



PELAN STRATEGIK

ZAKAT PULAU PINANG

2020-2022

Diterbitkan oleh:

Zakat Pulau Pinang
Majlis Agama Islam Negeri Pulau Pinang
No.4, Jalan Perda Selatan, Bandar Perda,
14000 Bukit Mertajam, Pulau Pinang

Website : www.zakatpenang.com
Facebook : www.facebook.com/zakatpenang
Telegram : <https://t.me/zakatpenang>
Portal : zakatpenang2u.com

Cetakan Pertama Disember 2020
@Zakat Pulau Pinang

Hak Cipta Terpelihara. Setiap bahagian daripada terbitan ini tidak boleh diterbitkan semula, disimpan untuk pengeluaran atau dipindahkan kepada bentuk lain, sama ada dengan cara elektronik, mekanik, gambar, rakaman dan sebagainya tanpa izin pemilik hak cipta terlebih dahulu.

Pelan Strategik Zakat Pulau Pinang 2020-2022

Dicetak oleh : Muna Multi Purpose Concept Enterprise

KANDUNGAN

PENGENALAN	1
PERUTUSAN	3
SEJARAH ZAKAT PULAU PINANG	4
GARIS MASA SEJARAH ZAKAT PULAU PINANG	5
VISI DAN MISI	6
NILAI TERAS BERSAMA GIGIH	7
STRATEGI UTAMA	9
TERAS 1 : KEWANGAN	14
TERAS 2 : PELANGGAN	16
TERAS 3 : PROSES DALAMAN	26
TERAS 4 : KAPASITI ORGANISASI	32
SENARAI SINGKATAN	35
GLOSARI	37
BIBLIOGRAFI	38
JAWATANKUASA PEMANTAU PELAN STRATEGIK ZPP 2020-2022	39

PENGENALAN

Menelusuri masa, perubahan ketara banyak berlaku dalam mencorakkan perkembangan Zakat Pulau Pinang. Faktor socioekonomi, globalisasi, Revolusi Industri 4.0, kehendak pihak stakeholders dan kini pandemik Covid-19 telah menuntut pihak Zakat Pulau Pinang melihat kembali hala tuju anjakan ke hadapan dan mengolah kembali strategi yang sesuai dan mapan untuk terus kekal relevan sepanjang zaman.

Senada dengan peredaran masa, bukan sahaja perlu peka dengan keadaan dan pesaing semasa, Zakat Pulau Pinang perlu mendepani perubahan yang bakal berlaku pada masa hadapan dan cepat bertindak untuk menjadikan visi dan misi penubuhannya tercapai. Inilah yang dituntut dalam objektif penubuhan Zakat Pulau Pinang yang bertekad untuk menjadi sebuah organisasi yang unggul dan berwibawa.

Bagi mencapai hasrat tersebut dan menuju kecemerlangan sebagai sebuah institusi zakat yang menjaga amanah ummah dan membela hak asnaf, Zakat Pulau Pinang perlu melangkah ke hadapan bersama-sama dalam laluan yang seja sekata dan sederap bersama.

Sementelah Zakat Pulau Pinang perlulah mengimbau kembali kepada strategi dan pendekatan yang digunakan di masa lampau agar langkah terkini seterusnya tidak tersasar dari landasan terbaik kepada *muzakki* dan *mustaqiq*. Oleh itu pengurusan kanan Zakat Pulau Pinang kini perlu mempastikan bahawa hasrat ini terus dipahat



dan diperjuangkan. Zakat Pulau Pinang perlulah menjadikan isu zakat negara; pembangunan ekonomi dan pemerkasaan asnaf sebagai permasalahan yang perlu ditangani oleh Zakat Pulau Pinang.

Sesuai dengan itu, kumpulan pemikir Zakat Pulau Pinang telah menyusun satu Pelan Strategik Zakat Pulau Pinang 2020-2022. Pelan ini telah digubal berdasarkan pencapaian semasa Zakat Pulau Pinang serta mengambilkira realiti perubahan masyarakat sekeliling.

Pelan Strategik Zakat Pulau Pinang 2020-2022 ini telah mengemukakan empat teras utama yang menjadi paksi bagi melonjakkan lagi Zakat Pulau Pinang di peringkat lokal dan global selaras dengan visi dan misi Zakat Pulau Pinang yang bertemakan mengungguli usaha mewujudkan keseimbangan sosioekonomi ummah melalui sistem pengurusan zakat yang profesional dan berteknologi. Empat teras tersebut adalah Kewangan, Pelanggan, Proses Dalaman dan Kapasiti Organisasi. Dalam keempat-empat teras ini pula mengandungi 10 strategi yang difokuskan bagi mencapai sasaran yang ditetapkan dengan 68 inisiatif yang telah dikenal pasti dapat membawa kegemilangan Zakat Pulau Pinang.

Pelan Strategik ZPP 2020-2022 ini juga adalah usaha berterusan yang dibuat pihak pengurusan Zakat Pulau Pinang dalam menetapkan hala tujuannya dalam tempoh tiga tahun ke hadapan. Pelan ini boleh dijadikan panduan oleh warga Zakat Pulau Pinang dalam mencapai matlamat kecemerlangan dalam kerangka pengurusan zakat.

Pelan Strategi Zakat Pulau Pinang 2020-2022 ini adalah merupakan edisi keempat perancangan hala tuju organisasi selepas Bengkel Hala Tuju 10 Tahun Pusat Urus Zakat Pulau Pinang (2003-2013); Bengkel Percambahan Pemikiran Hala Tuju Pusat Urus Zakat Pulau Pinang 2011; dan Sumbang Saran Pemikiran Hala Tuju Zakat Pulau Pinang 2016-2020.



PERUTUSAN

Selari dengan visi ZPP iaitu untuk mengungguli usaha mewujudkan keseimbangan sosioekonomi ummah melalui sistem pengurusan zakat yang profesional dan berteknologi, ZPP telah menggariskan empat teras strategik dalam Pelan Strategik ZPP 2020-2022 iaitu teras kewangan, teras pelanggan, teras proses dalaman dan teras kapasiti organisasi.

YB Dato' Ir. Haji Ahmad Zakiyuddin Abdul Rahman
Timbalan Ketua Menteri 1 Pulau Pinang
merangkap Penggerusi Zakat Pulau Pinang



Untuk membolehkan ZPP mencapai wawasan untuk menjadi institusi zakat terkehadapan yang mendahului langkah masyarakat dan zamannya, adalah penting semua warga kerja ZPP menerap dan mengamalkan nilai-nilai teras ZPP iaitu Gigih, Integriti, Gerak Kerja Berpasukan, Inovasi dan Hormat-Menghormati (GIGIH) dalam melaksanakan tanggungjawab sebagai Amil Zakat sebagaimana yang diperintahkan dalam Al-Quran dan As-Sunnah.

