

**KAJIAN FAKTOR KEJAYAAN DAN PENCAPAIAN
USAHAWAN MUSLIM DI MALAYSIA**

YAZILMIWATI @ HASNI BINTI YAACOB

**AKADEMI PENGAJIAN ISLAM
UNIVERSITI MALAYA
KUALA LUMPUR**

2016

**KAJIAN FAKTOR KEJAYAAN DAN PENCAPAIAN
USAHAWAN MUSLIM
DI MALAYSIA**

YAZILMIWATI @ HASNI BINTI YAACOB

**TESISINI DIKEMUKAKAN UNTUK MEMENUHI
KEPERLUAN BAGI IJAZAH
DOKTOR FALSAFAH**

**AKADEMI PENGAJIAN ISLAM
UNIVERSITI MALAYA
KUALA LUMPUR**

2016

ABSTRAK

Kebanyakan penyelidik faktor-faktor kejayaan usahawan hanya memfokuskan kajian kepada faktor-faktor kejayaan usahawan yang telah dikemukakan oleh pengkaji-pengkaji barat. Hanya sedikit sahaja kajian yang berbentuk empirikal mengenai faktor-faktor kejayaan dari perspektif Islam. Oleh itu, kajian ini akan menggabungkan faktor kejayaan usahawan daripada perspektif barat dan Islam, dengan melihat hubungan faktor kejayaan, yang merangkumi faktor personaliti usahawan, akhlak usahawan, jihad perniagaan dan kemandirian perniagaan dengan pencapaian usahawan Muslim di Malaysia. Sehubungan dengan itu, kajian ini menggunakan metodologi campuran (*mixed method*) yang bertujuan untuk menghasilkan penyelidikan kuantitatif dan kualitatif yang kukuh bagi memahami fenomena kajian dengan sepenuhnya. Data dikumpul menerusi soal selidik dan temu bual yang dilakukan terhadap usahawan Muslim di Malaysia. Kajian rentas melibatkan seramai 206 usahawan, manakala kajian temu bual melibatkan seramai 10 orang usahawan. Keseluruhan usahawan yang dikaji mempunyai pencapaian di dalam perniagaan mereka seperti yang telah digariskan di dalam kajian ini. Data soal selidik dianalisis dengan menggunakan kaedah statistik ANOVA satu hala, ujian t, ujian pekali *Spearman Rho*, kolerasi dan regresi linear. Keputusan menunjukkan terdapat hubungan yang positif dan signifikan di antara faktor kejayaan dengan pencapaian usahawan Muslim di Malaysia. Manakala data temu bual dianalisis untuk melihat tema hubungan faktor kejayaan dan pencapaian usahawan Muslim di Malaysia. Keputusan menunjukkan terdapat tema hubungan faktor kejayaan dengan pencapaian usahawan Muslim seperti yang digariskan di dalam kajian ini. Hasil daripada menggunakan metod campuran ini, terdapat kesinambungan penemuan hasil kajian di antara metod kuantitatif dan kualitatif terhadap faktor kejayaan dan pencapaian usahawan Muslim di Malaysia.

ABSTRACT

In most research of entrepreneurial success factors, the study is focused on success factors which have been put forward by western researchers. There are only a few empirical studies that look into the success factors from the perspective of Islam. Therefore, this research will combine entrepreneurial success factors from Western and Islamic perspective, by determining the relationship of the entrepreneurial success factors which comprise of entrepreneur's personality, morale (*akhvak*), *jihad* business and the survival of entrepreneurs in the underlying business with the achievement of successful entrepreneurs in Malaysia. This research adopts the mixed method, which is intended to produce a solid quantitative and qualitative research in order to fully understand the research phenomenon. Data was collected through questionnaires and interviews were conducted to successful entrepreneurs in Malaysia. This survey includes 206 entrepreneurs, of which 10 were interviewed. All of the entrepreneurs involved in the survey meet the criteria of the achievement of a successful entrepreneur as outlined in this research. Data collected via questionnaires were analyzed using a statistical ANOVA approach, T test, Spearman Rho, correlation and linear regression. The end of the result revealed that there is a positive and significant correlation between the success factors of entrepreneurs with successful entrepreneurs' achievement in Malaysia. Data obtained via interviews, on the other hand, were analyzed to see the themes of relationship between the success factors and achievement of Muslim entrepreneurs. Results of this concluded that the themes of relationship between the factors of success and achievement of Muslim entrepreneurs exist as profiled in this study. As a result of using this mixed method, there is a continuity between the results of quantitative and qualitative methods towards the factors of success and achievement of Muslim entrepreneurs in Malaysia.

PENGHARGAAN

Pertamanya syukur ke hadrat Allah SWT di atas hidayah dan InayahNya yang melimpah luah sehingga dapat memberi kekuatan dan semangat kepada penulis bagi menyiapkan tesis ini dalam ruang masa yang diperuntukkan.

Di kesempatan ini, penulis ingin merakamkan setinggi-tinggi penghargaan dan ucapan terima kasih yang tidak terhingga kepada Profesor Madya Dr Ilhaamie Abdul Ghani Azmi selaku penyelia kepada penulis di atas pengorbanan masa, bimbingan, tunjuk ajar, idea, nasihat serta kata-kata semangat yang diberikan kepada penulis dalam usaha menyiapkan kajian ini. Hanya Allah jua yang pasti membalaunya. Juga ucapan terima kasih kepada semua pensyarah Jabatan Syariah dan Pengurusan yang banyak mencerahkan ilmu dan tunjuk ajar kepada penulis selama penulis bermukim di perlembahan ilmu ini.

Ucapan terima kasih dan penghargaan kepada Suruhanjaya Syarikat Malaysia khususnya kepada Puan Sohinah Mohd Zain dan juga Ahli Dewan Perniagaan Islam Malaysia (DPIM) khususnya Tan Sri Muhammad Ali Hashim, para jutawan dan para usahawan Muslim di atas kesudian dan kerjasama kalian ditemu bual, menjawab soal selidik, memberi maklumat dan bahan kepada penulis untuk menyiapkan kajian ini.

Di ruang yang sempit ini juga penulis ingin menjujung kasih di atas limpahan kasih sayang, dorongan dan pengorbanan yang diberikan oleh suami tercinta Azid bin Amat, dua permata hati penulis Muhammad Zul Akif dan Muhammad Zul Adli yang telah menguatkan semangat penulis untuk menyiapkan tugas ini. Buat ayahanda Yaacob bin Ismail dan bonda Zawiah binti Yaacob, jasa dan pengorbanan kalian akan tetap bersemadi kukuh di dalam diri penulis.

Untuk sahabat dan rakan sekerja, khususnya Dr Khatijah Khalid, Dr Mandy Wong, Celine, Neeta, Nadzri, Malisa dan Ann, terima kasih kerana sentiasa memberikan penulis sokongan dan semangat untuk menyiapkan kajian ini. Tidak lupa juga kepada team MAC Traning and Consultancy, khususnya Azri, Hazirah, Alyaa Sakinah, Ikhwan, Nurul Sakinah dan juga Nur Salina Yin Abdullah yang banyak membantu penulis di dalam menyiapkan tugas ini. Akhir sekali, kepada semua yang terlibat samada secara langsung atau tidak langsung yang telah memberikan sokongan kepada penulis sepanjang tempoh kajian ini. Jutaan terima kasih diucapkan. Semoga jasa dan bantuan yang diberikan kepada pengkaji, mendapat pengiktirafan yang sewajarnya daripada Allah yang Maha Pengasih.

SENARAI KANDUNGAN

PERAKUAN	i
ABSTRAK	ii
ABSTRACT	iii
PENGHARGAAN	iv
TRANSLITERASI	v
SENARAI KANDUNGAN	vii
SENARAI SINGKATAN	xiv
SENARAI JADUAL	xv
SENARAI ILUSTRASI	xx
 BAB 1 PENGENALAN	 1
1.1 Latar Belakang Kajian	1
1.2 Permasalahan Kajian	6
1.3 Persoalan Kajian	12
1.4 Objektif Kajian	13
1.5 Kepentingan Kajian	13
1.5.1 Sumbangan Teori	14
1.5.2 Sumbangan Metodologi	14
1.5.3 Sumbangan Praktikal	16
1.6 Skop Kajian	17
1.7 Definisi Pemboleh Ubah	18
1.7.1 Usahawan Muslim	18
1.7.2 Faktor-Faktor Kejayaan Usahawan Muslim	19
1.7.3 Pencapaian Usahawan Muslim Di Malaysia	21
1.8 Sorotan Kajian Terdahulu (<i>Literature Review</i>)	21
1.9 Susunan Tesis	28
1.10 Kesimpulan	29

BAB 2	FAKTOR KEJAYAAN DAN PENCAPAIAN USAHAWAN	30
MUSLIM DI MALAYSIA		
2.1	Teori Yang Mendasari Kajian	30
2.1.1	Teori Maqasid al-Syariah	
2.1.2	Ukuran Keberkesanan Faktor-Faktor Kejayaan Usahawan Muslim Di Malaysia Mengikut Perspektif Maqasid Al-Syariah Dengan Menggunakan Kaedah CAST.	50
2.1.3	Aplikasi Teori Pencapaian Mc Clelland Ke Atas Pencapaian Usahawan Muslim Berjaya Di Malaysia.	53
2.2	Konsep Faktor-Faktor Kejayaan Usahawan Muslim	56
2.2.1	Personaliti Usahawan Muslim	56
2.2.2	Akhlik Usahawan Muslim	73
2.2.3	Jihad Perniagaan	87
2.2.4	Kemandirian Perniagaan	112
2.3	Konsep Pencapaian Usahawan Muslim Di Malaysia	120
2.4	Kajian lepas	124
2.4.1	Perbezaan Demografi Usahawan Dengan Faktor Ketakwaan; Umur Dan Taraf Perkahwinan	125
2.4.2	Perbezaan Demografi Usahawan Dengan Faktor Ketelitian; Taraf perkahwinan Dan Tempoh Menjalankan Perniagaan	127
2.4.3	Perbezaan Demografi Usahawan Dengan Faktor Akhlak Usahawan Terhadap Pekerja; Taraf Perkahwinan	128
2.4.4	Perbezaan Demografi Usahawan Dengan Faktor Jihad Harta; Taraf Perkahwinan	129
2.4.5	Perbezaan Demografi Usahawan Dengan Jihad Manusiawi; Modal Perniagaan dan Purata Keuntungan	130
2.4.6	Perbezaan Demografi Usahawan Dengan Faktor Kemandirian Memulakan Perniagaan; Purata Keuntungan	132
2.4.7	Perbezaan Demografi Usahawan Dengan Faktor Kemandirian Mengembangkan Perniagaan: Taraf Perkahwinan Dan Modal Perniagaan	133
2.4.8	Perbezaan Demografi Usahawan Dengan Pencapaian Usahawan;	134

Umur, Tempoh Menjalankan Perniagaan Dan Modal Perniagaan	
2.4.9 Hubungan Personaliti Usahawan Dengan Pencapaian Usahawan:	137
Faktor Ketakwaan Dan Faktor Ketelitian	
2.4.10 Hubungan Akhlak Usahawan Dengan Pencapaian Usahawan:	139
Faktor Akhlak Usahawan Terhadap Pekerja	
2.4.11 Hubungan Jihad Perniagaan Dengan Pencapaian Usahawan;	140
Jihad Harta Dan Jihad Manusia	
2.4.12 Hubungan Kemandirian Perniagaan Dengan Pencapaian	142
Usahawan; Kemandirian Memulakan Perniagaan Dan	
Kemandirian Mengembangkan Perniagaan	
2.5 Kerangka Teori Kajian	144
2.6 Hipotesis Kajian	145
2.7 Kesimpulan	149
BAB 3 METODOLOGI KAJIAN	150
3.1 Reka Bentuk Kajian	150
3.2 Triangulasi Data	152
3.3 Reka Bentuk Kajian Kuantitatif	153
3.3.1 Rekabentuk Persampelan	154
3.3.2 Kriteria Responden	157
3.3.3 Pembangunan Soal Selidik	158
3.3.4 Prosedur Pengumpulan Data	162
3.3.5 Teknik Analisis Data	167
3.4 Rekabentuk Kajian Kualitatif	178
3.4.1 Kaedah Memilih Responden	179
3.4.2 Kaedah Temu bual Sebagai Alat Kajian	180
3.4.3 Prosedur dan Langkah-Langkah Pengumpulan Data	180
3.4.4 Kajian Rintis Dalam Kajian Kualitatif	182
3.4.5 Kajian Sebenar	183
3.4.6 Menganalisis Data Temu bual	183
3.4.7 Menulis laporan Kajian Temu bual	184
3.5 Kesimpulan	184

BAB 4	ANALISIS DAN PENEMUAN KAJIAN	186
4.1	Keputusan Diskriptif	186
4.1.1	Latar Belakang Responden	187
4.1.2	Faktor-Faktor Kejayaan dan Pencapaian Usahawan Muslim Berjaya Di Malaysia	190
4.1.3	Pencapaian Usahawan Muslim Di Malaysia	194
4.2	Keputusan Inferensi	195
4.2.1	Keputusan Analisis Faktor Eksploratori	195
4.3	Ujian Kebolehpercayaan	200
4.4	Pengubahsuaian Hipotesis Kajian	201
4.5	Perbezaan Demografi Dengan Faktor Kejayaan Usahawan	203
4.5.1	Perbezaan Demografi Dengan Faktor Ketakwaan	203
4.5.2	Perbezaan Demografi Dengan Faktor Ketelitian	205
4.5.3	Perbezaan Demografi Dengan Faktor Akhlak Usahawan Pekerja	207
4.5.4	Perbezaan Demografi Dengan Faktor Jihad Harta	208
4.5.7	Perbezaan Demografi Dengan Faktor Jihad Manusia	208
4.5.6	Perbezaan Demografi Dengan Faktor Kemandirian Memulakan Perniagaan	211
4.5.7	Perbezaan Demografi Dengan Faktor Kemandirian Mengembangkan Perniagaan	212
4.6	Perbezaan Demografi Dengan Pencapaian Usahawan	214
4.7	Analisis Kolerasi	218
4.7.1	Hubungan Personaliti Dengan Pencapaian Usahawan	218
4.7.2	Hubungan Akhlak Usahawan Dengan Pencapaian Usahawan	219
4.7.3	Hubungan Jihad Perniagaan Dengan Pencapaian Usahawan	220
4.7.4	Hubungan Kemandirian Perniagaan Dengan Pencapaian Usahawan	220
4.8	Analisis Regresi Linear	221
4.8.1	Analisis Regresi Linear Personaliti Usahawan Dengan Pencapaian Usahawan	222
4.8.2	Analisis Regresi Linear Akhlak Usahawan	222

	Dengan Pencapaian Usahawan	
4.8.3	Analisis Regresi Linear Jihad Perniagaan Dengan Pencapaian Usahawan	223
4.8.4	Analisis Regresi Linear Kemandirian Perniagaan Dengan Pencapaian Usahawan	224
4.9	Rumusan Kajian Kuantitatif	225
4.10	Model Hubungan Faktor Kejayaan Usahawan Dengan Pencapaian Usahawan Muslim Di Malaysia	228
4.11	Analisis Dan Penemuan Kajian Kualitatif	230
	4.11.1 Latar Belakang Usahawan Muslim	230
	4.11.2 Pencapaian Usahawan Muslim Di Malaysia	231
4.12	Analisis Tema Faktor-Faktor Kejayaan Usahawan Muslim Di Malaysia	232
	4.12.1 Tema Personaliti Usahawan Muslim	233
	4.12.2 Tema Akhlak Usahawan Muslim	237
	4.12.3 Tema Jihad Perniagaan Usahawan Muslim	239
	4.12.4 Tema Kemandirian Perniagaan	243
4.13	Analisis Kajian Kualitatif	246
4.14	Rumusan Kajian Kuantitatif dan Kualitatif	249
	4.14.1 Dapatan Kajian Kuantitatif Dan Kualitatif Faktor-Faktor Kejayaan Usahawan Muslim Di Malaysia	250
	4.14.2 Dapatan Kajian Kuantitatif Dan Kualitatif Perbezaan Demografi Usahawan Dengan Faktor-Faktor Kejayaan Usahawan Muslim Di Malaysia	251
	4.14.3 Dapatan Kajian Kuantitatif Dan Kualitatif Perbezaan Demografi Usahawan Dengan Pencapaian Usahawan Muslim Di Malaysia	254
	4.14.4 Dapatan Kajian Kuantitatif Dan Kualitatif Hubungan Faktor-Faktor Kejayaan Usahawan Dengan Pencapaian Usahawan Muslim Di Malaysia	256
4.15	Kesimpulan	257

BAB 5	PERBINCANGAN DAN KESIMPULAN	258
5.1	Perbincangan Dapatan Kajian	258
5.2	Implikasi Kajian	263
5.2.1	Implikasi Teori	263
5.2.2	Implikasi Praktikal	266
5.2.3	Implikasi Metodologi	268
5.3	Batasan Kajian	269
5.4	Saranan Kajian Pada Masa Akan Datang	269
5.6	Kesimpulan	270
BIBLIOGRAFI		272

SENARAI LAMPIRAN

A	BORANG SOAL SELIDIK	288
B	SOALAN TEMU BUAL	301
C	PROFIL USAHAWAN	303
D	PROFIL PERNIAGAAN USAHAWAN	305
E	ANALISIS FAKTOR	308
F	DESKRIPTIF STATISTIK PEMBOLEH UBAH UTAMA	313
G	UJIAN KEBOLEHPERCAYAAN BAGI PEMBOLEH UBAH	314
H	ANDAIAN UJIAN ANOVA	315
I	UJIAN KOLERASI	318
J	HASIL PENEMUAN ANALISIS REGRESI HUBUNGAN FAKTOR FAKTOR KEJAYAAN USAHAWAN DENGAN PENCAPAIAN USAHAWAN MUSLIM DI MALAYSIA	322
K	TRANSKRIP TEMU BUAL BERSAMA USAHAWAN (JUTAWAN) MUSLIM DI MALAYSIA	330

SENARAI SINGKATAN

ANOVA	Analisis Varians
c.	Cetakan
CAST	<i>Change assessment and scoring tool</i>
DPIM	Dewan Perniagaan Islam Malaysia
Dr.	Doktor
Ed.	Edit
F	Nilai F
H.	Hijriah
ibid	Ibidem: Di tempat yang sama
Jil	Jilid
PR	Public Relation
Prof.	Profesor
r	Pekali Kolerasi
ra	Radialahu ‘anhu
SAW	Salla Allahu ‘alayhi Wa Salam
SPM	Sijil Pelajaran Malaysia
SPSS	<i>Software package for social science</i>
SSM	Suruhanjaya Syarikat Malaysia
STPM	Sijil Tinggi Pelajaran Malaysia
SWT	Subhanahu wa Ta’ala

