeaconf.2020.09.210>.
- Fricker, R. D. Jr. (2012). Sampling Methods for Web and E-mail Surveys. In N. Fielding, R. M. Lee, & G. Blannk (Eds.), in *The SAGE Handbook of Online Research Methods* (pp. 195–216). Dudley Knox Library.
- Hamid, A. A. (2021). Syukur peruntukan institusi pendidikan Islam bertambah. *Harian Metro*. <https://www.hmetro.com.my/mutakhir/2021/10/772115/syukur-peruntukan-institusi-pendidikan-islam-bertambah>.
- Husin, M.M. (2022). Sudah tiba masa wujud universiti lepasan pondok, tahfiz. *Premium Sinar*. <https://premium.sinarharian.com.my/article/212517/fokus/semasa/sudah-tiba-masa-wujud-universiti-lepasan-pondok-tahfiz>.
- Il, N. M., & Rahim, N. A. (2017). Tahap Penggunaan Instagram dalam Kalangan Pelajar di Universiti Putra Malaysia. *Journal of Business and Social Development*, 5(2), 111–121. <https://www.semanticscholar.org/paper/Tahap-penggunaan-instagram-dalam-kalangan-pelajar-II-Rahim/a2a28d550e7fca07f62f8bb0a5587130209011cf>.
- Ismail, M. J., Mohamad, S., Tengku Puji, T. I. Z., & Yusof, N. H. (2017). Strategi Kecemerlangan Institusi Pendidikan Tahfiz al-Quran Di Malaysia : Satu Tinjauan Literatur. *Jurnal Islam Dan Masyarakat Kontemporari*, 15(1), 51–60. <https://doi.org/10.37231/jimk.2017.15.1.220>.
- Ismail, S. (2016). Institusi Tahfiz di Malaysia: Prospek dan Cabaran. *Simposium Tahfiz al-Quran Peringkat Antarabangsa*.
- Jabatan Kemajuan Islam Malaysia (JAKIM). (n.d.). Darul Quran Jakim. *Jabatan Kemajuan Islam Malaysia*. <https://www.islam.gov.my/ms/darul-quran/profil>.
- Kasmuri, Abd. K., Saad, M. F. M., & Kadir, M. N. (2023). Kajian Literatur Faktor-faktor Kebolehpasaran Pelajar Lulusan Aliran Tahfiz. *At-Turath: Journal of al-Quran and al-Sunnah*, 8(1), 86–93. <https://spaj.ukm.my/jalturath/index.php/jalturath/issue/view/19>.
- Marina, S., Pasha, K., Ricardianto, P., Octora, T. Y., Olfebri, Rahmawati, A., Sianturi, T. F. D., Wiguna, E. S., Sitorus, P. P., & Endri, E. (2023). *Corporate image and service quality: Evidence from Indonesia Mass Rapid Transport. Uncertain Supply Chain Management*, 11, 1265–1274. <http://dx.doi.org/10.5267/j.uscm.2023.3.021>.
- Mohammad, N. H., & Akhir, N. S. M. (2023). Kepelbagaian Pengurusan, Potensi dan Cabaran Institusi Tahfiz di Malaysia. *Asian People Journal*, 6(1), 36-52. <https://doi.org/10.37231/apj.2023.6.1.354>.

- Olmedo-Cifuentes, I., & Martínez-León, I. M. (2014). Influence of management style on employee views of corporate reputation. Application to audit firms. *BRQ Business Research Quarterly*, 17(4). <https://doi.org/10.1016/j.brq.2013.08.001>.
- Rahman, A. A., Afaf Sukari, A., Nozlan, N. N., & Zakaria, M. A. (2020). Dasar pemerksaan institusi tahfiz di Malaysia. *Tahfiz institution strengthening policy in Malaysia*. 2020 (Inpac), 289–295. <https://oarep.usim.edu.my/bitstreams/169a7af4-bb47-4386-be4a-553bb9b9dffa/download/>.
- Taat, M. S., Talip, R., & Mosin, M. (2021). The influence of curriculum and school climate on the academic attitude of tahfiz students in Malaysia. *International Journal of Evaluation and Research in Education*, 10(3), 807–815. <https://doi.org/10.11591/ijere.v10i3.21275>.
- Wahid, H., Abu Bakar, A. H., & Ahmad, S. (2017). Hubungan Antara Imej Korporat Usahawan Muslim dan Pembayaran Zakat Perniagaan di Daerah Sepang, Selangor. *Jurnal Syariah*, 24(1). <https://doi.org/10.22452/js.vol24no1.1>.
- Zahari, M.Z.I & Yusof, N.H., (2025). Critical Success Factors (CSF) of Talaqqi al-Quran with Sanad Program in Malaysia. *Jurnal Islam Dan Masyarakat Kontemporari*, 25(2), 97-109. <https://doi.org/10.37231/jimk.2024.25.2.868>.