Amran Hazali
Ketua Pegawai Eksekutif
Zakat Pulau Pinang



SEJARAH ZAKAT PULAU PINANG

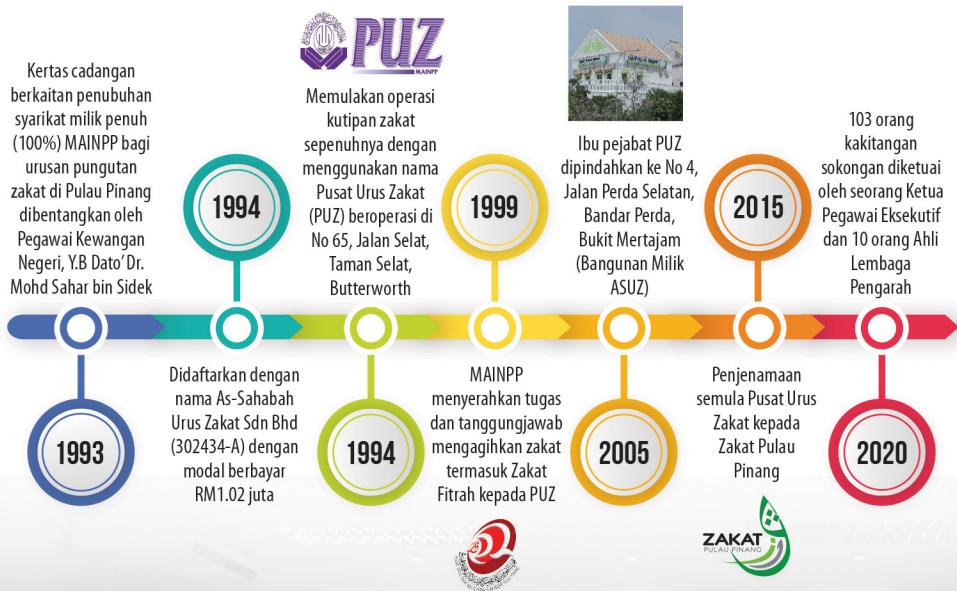
Zakat Pulau Pinang (ZPP) telah ditubuhkan pada 26 tahun yang lalu. ZPP mula didaftarkan dengan nama As-Sahabah Urus Zakat Sdn Bhd (302434-A) dengan modal berbayar RM1.02 juta pada 1 Jun 1994. Pada bulan September 1994 ZPP memulakan operasi kutipan zakat sepenuhnya dengan menggunakan nama Pusat Urus Zakat atau ringkasnya PUZ beroperasi di No 65, Jalan Selat, Taman Selat, Butterworth, Pulau Pinang.

Antara objektif utama penubuhan ZPP adalah untuk memaju, menggalak, memudah dan mengusahakan pembangunan ekonomi dan sosial serta kesejahteraan umat Islam di Negeri Pulau Pinang berlandaskan hukum Syara' selaras dengan Enakmen Pentadbiran Agama Islam Negeri Pulau Pinang 2004.

Sejak ZPP ditubuhkan pada tahun 1994, kedinamikan ibadat zakat telah banyak mencorak perkembangan ZPP. Perubahan sosial ekonomi, politik dan kehendak pihak berkepentingan serta berhadapan dengan era digitalisasi menuntut ZPP melihat kembali hala tuju serta mengolah strategi yang sesuai untuk terus menjadi institusi yang relevan dan terkehadapan.

GARIS MASA SEJARAH ZAKAT PULAU PINANG

Kertas cadangan berkaitan penubuhan syarikat milik penuh (100%) MAINPP bagi urusan pungutan zakat di Pulau Pinang dibentangkan oleh Pegawai Kewangan Negeri, Y.B Dato' Dr. Mohd Sahar bin Sidek



MESYARAT AGUNG PERTAMA
AS-SAHABAH URUS ZAKAT SDN. BHD.
14 DISEMBER 1995



VISI DAN MISI ZPP

VISI

Mengungguli
Usaha Mewujudkan
KESEIMBANGAN
SOSIO-EKONOMI UMMAH
Melalui Sistem
PENGURUSAN ZAKAT
YANG PROFESIONAL
DAN BERTEKNOLOGI



Kami berazam mengangkat
martabat profesion amil
selaras dengan
petunjuk Al-Qur'an
dan Hadith

Kami menyediakan
perkhidmatan berkualiti
bagi memudahkan
urusan pembayaran
dan pengagihan
zakat secara
efisien, telus
dan efektif

Kami beriltizam
untuk memperkasa
asnaf menerusi skim
bantuan zakat yang
bukan sahaja mampu
memberikan kemudahan
kehidupan malah mengubah mereka
menjadi pembayar zakat masa hadapan

Kami komited
untuk sentiasa
memastikan agar
amanah *muzakki*
dijaga dan hak asnaf
dibelia melalui pendekatan
maqasid syariah



NILAI TERAS BERSAMA : G.I.G.I.H



1

GIGIH

Kami melaksanakan tanggungjawab dengan penuh disiplin dan kesungguhan serta memberikan hasil yang terbaik dengan perkhidmatan berkualiti



2

INTEGRITI

Kami komited untuk sentiasa bersikap profesional, adil, menjaga amanah dan beretika tinggi dalam setiap urusan



3

GERAK KERJA BERPASUKAN

Kami bertindak sebagai sebuah pasukan mantap yang saling sokong menyokong dan bantu membantu di antara satu sama lain dengan semangat bersatu kita teguh, bercerai kita roboh



4

INOVASI

Kami sentiasa berusaha untuk meneroka kaedah yang baharu melalui idea kreatif dan terkini



5

HORMAT MENGHORMATI

Kami meraikan perbezaan pandangan dan kepelbagaiannya nuansa, berfikiran positif dan membudayakan akhlak terpuji dalam perhubungan dengan semua pihak

PELAN STRATEGIK

ZAKAT PULAU PINANG 2020 – 2022

AMANAH UMMAH DIJAGA, HAK ASNAF DIBELA

TERAS
STRATEGIK 01

KEWANGAN

- Mengenalpasti Sumber-Sumber Zakat Baharu Selaras Dengan Perkembangan Zaman
- Mewujudkan Amalan Pengurusan Kewangan Secara Berhemah

TERAS
STRATEGIK 02

PELANGGAN

- Memaksimumkan Kepuasan Pelanggan Dengan Mencipta Nilai Dan Pengalaman Baharu Untuk Pelanggan
- Menjalin Kolaborasi Strategik Dengan Pelbagai Pihak Untuk Meningkatkan Kutipan Dan Mengagihkan Zakat Dengan Efisien
- Mempelbagaikan Pendekatan Dan Medium Secara Kreatif Bagi Memaksimumkan Capaian Maklumat Dan Dakwah Zakat Kepada Masyarakat
- Mentransformasikan Golongan *Mustahiq* Kepada *Muzakki* Melalui Sistem Agihan Yang Berkesan

TERAS
STRATEGIK 03

PROSES DALAMAN

- Mengukuhkan Tadbir Urus Korporat Supaya Bertepatan Dan Selari Dengan Amalan Terbaik (*Best Practices*).
- Meningkatkan Tahap Profesionalisme Dan Kecekapan Agihan Zakat.

TERAS
STRATEGIK 04

KAPASITI ORGANISASI

- Mendigitalkan Pengurusan Zakat.
- Memperkasa Modal Insaniah (*Human Capital Development*).

STRATEGI UTAMA - KEWANGAN

TERAS	BIL	STRATEGI	BIL	INISIATIF STRATEGIK
KEWANGAN	1.1	MENGENALPASTI SUMBER-SUMBER ZAKAT BAHARU SELARAS DENGAN PERKEMBANGAN ZAMAN	1.1.1	Jalin kerjasama strategik dengan <i>research centre</i> untuk membuat kajian.
			1.1.2	Kaji dan laksana hasil kajian dengan memperkenalkan sumber zakat baharu dan skim agihan baharu.
			1.1.3	Dapatkan prospek perniagaan dengan menggunakan peniaga atas talian sebagai sasaran meningkatkan kutipan zakat.
	1.2	MEWUJUDKAN AMALAN PENGURUSAN KEWANGAN SECARA BERHEMAH	1.2.1	Kawal perbelanjaan supaya tidak melebihi perbelanjaan (<i>cost reduction</i>)
			1.2.2	Perbelanjaan dibuat ke atas perkara-perkara yang penting dan lebih utama (<i>Dharuriyat, Hajiyat & Tahsiniyat</i>)
			1.2.3	Kaji semula projek-projek asnaf yang tidak memberikan impak yang tinggi
			1.2.4	Tubuh jawatankuasa pelaburan meningkatkan hasil
			1.2.5	Lantik kakitangan yang mahir dan berpengalaman luas dalam pelaburan
			1.2.6	Teroka peluang pelaburan baru yang berisiko rendah dan menguntungkan
			1.2.7	Mencadangkan kepada MAINPP mekanisme perbelanjaan dana wang lebihan zakat