SENARAI JADUAL

No Jadual		Halaman
Jadual 2.1	Butiran Faktor Ketakwaan	64
Jadual 2.2	Butiran Faktor Ketelitian	67
Jadual 2.3	Butiran Faktor Disiplin	69
Jadual 2.4	Butiran Faktor Kepimpinan	74
Jadual 2.5	Butiran Faktor Akhlak Usahawan Terhadap Pekerja	80
Jadual 2.6	Butiran Faktor Akhlak Usahawan Terhadap Pelanggan	86
Jadual 2.7	Butiran Faktor Jihad Melawan Hawa Nafsu	99
Jadual 2.8	Butiran Faktor Jihad Ilmu	102
Jadual 2.9	Butiran Faktor Jihad Harta	106
Jadual 2.10	Butiran Faktor Jihad Manusiawi	112
Jadual 2.11	Butiran Faktor Memulakan Kemandirian Perniagaan	118
Jadual 2.12	Butiran Faktor Kemandirian Mengembangkan Perniagaan	121
Jadual 2.13	Butiran Pencapaian Usahawan	124
Jadual 3.1	Penglibatan Bumiputera Dalam Pelbagai Sektor Perniagaan	154
Jadual 3.2	Edaran Soal Selidik Mengikut Negeri	157
Jadual 3.3	Jumlah Dan Sumber Butiran Pemboleh Bersandar	160
Jadual 3.4	Jumlah Dan Sumber Butiran Pemboleh Ubah Tidak Bersandar	161
Jadual 3.5	Nilai Kebolehpercayaan Pemboleh Ubah Utama bagi Kajian Rintis	165
Jadual 3.6	Bilangan Soal Selidik Yang Telah Diedarkan Dan Dikumpul Semula Mengikut Negeri	167
Jadual 3.7	Tafsiran Umum Korelasi	172
Jadual 3.8	Kepencongan Dan Kurtosis Bagi Pemboleh Ubah Kajian	174
Jadual 3.9	Perincian Analisis Diagnostik Pencilan Multivariat	177
Jadual 4.1	Latar Belakang Usahawan Berjaya Di Malaysia	188
Jadual 4.2	Latar Belakang Perniagaan Responden	189
Jadual 4.3	Taburan Kekerapan Dan Peratusan Bagi Tahap Faktor Ketakwaan	190
Jadual 4.4	Taburan Kekerapan Dan Peratusan Bagi Tahap Ketelitian	191
Jadual 4.5	Taburan Kekerapan Dan Peratusan Bagi Tahap Faktor Disiplin	191

Jadual 4.6	Taburan Kekerapan Dan Peratusan Bagi Tahap Faktor Kepimpinan	191
Jadual 4.7	Taburan Kekerapan Dan Peratusan Bagi Tahap Faktor Akhlak Usahawan Terhadap Pekerja	192
Jadual 4.8	Taburan Kekerapan Dan Peratusan Bagi Tahap Faktor Akhlak Usahawan Terhadap Pelanggan	192
Jadual 4.9	Taburan Kekerapan Dan Peratusan Bagi Tahap Faktor Jihad Melawan Nafsu	193
Jadual 4.10	Taburan Kekerapan Dan Peratusan Bagi Tahap Faktor Jihad Ilmu	193
Jadual 4.11	Taburan Kekerapan Dan Peratusan Bagi Tahap Faktor Jihad Harta	193
Jadual 4.12	Taburan Kekerapan Dan Peratusan Bagi Tahap Faktor Jihad Manusiawi	193
Jadual 4.13	Taburan Kekerapan Dan Peratusan Bagi Faktor Tahap Kemandirian Memulakan Perniagaan	194
Jadual 4.14	Taburan Kekerapan Dan Peratusan Bagi Tahap Kemandirian Mengembangkan Perniagaan	194
Jadual 4.15	Taburan Kekerapan Dan Peratusan Bagi Tahap Pencapaian Usahawan Muslim Di Malaysia	195
Jadual 4.16	Butiran Faktor Ketakwaan	197
Jadual 4.17	Butiran Faktor Ketelitian	197
Jadual 4.18	Butiran Faktor Akhlak Usahawan Terhadap Pekerja	198
Jadual 4.19	Butiran Faktor Jihad Harta	198
Jadual 4.20	Butiran Faktor Jihad Manusiawi	199
Jadual 4.21	Butiran Faktor Kemandirian Memulakan Perniagaan	199
Jadual 4.22	Butiran Faktor Kemandirian Mengembangkan Perniagaan	200
Jadual 4.23	Koefisyen Kebolehpercayaan Bagi Pemboleh Ubah Utama Kajian	201
Jadual 4.24	Pengubahsuaian Hipotesis	201
Jadual 4.25	Hubungan Antara Taraf Perkahwinan Dengan Faktor Ketakwaan	204

Jadual 4.26	Taburan Faktor Ketakwaan Mengikut Umur	204
Jadual 4.27	Ujian ANOVA Faktor Ketakwaan Berdasarkan Umur	205
Jadual 4.28	Keputusan Ujian Post Hoc Turkey Faktor Ketakwaan Berdasarkan Umur	205
Jadual 4.29	Hubungan Antara Taraf Perkahwinan Dengan Faktor Ketelitian	206
Jadual 4.30	Ujian T Antara Tempoh Menjalankan Perniagaan Dengan Faktor Ketelitian	207
Jadual 4.31	Hubungan Antara Taraf Perkahwinan Dengan Faktor Akhlak Usahawan Terhadap Pekerja	207
Jadual 4.32	Hubungan Antara Taraf Perkahwinan Dengan Jihad Harta	208
Jadual 4.33	Taburan Jihad Manusiawi Mengikut Modal Perniagaan	209
Jadual 4.34	Ujian ANOVA Faktor Jihad Manusiawi Berdasarkan Modal Perniagaan	209
Jadual 4.35	Keputusan Ujian Post Hoc Turkey Faktor Jihad Manusiawi Berdasarkan Modal Perniagaan	210
Jadual 4.36	Ujian T Di Antara Purata Keuntungan Perniagaan Dan Faktor Jihad Manusiawi	211
Jadual 4.37	Analisis Kolerasi Pearson Hubungan Demografi Dengan Faktor Kemandirian Memulakan Perniagaan	211
Jadual 4.38	Hubungan Antara Taraf Perkahwinan Dengan Faktor Kemandirian Mengembangkan Perniagaan	212
Jadual 4.39	Taburan Faktor Kemandirian Mengembangkan Perniagaan Mengikut Modal Perniagaan	213
Jadual 4.40	Ujian ANOVA Faktor Kemandirian Mengembangkan Perniagaan Berdasarkan Modal Perniagaan	213
Jadual 4.41	Keputusan Ujian Post Hoc Turkey Faktor Kemandirian Mengembangkan Perniagaan Berdasarkan Modal Perniagaan	214
Jadual 4.42	Taburan Pencapaian Usahawan Mengikut Umur	215
Jadual 4.43	Ujian ANOVA Pencapaian Usahawan Berdasarkan Umur	215

Jadual 4.44	Keputusan Ujian Post Hoc Turkey Pencapaian Usahawan Berdasarkan Umur	216
Jadual 4.45	Ujian T Di Antara Tempoh Menjalankan Perniagaan Dan Pencapaian Usahawan	216
Jadual 4.46	Taburan Pencapaian Usahawan Mengikut Modal Perniagaan	217
Jadual 4.47	Ujian ANOVA Pencapaian Usahawan Berdasarkan Modal Perniagaan	217
Jadual 4.48	Keputusan Ujian Post Hoc Turkey Pencapaian Usahawan Berdasarkan Modal Perniagaan	218
Jadual 4.49	Analisis Kolerasi Hubungan Personaliti Usahawan Dengan Pencapaian Usahawan	219
Jadual 4.50	Analisis Kolerasi Hubungan Faktor Akhlak Usahawan Terhadap Pekerja Dengan Pencapaian Usahawan	220
Jadual 4.51	Analisis Kolerasi Hubungan Jihad Perniagaan Dengan Pencapaian Usahawan	220
Jadual 4.52	Analisis Kolerasi Hubungan Kemandirian Perniagaan Dengan Pencapaian Usahawan	221
Jadual 4.53	Analisis ANOVA Hubungan Personaliti Dengan Pencapaian Usahawan	222
Jadual 4.54	Analisis Regresi Antara Personaliti Dan Pencapaian Usahawan	222
Jadual 4.55	Analisis ANOVA Hubungan Akhlak Usahawan Dengan Pencapaian Usahawan	223
Jadual 4.56	Analisis Regresi Akhlak Usahawan Dengan Pencapaian Usahawan	223
Jadual 4.57	Analisis ANOVA Hubungan Jihad Perniagaan Dengan Pencapaian Usahawan	223
Jadual 4.58	Analisis Regresi Jihad Perniagaan Dengan Pencapaian Usahawan	224
Jadual 4.59	Analisis ANOVA Hubungan Signifikan Kemandirian Perniagaan Dengan Pencapaian Usahawan	224
Jadual 4.60	Analisis Regresi Kemandirian Perniagaan Dengan Pencapaian Usahawan	224

Jadual 4.61	Perbezaan Demografi Usahawan Dengan Faktor Kejayaan Dan Pencapaian Usahawan Muslim Di Malaysia	225
Jadual 4.62	Hubungan Faktor-Faktor Kejayaan Dan Pencapaian Usahawan Muslim Di Malaysia	227
Jadual 4.63	Senarai Usahawan Berjaya Di Malaysia Yang Telah Ditemubual Oleh Pengkaji	230
Jadual 4.64	Latar Belakang Usahawan Muslim Di Malaysia	231
Jadual 4.65	Latar Belakang Perniagaan Usahawan Muslim Di Malaysia	231
Jadual 4.66	Tema Faktor Ketakwaan Usahawan Muslim	233
Jadual 4.67	Tema Faktor Ketelitian Usahawan Muslim	234
Jadual 4.68	Tema Faktor Disiplin Usahawan Muslim	235
Jadual 4.69	Tema Faktor Kepimpinan Usahawan Muslim	236
Jadual 4.70	Tema Faktor Akhlak Usahawan Terhadap Pekerja	238
Jadual 4.71	Tema Faktor Akhlak Usahawan Terhadap Pelanggan.	239
Jadual 4.72	Tema Faktor Jihad Melawan Hawa Nafsu	240
Jadual 4.73	Tema Faktor Jihad Ilmu	240
Jadual 4.74	Tema Faktor Jihad Harta	242
Jadual 4.75	Tema Faktor Jihad Manusia	243
Jadual 4.76	Tema Faktor Kemandirian Memulakan Perniagaan	245
Jadual 4.77	Tema Faktor Kemandirian Mengembangkan Perniagaan	246
Jadual 4.78	Ringkasan Penemuan Kajian Kualitatif	247
Jadual 4.79	Dapatan Kajian Kuantitatif Dan Kualitatif Faktor-Faktor Kejayaan Usahawan Muslim Di Malaysia	251
Jadual 4.80	Dapatan Kajian Kuantitatif Dan Kualitatif Perbezaan Demografi Usahawan Dengan Faktor-Faktor Kejayaan Usahawan Muslim	252
Jadual 4.98	Dapatan Kajian Kuantitatif Dan Kualitatif Perbezaan Demografi Usahawan Dengan Pencapaian Usahawan Muslim	255

SENARAI ILUSTRASI

No Rajah	Halaman
Rajah 2.1 Aplikasi Prinsip Maqasid Al-Syariah Ke Atas Faktor-Faktor Kejayaan Usahawan	37
Rajah 2.2 Pengukuran Keberkesanan Faktor-Faktor Kejayaan Usahawan: Perspektif Maqasid Al-Syariah	52
Rajah 2.3 Pengaruh Permintaan, Pendorong, Penggerak Dan Tingkah Laku Ke Atas Pencapaian Usahawan Berjaya Di Malaysia	55
Rajah 2.4 Model Pembangunan Usahawan Holistik Mengikut Perspektif Islam	58
Rajah 2.5 Kerangka Teori Kajian	144
Rajah 3.1 Model Kaedah Campuran QUAN-Qual:Urutan Rekabentuk Kajian	152
Rajah 4.1 Model Hubungan Faktor Kejayaan Usahawan Dengan Pencapaian Usahawan Muslim Di Malaysia	229

BAB 1

PENGENALAN

Bab ini mengandungi penerangan tentang latar belakang kajian, permasalahan kajian, persoalan kajian, objektif kajian, kepentingan kajian dari segi sumbangan teori, metodologi dan praktikal, skop kajian, definisi pemboleh ubah utama, sorotan kajian terdahulu dan susunan tesis.

1.1 Latar Belakang Kajian

Islam mengiktiraf bidang keusahawanan memandangkan bidang tersebut berperanan penting dalam mengubah status ekonomi individu, masyarakat, agama, bangsa dan juga negara. Kelebihan rezeki bermula telah disebut oleh Nabi Muhammad SAW dalam hadis Baginda yang mengiktiraf bahawa sembilan persepuhl rezeki adalah daripada perniagaan. Biar sekecil manapun usaha yang dilakukan oleh seorang usahawan dari pandangan masyarakat tetapi sekiranya perniagaan yang djalankan itu bersifat halal dari perspektif Islam, maka pekerjaannya akan dipandang tinggi oleh Allah SWT. Sebagaimana sabda Rasulullah SAW:

حَدَّثَنَا يَحْيَى بْنُ بُكَيْرٍ، حَدَّثَنَا الْلَّيْثُ، عَنْ عُقَيْلٍ، عَنْ ابْنِ شِهَابٍ، عَنْ أَبِي عُبَيْدٍ، مَوْلَى عَبْدِ الرَّحْمَنِ بْنِ عَوْفٍ أَنَّهُ سَمِعَ أَبَا هُرَيْرَةَ - رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ - يَقُولُ قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ " لَأَنْ يَحْتَطِبَ أَحَدُكُمْ حُزْمَةً عَلَى ظَهْرِهِ خَيْرٌ مِّنْ أَنْ يَسْأَلَ أَحَدًا، فَيُعْطِيهِ أَوْ يَمْنَعُهُ ".

Terjemahan: Yahya bin Bukhari telah menceritakan kepada kami, Al-Laits telah menceritakan kepada kami, dari ‘Uqail dari Ibnu Syihab, dari Abu ‘Ubaid sahayanya ‘Abdurrahman bin Auf bahawa dia mendengar Abu Hurairah r.a berkata: Sesungguhnya seseorang dari kalian yang memikul kayu bakar di belakangnya, adalah lebih baik baginya daripada meminta-minta kepada orang lain, samada diberi ataupun tidak.¹

Hadis di atas menerangkan bahawa bekerja dan berusaha sendiri merupakan amal soleh dan salah satu ibadah yang akan diberi ganjaran pahala oleh Allah SWT. Ini adalah kerana mereka yang menceburi diri dalam bidang keusahawanan bukan sahaja mencari rezeki yang halal untuk keperluan diri sendiri dan keluarga tetapi secara tidak langsung, usaha mereka juga adalah untuk memenuhi keperluan masyarakat lain dan mengangkat martabat agama dan juga bangsa. Sesungguhnya, bidang keusahawanan merupakan satu jalan keluar yang berupaya melepaskan diri umat Islam dari cengkaman kemiskinan dan kecinciran.

Sejarah juga membuktikan, kisah kejayaan Rasulullah SAW, isteri baginda Saiyidatina Khadijah r.a, Abdul Rahman Bin Auf dan Zubair bin Awwam merupakan model dan contoh usahawan terbaik yang seharusnya menjadi ikutan umat Islam hari ini, yang mana kejayaan mereka bukan sahaja untuk memenuhi tuntutan hidup di dunia malah kekayaan dan harta yang dimiliki dilaburkan untuk membangunkan agama dan menegakkan syiar Islam. Usaha dan tanggungjawab yang dipikul oleh Rasulullah SAW dan para sahabat di dalam bidang keusahawanan bukanlah sekadar untuk dijadikan sejarah

¹Hādīt Rīwāyāt āl Būhārī, Kītāb al-Būyū’, Bāb Kāsbī Ar-Rājūlī wā ‘Āmālīhī Bīyādīhī, no. Hadith 2074, dalam Māwsū‘at al-Hādīt āl-Šārif: āl-Kūtūb ās-Sittāh, ed. Ṣalīḥ ‘Ābd ‘al-‘Āzīz bīn Mūhāmmād bīn Ibrāhīm ās-Šīh (Rīyād: Dār ās-Salām, 2008), 162

semata-mata tetapi yang lebih penting kejayaan mereka adalah untuk membuktikan aktiviti keusahawan perlu diteruskan untuk membangunkan ekonomi diri, agama dan juga bangsa.

Faktor-faktor kejayaan dan pencapaian Rasulullah SAW dan juga para sahabat di dalam aktiviti keusahawanan adalah berkonsepkan “*Rābbāni*” iaitu memenuhi tuntutan maqasid al-syariah dengan memelihara agama, jiwa, akal, keturunan dan juga harta. Aktiviti perniagaan yang dijalankan melibatkan usaha yang bersungguh-sungguh yang dilakukan oleh Baginda SAW dan para sahabat untuk membentuk satu sistem ekonomi yang adil, saksama dan mempunyai nilai-nilai positif. Faktor-faktor kejayaan usahawan yang berteraskan kepada konsep keislaman ini semestinya dijadikan asas dan panduan kepada para usahawan Muslim dan mereka yang berminat untuk menceburkan diri dalam bidang keusahawanan.

Selain daripada kisah kejayaan Rasulullah SAW dan para sahabat di dalam bidang keusahawanan, terdapat juga di kalangan usahawan Muslim hari ini, khususnya di Malaysia yang berjaya di dalam perniagaan yang diceburi antaranya Tan Sri Syed Bukhari, Tan Sri Mustafa Kamal, Datuk Maznah Hamid dan beberapa orang yang lain yang telah berjaya menaikkan nama bangsa Melayu dan juga agama Islam. Kejayaan yang dicapai oleh mereka adalah kerana usaha mereka dalam mengaplikasikan faktor-faktor kejayaan usahawan dalam aktiviti keusahawanan yang mereka ceburi yang hasilnya bukan sahaja untuk diri sendiri tetapi juga memberi manfaat kepada orang lain.

Namun begitu, menurut Muhammad Ali Hashim (2007), terdapat juga di kalangan usahawan Muslim yang mengabaikan personaliti dan akhlak sebagai seorang usahawan Muslim. Terdapat di kalangan mereka yang bersikap individualistik, materialistik, mencari jalan pintas untuk mengaut keuntungan sehingga sanggup membelakangkan nilai-nilai

luhur agama dan kepentingan umum masyarakat. Selain itu, ada di kalangan usahawan Muslim menceburkan diri di dalam aktiviti keusahawanan secara kebetulan, yang mana mereka sebenarnya tidak mempunyai niat dan keinginan untuk menjadi seorang usahawan, tetapi penglibatan mereka adalah disebabkan oleh beberapa faktor lain antaranya untuk memenuhi tawaran peluang apabila diberi kontrak menerusi hubungan kenalan politik, tidak mempunyai pilihan kerjaya lain kerana tidak mempunyai kelulusan, tidak mendapat peluang pekerjaan selepas mendapat segolong ijazah dan menjadi usahawan sementara mendapat pekerjaan lain.²

Hakikatnya, di dalam memburu kejayaan di dalam perniagaan, seorang usahawan perlu mempunyai semangat juang yang tinggi untuk berjaya. Jihad perniagaan merupakan satu syarat utama untuk mendapat kejayaan yang bersifat duniawi dan juga ukhrawi. Berjihad di dalam bidang perniagaan memerlukan persiapan yang lengkap demi membina jati diri Muslim agar tidak mudah dipengaruhi oleh hawa nafsu. Selain itu, usahawan Muslim juga perlu mempersiapkan diri di dalam bidang ilmu dan kemahiran dan seterusnya, memperkuuhkan semangat jihad dengan berusaha semaksimum mungkin di dalam mencari harta dan dalam waktu yang sama, mereka perlu mempertahankan personaliti sebagai seorang Muslim yang tidak lari dari landasan syariat. Ini kerana kejayaan mereka di dalam bidang keusahawanan bukan untuk kepentingan diri semata-mata, tetapi lebih kepada membina kekuatan ummah dan juga membela agama. Justeru, kegagalan di dalam bidang ini, seharusnya tidak boleh diambil mudah kerana ianya akan mendorong kepada kelemahan yang akan mengheret umat Islam berada di dalam kemunduran dan tercincir kebelakang.