STRATEGI UTAMA - PELANGGAN

PERSPEKTIF	BIL	OBJEKTIF UTAMA	BIL	STRATEGI UTAMA
PELANGGAN	2.1	MEMAKSIMUMKAN KEPUASAN PELANGGAN DENGAN MENCipta NILAI DAN PENGALAMAN BAHRU UNTUK PELANGGAN	2.1.1	Penubuhan <i>Call Centre</i> untuk menguruskan pelanggan dengan sistematis
			2.1.2	Sistem pengurusan perhubungan pelanggan (<i>customer relationship management system</i>)
			2.1.3	Sistem aduan dan memastikan maklumbalas yang cekap dan santun
			2.1.4	Rekabentuk semula kaunter zakat agar lebih selesa dan mesra pelanggan
			2.1.5	Keselamatan & kesihatan (<i>safety & health</i>) kaunter dalam keadaan kondusif agar risiko keselamatan pelanggan dapat diminimumkan dan dikawal
	2.2	MENJALIN KOLABORASI STRATEGIK DENGAN PELBAGAI PIHAK UNTUK MENINGKATKAN KUTIPAN DAN MENGAGIHKAN ZAKAT DENGAN EFISIEN	2.2.1	Kolaborasi dengan masjid / organisasi yang menepati kriteria untuk dilantik sebagai wakil kutipan & agihan
			2.2.2	Hebahan info/buletin zakat kepada sasaran
			2.2.3	Kerjasama dengan rakan korporat strategik untuk menembusi sektor kerajaan / swasta
			2.2.4	Kerjasama dengan agensi berkaitan untuk mempromosi projek agihan berdaya maju
			2.2.5	Menambahbaik dan melihat semula skim agihan

STRATEGI UTAMA - PELANGGAN

PERSPEKTIF	BIL	OBJEKTIF UTAMA	BIL	STRATEGI UTAMA
PELANGGAN	2.2	MENJALIN KOLABORASI STRATEGIK DENGAN PELBAGAI PIHAK UNTUK MENINGKATKAN KUTIPAN DAN MENGAGIHKAN ZAKAT DENGAN EFISIEN	2.2.7	Tambahbaik dan kajian semula skim agihan
			2.2.8	Teroka peluang zakat perniagaan dengan usahawan online
	2.3	MEMPELBAGAIKAN PENDEKATAN DAN MEDIUM SECARA KREATIF BAGI MEMAKSIMUMKAN CAPAIAN MAKLUMAT DAN DAKWAH ZAKAT KEPADA MASYARAKAT	2.3.1	Edarkan buku panduan mengenai hukum bayaran zakat kepada masyarakat
			2.3.2	Kempen kesedaran undang-undang zakat di masjid seluruh negeri
			2.3.3	Bentuk penyelaras <i>team</i> media di setiap jabatan dan menentukan <i>job scope</i> penyelaras
			2.3.4	Takwim tahunan sosial media team dan kempen-kempen yang akan dilaksanakan
			2.3.5	Manfaatkan setiap cabang utama media sosial & <i>Search Engine Optimization</i> (facebook, instagram, youtube, twitter, google)
			2.3.6	Tingkatkan <i>engagement</i> masyarakat dalam media sosial - wujud interaksi dua hala
			2.3.7	Pengiklanan (<i>advertisement</i>) dalam setiap media sosial
			2.3.8	Video / info grafik kesedaran mengenai ejen kutipan tidak bertauliah
	2.4	MENTRANSFORMASIKAN GOLONGAN MUSTAHIQ KEPADA MUZAKKI MELALUI SISTEM AGIHAN YANG BERKESAN	2.4.1	'Conversion' Mustahiq kepada Muzakki dengan sistem sokongan dan latihan berkesan
			2.4.2	Pemantauan pencapaian mustahiq dengan berkesan
			2.4.3	Kolaborasi pintar dengan agensi kemahiran tinggi dan pihak industri (i.e : PSDC)
			2.4.4	Pastikan asnaf berkemahiran mendapat pekerjaan selepas menamatkan kursus

STRATEGI UTAMA - PROSES DALAMAN

PERSPEKTIF	BIL	OBJEKTIF UTAMA	BIL	STRATEGI UTAMA
PROSES DALAMAN	3.1	MENINGKATKAN TAHAP PROFESIONALISME DAN KECEKAPAN AGIHAN ZAKAT	3.1.1	Perkasa teknologi <i>ICT</i> untuk memudahkan urusan kutipan dan agihan
			3.1.2	Kakitangan mempunyai kompetensi yang memenuhi keperluan individu dan organisasi
			3.1.3	Kaji keseluruhan proses permohonan bantuan agar proses lebih pantas dan efisien
			3.1.4	Wujudkan portal pemohon bantuan zakat untuk proses permohonan semakan dan makluman bantuan
			3.1.5	Wujudkan <i>Asnaf Scoring System</i> bagi memastikan agihan yang tepat kepada sasaran dan diproses dengan pantas
			3.1.6	Bangunkan <i>Asnaf Transformation Monitoring System</i> bagi memudahkan pemantauan sebagai usaha mengeluarkan mereka dari kemiskinan
			3.1.7	Sediakan modul latihan untuk menyeragamkan kaedah penyampaian ceramah
	3.2	MENGUKUHKAN TADBIR URUS KORPORAT SUPAYA BERTEPATAN DAN SELARI DENGAN AMALAN TERBAIK (<i>BEST PRACTICES</i>)	3.2.1	Pengiktirafan antarabangsa melalui persijilan QMS ISO 9001 : 2015 & MS 1900 <i>Syariah Perspective</i>
			3.2.2	Penambahbaikan berterusan, berkesan dan memastikan setiap SOP setiap Jabatan / Bahagian lengkap
			3.2.3	Sebarluas SOP agihan zakat kepada pihak berkepentingan
			3.2.4	Membuat kajian semula undang-undang zakat supaya diperbaiki dan diperketatkan.
			3.2.5	Tindakan segera dan tuntas terhadap pihak yang tidak bertauliah mengutip zakat
			3.2.6	Memastikan kerahsiaan syarikat sentiasa terpelihara

STRATEGI UTAMA - KAPASITI ORGANISASI

PERSPEKTIF	BIL	OBJEKTIF	BIL	STRATEGI UTAMA
KAPASITI ORGANISASI	4.2	MEMPERKASA PENGURUSAN MODAL INSANIAH (<i>HUMAN CAPITAL DEVELOPMENT</i>)	4.2.1	Takwim latihan tahunan disediakan berdasarkan hasil TNA
			4.2.2	Takwim latihan dilaksanakan dengan 30 jam setahun untuk eksekutif dan 20 jam setahun untuk non-eksekutif
			4.2.3	Nilai Teras dibudayakan dengan pelbagai aktiviti dan promosi serta diambilkira dalam Pengurusan Prestasi Tahunan Kakitangan
			4.2.4	Kakitangan cemerlang dihargai dan kakitangan lain ditingkatkan prestasi
			4.2.5	Membuat kajian dan perancangan sumber manusia (<i>man power planning</i>)
			4.2.6	Menjalankan aktiviti dan penerapan budaya kerja Islamik kepada kakitangan
			4.2.7	Menyiapkan format baru / garis panduan Pengurusan Prestasi Kakitangan supaya selaras dengan Pelan Strategik
			4.2.8	Memastikan keselesaan ruang kerja melalui ergonomik supaya sentiasa sihat dan selamat

TERAS 1

KEWANGAN

 **PELAN
STRATEGIK**
ZAKAT PULAU PINANG
2020-2022

Pelan Tindakan Strategik - KEWANGAN

TERAS STRATEGI	STRATEGI	INISIATIF STRATEGIK	BIDANG KEBERHASILAN UTAMA (KRA)	PETUNJUK PRESTASI UTAMA (KPI)	GARIS MASA	PEMACU
KEWANGAN	Mengenal pasti sumber-sumber zakat baharu selaras dengan perkembangan zaman	Menjalinkan kerjasama strategik dengan <i>research centre</i> dalam kajian zakat	Mengenalpasti dan melantik rakan kajian strategik	1 Seminar / Persidangan	Q3 2021	TTK
		Mengkaji dan melaksanakan hasil kajian dengan memperkenalkan sumber zakat baharu	Satu kajian dihasilkan; sumber baharu zakat setiap tahun	Dua kajian setahun - 100%	Q3 setiap tahun	TTK
		Mengkaji dan melaksanakan hasil kajian skim agihan baharu	Satu kajian dihasilkan; skim agihan setiap tahun	Satu kajian setahun - 100%	Q4 setiap tahun	TTK
	Mewujudkan amalan pengurusan kewangan secara berhemah	Mengawal perbelanjaan supaya tidak melebihi perbelanjaan (<i>cost reduction</i>)	Penjimatan kategori kos-overhead (letrik, air, petrol, dll)	Penjimatan 5% kos overhead mengikut kategori setahun	Setiap tahun	JAK
		Membuat perbelanjaan ke atas perkara-perkara yang penting dan lebih utama (<i>dharuriyat, hajiyiyat, tahsiniyat</i>)	Mengenalpasti perbelanjaan yang tidak produktif	3 inisiatif penjimatan kos setiap tahun	Setiap tahun	JAK

Pelan Tindakan Strategik - KEWANGAN

TERAS STRATEGI	STRATEGI	INISIATIF STRATEGIK	BIDANG KEBERHASILAN UTAMA (KRA)	PETUNJUK PRESTASI UTAMA (KPI)	GARIS MASA	PEMACU
KEWANGAN	Mewujudkan amalan pengurusan kewangan secara berhemah	Mengkaji semula projek-projek asnaf yang tidak memberikan impak yang tinggi	Pelantikan perunding / <i>inhouse research</i> (semua projek ekonomi, usahawan dan Pendidikan)	2 projek setahun bagi setiap Bahagian yang terlibat	Q4 2020 Q4 2021	JOA (BPK/ BKU/ BIP)
		Menubuhkan jawatankuasa pelaburan peningkatan hasil syarikat	Jawatankuasa ditubuhkan dan berfungsi pada tahun 2020, garis panduan jawankuasa disediakan	100%	Q1 2020	JAK
		Meneroka peluang pelaburan baharu yang berisiko rendah dan menguntungkan	Melaksanakan kajian pelaburan baharu setiap tahun	Penyediaan kertas kajian pelaburan untuk kelulusan ALP	Q1 2021	JAK
		Menyediakan pelan rancangan dan mencadangkan kepada MAINPP mekanisme perbelanjaan dana wang lebihan zakat	Kertas cadangan kepada MAINPP	Kertas kerja siap 100%	Q1 2020	JAK

TERAS **2**

PELANGGAN

 **PELAN
STRATEGIK**
ZAKAT PULAU PINANG
2020-2022



Pelan Tindakan Strategik - PELANGGAN

TERAS STRATEGI	STRATEGI	INISIATIF STRATEGIK	BIDANG KEBERHASILAN UTAMA (KRA)	PETUNJUK PRESTASI UTAMA (KPI)	GARIS MASA	PEMACU
PELANGGAN	Memaksimumkan kepuasan pelanggan dengan mencipta nilai dan pengalaman baharu untuk pelanggan	Mewujudkan sistem pengurusan perhubungan pelanggan (<i>Customer Relationship Management</i>)	Mengenalpasti dan memilih vendor berpengalaman	100% mengikut jadual	Q4 2020 (kenal pasti) Q2 2021 (guna pakai)	JKP (BPH)
		Mewujudkan sistem aduan, cadangan dan kepuasan pelanggan	Setiap kes diambil tindakan	Setiap kes diambil tindakan dalam tempoh 2 hari bekerja.	Dipantau setiap bulan / bila ada aduan	JKP / JOK (BKOM / BKK)
		Mewujudkan sistem aduan, cadangan dan kepuasan pelanggan	Setiap kes diambil tindakan	Setiap kes diambil tindakan dalam tempoh 2 hari bekerja.	Dipantau setiap bulan / bila ada aduan	JKP / JOK (BKOM / BKK)
		Merekabentuk semula kaunter zakat agar lebih selesa dan mesra	Kaunter diubahsuai	100% mengikut jadual	Q4 2020	JAK / JOK (BAT / BKK)
	Memaksimumkan kepuasan pelanggan dengan mencipta nilai dan pengalaman baharu untuk pelanggan	Mewujudkan SOP keselamatan kaunter agar risiko keselamatan dapat diminimumkan	SOP diwujudkan dan dilaksana	SOP siap 100% JK SOP	Q2 2020	JKP (BPSM)
		Melantik syarikat keselamatan yang kompeten	Mengenalpasti syarikat keselamatan	Pelantikan dibuat, 100% siap	Q2 2020	JKP (BPH)
		Melengkapkan kaunter dengan ciri keselamatan terkini	Ciri-ciri keselamatan terkini dan menyeluruh	8 Kaunter cawangan dan ibu pejabat	Q1 2021	JKP / JOK (BPH/ BKK)

Pelan Tindakan Strategik - PELANGGAN

TERAS STRATEGI	STRATEGI	INISIATIF STRATEGIK	BIDANG KEBERHASILAN UTAMA (KRA)	PETUNJUK PRESTASI UTAMA (KPI)	GARIS MASA	PEMACU
PELANGGAN	Memaksimumkan kepuasan pelanggan dengan mencipta nilai dan pengalaman baharu untuk pelanggan	Mewujudkan kaedah pembayaran zakat yang mudah dan selamat	Pembayaran tanpa tunai	50% pembayaran tanpa tunai	Q4 2021	JOK / JKP (BPH/BKK /BTM)
		Mobile zakat services	Lokasi terpilih	4 kali sebulan	Q1-Q4	JOK (BKK)
		Mengadakan kerjasama strategik bersama majikan	Sektor kerajaan dan swasta	4 kali setahun / 100 majikan	Q1 – Q4	JOK (BKM)
		Mewujudkan aplikasi syarikat yang membayar zakat bagi memudahkan pelanggan berurusan	1 aplikasi	100%	Q4 2022	JOK (BDP / BDK)
		Kad Subsidi kepada pembayar zakat	Pembayar terpilih /	50%	Q2 2022	JOK (BDK)
	Menjalin kolaborasi strategik dengan pelbagai pihak untuk meningkatkan kutipan dan mengagihkan zakat dengan efisien	Mengenal pasti organisasi yang menepati kriteria untuk dilantik sebagai wakil kutipan	Membuat kajian dan mengenal pasti 5 buah organisasi berpotensi tinggi	3 organisasi baru setiap tahun,	Q3 setiap tahun	JOK (BDA)
		Mewujudkan SOP pelantikan organisasi / masjid terpilih sebagai Wakil Kutipan	SOP disiapkan dan diluluskan ALP	100%	Q1 2020	JOK (BDA)
		Pelantikan wakil masjid sebagai wakil agihan	Penyediaan SOP Wakil Masjid Lantikan dibuat ke atas pegawai yang dikenalpasti	1 masjid setiap daerah agama	Q3 2021	JOA (BKA)

Pelan Tindakan Strategik - PELANGGAN

TERAS STRATEGI	STRATEGI	INISIATIF STRATEGIK	BIDANG KEBERHASILAN UTAMA (KRA)	PETUNJUK PRESTASI UTAMA (KPI)	GARIS MASA	PEMACU
PELANGGAN	Menjalin kolaborasi strategik dengan pelbagai pihak untuk meningkatkan kutipan dan mengagihkan zakat dengan efisien	Mewujudkan networking dan hubungan baik dengan pelbagai pihak	Sesi taklimat/lunch talk bersama jabatan/HR/ahli politik/MPKK	4 program setahun	Q1 – Q4	JOK (BDA)
		Mewujudkan buletin secara digital seperti e-book, e-buletin, e-info	Bilangan edaran	5 kali edisi khas	Q1,Q2,Q3, Q4 setiap tahun	JKP (BKOM)
		Mengadakan kerjasama strategik untuk menembusi sektor kerajaan / swasta	Program khas yang dilaksanakan	6 kali acara di sektor kerajaan / swasta / kilang	Diukur setiap hujung tahun, Q4	JOK (BDA)
			Pertambahan pembayar baharu	1,000 pembayar baharu	Diukur setiap hujung tahun, Q4	JOK (BDA)
		Mengadakan kerjasama strategik untuk menembusi sektor korporat	Penganjuran Coffee Talk / Hi-Tea	12 kali setahun	Setiap bulan,	JOK (BDK)
			Pertambahan pembayar baharu	100 pembayar baharu	Diukur setiap hujung tahun, Q4	JOK (BDK)