²Muhammad Ali Haji Hashim, *Bisnes Satu Cabang Jihad, Pembudayaan Bisnes untuk Survival* (Kuala Lumpur: Utusan Publication & Distributors Sdn Bhd, 2007), 4.

Untuk berjaya di dalam bidang keusahawanan memerlukan kepada daya ketahanan yang berpanjang. Daya ketahanan dalam perniagaan, bermaksud seorang usahawan perlu bersabar dan berusaha mencari jalan keluar ketika menghadapi tahap kemandirian di dalam perniagaan yang mereka ceburi. Ini hanya dapat dijayakan menerusi catatan keuntungan yang berkesinambungan, himpunan tunai yang bertambah serta aset yang sentiasa meningkat nilai. Untuk mencapai semua ini, usaha perlu disertai dengan keupayaan mengawal dan mengawasinya dengan cukup berkesan supaya tidak berlaku kebocoran, pembaziran dan penyelewengan.³ Dalam memenuhi daya ketahanan yang berpanjang, kemandirian di dalam perniagaan perlu ada sebagai syarat untuk berjaya. Kemandirian di dalam perniagaan termasuklah mempertahankan perniagaan ketika mengalami kejatuhan ataupun tiada unsur penambahan dari aspek material dan kemandirian. Proses turun naik dalam perniagaan adalah asam garam yang perlu dilalui oleh seorang usahawan. Namun begitu, sekiranya seseorang usahawan itu mengetahui formula untuk menghadapi kemandirian di dalam perniagaan, sudah pasti kepayahan dan kesukaran yang dihadapi akan berlalu dengan mudah. Sebagaimana Muhammad Ali Hashim (2007:19) ada menyebut di dalam bukunya:

Bisnes sentiasa ada turun naik dan pasang surut. Kalau terpaksa “bergadai bergolok” apabila tertekan, tentukan “golok yang digadai benar-benar berguna, bernilai tinggi dan harganya dapat menjamin kita membina hidup baru, mungkin dalam bidang bisnes baru.”⁴

Sebagai seorang tokoh korporat, beliau wajar membangkitkan kepentingan kefahaman konsep kemandirian perniagaan dari aspek teoritikal dan juga praktikal di dalam menghadapi pasang surut dunia perniagaan. Justeru, satu model faktor kejayaan usahawan sangatlah diperlukan bagi umat Islam yang berminat untuk menceburkan diri di dalam

³Ibid.,18.

⁴Ibid.,19.

bidang keusahawanan. Dengan adanya model faktor-faktor kejayaan dan pencapaian usahawan Muslim ini, akan dapat menjadi panduan kepada usahawan Muslim hari ini untuk berjaya di dalam bidang perniagaan yang diceburi. Menyedari hakikat itu, bukti empirikal faktor kejayaan usahawan yang melibatkan faktor personaliti usahawan, akhlak usahawan, jihad perniagaan dan kemandirian perniagaan perlu dibincangkan dengan lebih mendalam kerana bukti empirikal untuk menyokong faktor ini masih lagi berkurangan. Justeru, kekurangan kajian lepas tentang kedua-dua aspek ini menjadi dorongan kepada pengkaji untuk menjalankan kajian ini.

1.2 Permasalahan Kajian

Kurangnya penglibatan umat Islam di Malaysia di dalam bidang keusahawanan secara tidak langsung akan menyebabkan komuniti Muslim agak tercicir dan terkebelakang di dalam bidang ekonomi berbanding dengan komuniti lain. Ini dibuktikan dengan kajian yang dilakukan oleh Majalah Malaysian Business terbitan 16 Februari 2010 yang telah menyenaraikan 40 orang yang terkaya di Malaysia yang kekayaan mereka dinilai berdasarkan kepada aset dan perniagaan yang dimiliki. Daripada senarai tersebut, hanya terdapat 17.5 peratus usahawan Muslim. Menurut laporan majalah tersebut, usahawan Muslim terkaya berada pada kedudukan yang ketujuh iaitu Tan Sri Syed Mokhtar Al Bukhary yang berusia 59 tahun yang memiliki aset sebanyak RM6.01 bilion. Manakala, usahawan Muslim yang kedua terkaya ialah Tan Sri Azman Hashim berada pada kedudukan ke 11 di kalangan 40 orang yang terkaya di Malaysia di mana aset beliau bernilai 2.86 bilion. Usahawan Muslim ketiga ialah Datuk Mokzani Mahathir berada pada kedudukan ke 20 di kalangan 40 orang terkaya di Malaysia di mana aset beliau bernilai RM1.08 billion. Datuk Sharil Shamsuddin berada pada kedudukan 32 yang asetnya bernilai

RM544.35 juta. Seterusnya, Datuk Shahriman Shamsudin berada pada kedudukan 34 yang asetnya bernilai RM533.97 juta. Tan Sri Rozali Ismail berada pada kedudukan ke 36 yang asetnya bernilai RM505.39 juta. Datuk Kamarudin Meranun berada pada kedudukan 37 yang asetnya bernilai RM473.61 juta. Raja Datuk Seri Eleena Raja Azlan Shah berada pada kedudukan 39 yang asetnya bernilai RM438.34 juta dan yang terakhirnya, yang berada di kedudukan yang ke 40 ialah Datuk Seri Nazir Razak yang asetnya bernilai RM385.14 juta.⁵ Daripada jumlah tersebut, hanya 17.5 peratus terdiri daripada usahawan Muslim, selebihnya terdiri daripada kalangan usahawan bukan Muslim. Ini jelas membuktikan kepada kita, walaupun umat Islam merupakan kaum majoriti di Malaysia tetapi dari segi ekonomi umat Islam di Malaysia masih lagi terkebelakang. Sedangkan di dalam Islam, perniagaan merupakan antara kaedah yang terbaik untuk mengumpul harta demi membina kehidupan yang lebih baik untuk diri sendiri, keluarga dan sebagai memenuhi tuntutan fardhu kifayah.⁶ Usahawan yang berjaya dari perspektif Islam mempunyai pertalian yang rapat dengan akhirat. Ini kerana usahawan Muslim perlu menjaga hubungan dengan Allah (*hāblūmīnāllāh*) dan juga sesama manusia (*hāblūm īnānnās*).⁷ Selain daripada tokoh di atas, terdapat ramai lagi usahawan Muslim yang telah mencapai kejayaan di dalam bidang keusahawanan yang diceburi. Bagaimanakah profil dan latar belakang perniagaan usahawan Muslim berjaya yang lain?

Menurut Beurah Tunggak (2012), selain daripada profil dan latar belakang perniagaan usahawan Muslim di Malaysia, faktor demografi dianggap antara faktor penting yang menyumbang kepada kejayaan di dalam aktiviti keusahawanan.⁸ Menurut beliau lagi,

⁵“40 Richest Malaysians,” *Malaysian Business*, 16 Februari 2010, 8.

⁶Azrain Nasryah Mustapa, 2010, *Pengenalan Kepada Keusahawanan dalam buku Prinsip-Prinsip Keusahawanan* (Cengage Learning Asia Pte Ltd), 17.

⁷*Ibid.*, 17

⁸Beurah Tunggak, Hussin Salamon dan Baharin Abu, “Pengaruh Faktor-Faktor Demografi Terhadap Budaya Niaga Usahawan Bumiputera Muslim” *Jurnal Kemanusiaan* 20 (2012), 12

usahawan yang mendapat pendedahan awal dalam bidang perniagaan akan berminat dengan dunia perniagaan. Ini dibuktikan dengan temu bual beliau dengan usahawan bumiputera sebagaimana berikut:

“... pada umur 17 tahun saya menolong ibu bapa bermiaga secara kecil-kecilan dengan jualan lebih kurang RM200 sehari di pasar mini, kedai runcitlah. Emak dan ayah saya memang minat bermiaga. Bermula umur saya 18 tahun, saya menggantikan emak saya dengan jualan RM250 sehari..tahun pertama saya bermiaga, saya dapat simpan RM30,000 setahun.⁹

Hasil temu bual di atas menunjukkan bahawa pengalaman di dalam menjalankan perniagaan merupakan faktor yang mempengaruhi kejayaan seseorang usahawan. Bagaimanakah dengan faktor demografi yang lain seperti umur, taraf perkahwinan, tempoh menjalankan perniagaan, modal perniagaan dan purata keuntungan? Adakah faktor tersebut juga mempengaruhi ciri-ciri kejayaan dan pencapaian seseorang usahawan di dalam perniagaan yang diceburi?

Sebagai rangsangan kepada masyarakat Islam hari ini, khususnya yang berminat untuk menceburkan diri di dalam bidang keusahawanan, profil, latar belakang perniagaan dan demografi usahawan Muslim berjaya di Malaysia perlu diketengahkan kerana penglibatan masyarakat Muslim di Malaysia di dalam bidang keusahawanan masih lagi di tahap rendah. Merujuk kepada statistik Penyiasatan Tenaga Buruh (PTB), purata bilangan usahawan di Malaysia dalam tempoh 1982 hingga 2003 adalah 1.9 juta orang. Manakala pada tahun 2004, berlaku peningkatan individu yang menceburkan diri di dalam bidang keusahawanan di Malaysia iaitu sejumlah 2.2 juta orang. Namun begitu, jumlah penduduk Malaysia yang melibatkan diri di dalam bidang keusahawanan adalah lebih kecil

⁹ *Ibid.*, 12

berbanding mereka yang bekerja makan gaji.¹⁰ Statistik yang ditunjukkan oleh Jabatan Tenaga Buruh tersebut adalah bilangan keseluruhan usahawan di Malaysia yang merangkumi semua samada Muslim ataupun bukan Muslim. Berdasarkan statistik tersebut, hanya 755,701 (34%) syarikat yang berdaftar di Suruhanjaya Syarikat Malaysia (SSM) dimiliki oleh kaum Bumiputera sepenuhnya dan sebanyak 179,184 (8%) syarikat kaum Melayu yang berkongsi dengan kaum bukan Melayu. Selebihnya, kebanyakan syarikat yang berdaftar di SSM dimiliki oleh kaum bukan Melayu.¹¹

Fenomena kurangnya penglibatan umat Islam di dalam bidang keusahawanan adalah disebabkan kurangnya minat mereka di dalam bidang ini dan tiada faktor yang mendorong kaum Melayu untuk menceburkan diri di dalam bidang keusahawanan.¹² Selain itu, menurut Muhammad Ali Hashim (2007), terdapat pandangan songsang masyarakat hari ini terhadap golongan yang menceburkan diri di dalam bidang keusahawanan. Antaranya golongan usahawan dianggap golongan yang mengejar kemewahan dunia semata-mata dan kerjaya sebagai seorang usahawan tidak perlu diutamakan untuk mencari kesempurnaan hidup di dunia dan akhirat.¹³

Pandangan songsang ini sekiranya tidak dibendung dan diberi persepsi yang jelas tentang pentingnya umat Islam menceburkan diri di dalam bidang keusahawanan akan menyebabkan umat Islam tidak sanggup berjuang untuk menjayakan perniagaan yang akhirnya akan menyebabkan ketandusan pakar usahawan Muslim yang handal di kalangan komuniti Islam sekaligus menyumbang kepada kelemahan ekonomi ummah.

¹⁰“Siaran Khas Penyiasatan Tenaga Buruh Usahawan Di Malaysia”, Siri 4 Bil 1/2009, Jabatan Perangkaan Malaysia November 2009, 6.

¹¹Sohinah Mohd Zain (Marketing and Business Development Division, Companies Commissions of Malaysia), dalam email kepada penulis, 25 Mei 2010.

¹²Zaidatol Akmaliah Lope Pihie & Habibah Elias, “Keupayaan Usahawan Bumiputera Melaksanakan Kemahiran Keusahawanan: Satu Kajian Kes,” *Pertanika Journal Social Science and Humanity*.12, no. 1 (2004), 61.

¹³Muhammad Ali Hashim, 2007, “Bisnes Satu Cabang Jihad,” 13.

Selain itu, cabaran sebagai seorang usahawan Muslim yang berjaya bukan sahaja di dalam bidang perniagaan semata-mata, mereka juga mestilah berpegang teguh kepada ajaran Islam di dalam aktiviti perniagaan yang dijalankan. Terdapat di kalangan usahawan Muslim yang mengabaikan aspek agama terutamanya di kalangan mereka yang terlalu ghairah untuk berjaya. Mereka lebih senang dengan jalan pintas iaitu hanya meniru dan menciplak segala cara, amalan, strategi dan pendekatan yang dilakukan oleh usahawan yang menghalalkan segala kaedah untuk berjaya seperti memberi rasuah, membeli sokongan dan kelulusan, mengurangi sukan dan timbangan, menghiburkan pelanggan dengan minuman keras, berhibur di pusat karaoke, diskو dan kelab malam bagi merapatkan kemesraan dengan rakan kongsi dan juga pelanggan.¹⁴ Fenomena ini menunjukkan bahawa usahawan Muslim sanggup melakukan sesuatu yang melampau batas agama semata-mata untuk berjaya di dalam perniagaan mereka.

Cabaran lain yang dihadapi oleh golongan usahawan adalah kurangnya daya ketahanan di dalam menghadapi tahap kemandirian di dalam perniagaan mereka. Laporan dari Suruhanjaya Syarikat Malaysia (SSM) di bawah seksyen 308, akta syarikat 1965 mendapati terdapat peningkatan penutupan syarikat daripada tahun 2010 iaitu sejumlah 24,098 kepada 130,823 syarikat pada tahun 2011. Peningkatan berlaku sebanyak 443 peratus.¹⁵ Daripada data tersebut, purata syarikat yang dimiliki oleh bumiputera selama dua tahun berturut-turut (2010-2011) ialah sebanyak 15,473 (14%) yang telah membuat penutupan syarikat (*strike off*). Jumlah ini tidak termasuk dengan syarikat yang berada di dalam proses penutupan (*winding up*) (3%) dan juga syarikat bumiputera yang tidak aktif

¹⁴Ibid.,13.

¹⁵“Laporan Tahunan 2011” laman sesawang *Suruhanjaya Syarikat Malaysia*, dicapai 23 Mei 2011, http://www.ssm.com.my/sites/default/files/annual_report/Laporan_Thnan_SSM_2011.pdf

(2%).¹⁶ Berdasarkan daripada angka yang dibincangkan di atas membuktikan bahawa terdapat ramai di kalangan usahawan Muslim yang telah menceburkan diri di dalam bidang keusahawanan tetapi akhirnya, menutup perniagaan mereka. Persoalannya adakah peningkatan penutupan syarikat yang berlaku disebabkan oleh kurangnya amalan usahawan terhadap personaliti dan akhlak sebagai usahawan berjaya ataupun kurangnya semangat jihad perniagaan dan semangat di dalam menghadapi tahap kemandirian di dalam perniagaan yang diceburi?

Hakikatnya untuk berjaya, faktor personaliti usahawan mestilah ditegakkan atas dasar ‘*āmāl mā’rūf nāhī mūngkār*.¹⁷ Bermula dari perancangan untuk memulakan perniagaan sehingga ke pada menjalankan perniagaan, penerapan nilai Islam perlu untuk menghasilkan keberkatan rezeki yang diperolehi. Menurut Sodri Ariffin (2002) untuk berjaya di dalam perniagaan seorang usahawan seharusnya mempunyai daya inisiatif yang tinggi, proaktif, mempunyai kegigihan, tidak mudah berputus asa, mempunyai komitmen terhadap perniagaan yang dijalankan, tegas dalam mengejar objektif perniagaan, berkebolehan memimpin dan menguruskan pasukan serta berjimat cermat di dalam perbelanjaan.¹⁸ Manakala bagi usahawan Muslim, kejayaan mereka di dalam bidang perniagaan bukan diukur dari aspek kejayaan berbentuk material semata-mata, malah ianya lebih kepada perjuangan menegakkan nilai dan akhlak Islam yang merupakan tanggungjawab besar yang perlu dipikul oleh setiap Muslim yang bergelar usahawan.¹⁹ Selain daripada memiliki personaliti dan akhlak mulia, seorang usahawan juga perlu memperkuuhkan semangat jihad perniagaan yang tinggi dan mempunyai ketahanan yang

¹⁶Sohinah Mohd Zain (Marketing and Business Development Division, Companies Commissions of Malaysia), dalam emel kepada penulis, 25 Mei 2010.

¹⁷Azrain Nasyrah Mustapa, Op cit,19

¹⁸Sodri Ariffin dan Ahmad Shafee Sabaruddin, 2002. *Keusahawanan: Rahsia Ke Puncak Kejayaan* (Selangor: Pearson Malaysia Sdn Bhd), 18

¹⁹ Muhamad Ali Hashim, “Bisnes Satu Cabang Jihad.” 23.

jitu untuk menghadapi tahap kemandirian di dalam perniagaan yang diceburi. Persoalannya, sejauhmanakah faktor personaliti, akhlak, jihad perniagaan dan kemandirian perniagaan menyumbang kepada kejayaan usahawan Muslim di Malaysia?

Berdasarkan kepada cabaran yang dihadapi oleh para usahawan serta perspektif negatif masyarakat terhadap bidang keusahawanan, maka satu kajian mengenai faktor-faktor kejayaan usahawan dan pencapaian usahawan dari perspektif Islam perlu diketengahkan untuk menangkis salah tanggapan masyarakat terhadap bidang keusahawanan dan sebagai panduan kepada golongan masyarakat yang berminat untuk menceburkan diri dalam bidang perniagaan. Justeru, kajian ini dilakukan untuk mendapatkan jawapan dan dapatan baru bagi persoalan di atas. Kajian ini memfokuskan kepada faktor-faktor kejayaan usahawan Muslim di Malaysia dengan memberi tumpuan kepada personaliti, akhlak, jihad perniagaan dan kemandirian usahawan di dalam perniagaan yang diceburi.

1.3 Persoalan Kajian

Kajian ini cuba untuk mencari jawapan kepada lima persoalan di bawah:

1. Apakah profil, latar belakang perniagaan dan pencapaian usahawan Muslim di Malaysia?
2. Bagaimanakah tahap personaliti, akhlak, jihad perniagaan dan kemandirian perniagaan serta tahap pencapaian usahawan Muslim di Malaysia?
3. Apakah dimensi dan tema faktor-faktor kejayaan usahawan Muslim di Malaysia?
4. Sejauh manakah perbezaan demografi memberi kesan kepada faktor kejayaan dan pencapaian usahawan Muslim di Malaysia?

5. Sejauh manakah personaliti, akhlak, jihad perniagaan dan kemandirian perniagaan mempunyai hubungan dengan pencapaian usahawan di Malaysia?

1.4 Objektif Kajian

Selaras dengan lima persoalan kajian di atas, kajian ini menyumbang kepada lima objektif.

1. Mengkaji profil, latar belakang perniagaan dan pencapaian usahawan Muslim di Malaysia.
2. Memeriksa tahap personaliti usahawan, akhlak usahawan, jihad perniagaan, kemandirian perniagaan serta pencapaian usahawan Muslim di Malaysia.
3. Menyelidik dimensi dan tema faktor-faktor kejayaan usahawan Muslim di Malaysia.
4. Meneliti perbezaan demografi dengan faktor kejayaan dan pencapaian usahawan Muslim di Malaysia.
5. Menganalisis hubungan antara tahap personaliti usahawan, akhlak usahawan, jihad perniagaan dan kemandirian perniagaan dengan pencapaian usahawan Muslim di Malaysia.

1.5 Kepentingan Kajian

Kajian ini adalah penting bagi mendapatkan bukti empirikal tentang dapatan kajian kuantitatif dan kualitatif mengenai faktor-faktor kejayaan dan pencapaian usahawan Muslim di Malaysia. Selain itu, kajian ini juga penting dalam memberi sumbangan berbentuk teori, metodologi dan praktikal.

1.5.1 Sumbangan Teori

Kajian ini berlandaskan kepada teori maqasid syariah dan teori motivasi pencapaian Mc Clelland. Menurut teori maqasid syariah, faktor-faktor kejayaan usahawan Muslim hendaklah berdasarkan kepada prinsip menjaga agama, nyawa, akal, maruah dan keturunan serta harta. Manakala menurut teori motivasi pencapaian Mc Clelland (1985), pencapaian usahawan Muslim berjaya berdasarkan kepada pencapaian individu yang berkait rapat dengan motivasi dalaman yang membentuk tingkah laku seseorang.²⁰ Tingkah laku ini boleh dibentuk dan dirangsang ke arah mencapai sesuatu kejayaan. Kajian berhubung dengan faktor-faktor kejayaan dan pencapaian usahawan Muslim di Malaysia dapat menyumbang kepada penggunaan teori berkenaan.

1.5.2 Sumbangan Metodologi

Kajian ini penting dilakukan kerana setakat ini belum terdapat kajian berbentuk penyelidikan campuran di antara metod kuantitatif dan kualitatif yang dilakukan terhadap pengaruh demografi terhadap faktor kejayaan dan pencapaian usahawan serta pengaruh faktor kejayaan terhadap pencapaian usahawan Muslim di Malaysia. Ini kerana kajian lepas hanya mengkaji personaliti usahawan dari aspek pengurusan hidup dan pengurusan perniagaan.²¹ Terdapat juga kajian mengenai strategi keusahawanan Islam yang menyentuh tentang peranan peniaga kecil sebagai pelayan dan peniaga serta tanggungjawab mereka terhadap pelanggan dan juga pengguna.²² Walaupun kajian tersebut menyentuh tentang

²⁰D. C. Mc Clelland, *Human Motivation* (New York: Cambridge University Press, 1985), 226.

²¹Wan Sabri Wan Husin, “Nilai Dan Etika Islam Dalam Perniagaan: Amalan Dan Tanggapan Masyarakat Malaysia” (tesis kedoktoran, Akademi Pengajian Islam, Universiti Malaya, Kuala Lumpur, 2005).

²²Abdul Rachman, “Strategi Keusahawanan Islam: Kajian Terhadap Peniaga Kecil di Kechamatan Neglasari, Kota Tenggarang, Indonesia” (tesis master Jabatan Syariah Pengurusan, Akademi Pengajian Islam, Universiti Malaya, Kuala Lumpur, 2011).

personaliti dan juga akhlak, namun ianya tidak menyentuh hubungan di antara pencapaian usahawan berjaya.

Selain itu, kajian mengenai jihad perniagaan belum lagi dilakukan secara keseluruhan samada dari aspek teoritikal ataupun empirikal, hanya terdapat beberapa penulisan yang berbentuk teoritikal mengenai topik tersebut, antaranya membincangkan tentang pentingnya umat Islam berjihad di dalam medan perniagaan untuk keperluan diri, bangsa dan agama. Jihad di dalam bidang ini juga adalah untuk membetulkan kesalahfahaman masyarakat tentang mereka yang melibatkan diri di dalam medan perniagaan.²³ Selain itu, terdapat juga penulisan yang cuba menyentuh tentang jihad perniagaan yang mana seorang usahawan mestilah menganggap bidang keusahawanan adalah wadah untuk melaksanakan jihad ekonomi. Saranan untuk berjihad ekonomi antaranya usahawan mestilah menunaikan kewajipan agama agar bisnes yang dijalankan tidak bercanggah dengan syariat Islam.²⁴

Manakala perbincangan mengenai kemandirian perniagaan merupakan isu yang perlu diketengahkan dalam konteks membincangkan tentang faktor kejayaan usahawan. Ini kerana kelemahan dari aspek ini menyebabkan perniagaan tidak dapat membangun dan kemungkinan besar, perniagaan yang dijalankan akan mengalami kerugian dan kegagalan. Kajian kemandirian belum lagi difokuskan secara mendalam di Malaysia. Kebanyakan kajian lepas membincangkan tentang kelemahan dan ketidakupayaan seorang usahawan menghadapi saat-saat kritikal di dalam perniagaan disebabkan oleh kelemahan beberapa faktor antaranya kelemahan dari aspek kewangan, pengurusan sumber manusia, produk

²³Muhammad Ali Hashim, 2002 “Bisnes Jihad”, 35

²⁴Siti Arni Basir, Bharudin Che Pa dan Raja Hisyamudin Raja Sulong, “Prinsip-Prinsip Kualiti Ke Arah Melahirkan Usahawan Muslim Yang Berjaya,” *Jurnal Syariah* 17 no. 2 (2009), 327.

atau perkhidmatan, pemasaran serta ketidakupayaan untuk menguruskan perubahan yang berlaku dalam perniagaan dengan pantas.²⁵

Justeru, kajian ini memberikan bukti empirikal berkenaan tentang faktor-faktor kejayaan usahawan Muslim di Malaysia yang melibatkan faktor personaliti usahawan, akhlak usahawan, jihad perniagaan dan kemandirian perniagaan. Selain itu, kajian ini merupakan kajian pertama yang menggunakan kaedah campuran yang menggabungkan di antara kajian kuantitatif dan kualitatif mengenai faktor-faktor kejayaan yang terdiri daripada personaliti usahawan, akhlak usahawan, jihad perniagaan, kemandirian perniagaan dan pencapaian usahawan Muslim di Malaysia. Pengutipan data soal selidik dan temu bual akan memperolehi maklumat yang lebih boleh percaya daripada data yang dikutip daripada satu sumber sahaja. Penggunaan dua sumber ini akan mengukur hubungan di antara faktor kejayaan usahawan dan pencapaian usahawan Muslim di Malaysia. Seterusnya, instrumen kajian ini dijangka akan memberi sumbangan kepada penyelidikan akan datang.

1.5.3 Sumbangan Praktikal

Tujuan kajian ini dilakukan adalah untuk mengenal pasti faktor-faktor kejayaan dan pencapaian usahawan Muslim di Malaysia. Hasil kajian ini akan dapat dimanfaatkan dan memberi maklumat yang lebih lanjut kepada pihak-pihak tertentu. Hasil kajian ini dapat memberi pengetahuan dan ilmu kepada masyarakat Muslim yang berminat untuk menceburkan diri di dalam bidang keusahawanan. Ini adalah kerana faktor-faktor kejayaan usahawan yang dikaji menggabungkan di antara faktor kejayaan daripada perspektif Islam dan juga barat yang terdiri dari faktor personaliti usahawan, akhlak usahawan, jihad

²⁵Wan Liz Ozman Wan Omar dan Sulzari Mohamed, *Memperkasakan Usahawan: Panduan Lengkap Pengurusan Perniagaan Dan Penjanaan Usahawan* (Kuala Lumpur: Utusan Publication & Distributors Sdn Bhd, 2002), 269.

perniagaan dan kemandirian di dalam perniagaan. Justeru, faktor ini dapat dijadikan panduan kepada golongan Muslim yang berminat untuk menjadi usahawan.

Selain itu, kajian ini juga boleh membantu golongan pensyarah untuk merancang dan membentuk satu garis panduan dalam proses pengajaran dan pembelajaran bagi mendorong pelajar-pelajar untuk lebih berminat ke arah bidang keusahawanan. Selain itu, hasil kajian ini juga membolehkan pensyarah merangka satu projek yang berorientasikan keusahawanan kepada pelajar untuk merangsang minat pelajar dalam bidang keusahawanan. Kajian ini juga akan membantu pihak universiti untuk memantapkan pendidikan keusahawanan dengan menerapkan nilai-nilai keIslamam di dalam kurikulum atau mata pelajaran yang berkait dengan keusahawanan.

Akhirnya, hasil kajian ini boleh digunakan sebagai panduan kepada pengkaji-pengkaji lain yang berminat dalam bidang keusahawanan untuk meneruskan kajian di dalam bidang yang sama dengan skop yang berbeza.

1.6 Skop Kajian

Kajian ini meneliti faktor-faktor kejayaan usahawan Muslim yang terdiri dari faktor personaliti, akhlak usahawan Muslim, jihad perniagaan dan kemandirian perniagaan. Kajian ini akan dilakukan terhadap usahawan Muslim yang memenuhi ciri-ciri usahawan berjaya sebagaimana yang telah digariskan di dalam kajian ini. Ciri tersebut antaranya perniagaan yang diuruskan melebihi lima tahun,²⁶ memiliki pencapaian dari aspek kuantitatif,

²⁶Brockhaus, R.H, "Risk Taking Propensity of Entrepreneurs," *Academy of Management Journal* 23, no 3 (1980), 509.

contohnya pertambahan tenaga kerja, pertambahan modal berbayar, memiliki aset tetap dan memiliki aset bersih hasil daripada perniagaan yang diceburi.²⁷

1.7 Definisi Pemboleh Ubah

Bahagian ini mengandungi definisi konsep dan operasi bagi pemboleh ubah utama seperti berikut.

1.7.1 Usahawan Muslim

Usahawan Muslim adalah seorang individu Muslim yang mengusahakan sesuatu perniagaan yang halal dan mengikut syariah dengan tujuan untuk membangunkan ekonomi diri sendiri, keluarga dan juga umat Islam.²⁸ Di antara syarat untuk memastikan perniagaan yang dijalankan mengikut kehendak syariah antaranya menjual produk atau perkhidmatan yang baik dan berkualiti, mengamalkan sifat-sifat yang baik, mengatur strategi perniagaan yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah serta mengetahui dan mempraktikan hukum hakam perniagaan sebagaimana yang disarankan di dalam Islam.²⁹ Manakala menurut Adnan Alias (2002), usahawan Muslim adalah individu yang berusaha mencari rezeki yang halal, mengendalikan kerja berteraskan kepada akidah Islamiah, tidak lalai dengan aktiviti perniagaan yang dilakukan sehingga melupakan Allah SWT, bersifat sabar dan berlapang dada, mencipta sesuatu dengan kualiti yang baik, sentiasa mendahuluikan hak Allah dalam segala rancangan dan tindakan, aktif, produktif, realistik dan berprinsipkan *Rabbani* dalam segala gerak kerja yang dilakukan.³⁰

²⁷Mohd Rosli Mohamad dan Mohamed Aslam Gulam Hassan, *Pembangunan Ekonomi Malaysia Era Globalisasi* (Kuala Lumpur: Penerbit Universiti Malaya, 2003), 20.

²⁸*Ibid.*, 18

²⁹*Ibid.*, 19

³⁰Adnan Alias dan Mohamed Dahlan Ibrahim, *Keusahawanan Islam* (Selangor: Prentice Hall, 2002), 4

1.7.2 Faktor-Faktor Kejayaan Usahawan Muslim

Definisi ‘faktor’ menurut kamus Dewan Bahasa dan Pustaka ialah unsur atau sebab yang menyumbang kepada sesuatu hasil.³¹ Manakala maksud kejayaan pula ialah kemenangan ataupun hasil.³² Usahawan memberi maksud orang yang mengusahakan sesuatu perusahaan.³³ Oleh itu, faktor-faktor kejayaan usahawan ialah unsur atau sebab yang menyumbang kepada hasil yang dilakukan oleh seorang yang mengusahakan sesuatu perniagaan. Faktor-faktor kejayaan usahawan Muslim yang dilihat di dalam kajian ini merangkumi faktor personaliti usahawan, akhlak usahawan, jihad perniagaan dan kemandirian perniagaan. Definisi faktor-faktor kejayaan usahawan Muslim adalah sebagaimana berikut:

Personaliti Usahawan Muslim. Personaliti usahawan Muslim merujuk kepada personaliti yang dimiliki oleh seorang usahawan Muslim yang mempengaruhi gaya mereka bertindak dan berinteraksi dengan sesuatu keadaan yang tidak pasti berdasarkan kepada nilai dan jiwa keislaman³⁴. Ianya melibatkan kecenderungan, keinginan, naluri dan persediaan dari segi jasmani, akal dan jiwa bagi menentukan tingkah laku seseorang ketika berinteraksi dengan persekitaran.³⁵ Nilai dan roh Islam yang ada dalam diri seseorang usahawan Muslim akan menjadikan mereka seorang yang bertakwa, sentiasa teliti dan berdisiplin di dalam pekerjaan yang dilakukan dan mempunyai daya kepimpinan yang tinggi untuk memimpin perniagaan yang dijalankan.³⁶

³¹Kamus Dewan Edisi Ketiga, (Kuala Lumpur: Dewan Bahasa dan Pustaka, 2000), 348.

³²Ibid., 524.

³³Ibid., 1531.

³⁴Ab Aziz Yusoff, *Pendidikan Keusahawanan dalam Konteks Pembangunan Negara* (Kuala Lumpur: Dewan Bahasa dan Pustaka, 2009), 25.

³⁵Miftah Mūhāmmad ‘Ābdūl ‘Āzīz, *Āl-Qūr’ān wā ‘Ilmū Nāfs* (Bāgāzī: Jāmī’ah Qāzyūns, 1997), 61.

³⁶Mohd Fadilah Kamsah dan Muhammad Zakaria, *Langkah Bijak Usahawan Terbilang* (Kuala Lumpur: Telaga Biru Sdn Bhd, 2008), 32.

Akhhlak Usahawan Muslim.

Perkataan "Akhhlak" dari sudut epistemologi berasal dari kalimah arab "al-akhhlak dan mufradnya al-khuluk'. Akhhlak' merupakan kalimah jama' dari kata dasar bahasa Arab, al-khalq. Ahli-ahli bahasa seperti Ibnu Manzur³⁷ dan Ibrahim Mustafa³⁸ memberikan pengertian yang hampir sama iaitu akhhlak dengan maksud perangai dan tabiat yang baik, bermaruah dan juga berbudi pekerti³⁹ Akhhlak seorang usahawan Muslim adalah tanggungjawab yang mesti dipikul di dalam menjaga hubungan sesama manusia demi mendapat keredaan Allah SWT. Di antara hubungan yang perlu dijaga oleh seorang usahawan adalah berkelakuan baik terhadap pekerja dan juga pelanggannya.⁴⁰

Jihad Perniagaan.

Jihad perniagaan merupakan usaha yang bersungguh-sungguh yang dilakukan oleh usahawan untuk membangunkan diri sendiri, masyarakat dan juga agamanya demi mencapai keredaan Allah. Golongan yang melakukan pekerjaan mereka dengan bersungguh-sungguh maka dianggap sebagai mujahid.⁴¹ Jihad perniagaan amat dituntut di dalam Islam kerana tanpa semangat juang yang tinggi di kalangan para usahawan Muslim akan menjadikan umat Islam mundur dan terkebelakang dari segi ekonomi, sedangkan kekuatan sesuatu bangsa dan negara bergantung kepada kekuatan ekonominya. Jihad perniagaan termasuklah jihad nafsu, jihad ilmu, jihad harta dan jihad manusiawi.

Kemandirian Perniagaan.

Kemandirian perniagaan bermaksud ketahanan dan keupayaan seorang usahawan menghadapi saat-saat kritikal di dalam perniagaan yang diceburinya disebabkan oleh kelemahan beberapa faktor, antaranya kelemahan dari aspek

³⁷ Ibnū Mānzūr, *Līsān āl-‘Arab*, Vol.3 (Mīṣr: Mū’āsāsāh āl-Mīṣrīāh āl-‘Ammāh, 1956), 56.

³⁸ Ibrāhīm Müştāfā, *Mū’jām āl-Wāṣit* (Bīrūt: Māktābāh āl-Īslāmīāh, t.t), 73.

³⁹ ‘Abīd Tāufiq āl-Hāšimī, *Tūrūq Tādrīs ād-Dīn*, Cet.2 (Bīrūt: Muā’sāsāh āl-Rīsālāh, 1974), 224.

⁴⁰Mustafa Hj. Daud, *Etika Pengurusan* (Kuala Lumpur: Utusan Publication & Distributors 1996), 45.

⁴¹Ibid., 192.

kewangan, pengurusan sumber manusia, produk atau perkhidmatan, pemasaran serta ketidakupayaan untuk menguruskan perubahan dengan pantas.⁴² Kelemahan ini akan menjadikan sesuatu perniagaan tidak akan membangun dan kemungkinan besar akan mengalami kerugian dan juga kegagalan. Oleh itu, usahawan perlu mengetahui strategi untuk menghadapi tahap kemandirian di dalam perniagaan yang diceburi. Seorang usahawan yang berjaya perlu mengetahui dua strategi kemandirian di dalam perniagaannya, iaitu kemandirian memulakan perniagaan dan kemandirian mengembangkan perniagaan.

1.7.3 Pencapaian Usahawan Muslim Di Malaysia

Pencapaian seorang usahawan Muslim di Malaysia diukur dari aspek kejayaan mereka di dalam perniagaan yang dijalankan antaranya perniagaan yang dijalankan melebihi lima tahun,⁴³ memiliki pencapaian dari aspek kuantitatif, contohnya pertambahan tenaga kerja, memiliki aset tetap, memiliki aset bersih dan modal berbayar perniagaan bertambah.⁴⁴

1.8 Sorotan Kajian Terdahulu (*Literature Review*)

Penyelidikan, pengkajian dan penulisan mengenai faktor-faktor kejayaan usahawan dan pencapaian usahawan telah banyak dilakukan oleh sarjana barat mahupun Muslim. Antaranya kajian Fatimah (2013) terhadap 270 orang usahawan di bawah Amanah Ikhtiar Malaysia (AIM) mendapati faktor ketakwaan mempengaruhi pencapaian usahawan di bawah Amanah Ikhtiar Malaysia (AIM). Antara faktor ketakwaan menurut Fatimah adalah

⁴²Wan Liz Ozman Wan Omar dan Sulzari Mohamed, *Memperkasakan Usahawan: Panduan Lengkap Pengurusan Perniagaan Dan Penjanaan Usahawan* (Kuala Lumpur: Utusan Publication & Distributors Sdn Bhd, 1997), 269.

⁴³Brockhaus, “Risk Taking Propensity Of Entrepreneurs,” 509.

⁴⁴Mohd Rosli Mohamad dan Mohamed Aslam Gulam Hassan, *Pembangunan Ekonomi Malaysia Era Globalisasi*, 21

menepati janji, sentiasa memohon dan berdoa kepada Allah dan sentiasa bermuhasabah diri di dalam pekerjaan yang dilakukan.⁴⁵

Walau bagaimanapun, terdapat kajian yang mengatakan tidak terdapat hubungan yang signifikan di antara usahawan yang mempraktikan agama dengan pencapaian usahawan. Ini dibuktikan dengan kajian yang dilakukan oleh Rafiq (1992), yang menjelaskan bahawa usahawan yang mengamalkan ajaran Islam di dalam kehidupan mereka susah untuk mengembangkan perniagaan. Usahawan seperti ini tidak akan membuat pinjaman bank kerana tidak mahu bersubahat dengan dosa riba. Menurut beliau lagi, usahawan Muslim lebih rela meminjam duit daripada keluarga dan juga rakan-rakan untuk dijadikan modal perniagaan.⁴⁶

Selain itu, terdapat juga penyelidikan yang menghuraikan faktor ketelitian juga menyumbang kepada kejayaan usahawan di dalam perniagaan yang diceburi. Murphy (1989) menghuraikan usahawan yang berjaya adalah usahawan yang teliti di dalam perniagaan yang diuruskan. Mereka juga seorang yang bertanggungjawab terhadap tugas mereka dan sentiasa cermat di dalam apa juga tindakan.⁴⁷ Manakala bagi Luisser (2000), beliau menjelaskan ketelitian pada seorang usahawan adalah ketelitian di dalam merancang perniagaan yang akan dilakukan, menyusun jadual harian serta berhati-hati dan cermat dalam melakukan sesuatu keputusan.⁴⁸ Seterusnya, Azmi (2012) pula menghuraikan seorang usahawan akan berjaya dalam perniagaan yang diceburi sekiranya mereka mempunyai pengalaman sama ada dalam pengurusan perniagaan mahupun pengalaman

⁴⁵A.H Fatimah Salwa, A. Mohamad-Azahari and B. Joni Tamkin, “An Empirical Evidence from Malaysia: What Makes The Muslim Entrepreneur Succed?” *International Journal of Economics and Finance* 5. No.7 (2012): 94-103

⁴⁶Rafiq M., “Ethnicity and Enterprise: A Comparison of Muslim and Non Muslim Owned Asian Business in Britain,” *New Community* 19, No 1 (1992), 43.