Pelan Tindakan Strategik - PELANGGAN

TERAS STRATEGI	STRATEGI	INISIATIF STRATEGIK	BIDANG KEBERHASILAN UTAMA (KRA)	PETUNJUK PRESTASI UTAMA (KPI)	GARIS MASA	PEMACU
PELANGGAN	Menjalin kolaborasi strategik dengan pelbagai pihak untuk meningkatkan kutipan dan mengagihkan zakat dengan efisien	Menjalankan kerjasama dengan agensi berkaitan untuk mempromosi projek agihan berdaya maju	Mengenalpasti agensi berkaitan	2 agensi Feb – Nov setiap bulan = 20 agensi setahun	Dilaksanakan Feb – Nov setiap tahun	JOK (BDK) / JOA (semua bahagian)
		Menambahbaik dan melihat semula skim agihan (cth : mewujudkan kluster agihan)	kajian impak terhadap keberkesanannya skim agihan	Pertambahan 20 pembayar (agensi) baharu	Diukur pencapaian pada Q4 setiap tahun	JOK (BDK) / JOA (semua bahagian)
		Melaksanakan dakwah zakat kepada usahawan <i>online</i>	Pertambahan Bilangan Pembayar Zakat usahawan <i>online</i>	2 skim setahun	Q4 2020	JOA (semua bahagian) / TTK
	Menjalin kolaborasi strategik dengan pelbagai pihak untuk meningkatkan kutipan dan mengagihkan zakat dengan efisien	Mengadakan seminar/taklimat zakat yang menyasarkan usahawan <i>online</i>	Menembusi sektor usahawan <i>online</i>	50 pembayar zakat perniagaan baharu setiap tahun	Diukur setiap Q4 setiap tahun	JOK (BDK)
				2 kali setahun	Q1 & Q3	JOK (BDK)

Pelan Tindakan Strategik - PELANGGAN

TERAS STRATEGI	STRATEGI	INISIATIF STRATEGIK	BIDANG KEBERHASILAN UTAMA (KRA)	PETUNJUK PRESTASI UTAMA (KPI)	GARIS MASA	PEMACU
PELANGGAN	Mempelbagaikan pendekatan dan medium secara kreatif bagi memaksimumkan capaian maklumat dan dakwah zakat kepada masyarakat	Menerbit dan mengedarkan buku panduan mengenai hukum bayaran zakat kepada masyarakat	Menerbit dan mencetak buku panduan dan hukum zakat	Diedarkan kepada 1,000 orang setahun prospek / sedia ada	Q4 2020 Q4 2021	TTK / JOK (BDA)
		Memastikan pembayaran zakat mengikut Syarak (bayar kepada Zakat Pulau Pinang)	Seruan kepada majikan melalui makluman rasmi (Mufti; SUK; Exco Agama dll)	100 majikan	Q4 setiap tahun	JOK (BDP)
		Menggunakan media sosial untuk menyampaikan info undang-undang dan peraturan zakat	Penyampaian maklumat melalui media sosial	4 kali setahun	Q1 – Q4	JOK (BDP) / JKP (BKOM)
	Mempelbagaikan pendekatan dan medium secara kreatif bagi memaksimumkan capaian maklumat dan dakwah zakat kepada masyarakat	Mengukuhkan kemahiran dan kompetensi pasukan sosial media	Mengadakan kursus berkaitan media sosial dan <i>Google Search Engine Optimization</i> (SEO)	2 kali setahun (2 orang)	Q4 2020	JKP (BPSM / BKOM)
		Mewujudkan penyelaras <i>team</i> media di setiap jabatan dan menentukan <i>job scope</i> penyelaras	Pelantikan seorang penyelaras setiap jabatan	100%	Q4 2020	JKP (BKOM)

Pelan Tindakan Strategik - PELANGGAN

TERAS STRATEGI	STRATEGI	INISIATIF STRATEGIK	BIDANG KEBERHASILAN UTAMA (KRA)	PETUNJUK PRESTASI UTAMA (KPI)	GARIS MASA	PEMACU
PELANGGAN		Membuat perancangan tahunan sosial media <i>team</i> dan kempen-kempen yang akan dilaksanakan	Kalender Tahunan media sosial	Disiapkan, diluluskan dan dilaksanakan setiap tahun	100% pelaksanaan kalender tahunan	JKP (BKOM)
		Mewujudkan SOP penggunaan media sosial dalam pemasaran	SOP siap dan dilaksanakan	100%	Q3 2020	JKP (BKOM)
		Memperuntukkan kewangan bagi menjalin kerjasama dengan <i>Bloggers / Youtuber /Social Influencer / Instafamous</i> untuk sebarluaskan info zakat	2 kerjasama setiap tahun	100%	Q4 2020 Q4 2021	JKP (BKOM)
	Mempelbagaikan pendekatan dan medium secara kreatif bagi memaksimumkan capaian maklumat dan dakwah zakat kepada masyarakat	Memastikan setiap cabang utama media sosial & <i>Search Engine Optimization (Fb, Ig, Youtube, Twitter, Google)</i> dimanfaatkan untuk memaksimumkan capaian info kepada masyarakat	Semua media sosial membuat hebatan dan promosi setiap hari	3 posting di setiap hari di Fb, Ig, Twitter 1 video / info grafik di Youtube	Setiap Hari	JKP (BKOM)
		Meningkatkan engagement masyarakat dalam media sosial – wujud interaksi dua hala	Peningkatan engagement di media sosial	Engagement pengguna di sosial media meningkat 20% setiap tahun	Q1 setiap tahun untuk dinilai pencapaian	JKP (BKOM)

Pelan Tindakan Strategik - PELANGGAN

TERAS STRATEGI	STRATEGI	INISIATIF STRATEGIK	BIDANG KEBERHASILAN UTAMA (KRA)	PETUNJUK PRESTASI UTAMA (KPI)	GARIS MASA	PEMACU
PELANGGAN		Manfaatkan elemen pengiklanan dalam setiap media sosial untuk meningkatkan capaian masyarakat	Mempelajari kursus Ads media sosial	Kursus Intensif Ads	Q3 2020	JKP (BPSM / BKOM)
		Menerbitkan siri video / info grafik kesedaran mengenai ejen kutipan tidak bertauliah dan menyebarluaskan ke seluruh masyarakat	Menyediakan storyboard / skrip video (<i>outsource@in-house</i>)	Siri story board / content / skrip siap sebelum diterbitkan	Diukur setiap Q4 setiap tahun	JKP (BKOM)
			Menghebhakan video dan info grafik di semua laman sosial / google	Video / info grafik disebarluaskan setiap 2 bulan, 6 kali setahun	Diukur setiap Q4 setiap tahun	JKP (BKOM)
	Mempelbagaikan pendekatan dan medium secara kreatif bagi memaksimumkan capaian maklumat dan dakwah zakat kepada masyarakat	Mewujudkan 'cyber-war team'	Memilih ahli daripada setiap Bahagian JOK & JOA menjadi anggota	100%	Q4 2020	JKP (BKOM)
			Bertindak dan diaktifkan dalam masa 30 minit selepas isu timbul	100%	Bila ada kes	JKP (BKOM)
		Menguruskan direktori pembayar zakat perniagaan di dalam website	Mempromosikan produk perniagaan/ perkhidmatan pembayar/ prospek	100 pembayar setahun dimasukkan dalam direktori	Q1 setiap tahun	JOK (BDK)/ JKP (BTM)