⁴⁷Murphy, K.R., “Is The Relationship Between Cognitive Ability and Job Performance Stable Over Time?” *Human Performance* 2 (1989): 183-2000

⁴⁸Robert N. Luissier dan Sanja Pfeifer, “A Comparison of Business Success Versus Failure Variables between U.S and Central Eastern Europe Croatian Entrepreneurs,” *Entrepreneurship Theory and Practice*, Summer (2000), 59.

dalam produk dan perkhidmatan. Pengalaman yang ada pada seorang usahawan menjadikan mereka lebih teliti di dalam membuat perancangan perniagaan.⁴⁹

Seterusnya, terdapat juga beberapa penulisan yang menekankan faktor disiplin merupakan faktor utama untuk berjaya di dalam bidang yang diceburi. Antaranya, Danial Zainal Abidin (2009) menerangkan disiplin kerja yang perlu diikuti oleh usahawan adalah berkait rapat dengan cara pengurusan masa dan juga kewangan. Menurut beliau, cara pengurusan masa yang efektif pada seorang usahawan adalah dengan membuat perancangan dengan teliti, menentukan matlamat kerja yang hendak dilakukan, menentukan keutamaan kerja dan tidak menangguhkan kerja sesuka hati.⁵⁰ Manakala Ahmad Sarji (1992) menghuraikan cara pengurusan kewangan yang betul bagi seorang usahawan adalah dengan menyiapkan kerja di dalam tempoh yang ditetapkan. Ini adalah kerana kegagalan usahawan menyiapkan kerja di dalam masa yang ditetapkan akan menjadikan mereka rugi. Selain itu, seorang usahawan juga perlu berhemah di dalam berbelanja dan tidak menggunakan duit syarikat untuk keperluan peribadi.⁵¹

Sebagai seorang usahawan Muslim, akhlak yang baik perlu diutamakan di dalam urusan seharian samada ketika berurus dengan pekerja maupun pelanggan. Hasil penulisan Maryam Pawan Ahmad (1991) menjelaskan di antara ciri-ciri akhlak majikan terhadap pekerja adalah memberi gaji yang berpatutan terhadap pekerja, tidak membebankan pekerja dengan kerja yang tidak mampu dilakukan, membayar kerja lebih masa dan bonus kepada pekerja serta menyediakan tempat kerja yang selesa kepada pekerja. Ciri-ciri akhlak tersebut merupakan faktor penting untuk menjaga kebajikan

⁴⁹Azmi Abdul Manaf, Nik Hairi Omar & Lee Kuan Yee, Faktor Kritikal Kejayaan Usahawan dalam Perniagaan. *Journal of Social Sciences and Humanities*. Vol 7 Number 1, April (2012), 034-045.

⁵⁰Danial Zainal Abidin. *Tip-Tip Cemerlang daripada Al-Quran*, Selangor: PTS Publication & Distributors Sdn Bhd, 2009.

⁵¹Ahmad Sarji Bin Abdul Hamid, Penerapan Nilai dan Budaya Kerja Cemerlang Dalam Pentadbiran Awam Malaysia,” dalam *Koleksi Ucapan-Ucapan dalam Tahun 1992*, Kuala Lumpur: Institut Tadbiran Awam Negara, 1992.

pekerja.⁵² Manakala hasil kajian yang dilakukan oleh Gunasegaran (1998) terhadap pekerja am mendapati, majoriti (95%) pekerja am di Sekolah Menengah Wilayah Persekutuan tidak berpuas hati dengan gaji yang diterima. Ini kerana gaji yang diterima sangat rendah dan tidak cukup untuk menyara kehidupan di Bandar Kuala Lumpur.⁵³

Selain daripada akhlak terhadap pekerja, akhlak terhadap pelanggan juga merupakan salah satu faktor untuk berjaya di dalam perniagaan. Rachman (2011) menghuraikan di antara ciri-ciri akhlak usahawan terhadap pelanggan ialah sentiasa senyum, bersopan santun, berkelakuan baik dengan pelanggan.⁵⁴ Seterusnya kajian Wan Sabri (2001) menjelaskan terdapat tiga ciri akhlak usahawan Muslim terhadap pelanggan iaitu tidak boleh menjual produk haram yang boleh membawa keburukan kepada pelanggan, tidak boleh membuat jual beli produk yang mencurigakan dan meragukan serta tidak boleh menerima dan memberi rasuah kepada pelanggan. Menurut kajian beliau, walaupun Islam melarang keras perbuatan tersebut, namun masih ada peniaga yang melakukannya semata-mata untuk mengaut keuntungan dengan cepat.⁵⁵

Seterusnya, terdapat juga penulisan yang telah menggerakkan idea untuk menjadikan bidang keusahawanan sebagai satu medan jihad yang dikenali sebagai jihad perniagaan. Antaranya Muhamad Ali Hashim (2009) menghuraikan tentang istilah jihad perniagaan iaitu usaha yang bersungguh-sungguh yang perlu dilakukan oleh usahawan dalam perniagaan yang diceburi demi mencapai kejayaan hidup di dunia dan

⁵²Maryam Pawan Ahmad “Hubungan antara Majikan dengan Pekerja” dalam *Pengurusan Perniagaan Islam*, Shah Alam, Percetakan Hizbi Sdn Bhd, 1991

⁵³Gunasegaran A/L Karuppantan, “Kepuasan Bekerja oleh Pekerja Am Rendah di Sekolah Menengah Wilayah Persekutuan” (tesis Master Pengurusan, Kuala Lumpur: University Malaya, 1998).

⁵⁴Abdul Rachman, “Strategi Keusahawanan Islam: Kajian terhadap Peniaga Kecil Di Kechamatan Neglasari, Kota Tenggarang, Indonesia” (tesis Master Jabatan Syariah Pengurusan, Akademi Pengajian Islam, Universiti Malaya, Kuala Lumpur. 2011).

⁵⁵Wan Sabri Wan Hussin, “Nilai dan Etika Islam dalam Perniagaan: Amalan dan Tanggapan Masyarakat Malaysia” (tesis PhD, Kuala Lumpur: Institut Pengajian Siswazah, Universiti Malaya, 2001).

akhirat.⁵⁶ Manakala penulisan Saat Sulaiman (2010) menjelaskan seorang usahawan Muslim perlu berjihad melawan hawa nafsu dengan menjauhkan diri daripada dosa dan maksiat. Ini kerana dosa dan maksiat akan membuatkan hati menjadi gelap dan tidak tenteram yang akhirnya akan membawa kemudarat kepada diri sendiri, keluarga, agama, masyarakat dan negara.⁵⁷

Selain daripada jihad melawan hawa nafsu, usahawan juga perlu berjihad mencari dan berkongsi ilmu. Zaidatol Akmaliah (2004) menjelaskan usahawan yang berjaya adalah usahawan yang mempunyai ilmu di dalam perniagaan yang dijalankan. Ilmu tersebut mestilah ilmu yang berkait tentang produk atau perkhidmatan ataupun ilmu yang berkait dengan pengurusan perniagaan antaranya ilmu tentang pengurusan kewangan, jaringan pemasaran, jualan dan juga pengurusan sumber manusia. Ilmu yang ada pada seorang usahawan mestilah dikongsi samada dengan pekerjanya ataupun orang lain. Ini kerana tanpa ilmu, seorang usahawan akan menghadapi pelbagai masalah dalam perniagaan yang dijalankan.⁵⁸

Selain itu, terdapat juga penulisan tentang jihad harta sebagai salah satu faktor untuk berjaya di dalam perniagaan. Antaranya Hailani Muji Tahir (1982) menjelaskan seorang usahawan perlu bersungguh-sungguh mencari harta demi untuk memenuhi keperluan diri sendiri, keluarga, agama dan juga golongan yang kurang berkemampuan. Menurut beliau, dengan harta juga, individu Muslim dapat menuaikan kewajipan membayar zakat, membantu meringankan bebanan orang lain menyempurnakan keperluan golongan yang kurang berupaya serta golongan yang memerlukan bantuan. Hal demikian

⁵⁶Muhamad Ali Hashim, *Jihad Bisnes: Satu Pendekatan Strategik Ke Arah Pemerksaan Ekonomi Ummah*” (Kertas Kerja Kongres Ekonomi Islam ke 3. Kuala Lumpur: Dewan Perniagaan Islam Malaysia 2009)

⁵⁷Saat Sulaiman, *Usahawan Kaya Wang, Kaya Iman*, Selangor: PTS Milineum, 2010.

⁵⁸Zaidatol Akmaliah Lope Pihie dan Habibah Elias, “Keupayaan Usahawan Bumiputera Melaksanakan Kemahiran Keusahawanan: Satu kajian Kes” *Pertanika Jurnal Sosiologi Science dan Humanity* 12, no 1 (2004) 61-70

hanya dapat dilaksanakan sekiranya seorang usahawan itu mempunyai keuntungan hasil daripada perniagaan yang dijalankan.⁵⁹

Seterusnya, terdapat juga penulisan mengenai jihad manusiawi sebagai ciri usahawan Muslim. Antaranya, Yusof al Qaradhawi (1998) menjelaskan jihad manusiawi dalam konteks usahawan Muslim merujuk kepada menjaga hubungan dengan Allah SWT dan sesama manusia. Menurut beliau, menjadi kewajipan kepada seorang Muslim bertakwa kepada Allah SWT dan dalam masa yang sama membantu masyarakat dengan menyediakan peluang pekerjaan, memberi sumbangan dari aspek masa, tenaga dan juga kewangan. Selain itu, usahawan Muslim perlu menjalinkan hubungan yang baik sama ada dengan rakan perniagaan ataupun masyarakat.⁶⁰

Selain itu, faktor kemandirian perniagaan juga merupakan salah satu faktor kejayaan yang dibincangkan oleh pengkaji. Antaranya, Wan Liz Ozman (1997) menjelaskan tentang konsep kemandirian perniagaan yang merupakan ketahanan dan keupayaan seorang usahawan menghadapi saat-saat kritikal di dalam perniagaannya disebabkan oleh kelemahan beberapa faktor antaranya kelemahan dari aspek kewangan, pengurusan sumber manusia, produk atau perkhidmatan, pemasaran serta ketidakupayaan menguruskan perubahan dengan pantas.⁶¹ Manakala Hung (2006) pula menjelaskan seorang usahawan berjaya akan melalui dua kali saat kritikal di dalam perniagaannya iaitu ketika memulakan perniagaan (*business start up*) dan juga ketika mengembangkan perniagaan (*venture growth*).⁶²

⁵⁹Hailani Muji Tahir, *Baitul Mal: Institusi Kewangan Islam*, Kajang: Sincer Press, 1982.

⁶⁰Yusoff al-Qaradhawi, *Peranan Nilai dan Akhlak dalam Ekonomi Islam*, terj. Mufti Labib dan Arsil Ibrahim, Kuala Lumpur: Blue T Sdn Bhd, 1998.

⁶¹Wan Liz Ozman Wan Omar dan Sulzari Mohamed, *Memperkasakan Usahawan: Panduan Lengkap Pengurusan Perniagaan dan Penjanaan Usahawan*. Kuala Lumpur, Utusan Publication & Distributors Sdn Bhd, 2002

⁶²Humphry Hung, Formation and Survival of New Ventures, “*International Small Business Journal*” 24, (2002): 359-374

Kajian yang dilakukan oleh Storey (1996) mengenai strategi kemandirian memulakan perniagaan antaranya ialah tidak menaikkan gaji pekerja, tidak memberikan bonus kepada pekerja, berbincang dengan pihak yang memberi kredit, memberi penghargaan kepada pekerja yang rajin walaupun pekerja tersebut mengetahui syarikat sedang menghadapi saat kritikal dan akhirnya, usahawan itu sendiri perlu bersungguh-sungguh di dalam melakukan kerja memandangkan syarikat tidak mempunyai tenaga kerja yang ramai di waktu ini.⁶³ Manakala Drucker (1963) menjelaskan ketika berada dalam kemandirian memulakan perniagaan, seorang usahawan perlu membuat perubahan dan pembaharuan produk atau perkhidmatan untuk menaikkan semula jualan syarikat. Beliau menyatakan perubahan semula kepada produk bakal menarik semula hati pelanggan.⁶⁴

Seterusnya, Frederick (2010) menghuraikan bahawa di antara strategi utama untuk mengembangkan perniagaan adalah produk atau perkhidmatan yang ditawarkan mendapat tempat di hati pelanggan, perniagaan yang dijalankan mempunyai sumber kewangan yang kukuh dan usahawan mempunyai kemampuan dari aspek tenaga mahir.⁶⁵ Manakala Ab Aziz (2004) menjelaskan bahawa usahawan yang ingin mengembangkan perniagaan perlu mengetahui kemampuannya dari aspek tenaga kerja yang sedia ada sama ada dari aspek pengalaman kerja maupun kepakaran.⁶⁶

Kebanyakan tulisan tersebut mengupas mengenai konsep faktor-faktor kejayaan dan pencapaian usahawan secara teori dan hanya segelintir pengkaji yang membuat penyelidikan tentang faktor tersebut. Walau bagaimanapun, belum terdapat kajian yang menggabungkan faktor personaliti usahawan, akhlak usahawan, jihad perniagaan dan

⁶³D. J Storey and P. Wynarczyk, “*The Survival and Non Survival of Micro Firms in The UK*,” Review of Industrial Organizational 11 (1996): 211-229.

⁶⁴Drucker P.F., *What is a Business? Marketing and Advertising*, New York: Mc Graw Hill, 1963.

⁶⁵Howard H, Frederick dan Donald F Kuratko, *Entrepreneurship: Theory, Process and Practice*. 2nd Asia-Pasific Editor, Australia, Cengage Learning, 2010.

⁶⁶Ab Aziz Yusof, *Pendidikan Keusahawanan Dalam Konteks Pembangunan Negara* (Kuala Lumpur, Dewan Bahasa Dan Pustaka, 2009).

kemandirian perniagaan dalam satu kajian. Selain itu, kajian lapangan mengenai hubungan dan tema faktor-faktor kejayaan usahawan Muslim dan pencapaian usahawan Muslim juga berkurangan. Oleh itu, kajian terhadap faktor-faktor kejayaan usahawan dan pencapaian usahawan Muslim di Malaysia boleh dianggap baru dan dijangka dapat memberikan dapatan tentang isu-isu yang disebut dalam objektif kajian ini.

1.9 Susunan Tesis

Tesis ini mengandungi lima bab iaitu bab pengenalan, bab sorotan kajian, bab metodologi, bab analisis dan penemuan kajian dan akhir sekali, bab perbincangan dan kesimpulan. Bab satu merupakan bab pendahuluan yang memuatkan pengenalan, latar belakang kajian, permasalahan kajian, persoalan kajian, objektif kajian, kepentingan kajian, skop kajian, definisi pemboleh ubah, tinjauan kepustakaan dan susunan tesis.

Bab kedua iaitu bab sorotan kajian yang mengemukakan landasan teori kajian, konsep faktor-faktor kejayaan usahawan dan pencapaian usahawan, kajian lepas mengenai faktor-faktor kejayaan usahawan yang terdiri dari faktor personaliti usahawan, akhlak usahawan, jihad perniagaan, kemandirian perniagaan dan pencapaian usahawan Muslim di Malaysia. Berdasarkan sorotan kajian yang dilakukan, kerangka teori dan hipotesis kajian telah dibina di dalam bab ini.

Bab tiga akan membahaskan mengenai metodologi kajian yang digunakan dalam kajian ini. Bab ini mengandungi kaedah kajian, populasi dan sampel, data dan sumber data, teknik pengumpulan data dan kaedah analisis data.

Bab empat adalah bab penemuan kajian yang mengandungi analisis dan dapatan kajian soal selidik dan temubual yang telah dikutip dari responden, profil responden, hasil

analisis data kuantitatif dan kualitatif. Bab ini juga mengandungi penerimaan dan penolakan hipotesis, pembinaan tema dan model baru berdasarkan daripada hasil kajian yang dilakukan.

Manakala bab yang terakhir iaitu bab kelima terdiri dari kesimpulan dan saranan. Bab ini akan merumuskan segala penemuan kajian iaitu pemadanan di antara sorotan kajian dengan pengujian hipotesis dan pemadanan sorotan kajian dengan penemuan tema. Implikasi kajian sama ada dari segi teori, praktikal dan metodologi juga turut diutarakan berdasarkan penemuan kajian.

1.10 Kesimpulan

Sebagai kesimpulannya, bab ini secara umumnya telah membincangkan beberapa perkara berkaitan isu dan permasalahan kajian yang mendorong kewujudan kajian ini. Segala perbincangan yang dibuat dalam bab ini, termasuklah tentang pengenalan, latar belakang kajian, permasalahan kajian, persoalan kajian, objektif kajian, kepentingan kajian, skop kajian, definisi pemboleh ubah kajian, tinjauan kepustakaan dan susunan tesis yang dikemukakan akan menjadi dasar atau teras kepada perbincangan bab-bab selanjutnya.

BAB 2

FAKTOR KEJAYAAN DAN PENCAPAIAN USAHAWAN MUSLIM DI MALAYSIA

Bab ini mengandungi teori maqasid al-syariah yang mendasari kajian faktor-faktor kejayaan usahawan. Manakala teori motivasi pencapaian yang dibina oleh Mc Celland mendasari kajian pencapaian usahawan Muslim di Malaysia. Di samping itu, bab ini juga mengandungi konsep faktor-faktor kejayaan usahawan Muslim yang merangkumi faktor personaliti usahawan, akhlak usahawan, jihad perniagaan dan kemandirian perniagaan sebagai pemboleh ubah tidak bersandar dan pencapaian usahawan Muslim di Malaysia sebagai pemboleh ubah bersandar. Selain itu, bab ini juga meninjau kajian lepas dari aspek perbezaan demografi usahawan dengan faktor-faktor kejayaan dan pencapaian usahawan serta hubungan faktor-faktor kejayaan usahawan dengan pencapaian usahawan. Seterusnya, kerangka teori dan hipotesis dibina berdasarkan kepada persoalan dan objektif kajian.

2.1 Teori Yang Mendasari Kajian Ini

Terdapat dua teori utama yang mendasari kajian ini, iaitu teori maqasid al- syariah dan teori motivasi pencapaian yang dibina oleh Mc Celland.