Pelan Tindakan Strategik - PELANGGAN

TERAS STRATEGI	STRATEGI	INISIATIF STRATEGIK	BIDANG KEBERHASILAN UTAMA (KRA)	PETUNJUK PRESTASI UTAMA (KPI)	GARIS MASA	PEMACU
PELANGGAN		Membuat taksiran perniagaan secara atas talian / interaksi secara langsung dengan prospek	Membuat penerangan dan taksiran zakat secara <i>online</i>	1 kali sebulan – 12 kali setahun	Q1 – Q4 setiap tahun	JOK (BDK)
		Mensasarkan untuk menukar <i>mustahiq</i> kepada <i>muzakki</i> dengan sistem sokongan dan latihan berkesan	<i>Mustahiq</i> berpotensi ditapis dan dikenalpasti	60 orang <i>mustahiq</i> dikenalpasti setiap tahun	Dipantau setiap Q4 setiap tahun	JOA (BIP, BKU, BDM)
	Mentransformasi kan golongan <i>mustahiq</i> kepada <i>muzakki</i> melalui sistem agihan yang berkesan		Penerima bantuan ekonomi, Pendidikan dan latihan kemahiran	30 <i>mustahiq</i> kepada <i>muzakki</i> setiap tahun -20 orang pelajar -10 orang usahawan	Dipantau setiap Q4 setiap tahun	JOA (BIP, BKU, BDM)
		Memantau pencapaian <i>mustahiq</i> dengan berkesan dengan mewujudkan sistem pemantauan cekap	Sistem pemantauan <i>mustahiq</i> diwujudkan	1 sistem siap / SOP siap	Q4 2021	JKP (BTM) / JOA (BKA)

Pelan Tindakan Strategik - PELANGGAN

TERAS STRATEGI	STRATEGI	INISIATIF STRATEGIK	BIDANG KEBERHASILAN UTAMA (KRA)	PETUNJUK PRESTASI UTAMA (KPI)	GARIS MASA	PEMACU
PELANGGAN	Mentransformasi kan golongan <i>mustahiq</i> kepada <i>muzakki</i> melalui sistem agihan yang berkesan	Mengadakan kolaborasi pintar dengan agensi kemahiran tinggi dan pihak industri (i.e : PSDC)	Kumpulan belia asnaf	100 orang asnaf setahun 1 agensi baharu	Q1 2021	JOA (BIP)
		Memastikan asnaf berkemahiran mendapat pekerjaan selepas menamatkan kursus	Golongan belia asnaf yang tidak mempunyai pekerjaan	50 orang asnaf mendapat pekerjaan selepas tamat kursus	Q4 2021	JOA (BIP)
		Memberikan Pendidikan sahsiah/kerohanian kepada golongan asnaf yang dikenal pasti	50 asnaf	100%	Q2 2022	JOA (BIP)

TERAS **3**

**PROSES
DALAMAN**

 **PELAN
STRATEGIK**
ZAKAT PULAU PINANG
2020-2022

Pelan Tindakan Strategik – PROSES DALAMAN

TERAS STRATEGI	STRATEGI	INISIATIF STRATEGIK	BIDANG KEBERHASILAN UTAMA (KRA)	PETUNJUK PRESTASI UTAMA (KPI)	GARIS MASA	PEMACU
PROSES DALAMAN		Memperkasa Jawatankuasa Pembangunan ICT dengan melibatkan tenaga pakar sebagai AJK	Menghasilkan kajian potensi ICT pengurusan zakat	100% kajian siap	Q4 2020	JKP (BTM) / TTK
			Penubuhan Jawatankuasa ICT dan pelantikan pakar ICT	Jawatankuasa ditubuhkan	Q1 2020	JKP (BTM)
	Meningkatkan tahap profesionalisme dan kecekapan kutipan dan agihan zakat	Mengadakan lawatan <i>benchmarking</i> (2 kali) <ul style="list-style-type: none"> i. Singapura ii. LZS / Rumah Zakat Bandung iii. Dan mana-mana organisasi yang sesuai <i>*objektif lawatan tidak hanya tertumpu kepada ICT sahaja</i>	Lawatan dianjurkan	2 kali setahun	Q4 2021 <i>*tertakluk kepada keadaan semasa (Covid-19)</i>	JKP (BPSM)
			Pemilihan Organisasi yang sesuai			
		Menghasilkan laporan dan tindakan untuk proses penambahbaikan	Laporan dibentangkan dan diambil tindakan	Laporan siap 7 hari selepas lawatan 100% tindakan dibuat	Q1 & Q3 setiap tahun	JKP (BTM) / TTK / Peserta Kursus

Pelan Tindakan Strategik – PROSES DALAMAN

TERAS STRATEGI	STRATEGI	INISIATIF STRATEGIK	BIDANG KEBERHASILAN UTAMA (KRA)	PETUNJUK PRESTASI UTAMA (KPI)	GARIS MASA	PEMACU
PROSES DALAMAN	Meningkatkan tahap profesionalisme dan kecekapan kutipan dan agihan zakat	Mengenalpasti kakitangan yang berkaliber untuk mengikuti kursus integriti	Pegawai mengikuti kursus berkaitan Cel0 (Pegawai Integriti Bertauliah)	Pegawai dilantik, lulus kursus dan membuat penambahbaikan dalam SOP sedia ada	Q2 2021	JKP (BPSM)
		Memaksimumkan kakitangan yang berkaliber dengan menghantar mereka menghadiri kursus berkaitan audit	Kursus kefahaman tentang audit 2 x setahun	Kursus 2 kali setahun	Q4 2020	JKP (BPSM)
		penambahbaikan proses kelulusan permohonan bantuan/SOP melalui kaedah 'Business Process Reengineering' (BPR)	Penambahbaikan SOP	Mengurangkan tempoh kelulusan bantuan daripada 3 bulan kepada 14 hari bekerja	Q1 2021	JOA (PB & Semua Bahagian)
	Meningkatkan tahap profesionalisme dan kecekapan kutipan dan agihan zakat	Mewujudkan portal pemohon bantuan zakat untuk proses permohonan semakan dan makluman bantuan	Konsep, idea dan portal disiapkan dan boleh digunakan	100%	Q4 2020	JKP (BTM)
		Mewujudkan <i>Asnaf Scoring System</i> bagi memastikan agihan yang tepat kepada sasaran dan diproses dengan pantas	Menentukan kriteria, skala skor dan formula asnaf	100% siap	Q1 2022	JOA / JKP (BTM)
			Membangunkan sistem, perkakasan yang diperlukan	100% siap	Q1 2022	JOA / JKP (BTM)

Pelan Tindakan Strategik – PROSES DALAMAN

TERAS STRATEGI	STRATEGI	INISIATIF STRATEGIK	BIDANG KEBERHASILAN UTAMA (KRA)	PETUNJUK PRESTASI UTAMA (KPI)	GARIS MASA	PEMACU
PROSES DALAMAN	Meningkatkan tahap profesionalisme dan kecekapan kutipan dan agihan zakat	Membangunkan 'Asnaf Transformation Monitoring System' bagi memudahkan pemantauan usaha mengeluarkan mereka daripada paras kemiskinan	Menentukan formula dan kaedah transformasi	100%	Q1 2022	JOA / JKP (BTM)
		Membangunkan sistem	100% siap	Q1 2022	JOA (BTM)	
	Mengadakan latihan penyampaian ceramah setahun sekali.	Mengadakan latihan penyampaian ceramah setahun sekali.	Mengadakan satu latihan / Refresher Train The Trainers (TTT) setiap tahun	1 tahun sekali	Q4 2020 Q1 2021	JKP (BPSM)
		Mengadakan penilaian terhadap kualiti ceramah peserta latihan	Memastikan semua peserta mencapai 70% markah dalam penilaian.	100% peserta mencapai markah penilaian 70% dan ke atas	Q1 2021	JKP (BPSM)
	Mengukuhkan tadbir urus korporat supaya bertepatan dan selari dengan amalan terbaik (Best Practices)	Mewujudkan jawatankuasa dalaman untuk menggubal dan meningkatkan keberkesanan SOP	SOP disiapkan	100% siap	Q4 2020 Q1 2021	JKP (BPSM)
		Memberi kefahaman kepada pihak berkepentingan mengenai SOP agihan zakat	Menentukan medium penjelasan dan jumlah pihak berkepentingan	50 pihak berkepentingan -25 JOA (Semua bahagian) -25 JOK (BDA)	Q1 2021	JOK (BDA) / JOA (semua bahagian)