2.1.1 Teori Maqasid Al-Syariah

Maqasid dalam bahasa Arab adalah perkataan jama' bagi perkataan *māqsād*. Asal perkataan *māqsād* adalah *qāṣd*. Perkataan ini membawa pelbagai makna antaranya menuju, arah, berjalan lurus atau memecahkan. Perkataan *āl qāṣd* pula bererti tongkat

yang boleh membantu manusia berjalan.¹ Karya klasik ulama tidak mendefinisikan maqasid al-syariah secara khusus, walaupun prinsip ini telah lama diperkatakan. Walau bagaimanapun, definisi maqasid al-syariah boleh dilihat apabila ulama membincangkan dari sudut hasil dan tujuannya. Maqasid merupakan matlamat yang ingin dicapai dalam melakukan sesuatu dan dalam konteks maqasid al-syariah, ianya bermaksud objektif yang diletakkan oleh syarak dalam mensyariatkan sesuatu hukum.²

Umumnya, beberapa orang ulama telah memberikan pendapat mereka dalam karya masing-masing berkait dengan maqasid al-syariah. Pandangan pertama ialah pandangan yang dikemukakan oleh Imam al-Ghazali (1993) mendefinisikan maqasid al-syariah ialah sebagai matlamat syarak terhadap manusia iaitu penjagaan kepada lima perkara utama iaitu menjaga agama, jiwa, akal, keturunan dan harta.³ Al ‘Āmīdī (1980) berpendapat, maqasid al-syariah adalah matlamat dari pensyariatan hukum sama ada untuk mencapai kemaslahatan atau menolak kemudaratan atau kedua-duanya sekali.⁴ Al Šātibī (1997) pula menyatakan tujuan maqasid al-syariah, adalah pentaklifan syarak yang bertujuan memelihara matlamatnya terhadap manusia.⁵

Kefahaman yang sama dikemukakan oleh Ībn Qāyyīm (1996) yang menegaskan bahawa apa jua yang disyariatkan oleh Allah SWT adalah berdasarkan kepada hikmah-hikmah dan maslahah-maslahah untuk manusia sama ada di dunia ataupun akhirat. Justeru itu, apa juga perubahan hukum yang berlaku berdasarkan perubahan zaman dan tempat adalah untuk memelihara tujuan syariat Islam itu sendiri demi mencapai

¹ Āl-Fārūz ‘Ābādī, *āl-Qāmūs āl Mūhīt* (Bīrūt: Dār āl-Kūtūb āl ‘Ilmīāh, 1997), 244.

² Āhmād ār-Rāysūnī, *Nazāriyyāt āl Māqāsid ‘ind āl-Īmām āl-Šātibī* (Bīrūt: āl Mā’hād āl-‘Ālāmī lī āl-Fīkr al-Īslāmī, 1995), 13.

³ Abū Hāmīd Mūhāmmād ‘Ībn Mūhāmmād ‘Ībn Mūhāmmād āl-Ǧāzālī, *āl-Mūṣṭafā Mīn ‘Ilm āl-Ūsūl* (Bīrūt: Dār āl-Īhyā’ āl-Tūrāt āl-‘Ārābī, 1993), 287.

⁴ Ṣāf āl-Dīn Ābū āl-Hāsān ‘Ālī ‘Ābī ‘Ālī ‘Ībn Mūhāmmād āl-‘Āmīdī, *āl-Īhkām fī ‘Ūsūl āl-Āhkām*, (Lūbnān: Dār āl-Kūtūb āl-‘Ilmīāh, 1980), 296.

⁵ Abū Iṣhāq Ibrāhīm Ībn Mūsā Ībn Mūhāmmād āl-Lākmī āl-Šātibī, *āl-Mūwāfāqāt fī ‘Ūsūl āl-Šārī’āh*, j.2, c.3 ed. āl-Šīḥ ‘ābd Āllah Dārrāz (Bīrūt: Dār āl-Mā’rifāh, 1997), 325.

kemaslahatan terhadap manusia.⁶ Manakala ‘Ībn‘Āshūr (1995) telah membahagikan maksud maqasid al-syariah kepada dua bahagian iaitu maksud umum dan maksud khusus. Maksud umum syariat Islam ialah makna dan hikmah yang diambil kira oleh Allah SWT pada setiap perkara yang disyariatkan olehNya meliputi sifat-sifat syariat Islam. Manakala maksud khusus adalah cara-cara yang dimaksudkan oleh syariat, sama ada untuk mencapai maksud yang berfaedah untuk manusia dan untuk memelihara kepentingan umum mereka.⁷

Secara jelasnya, maqasid al-syariah merupakan matlamat yang ingin dicapai untuk menjaga kemaslahatan manusia di dunia dan akhirat. Ianya berpusat kepada pencapaian kebaikan dan penolakan kepada sebarang kemudaratan sama ada di dunia dan akhirat.⁸ Cara untuk mencapai kemaslahatan tersebut ialah dengan mengambil kira kepentingan lima perkara asas iaitu agama, jiwa, akal, keturunan dan harta. Faktor kejayaan usahawan Muslim di Malaysia juga tidak terlepas daripada kaedah “memelihara kebaikan dan menolak kemudaratan” dengan kembali kepada konsep asas, iaitu penentuan sesuatu hukum adalah bergantung kepada jaminan kemaslahatan manusia di dunia mahupun di akhirat.

Maqasid al-syariah adalah tujuan yang diletakkan oleh Allah SWT dalam mensyariatkan hukum berdasarkan kepada prinsip memelihara maslahah dan menolak kemudaratan di dunia dan akhirat. Maqasid diaplikasikan dengan cara menentukan hukum yang boleh menjaga dan memelihara maslahah sebagaimana akidah dan ibadah diwujudkan untuk menjaga agama, manakala adat dan muamalat diwujudkan untuk kesempurnaan hidup manusia. Konsep ini berkait rapat dengan menjaga hubungan dengan Allah SWT (*hāblūmīnāllāh*) dan juga menjaga hubungan sesama manusia

⁶Šāms ‘al-Dīn Ābī ‘Abd Allāh Mūhāmmād ‘Ībn Bākr al-Zārī ‘Ībn Qāyīm al-Ğāuzīāh, *āl-‘Alām āl-Mūwāqī’īn Ār Rāb al-‘Alāmīn*, ed. Mūhāmmād ‘Abd al-Sālīm Ibrāhīm (Bīrūt: Dār al-Kutub al-‘Ilmīah, 1996), 37.

⁷Īsmāīl al-Ḩāsānī, *Nādārīyāt al-Māqāsīd* ‘Ind al-Imām Mūhāmmād al-Tāhir ‘Ībn ‘Āshūr (Virginia: International Institute of Thought, 1995), 114.

⁸Ābū Ḥāfiẓ Ibrāhīm ‘Ībn Mūsā ‘Ībn Mūhāmmād al-Lākmī al-Šāṭibī, *āl-Mūwāfāqāt fī Usūl al-Šāri‘ah*, 321.

(*hāblūmīnānnās*). Tujuan maqasid, adalah untuk menghalang apa sahaja yang boleh menghapus, merosak dan memudaratkan maslahah sebagaimana diwajibkan hukuman rejam sampai mati pada penzina yang sudah berkahwin bagi menjaga keturunan.

Syariat Islam juga menegaskan bahawa setiap hukumnya mempunyai maqasid dan maksud yang tertentu.⁹ Setiap sesuatu yang diperintahkan oleh Allah SWT mengandungi *māslāhāh* dan setiap apa yang ditegah oleh Allah SWT mengandungi *māfsādāh*.¹⁰ Ulama bersepakat bahawa hukum-hukum syarak mengandungi hikmah dan maqasidnya yang tersendiri berkisar tentang menjaga kemaslahatan manusia di dunia dan juga di akhirat.¹¹ Dalil-dalil al-Quran telah membuktikan setiap hukum yang disyariatkan mengandungi hikmahnya tersendiri sebagai contoh maqasid larangan memberi rasuah adalah untuk memelihara harta dan maqasid menuntut ilmu adalah untuk memelihara akal.

Sejarah membuktikan para sahabat mengaplikasikan konsep maqasid al-syariah dalam setiap ijтиhad yang dilakukan berbanding pada zaman Rasulullah SAW kerana banyak perkara baru yang tiada nas mula timbul hasil daripada peredaran zaman dan perkembangan semasa.¹² Kefahaman para sahabat terhadap al-Quran yang begitu tinggi menjadikan ijтиhad mereka bertepatan dengan kehendak syarak. Antara contoh yang jelas ialah ijтиhad mereka untuk mengumpulkan al-Quran di dalam satu *māshāf* yang lengkap.¹³

Justeru, dalam proses mengeluarkan hukum, seorang mujtahid bukan sahaja perlu memahami dalil dan nas yang berkaitan dengan masalah tersebut tetapi juga perlu menzahirkan *māqāṣīd* sesuatu hukum yang difatwakan dengan mengambil kira persoalan menjaga kemaslahatan ummah dan mengelakkan mereka daripada kemudaratian. Konsep

⁹‘Ismāīl āl-Ḥāsānī, *Nādārīyāt āl-Māqāṣīd ‘īnd āl-Īmām Mūhāmmād āl-Tāhir Ibn ‘Āshūr* (Virginia: International Institute of Thought, 1995), 118.

¹⁰Ābū Ḥishāq Ibrāhīm Ibn Mūsā Ibn Mūhāmmād āl-Lākmī āl-Šāṭībī, *āl-Mūwāfiqāt fī Uṣūl āl-Šāriāh*, 321.

¹¹Yūsūf āl-Qārādāwī, *Māqdāl lī Dīrāsāt āl-Šārītāh āl-Islāmiāh* (Bīrūt: Mūāsāsāh āl-Rīsālāh, 1993), 57.

¹²Yūsūf āl-Qārādāwī, *āl-Sūnnāh Māṣdārān lī āl-M’arīfāh wā āl-Hādārāh*. (Qāhīrāh: Dār āl-Šūrūq, 1997), 232.

¹³Nūr āl-Dīn Mūḥtār āl-Ḥādīmī, *āl-Ījtihād āl-Māqāṣīd* (Qātār: T.P, 1998), 96.

berniaga dalam menentukan halal dan haram sesuatu perniagaan juga menggariskan kaedah pemeliharaan *māṣlāḥāh* dan penolakkan *māfsādāh* sebagai prinsip asasnya.

Banyak terdapat dalil al-Quran dan hadis yang menunjukkan perintah Allah SWT kepada umat manusia agar melakukan jual beli dengan baik. Ini kerana kejayaan pada seorang usahawan Muslim bukan terletak kepada kejayaan dari aspek material semata-mata. Malah, yang lebih penting adalah perniagaan yang dijalankan mengikut syariat Islam. Ini kerana perniagaan yang baik dan berjaya akan dapat menambah cahaya keimanan dan mempertingkatkan nilai kerohanian seseorang Muslim, seterusnya menyumbang kepada termakbulnya doa dan keberkatan di dunia dan kebahagian hidup di akhirat kelak. Manakala perniagaan yang dijalankan tidak mengikut syariat akan menggelapkan hati, terhijab hidayah, hilangnya keberkatan hidup serta terhalangnya kemustajaban doa.

Jika dilihat tentang nilai dan akhlak dalam sistem urusniaga Islam, terdapat empat nilai yang utama yang mana nilai ini bertujuan untuk mencapai maqasid al-syariah. Nilai-nilai tersebut iaitu: *Rābbānīāh* (Ketuhanan), *āḥlāqīāh* (akhlak), *īnsānīāh* (kemanusiaan) dan *wāṣṭātīāh* (keseimbangan). Nilai-nilai ini merupakan ciri am sistem perniagaan Islam dan merupakan ciri utama untuk mencapai maqasid al-syariah. Ini kerana cara berniaga dalam Islam berbeza dengan cara berniaga yang bukan Islam. Perniagaan dalam Islam ialah perniagaan yang bersifat Rabbani, bersifat manusawi serta perniagaan yang berakhlak dan seimbang.¹⁴ Oleh itu, kaedah asas dalam penentuan maqasid al-syariah di dalam faktor kejayaan usahawan Muslim yang tidak hanya mengejar kejayaan peribadi yang bersifat keduniaan dan sementara. Kaedah asas dalam penentuan maqasid al-syariah yang akan dibincangkan di bawah ini adalah berdasarkan kepada beberapa prinsip penentuan perkara yang boleh dilakukan atau tidak boleh dilakukan di dalam sesuatu

¹⁴ Yūsūf āl-Qārāḍāwī, *Peranan Nilai dan Akhlak dalam Ekonomi Islam*, terj. Mufti Labib dan Arsil Ibrahim (Kuala Lumpur: Blue T. Sdn Bhd, 1998), 3.

perniagaan yang merangkumi keseluruhan aspek sama ada aspek fizikal maupun aspek spiritual. Ukuran faktor kejayaan usahawan Muslim seperti yang digariskan dalam maqasid al-syariah adalah melihat kepada matlamat seseorang usahawan yang mesti memenuhi lima keperluan yang digariskan iaitu memelihara dan menjaga kesucian agama (*āddīn*), menjamin keselamatan nyawa (*ānnāfs*), menjamin kemuliaan akal fikiran (*āl-‘āql*), menjamin kehormatan dan maruah (*ānnāsāb*) dan menjaminkekayaan harta (*āl-māl*).

Prinsip pertama dalam maqasid al-syariah iaitu memelihara kesucian agama (*āddīn*). Seorang usahawan Muslim mestilah berpegang teguh kepada ajaran Islam dan tidak akan melakukan sesuatu yang bertentangan dengannya. Maka, setiap tindakan atau usaha yang dilakukan termasuk dalam mencari rezeki dan memperbaiki taraf hidup hendaklah mengikut lunas-lunas ajaran Islam. Prinsip kedua iaitu menjaga keselamatan nyawa (*ānnāfs*). Seorang usahawan Muslim mestilah berusaha keras bagi memastikan mereka berupaya menjaga keselamatan diri dan keluarga. Maka, sebarang tingkah laku mereka akan berteraskan kepada menjaga keharmonian dan tidak akan melakukan sesuatu tindakan yang boleh mendatangkan bahaya kepada diri sendiri dan juga orang lain.¹⁵

Prinsip ketiga iaitu memenuhi keperluan menjaga kewarasan akal dan fikiran (*āl-‘āql*). Seorang usahawan Muslim mestilah menggunakan kelebihan akal yang ada untuk menimba pelbagai ilmu pengetahuan, kemahiran untuk berjaya di dalam perniagaan yang diceburi. Prinsip keempat iaitu menjaga kehormatan diri dan maruah (*ānnāsāb*). Ini bermakna seorang usahawan Muslim perlu menjaga batas-batas kehormatan diri, maruah dan nama baik keturunan. Hal ini secara tidak langsung akan dapat membantu usahawan membina masyarakat yang bermaruah di samping diri mereka sendiri akan diterima dan dihormati oleh masyarakat. Usahawan Muslim juga akan sentiasa berpegang kepada

¹⁵ Rosdi Abd Rahman, Sanep Ahmad, “Pengukuran Keberkesanan Agihan Zakat: Perspektif Maqasid al-Syariah”(Kertas Kerja 7th International Conference-The Tawhidi Epistemology: Zakat dan Waqf Economy. Bangi, 2010).

ajaran Islam dan tidak terdorong untuk melakukan sesuatu yang akhirnya, akan merosakkan maruah dan keturunan.¹⁶

Prinsip kelima pula iaitu menjaga harta (*āl-māl*). Ini bermakna ajaran Islam tidak menghalang umatnya mengejar kekayaan asalkan harta yang diperolehi adalah dari kaedah dan sumber yang halal. Seseorang usahawan Muslim mesti bijak menggunakan sumber yang ada untuk mencari rezeki, seterusnya menjaga harta benda demi kesejahteraan diri dan keluarga. Kelima-lima prinsip maqasid al-syariah ini merupakan keperluan yang perlu dipenuhi oleh setiap usahawan Muslim bagi memastikan mereka membentuk ahli masyarakat yang berpandukan kepada prinsip syarak. Maka, disini terdapat kewajaran dalam mengukur faktor kejayaan usahawan Muslim dengan berdasarkan kepada sejauhmana mereka berupaya memenuhi keperluan prinsip maqasid al-syariah.

Berdasarkan prinsip maqasid al-syariah pula, menurut Īmām Šātībī (1997) terdapat lima keperluan utama yang perlu dipenuhi oleh seorang usahawan Muslim dan ianya dirujuk sebagai maqasid *dārūrītāt* (keperluan asas) yang mengandungi lima perkara iaitu menjaga agama (*āddīn*) yang merupakan keperluan yang paling utama sekali, diikuti menjaga jiwa (*ānnāfs*), menjaga akal (*āl-‘āql*), menjaga keturunan (*ānnāsāb*) dan akhirnya, menjaga harta (*āl-māl*).¹⁷ Untuk tujuan kajian ini, kelima-lima prinsip Maqasid al-Syariah telah diaplikasikan dan diselaraskan ke dalam faktor-faktor kejayaan usahawan seperti di dalam rajah 2.1. Manakala huraihan mengenai aplikasi prinsip maqasid al-Syariah dan faktor-faktor kejayaan usahawan adalah sebagaimana berikut:

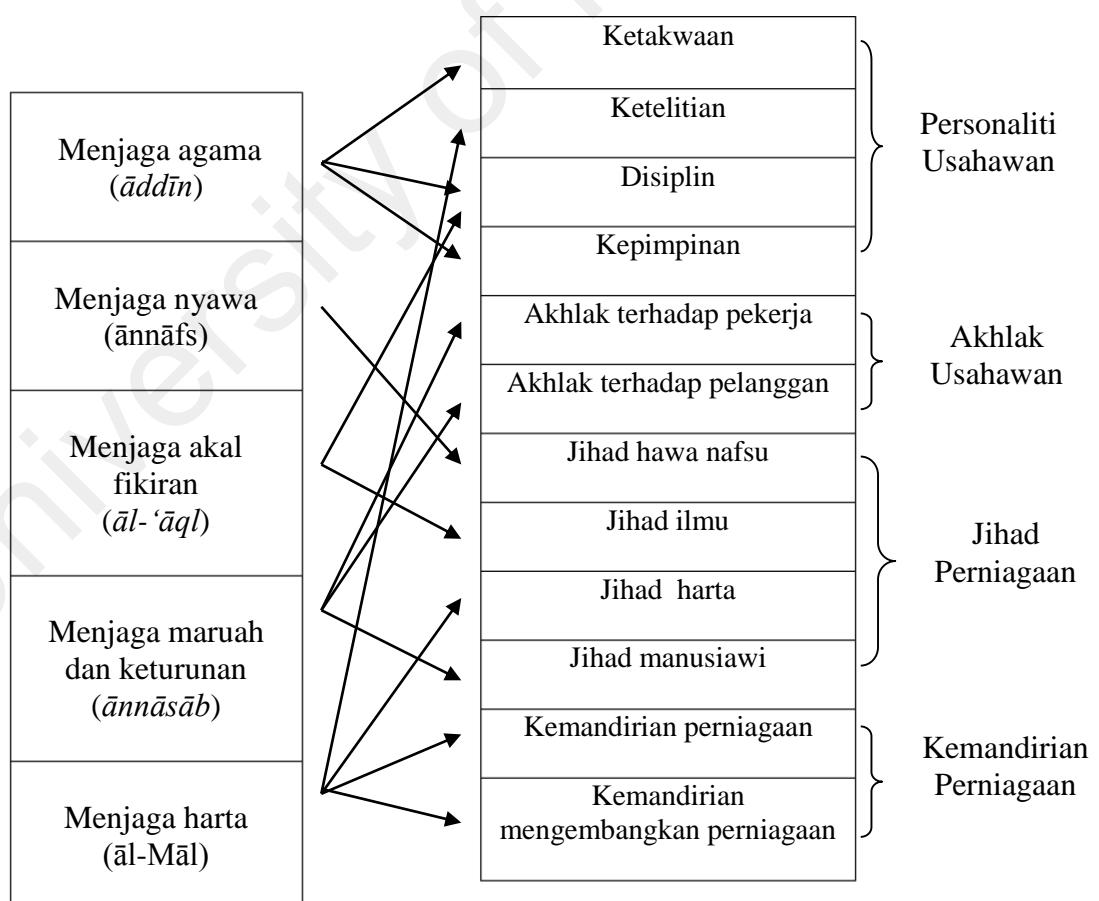
¹⁶Ibid., 450.

¹⁷Āhmād āl-Rāysūnī, *Nazāriyyāt āl Māqāsid ‘ind āl-Īmām āl-Šātībī* (Bīrūt: āl Mā’hād āl-‘Ālāmī lī āl-Fīkr al-Īslāmī, 1995) 13.

A) Prinsip Menjaga Kemuliaan Agama Dan Faktor Ketakwaan

Ketakwaan mendorong seorang usahawan Muslim untuk tidak hanya bekerja atas dorongan peribadi, tetapi yang menjadi perhatiannya adalah bagaimana meningkatkan kualiti pekerjaannya. Sebab itu, dia menekuni pekerjaannya dan mencurahkan tenaganya untuk bekerja dengan baik dan rapi. Semuanya dilakukan atas dasar ketakwaan yang mendalam kepada Allah SWT yang meyakini bahawa Allah sentiasa melihat dan mengawasi pekerjaannya. Seorang usahawan yang berniaga tidak menumpukan perhatiannya semata-mata untuk memperolehi keuntungan kebendaan, tetapi dia melakukan perniagaannya dengan ikhlas semata-mata untuk mendapat keredhaanNya.

Rajah 2.1: Aplikasi Prinsip Maqasid Al-Syariah Ke Atas Faktor-Faktor Kejayaan Usahawan



Oleh itu, di dalam perniagaan yang dijalankan, dia akan sentiasa menjaga kemaslahatan manusia.¹⁸ Seorang usahawan Muslim yang bertakwa akan memastikan dia mematuhi perintah Allah di dalam setiap pekerjaan yang dilakukan sebagaimana Firman Allah SWT:

وَقُلْ أَعْمَلُوا فَسَيِّرِي اللَّهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ وَسُتُّرُ دُونَ إِلَيْ
عَدِيمِ الْغَيْبِ وَالشَّهَدَةِ فَيُنَبِّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ ١٥

At-Taubah 9:105

Terjemahan: Dan katakanlah (wahai Muhammad): “Beramallah kamu (akan segala yang diperintahkan), maka Allah dan RasulNya serta orang-orang yang beriman akan melihat apa yang kamu kerjakan; dan kamu akan dikembalikan kepada (Allah) yang mengetahui perkara-perkara yang ghaib dan yang nyata, kemudian Ia menerangkan kepada kamu apa yang kamu telah kerjakan.

Dewasa ini, banyak terdapat isu seperti bangunan runtuh, peralatan rosak, projek terbengkalai, penipuan dan rasuah. Keadaan ini berpunca dari sikap usahawan yang hilang sifat ketakwaan kepada Allah SWT. Hati mereka mati dari menilai kebenaran yang ada di dalam diri mereka. Usahawan seperti ini tidak mengharapkan keredaan Allah dan tidak memikirkan balasan di hari akhirat.

B) Prinsip Menjaga Kemuliaan Agama Dan Faktor Kepimpinan

Menjadi seorang usahawan, secara tidak langsung akan menjadi pemimpin kepada perniagaan yang dikendalikan. Ciri kepimpinan bagi seorang usahawan Muslim adalah untuk menegakkan syariat Allah SWT dan mentaati perintahNya dan juga Rasulnya. Sebagaimana firman Allah:

¹⁸ Yūsūf al-Qārādāwī, *Peranan Nilai dan Akhlak dalam Ekonomi Islam*, 223.

يَتَّبِعُهَا الَّذِينَ عَمِلُوا أَطْيَعُوا اللَّهَ وَأَطْيَعُوا الرَّسُولَ وَأُولَئِنَّ
 الْأَمْرِ مِنْكُمْ فَإِنْ تَنْزَهُمْ فِي شَيْءٍ فَرُدُودُهُ إِلَى اللَّهِ وَإِلَى الرَّسُولِ إِنْ
 كُنْتُمْ شُوَفَّيْتُمُونَ بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ الْآخِرِ ذَلِكَ خَيْرٌ وَأَحْسَنُ تَأْوِيلًا

An-Nisaa' 4:59

Terjemahan: Wahai orang-orang yang beriman, taatlah kamu kepada Allah dan taatlah kamu kepada Rasulullah dan kepada “Uli’l-Amri” (orang yang berkuasa) dari kalangan kamu. Kemudian jika kamu berbantah-bantah (berselisihan) dalam sesuatu perkara, maka hendaklah kamu mengembalikannya kepada (kitab) Allah (Al-Quran) dan (Sunnah) RasulNya- jika kamu benar beriman kepada Allah dan hari akhirat. Yang demikian adalah lebih baik (bagi kamu), dan lebih elok pula kesudahannya.

Menjadi tanggungjawab usahawan Muslim mengajak individu yang berada di bawahnya untuk mengikut sistem yang telah ditetapkan oleh syarak demi untuk menjaga kesucian agama. Selain itu, usahawan Muslim juga bertanggungjawab mengawasi diri mereka dan orang bawahan daripada melakukan perkara-perkara keji seperti minum arak, berzina, riba dan melakukan jual beli yang diharamkan dalam Islam.¹⁹

C) Prinsip Menjaga Nyawa Dan Faktor Jihad Melawan Hawa Nafsu

Seorang usahawan Muslim tidak boleh melakukan sesuatu yang boleh merosakkan dirinya dan juga masyarakat lain. Sebagai contoh, usahawan Muslim dilarang meminum arak kerana ia akan memberi kesan buruk kepada dirinya sendiri seperti mabuk, mudah lupa, pemikiran menjadi tumpul dan cepat marah. Kesan daripada minum arak juga akan menimbulkan kemalangan dan penurunan kualiti kerja. Selain itu, kesan daripada meminum arak juga akan menjadikan seseorang lebih agresif, terlibat dalam percaduhan dan juga membunuh diri. Dengan kata lain, kesan daripada meminum arak, seseorang yang normal, sihat fikiran dan tubuh badan akan menjadi tidak siuman dan memberi

¹⁹ Yūsūf al-Qārādāwī, *Fiqh Kenegaraan*, terj. Arsil Ibrahim (Kuala Lumpur: ABIM, 1999), 176.

kesan yang buruk kepada peminum arak itu sendiri, isteri, anak-anak, kaum keluarga terdekat dan masyarakat seluruhnya.²⁰ Oleh kerana itu, Islam melarang umatnya mengikut hawa nafsu dengan meminum arak demi menjaga kemaslahatan diri dan juga masyarakat. Sebagaimana firman Allah:

﴿ يَسْأَلُونَكَ عَنِ الْخَمْرِ وَالْمَيْسِرِ ۖ قُلْ فِيهِمَا إِثْمٌ كَبِيرٌ وَمَنْدَفِعٌ لِلنَّاسِ
وَإِثْمُهُمَا أَكْبَرٌ مِنْ نَفْعِهِمَا ۗ وَيَسْأَلُونَكَ مَاذَا يُنِفِّعُونَ قُلِ الْعَفْوُ ۗ كَذَلِكَ
يُبَيِّنُ اللَّهُ لَكُمُ الْآيَتِ لَعَلَّكُمْ تَتَفَكَّرُونَ ﴾

Al- Baqarah 2:219

Terjemahan: Mereka bertanya kepadamu (wahai Muhammad) mengenai arak dan judi. Katakanlah “Pada keduanya ada dosa besar dan ada pula beberapa manfaat bagi manusia, tetapi dosa keduanya lebih besar daripada manfaatnya”. Dan mereka bertanya pula kepadamu: apakah yang akan mereka belanjakan (dermakan)? Katakanlah: “Dermakanlah apa-apa) yang berlebih daripada keperluan (kamu)”. Demikianlah Allah menerangkan kepada kamu ayat-ayatNya (keterangan-keterangan hukumNya) supaya kamu berfikir.

Di dalam ayat di atas, Allah SWT menerangkan bahawa bahaya yang terdapat di dalam arak adalah lebih banyak dari kebaikannya. Mengikut hukum syarak, sesuatu yang kemudaratannya lebih banyak daripada kebaikan adalah haram diambil dan dilakukan.

D) Prinsip Menjaga Akal Dan Faktor Disiplin

Disiplin bagi seorang usahawan berkait rapat dengan cara pengurusan masa dan juga cara pengurusan kewangan dengan betul. Pengurusan masa yang betul akan menjadikan usahawan lebih berjaya dan akan membawa kepada ketenangan akal fikiran. Di dalam pengurusan masa, Allah SWT telah berfirman Allah:

﴿ وَالْعَصْرِ (۱) إِنَّ الْإِنْسَانَ لَفِي خُشُرِ (۲) إِلَّا الَّذِينَ ءامَنُوا وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ
وَتَوَاصَوْا بِالْحَقِّ وَتَوَاصَوْا بِالصَّبَرِ (۳) ﴾

²⁰ Dr. Mahfodz Mohamed, *Jenayah dalam Malaysia: Satu Kajian Ilmiah Mengenai Hukum-Hukum Hudud* (Kuala Lumpur: Nurin Enterprise, 1987), 29.

Terjemahan: Demi masa! Sesungguhnya manusia itu berada di dalam kerugian, kecuali orang yang beriman dan beramal soleh, dan mereka pula berpesan-pesan dengan kebenaran serta berpesan-pesan dengan kesabaran.

Daripada ayat di atas, Allah SWT bersumpah, demi masa, sesungguhnya manusia itu berada di dalam kerugian, melainkan sekiranya mereka beriman dan beramal soleh. Seorang usahawan berjaya tidak akan menghabiskan masanya sia-sia. Mereka mempunyai perancangan masa dan menguruskannya mengikut keutamaan. Mereka juga takut untuk menghabiskan masa sia-sia. Oleh kerana itu, dia tidak akan menunda pekerjaannya sehingga keesokan hari, sebab sekiranya dia menunda pekerjaannya hari ini, maka pekerjaan yang lain pula telah menunggunya pada keesokan hari.²¹

Selain daripada pengurusan masa, pengurusan kewangan juga penting kepada seorang usahawan. Syariat melarang sikap berlebih-lebihan dalam berbelanja dan dalam menikmati kebaikan. Ia merupakan sifat pembaziran yang menghabiskan duit di sana sini tanpa sebarang kemaslahatan dan tanpa mengharapkan pahala. Al-Quran sengaja menjelaskan perkara ini dalam susunan ayat yang paling dalam dan indah yang menerangkan tentang konsep penjimatan, kesederhanaan dalam berbelanja, menjauhi sifat berlebih-lebihan, pembaziran atau bakhil dan kikir. Sebagaimana salah satu firman Allah SWT:

وَالَّذِينَ إِذَا أَنْفَقُوا لَمْ يُسْرِفُوا وَلَمْ يَقْتُرُوا وَكَانَ بَيْنَ ذَلِكَ قَوَاماً

Al-Furqaan 25:67

Terjemahan: Dan juga mereka (yang diredaya Allah itu ialah) yang apabila membelanjakan hartanya, tiadalah melampau batas dan tiada bakhil (kedekut); dan (sebaliknya) perbelanjaan mereka adalah betul sederhana di antara kedua-dua cara (boros dan bakhil) itu.

²¹ Yūsūf al-Qārādāwī, *Peranan Nilai dan Akhlak dalam Ekonomi Islam*, 228.

Kesederhanaan di dalam berbelanja akan menjadikan jiwa seorang usahawan menjadi tenang dan akan menjaga akal dan mengawal hawa nafsu.²²

E) Prinsip Menjaga Akal Dan Faktor Jihad Ilmu

Ilmu pengetahuan diasaskan kepada pemikiran dan penggunaan akal yang merupakan anugerah Allah secara istimewa kepada manusia. Terdapat banyak ayat-ayat al-Quran yang menyebut tentang akal yang ada kaitannya dengan mempelajari ilmu. Sebagaimana Firman Allah SWT:

وَمِنْ عَائِدِيهِ خَلْقُ الْسَّمَاوَاتِ وَالْأَرْضِ وَآخْتِلَافُ الْسِنَّتِكُمْ وَأَلوَانِكُمْ

إِنَّ فِي ذَلِكَ لَذِكْرٌ لِلْعَالَمِينَ 

Ar- Ruum 30:22

Terjemahan: Dan di antara tanda-tanda yang membuktikan kekuasaanNya dan kebijaksanaanNya ialah kejadian langit dan bumi, dan perbezaan bahasa kamu dan warna kulit kamu. Sesungguhnya, yang demikian itu mengandungi keterangan-keterangan bagi orang-orang yang berpengetahuan.

Orang-orang yang mengetahui di dalam ayat di atas ditujukan kepada orang berilmu, yang menggunakan ilmu bukan untuk teori semata-mata, tetapi memahami, mencerna dan melaksanakan dengan penuh kesedaran. Seorang usahawan yang berjaya akan menjadikan diri mereka seorang yang berilmu dan beramal dengan ilmu yang mereka ada. Minat di dalam mencari ilmu dan mengamalkan ilmu yang diperolehi, secara tidak langsung akan menjana kepada kesempurnaan akal fikiran.²³

²²Ibid.,344.

²³Ibid.,189.

F) Prinsip Menjaga Maruah Serta Keturunan Dan Faktor Akhlak Usahawan Muslim Terhadap Pekerja

Pekerja merupakan rakan kongsi kepada usahawan. Ini kerana pekerja memberikan usaha dan kepandaian dan usahawan pula memberikan modal dalam memperolehi keuntungan. Jika perniagaan mengalami kerugian, maka kerugian itu ditanggung oleh usahawan, tetapi pekerja mengalami kerugian dengan menanggung kerugian masa dan usahanya. Seorang usahawan perlu menjaga hak pekerjanya untuk memastikan maruah usahawan itu terjaga dan pekerja dapat menyara ahli keluarganya hasil daripada pekerjaan yang dilakukan.²⁴ Seorang usahawan Muslim juga perlu memastikan perniagaannya adalah perniagaan yang baik dan berjaya untuk memastikan pekerja mendapat gaji dan pekerjaan yang dilakukan bakal menjamin masa depan mereka dan keturunan mereka.

G) Prinsip Maruah Dan Keturunan Dan Faktor Akhlak Usahawan Muslim Terhadap Pelanggan

Pelanggan merupakan aset pada seorang usahawan. Seorang usahawan mesti memastikan cara untuk memperolehi kesetiaan pelanggan. Oleh sebab itu, usahawan Muslim mestilah menyediakan kepada pelanggan produk yang berkualiti dan bermanfaat, menyediakan perkhidmatan yang terbaik serta tidak menjual produk yang syubhah atau produk yang haram. Sekiranya seorang usahawan Muslim melakukan perkara-perkara yang tidak baik, antaranya menipu pelanggan, mengambil rasuah, tidak memberi perkhidmatan yang baik kepada pelanggan akan mengakibatkan maruah seorang usahawan Muslim tercemar. Sekiranya maruah usahawan tercemar, maka perniagaan yang dilakukan tidak akan berhasil dan akan mengakibatkan usahawan akan menanggung kerugian. Sekiranya

²⁴Ibid., 552.

usahawan menanggung kerugian, maka ini akan mengganggu sistem kewangan diri dan juga keturunan usahawan itu sendiri.²⁵

H) Prinsip Menjaga Maruah Dan Keturunan Dan Faktor Jihad Manusiawi

Konsep perniagaan Islam merupakan sistem urusniaga yang bertuhanan dan berakhhlak dan merupakan sistem yang berhubung dengan manusiawi. Prinsip-prinsip al-Quran dan as-Sunnah yang merupakan teks-teks ketuhanan (Rabbani) diturunkan kepada manusia untuk difahami, ditafsirkan dan untuk diambil kesimpulan daripadanya. Manusia akan menterjemahkan ajaran ketuhanan itu dalam konteks kehidupan dan memindahkannya daripada kerangka teori kepada praktikal amali. Demikianlah, dalam sistem urusniaga, manusia merupakan tujuan dan dalam waktu yang sama merupakan sasaran. Tujuan perniagaan dalam Islam adalah untuk menolong manusia lain dengan memenuhi hajat dan keperluan asas manusia bagi menjalani kehidupan Rabbani dan juga manusiawi. Kehidupan Rabbani adalah berkait dengan kemampuan menjalankan kewajipan terhadap Allah SWT dan kehidupan manusiawi adalah berkait dengan kemampuan menjalankan tanggunjawab terhadap diri sendiri, keluarga, masyarakat dan negara. Oleh itu, seorang usahawan yang berkonseptkan Rabbani hendaklah berjihad mempertahankan prinsip manusiawi demi menjaga maruah dan juga keturunan. Sebagaimana firman Allah:

﴿وَإِلَىٰ شُمُودٍ أَخَاهُمْ صَلِحًا قَالَ يَقُولُمْ أَعْبُدُوا اللَّهَ مَا لَكُمْ
مِّنْ إِلَهٍ غَيْرُهُ وَهُوَ أَنْشَأُكُمْ مِّنَ الْأَرْضِ وَآسْتَعْمَرْ كُمْ فِيهَا فَاسْتَغْفِرُوهُ
ثُمَّ تُوْبُوْ إِلَيْهِ إِنَّ رَبِّيَ قَرِيبٌ مُّجِيبٌ﴾

Hud 11:61

Terjemahan: Dan kepada kaum Thamud, kami utuskan saudara mereka: Nabi Salih, Dia berkata: "Wahai kaumku! Sembahlah kamu akan Allah! Sebenarnya tiada Tuhan bagi kamu selain daripadanya. Dialah yang menjadikan kamu dari bahan-bahan bumi, serta menghendaki kamu memakmurkannya. Oleh itu mintalah ampun kepada Allah dari

²⁵ Abdul Sami' al-Miri, *Perniagaan dalam Islam* (Kuala Lumpur: Dewan Bahasa dan Pustaka, 1993), 20.

perbuatan syirik, kemudian kembalilah kepadaNya dengan taat dan tauhid. Sesungguhnya Tuhanku sentiasa dekat, lagi sentiasa memperkenankan permohonan hambaNya.

Allah telah menganugerahkan kemampuan kepada golongan usahawan untuk melakukan tugas mereka di dalam berurusan dengan manusia dengan cara yang baik dan berakhhlak. Hasil daripada rezeki yang diperolehi daripada perniagaan disarankan untuk mereka menyumbang kepada manusia lain yang memerlukan. Sekiranya ini berlaku, ia akan menjadikan seorang usahawan dihormati dan maruahnya juga akan lebih terpelihara. Ini bermakna memelihara diri dan keturunan dari sifat-sifat tercela akan membolehkan mereka memperolehi penghormatan dari ahli masyarakat yang lain.²⁶

I) Prinsip Menjaga Harta Dan Faktor Ketelitian

Di antara nilai terpenting dalam bidang perniagaan adalah bekerja dengan teliti dan tekun. Islam tidak hanya menuntut seorang Muslim untuk bekerja sahaja. Tetapi Islam menuntut mereka untuk bekerja dengan baik dan teliti. Bekerja dengan teliti dan tekun merupakan fardhu yang diwajibkan di dalam agama. Sebagaimana firman Allah SWT:

وَقُلْ أَعْمَلُوا فَسَيَرِى اللَّهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ وَسَتُرَدُونَ إِلَى
عَدِيلٍ الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ فَيُنَبَّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ
١٠٥

At-Taubah 9:105

Terjemahan: Katakanlah wahai Muhammad: Beramallah kamu (akan segala yang diperintahkan), Maka Allah dan Rasulnya serta orang yang beriman akan melihat apa yang kamu kerjakan. Dan kamu akan dikembalikan kepada (Allah) Yang Mengetahui perkara-perkara yang ghaib dan yang nyata. Kemudian dia menerangkan kepada kamu apa yang telah kamu kerjakan.