Pelan Tindakan Strategik – PROSES DALAMAN

TERAS STRATEGI	STRATEGI	INISIATIF STRATEGIK	BIDANG KEBERHASILAN UTAMA (KRA)	PETUNJUK PRESTASI UTAMA (KPI)	GARIS MASA	PEMACU
PROSES DALAMAN		Melaporkan kepada JAIPP isu amil tidak bertauliah yang mengutip zakat di Pulau Pinang	Aduan dibuat segera setelah mendapat laporan & bukti kukuh	Laporan dibuat dalam masa 24 jam selepas mendapat maklumat	Bila ada kes	JOK (BDP) / JKP BKOM
		Mencadang dan memperkemasan semakan semula undang-undang	Semakan dibuat untuk kenalpasti kelebihan dan lompong yang wujud supaya diperketatkan	Semakan siap 100% dan dibawa ke ALP dan MAINPP untuk penelitian dan kelulusan	Q1 2021	TKPE (P)
	Mengukuhkan tadbir urus korporat supaya bertepatan dengan selari dengan amalan terbaik (<i>Best Practices</i>)	Mendapatkan pengiktirafan antarabangsa melalui persijilan QMS ISO 9001 : 2015 & MS 1900 <i>Syariah Perspective</i>	Pelantikan konsultan	100% lantikan konsultan kompeten	Q1 2021	HIS (UPK)
			Penubuhan Jawatankuasa Pemandu	100%	Q4 2020	HIS (UPK)
			Kursus Kesedaran Pengurusan Kualiti / Juruaudit Dalaman / Kempen Kesedaran kepada Staf	1 kali setahun kursus kesedaran	Q4 2020	HIS (UPK)
			Kempen & Promosi ISO	1 kali setahun kursus kompetensi juruaudit	Q1 2021	HIS (UPK)
			Mendapatkan persijilan penuh bagi kedua-dua standard	100% pematuhan, tiada major <i>Non-Conformance Report (NCR)</i>	Q4 2020	HIS (UPK)
					Q3 2021	HIS (UPK)

Pelan Tindakan Strategik – PROSES DALAMAN

TERAS STRATEGI	STRATEGI	INISIATIF STRATEGIK	BIDANG KEBERHASILAN UTAMA (KRA)	PETUNJUK PRESTASI UTAMA (KPI)	GARIS MASA	PEMACU
PROSES DALAMAN	Mengukuhkan tadbir urus korporat supaya bertepatan dengan selari dengan amalan terbaik (<i>Best Practices</i>)	Membina SOP yang jelas tentang peraturan kerahsiaan syarikat	Menyiapkan SOP dan pelaksanaan	100%	Q4 2020	JKP (BPSM)
		Mengenakan tindakan disiplin kepada kakitangan terlibat dalam pembocoran maklumat sulit	Bertindak segera selepas mendapat bukti	100%	Bila ada kes	JKP (BPSM)
		Mewujudkan perjanjian antara syarikat dan kakitangan	Menandatangani perjanjian dan akujanji	100%	Q1 2020	JKP (BPSM)

TERAS **4**

KAPASITI ORGANISASI

 **PELAN
STRATEGIK**
ZAKAT PULAU PINANG
2020-2022

Pelan Tindakan Strategik – KAPASITI ORGANISASI

TERAS STRATEGI	STRATEGI	INISIATIF STRATEGIK	BIDANG KEBERHASILAN UTAMA (KRA)	PETUNJUK PRESTASI UTAMA (KPI)	GARIS MASA	PEMACU
KAPASITI ORGANISASI	Mendigitalkan pengurusan zakat	Menyediakan aplikasi dalam talian (<i>Mobile Apps</i>) kutipan dan agihan	1 aplikasi setahun yang dibangunkan dikemaskini setiap tahun	1 apps siap	Q4 2021 – Q4 2024	JKP (BTM / BKOM)
		Sediakan peranti media yang terkini	Peralatan lengkap	100%	Q4 2020	JKP (BPH / BTM)
		Membangunkan sekurang-kurangnya 3 sistem baharu dalam tempoh setahun	Membangunkan atau menaiktaraf 3 aplikasi sistem setiap tahun	3 sistem setahun	Q4 setiap tahun	JKP (BTM)
		Memastikan kompetensi kakitangan untuk sentiasa ' <i>up-to-date</i> ' dengan perkembangan teknologi	Latihan / seminar teknologi kakitangan IT	2 kali setahun	Q3 setiap tahun	JKP (BTM / BPSM)
		Mengurangkan penggunaan kertas dalam pengurusan pejabat dengan memaksimumkan penggunaan Email / Storage / Teknologi Cloud	Penjimatan penggunaan kertas	Penjimatan pembelian kertas	Q3 2020 Q3 2021	JKP (BPSM)
	Mendigitalkan pengurusan zakat	Menguruskan direktori pembayar zakat perniagaan dalam website	Mempromosikan produk perniagaan/ perkhidmatan pembayar/ prospek	100 pembayar setahun dimasukkan dalam direktori	Q1 setiap tahun	JOK (BDK)/ JKP (BTM)
		Membuat kempen zakat perniagaan secara atas talian / interaksi secara langsung dengan prospek	Membuat penerangan dan taksiran zakat secara live	1 kali sebulan	Q1 – Q4 setiap tahun	JOK (BDK) / JKP (BKOM)

Pelan Tindakan Strategik – PROSES DALAMAN

TERAS STRATEGI	STRATEGI	INISIATIF STRATEGIK	BIDANG KEBERHASILAN UTAMA (KRA)	PETUNJUK PRESTASI UTAMA (KPI)	GARIS MASA	PEMACU
KAPASITI ORGANISASI	Malahirkan modal insaniah yang beriman dan profesional	Mengadakan bengkel atau kursus pengukuhan modal insaniah sekurang-kurangnya satu kali setahun	Penganjuran Bengkel & Kursus Modal Insaniah	1 tahun sekali	Q3 2020 Q3 2021	JKP (BPSM)
		Membangunkan Nilai Teras yang berteraskan Islam untuk dibudayakan dalam seluruh aspek organisasi	Nilai Teras siap diwujudkan dan dibudayakan dengan pelbagai aktiviti dan promosi	100% siap	Q3 2020	JKP (BPSM)
			Aktiviti dan penerapan budaya kerja Islamik kepada kakitangan	Diadakan secara mingguan	Q3 2020	JKP (BPSM)
		Menganjurkan anugerah pekerja cemerlang setiap tahun	Penganjuran Anugerah Pekerja Cemerlang	1 tahun sekali	Q1 setiap tahun	JKP (BPSM)
			Menentukan kriteria pekerja cemerlang	100% siap	Q3 2020	JKP (BPSM)
		Mengkaji keperluan kakitangan di bahagian-bahagian kritikal (Kutipan & Agihan) supaya selari dengan unjuran kutipan dan agihan	Membuat kajian dan perancangan sumber manusia (<i>Man Power Planning</i>) untuk 5 tahun	Kajian dihasilkan dan dilaksanakan	Q3 2020 Q3 2021	JKP (BPSM)

Pelan Tindakan Strategik – KAPASITI ORGANISASI

TERAS STRATEGI	STRATEGI	INISIATIF STRATEGIK	BIDANG KEBERHASILAN UTAMA (KRA)	PETUNJUK PRESTASI UTAMA (KPI)	GARIS MASA	PEMACU
KAPASITI ORGANISASI	Melahirkan modal insaniah yang beriman dan profesional	Mengadakan proses analisa pembangunan kakitangan (<i>Training Needs Analysis</i>)	<i>Development Needs Analysis</i> dihasilkan	TNA 100% siap dan	Q4 setiap tahun	JKP (BPSM)
			Takwim latihan tahunan disediakan berdasarkan hasil TNA	Takwim latihan tahunan pengurusan, eksekutif & non-eksekutif	Q4 setiap tahun	JKP (BPSM)
		Memastikan kakitangan menghadiri kursus 30 jam setahun (eksekutif) dan 20 jam setahun (non-eksekutif)	Rekod kehadiran kakitangan menghadiri kursus 30 jam setahun untuk eksekutif dan 20 jam setahun untuk non-eksekutif	100% jam latihan mencukupi – perlu diselaraskan dengan KPI ISO	Q1 - Q4 setiap tahun	JKP (BPSM)
		Menghasilkan pengukuran prestasi kakitangan berkesan yang berteraskan perancangan strategik	Menyiapkan format baharu Pengurusan Prestasi Kakitangan	100% siap	Q4 2021	JKP (BPSM)
		Menyediakan skim kenaikan gaji dan faedah kakitangan yang selaras dengan pencapaian prestasi tahunan	Kemaskini Skim Perkhidmatan dan Skim Gaji	100% siap	Q1 – Q2 2020	JKP (BPSM)

SENARAI SINGKATAN

ALP	Ahli Lembaga Pengarah
BAT	Bahagian Aset
BDA	Bahagian Dakwah Am
BDK	Bahagian Dakwah Korporat
BDM	Bahagian Dermasiswa Pengajian
BDP	Bahagian Data Prospek
BIP	Bahagian Institusi dan Pendidikan
BKA	Bahagian Kebajikan Asnaf
BKK	Bahagian Khidmat Kaunter
BKM	Bahagian Khidmat Majikan
BKOM	Bahagian Komunikasi Korporat
BKU	Bahagian Keusahawanan Asnaf
BPH	Bahagian Perolehan
BPK	Bahagian Projek Khas
BPSM	Bahagian Pentadbiran dan Sumber Manusia
BTM	Bahagian Teknologi Maklumat
CEiO	Pegawai Integriti Bertauliah
HIS	Bahagian Hisbah dan Integriti
HR	Bahagian Sumber Manusia
ICT	Teknologi Maklumat dan Komunikasi
ISO	<i>International Standard Organisation</i> (Pertubuhan Piawaian Antarabangsa)
JAIPP	Jabatan Agama Islam Negeri Pulau Pinang
JKP	Jabatan Khidmat Pengurusan
JOA	Jabatan Operasi Agihan
JOK	Jabatan Operasi Kutipan
KPI	<i>Key Performance Index</i> (Petunjuk Prestasi Utama)
KRA	<i>Key Result Area</i> (Bidang Keberhasilan Utama)

LZS	Lembaga Zakat Selangor
MAINPP	Majlis Agama Islam Negeri Pulau Pinang
MPKK	Majlis Perundungan Komuniti Kampung
MS 1900 <i>Shariah Perspective</i>	Sistem Pengurusan Kualiti Berteraskan Syariah 1900
PB	Pengurus Besar
PSDC	Penang Skills Development Center
QMS ISO 9001 : 2015	Sistem Pengurusan Kualiti ISO 9001:2015
SOP	<i>Standard Operating Procedure</i> (Prosedur Operasi Standard)
SUK	Setiausaha Kerajaan Negeri
TKPE (P)	Timbalan Ketua Pegawai Eksekutif (Pentadbiran)
TNA	<i>Training Needs Analysis</i>
TTK	Tugas-Tugas Khas
UPK	Unit Pengurusan Kualiti
ZPP	Zakat Pulau Pinang

GLOSARI

<i>benchmarking</i>	penanda aras
<i>Business Process Reengineering</i>	kaedah melaksanakan penambahbaikan terhadap proses kerja dan disokong oleh penggunaan ICT sebagai pemboleh daya urusan kerja
<i>call centre</i>	pusat panggilan
<i>dhururiyyat</i>	sesuatu asas yang amat perlu bagi mencapai maslahah hidup di dunia dan akhirat
<i>efektif</i>	ada kesannya (akibatnya, pengaruhnya); berkesan
<i>efisien</i>	menjalankan tugas dengan cekap
<i>ergonomik</i>	kajian tentang hubungan antara pekerja dengan persekitaran tempat kerja
<i>hajiyyat</i>	sesuatu asas yang diperlukan untuk mendapat kelapangan dalam kehidupan dan menghilangkan kesempitan yang pada lazimnya boleh membawa kepada kesukaran dan kesusahan tanpanya
<i>mustahiq</i>	penerima zakat/asnaf
<i>muzakki</i>	pembayar zakat
<i>nuansa</i>	perbezaan atau kelainan yang sangat sedikit pada bunyi, makna, warna, rupa, perasaan dan lain-lain
<i>online</i>	atas talian
<i>tahsiniyyat</i>	melakukan sesuatu amalan atau adat yang baik dan terpuji serta menjauhi perkara-perkara yang dianggap negatif oleh akal yang waras dan sempurna
<i>Train The Trainers</i>	Model Pembangunan Tenaga Pengajar

BIBLIOGRAFI

1. Nota Bengkel Hala Tuju 10 Tahun Pusat Urus Zakat (2003 - 2013)
2. Nota Bengkel Percambahan Pemikiran Hala Tuju Pusat Urus Zakat 2011
3. Nota Sumbang Saran Pemikiran Hala Tuju Zakat Pulau Pinang Tahun 2016 – 2020
4. Nota Pelan Tindakan Strategik Zakat Pulau Pinang 2020-2024. (Success Touch Enterprise)

JAWATANKUASA PEMANTAU PELAN STRATEGIK ZPP 2020-2022

- Jawatankuasa ini dipengerusikan oleh Timbalan Ketua Pegawai Eksekutif (Pentadbiran) dan dibantu oleh Pegawai Khas kepada Ketua Pegawai Eksekutif sebagai Setiausaha.
- Jawatankuasa ini turut dianggotai oleh Timbalan Ketua Pegawai Eksekutif (Operasi) dan Pengurus Besar setiap Jabatan.
- Fungsi Jawatankuasa ini ialah untuk memantau pelaksanaan, menyediakan pelan tindakan, meletakkan piawaian yang mesti dicapai dan menyediakan garis panduan bagi memastikan pelan strategik menepati hasrat dan matlamat Zakat Pulau Pinang.
- Jawatankuasa ini juga akan meluluskan konsep, prinsip, polisi, garis panduan Pengurusan Pelan Strategik yang mungkin berubah / dipinda bagi memastikan ianya selaras dengan Pengurusan Strategik Sumber Manusia.
- Jawatankuasa ini akan memastikan setiap elemen Pelan Strategik dimasukkan sebagai agenda wajib dalam mesyuarat pengurusan dan mesyuarat Jabatan / Bahagian.
- Jawatankuasa perlu memastikan setiap Jabatan / Bahagian melaporkan pencapaian Pelan Strategik dalam satu laporan standard dan dihantar kepada Jawatankuasa Pemantau (kekerapan ditentukan oleh Jawatankuasa Pemantau).
- Jawatankuasa Pemantau perlu melaporkan kepada Mesyuarat Pengurusan mengenai status pencapaian Pelan Strategik setiap suku tahunan.
- Jawatankuasa perlu merancang Pengurusan Perubahan (*Change Management*) bagi menyokong Pelan Strategik supaya semua kakitangan bersama-sama berazam menjayakan Pelan Strategik. Ia meliputi perkara berikut :
 - Promosi Pelan Strategik
 - Pembentukan budaya baharu bagi menyokong pelaksanaan
 - Menentukan dan melantik ejen perubahan (*change agent*) di kalangan staf
 - Menggerakkan usaha menvisualkan Pelan Strategik di semua premis organisasi