Islam menggalakkan umatnya melakukan kerja dengan teliti dan baik kerana setiap pekerjaan yang dilakukan akan dinilai di sisi Allah SWT. Dalam konteks usahawan,

²⁶Rosbi Abd Rahman dan Sanep Ahmad, "Pengukuran Keberkesanan Agihan Zakat: Perspektif Maqasid al-Syariah,"448.

kerja yang teliti antaranya adalah membuat perancangan dengan betul dan rapi, melakukan kerja dengan teliti dan berhati-hati, bertanggungjawab di atas pekerjaan yang dilakukan dan berfikir terlebih dahulu sebelum mengambil sesuatu tindakan. Bagi usahawan, sekiranya mereka tidak berhati-hati di dalam melakukan kerja akan menyebabkan kerugian dan akan memberi kesan kepada perniagaan mereka. Kebiasaanya, usahawan yang tidak berhati-hati akan mendapat kerugian yang besar dan akan memberi kesan buruk kepada harta yang dimiliki, antaranya harta yang ada mungkin akan dilelong. Kesan daripada ketidak telitian di dalam melakukan kerja juga akan menyebabkan kerosakan kepada produk atau perkhidmatan yang ditawarkan dan akan memberi kesan buruk kepada pelanggan.²⁷

J) Prinsip Menjaga Harta Dan Faktor Jihad Harta

Islam membenarkan usahawan untuk berjihad bersungguh-sungguh di dalam mencari harta kekayaan. Namun, memiliki harta bukanlah merupakan tujuan hidup yang sebenar. Harta hanyalah kemudahan yang membolehkan manusia menikmati rezeki dan perhiasan yang telah Allah berikan kepada hambaNya dan harta juga merupakan kemudahan untuk manusia menjaga kemaslahatan masyarakat umum. Perbuatan menyimpan harta, menimbun dan memperbanyakannya, dalam waktu yang sama menghalangi diri sendiri, keluarga dan masyarakat daripada menikmati kebaikan-kebaikannya merupakan perbuatan yang salah di sisi Islam. Ia merupakan pengingkaran terhadap hak *īstīhlāf* (perlimpahan harta Allah kepada manusia untuk digunakan pada jalan kebaikan).

Sebagaimana Firman Allah SWT:

عَامِنُوا بِاللَّهِ وَرَسُولِهِ وَأَنْفَقُوا مِمَّا جَعَلَكُمْ مُسْتَحْلِفِينَ فِي هِيَةِ الَّذِينَ
عَامِنُوا مِنْكُمْ وَأَنْفَقُوا لَهُمْ أَجْزُءٌ كَبِيرٌ

²⁷ Yūsūf al-Qārādāwī, *Peranan Nilai dan Akhlak dalam Ekonomi Islam*, 218.

Berimanlah kamu kepada Allah dan RasulNya dan belanjakanlah (pada jalan kebijakan) sebahagian daripada harta benda (pemberian Allah) yang dijadikannya kamu menguasainya sebagai wakil. Maka orang-orang yang beriman di antara kamu serta mereka membelanjakan (sebahagian dari harta itu pada jalan Allah); mereka tetap beroleh pahala yang besar.

Perbelanjaan atau penggunaan harta merupakan faktor pendorong bagi masyarakat untuk sentiasa menghasilkan barang, sehingga memenuhi keperluan-keperluan dan permintaan-permintaan orang ramai. Jika manusia berhenti berbelanja kerana dikuasai oleh tabiat tamak dan bakhil, maka sudah tentu putaran penghasilan akan berhenti dan masyarakat itu akan ketinggalan daripada masyarakat lain kerana tidak mempunyai kuasa beli yang dapat digunakan semula untuk menghasilkan barang.²⁸ Oleh itu, jihad di dalam mencari harta, membelanjakan harta mengikut keperluan dan memberi harta kepada golongan yang memerlukan merupakan salah satu prinsip untuk menjaga harta. Ini kerana, dengan cara ini, harta akan lagi berkembang dan bertambah.

K) Prinsip Menjaga Harta Dan Faktor Kemandirian Memulakan Perniagaan

Kejayaan usahawan membudayakan aktiviti keusahawanan amat bergantung kepada kemampuan mereka dalam mengendalikan tahap kemandirian di dalam perniagaan mereka. Prinsip menjaga harta di dalam konteks kemandirian perniagaan adalah seorang usahawan perlu mempunyai semangat juang yang tinggi untuk menghadapi tahap kemandirian di dalam perniagaan yang diceburi untuk mengelakkan kegagalan di dalam perniagaan. Kegagalan di dalam perniagaan akan membuatkan seorang usahawan akan menghadapi kerugian dan kehilangan harta.

Tahap kemandirian perniagaan bergantung kepada cara pengurusan kewangan, pengurusan sumber manusia dan juga pengurusan masa. Ia merupakan faktor utama untuk

²⁸Ibid., 287.

keluar daripada tahap kemandirian yang dihadapi oleh seseorang usahawan. Di antara aspek yang perlu difikirkan ketika menghadapi tahap kemandirian ialah aspek pengurusan kewangan. Kebanyakan masalah yang dihadapi oleh usahawan dalam menguruskan perniagaan berpunca daripada ketidakmampuan mereka untuk mengurus sumber kewangan secara strategik. Keadaan ini secara tidak langsung akan menyebabkan seseorang berada di dalam tahap kemandirian perniagaan. Oleh itu, seorang usahawan perlu memiliki rekod perniagaan yang teratur dan kemas untuk memudahkan mereka mengetahui segala maklumat perniagaan, mengelakkan kecuaian dan keterlupaan, menjalin dan menjaga hubungan yang baik dengan pihak lain, meningkatkan komitmen pembekal dan creditor, mengetahui kedudukan tunai dan membantu usahawan di dalam membuat keputusan.²⁹

Selain itu, pengurusan sumber manusia perlu diberi perhatian oleh usahawan ketika menghadapi kemandirian di dalam perniagaan. Ini kerana sumber manusia merupakan aset terpenting bagi sesebuah perniagaan. Dalam konteks ini, terdapat dua perkara penting yang membolehkan sumber manusia menyumbang kepada kejayaan sesebuah perniagaan. Pertama ialah berkaitan dengan keperibadian yang dimiliki oleh pekerja yang akan mempengaruhi perniagaan dan perkara kedua pula ialah berkaitan dengan tenaga kerja yang dimiliki. Oleh sebab itu, kemampuan usahawan mengurus sumber tenaga manusia yang dimiliki menjadi faktor penting kepada kejayaan syarikat.³⁰

Seterusnya, pengurusan masa juga perlu diberi perhatian oleh usahawan ketika menghadapi kemandirian di dalam perniagaan. Pengurusan masa secara berkesan penting untuk meningkatkan semula prestasi perniagaan. Pengurusan masa yang efektif bagi seorang usahawan adalah dengan cara menetapkan matlamat yang ingin dicapai, mengenalpasti dan menyenaraikan keutamaan dan perkara penting yang perlu

²⁹ Ab Aziz Yusoff, *Pendidikan Keusahawanan dalam Konteks Pembangunan Negara* (Kuala Lumpur: Dewan Bahasa dan Pustaka, 2009), 272.

³⁰ *Ibid.*, 257.

dilaksanakan terlebih dahulu.³¹ Kejayaan usahawan di dalam menguruskan masa mengelakkan mereka dari bertindak melulu dan terburu-buru sehingga memberi kesan negatif kepada perniagaan yang dijalankan. Selain itu, pengurusan masa yang efektif, akan menjadikan usahawan lebih bersedia berhadapan dengan keterdesakan, ketidakpastian dan risiko yang mungkin datang tanpa diduga. Yang lebih penting, pengurusan masa yang efektif dapat membangunkan syarikat dengan kadar yang cepat di samping menjimatkan kos.³²

Secara amnya, ketiga-tiga bentuk pengurusan di atas merupakan faktor utama yang perlu diambil berat oleh usahawan ketika menghadapi tahap kemandirian di dalam perniagaan yang dihadapinya. Kegagalan di dalam menjaga ketiga-tiga bentuk pengurusan tersebut akan menyebabkan usahawan tidak berjaya melepassi tahap kemandirian perniagaan yang dijalankan dan secara tidak langsung akan menyebabkan kerugian dan boleh menyebabkan kehilangan perniagaan.

L) Prinsip Menjaga Harta Dan Faktor Kemandirian Mengembangkan Perniagaan

Prinsip menjaga harta dalam konteks kemandirian mengembangkan perniagaan adalah perniagaan yang hendak dikembangkan merupakan perniagaan yang bersifat Rabbani. Iaitu dasar bergerak bagi seluruh kegiatannya adalah Allah. Matlamatnya adalah menuju kepada Allah dan saranan serta cara-caranya tidak melanggar apa yang telah disyariatkan Allah SWT. Maka, seluruh kegiatan perniagaan seperti pengeluaran, penggunaan dan pengedaran berdiri teguh di atas dasar-dasar serta matlamat ketuhanan. Seseorang usahawan Muslim yang mengembangkan perniagaan adalah untuk menyahut seruan Allah SWT sebagaimana firmanNya:

³¹ Nadhirah Aznan dan Noraini Shamsuddin, Persepsi Mahasiswa Kolej Universiti Islam Antarabangsa Selangor (KUIS) terhadap Amalan Pengurusan Masa. *E-Proceeding Of the Conference in Management and Muamalah*, 26-27 May (2014), 353-363

³²*Ibid.*, 308.

هُوَ الَّذِي جَعَلَ لَكُمُ الْأَرْضَ ذُلُولًا فَامْشُوا فِي مَنَاكِبِهَا وَكُلُوا مِنْ رِزْقِهِ وَإِلَيْهِ الْتَّشْوِرُ^{١٥}

Al- Mulk 67:15

Terjemahan: Dialah yang menjadikan bumi bagi kamu: mudah digunakan, maka berjalanlah di merata-rata ceruk rantaunya, serta makanlah daripada rezeki yang dikurniakan Allah; dan (ingatlah), kepada Allah jualah (tempat kembali kamu sesudah) dibangkitkan hidup semula; (maka hargailah nikmatNya dan takutilah kemurkaanNya).

Oleh sebab itu, seorang usahawan Muslim yang berusaha membangunkan dan mengembangkan perniagaannya dengan baik. Sesungguhnya dia sedang beribadah kepada Allah SWT. Oleh sebab itu, setiap kali pekerjaannya bertambah baik, bertambah pula ketakwaan kepada Allah SWT dan semakin dekat kedudukannya di sisi Allah SWT.³³

Perniagaan yang berkembang merupakan rezeki daripada Allah SWT. Keupayaan untuk mengembangkan perniagaan berkait rapat dengan pelanggan yang berpuas hati dengan perkhidmatan atau produk yang ditawarkan, mempunyai modal yang mencukupi untuk mengembangkan perniagaan, mempunyai kemampuan dari aspek pekerja mahir, membudayakan keusahawanan dan memiliki tenaga kerja yang cukup untuk mengembangkan perniagaan. Mengembangkan perniagaan merupakan prinsip menjaga harta kerana sesebuah perniagaan yang berkembang akan menjadikan diri seseorang Muslim, bukan sahaja berjaya mengembangkan ekonomi diri sendiri tetapi juga berjaya mengembangkan ekonomi ummah.

2.1.2 Ukuran Keberkesanan Faktor-Faktor Kejayaan Usahawan Muslim Di Malaysia Mengikut Perspektif Maqasid Al-Syariah Dengan Menggunakan Kaedah CAST.

Kaedah *Change Assesment and Scoring Tool* (CAST) akan digunakan untuk mengukur tentang keberkesanan faktor-faktor kejayaan usahawan Muslim di Malaysia. Kaedah

³³Yūsūf al-Qārādāwī, *Peranan Nilai dan Akhlak dalam Ekonomi Islam*, 5.

CAST ini merupakan salah satu kaedah kajian yang diguna pakai oleh Birtha Mikkelsen (2005) di dalam membuat kajian yang berkait dengan pembangunan manusia. Menerusi kaedah CAST ini, ukuran keberkesanan diperolehi daripada perubahan yang berlaku kepada responden apabila sesuatu program dilaksanakan³⁴. Selain Birtha, Kaedah CAST ini juga digunakan oleh Rosbi Abd Rahman et al, di dalam mengukur keberkesanan agihan zakat.³⁵ Maka di dalam kajian ini, ukuran faktor-faktor kejayaan usahawan akan ditentukan oleh usahawan Muslim yang telah berjaya berdasarkan kepada borang kaji selidik yang dijalankan. Pilihan jawapan yang dinyatakan responden akan dikodkan dalam bentuk “Change Assesment and Scoring Tool” (CAST). Keberkesanan ini akan diukur dalam 5 skala iaitu keberkesanan yang paling positif (nilai 5), keberkesanan positif (nilai 4), tiada keberkesanan (3), keberkesanan tidak positif (2) dan keberkesanan yang paling negatif atau keberkesanan yang paling tidak positif (1).

Model asal CAST yang diperkenalkan oleh Birtha Mikkelsen ini melihat ukuran keberkesanan sesuatu program dari empat indikator utama iaitu dari segi cara hidup, sumber, pengetahuan dan juga kemanusiaan.³⁶ Manakala Rosbi (2010) telah mengubah suai model CAST dengan menggantikan dengan lima aspek mengikut teori maqasid al-syariah iaitu melihat ukuran keberkesanan dari segi memenuhi matlamat seseorang individu untuk menjaga agama, nyawa, akal, keturunan dan juga harta. Untuk mengukur perubahan yang dialami oleh responden terutama dari segi keupayaan memenuhi lima aspek yang digariskan dalam maqasid al-syariah berkenaan, maka beliau telah menggunakan pendekatan berasaskan teori Maslow.³⁷

³⁴ Birtha Mikkelsen, *Methods for Development Work and Research*, 2nd Edition (India: Sage Publication, 2005), 314.

³⁵ Rosbi Abd Rahman & Sanep Ahmad, “Pengukuran Keberkesanan Agihan Zakat: Perspektif Maqasid al-Syariah,” 448.

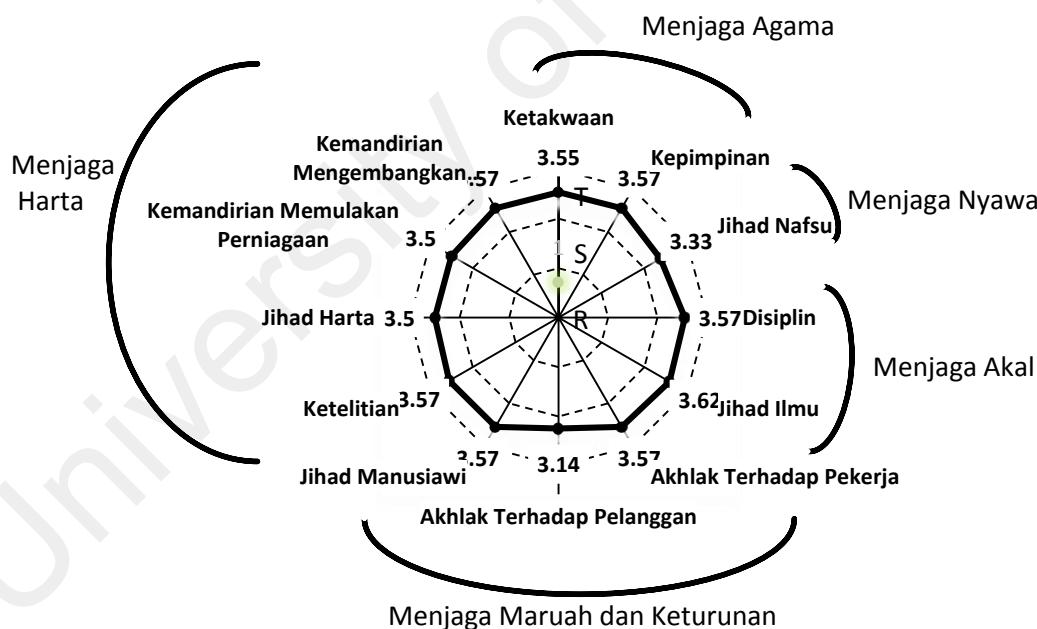
³⁶ Birtha Mikkelsen, *Methods for Development Work and Research*, 314.

³⁷ Rosbi Abd Rahman & Sanep Ahmad, “Pengukuran Keberkesanan Agihan Zakat: Perspektif Maqasid al-Syariah,” 448.

Di dalam kajian ini, pengkaji akan mengubahsuai model CAST untuk melihat ukuran keberkesanan faktor-faktor kejayaan usahawan yang dialami oleh responden dari segi keupayaan memenuhi lima aspek yang digariskan di dalam Maqasid al-Syariah berkenaan. Faktor kejayaan usahawan yang dikaji adalah faktor ketakwaan, ketelitian, disiplin, kepimpinan, akhlak usahawan terhadap pekerja, akhlak usahawan terhadap pelanggan, jihad nafsu, jihad ilmu, jihad harta, jihad manusiawi, kemandirian memulakan perniagaan dan kemandirian mengembangkan perniagaan.

Maklumat-maklumat yang diperolehi dari kaji selidik mengenai keberkesanan faktor-faktor kejayaan usahawan akan dipersembahkan dalam bentuk *monitoring wheel* seperti di dalam rajah 2.2 di bawah:

Rajah 2.2: Pengukuran Keberkesanan Faktor-Faktor Kejayaan Usahawan: Perspektif Maqasid Al-Syariah



Rendah	0.0 - 1.7
Sederhana	1.8 - 3.4
Tinggi	3.5 - 5.0

Sumber: Rosbi Abd Rahman dan Sanep Ahmad, Pengukuran Keberkesanan Agihan Zakat: Perspektif Maqasid al-Syariah³⁸

³⁸ Ibid.

Berdasarkan kepada rajah di atas, keberkesanan faktor-faktor kejayaan usahawan Muslim di Malaysia dibahagikan kepada tiga kategori iaitu kategori rendah, sederhana dan tinggi. Pencapaian terbaik ialah di antara nilai 3.5 hingga 5.0 yang memberi maksud purata majoriti usahawan Muslim yang dikaji memiliki faktor-faktor kejayaan usahawan pada tahap tinggi. Bagi kategori pencapaian sederhana pula ialah di antara nilai 1.8 hingga 3.4 yang memberi maksud purata majoriti usahawan Muslim yang dikaji memiliki faktor-faktor kejayaan pada tahap sederhana. Manakala bagi kategori pencapaian rendah ialah di antara nilai 0 hingga 1.7 yang memberi maksud purata majoriti usahawan Muslim yang dikaji memiliki faktor-faktor kejayaan pada tahap lemah. Keputusan analisis menunjukkan majoriti usahawan memiliki faktor-faktor kejayaan usahawan pada tahap tinggi iaitu di antara nilai 3.5 hingga 3.62, hanya dua faktor yang berada pada tahap sederhana iaitu faktor jihad nafsu yang mempunyai nilai sebanyak 3.3 dan faktor akhlak usahawan terhadap pekerja yang mempunyai nilai sebanyak 3.4. Ini menunjukkan usahawan yang dikaji memiliki faktor-faktor kejayaan usahawan dan ianya bertepatan dengan prinsip Maqasid al-Syariah iaitu untuk menjaga agama, nyawa, akal, keturunan dan maruah serta untuk menjaga harta.

2.1.3 Aplikasi Teori Motivasi Pencapaian Mc Clelland Ke Atas Pencapaian Usahawan Muslim Berjaya Di Malaysia.

Teori motivasi pencapaian oleh Mc Clelland (1985) telah dijadikan sandaran utama dalam membincangkan pencapaian usahawan Muslim di Malaysia. Teori ini telah digunakan oleh beberapa orang pengkaji di dalam membincangkan pencapaian usahawan dalam perniagaan yang dijalankan, antaranya Yaghoob (2011), telah mengkaji hubungan di antara kualiti personaliti dengan pencapaian usahawan di Iran. Kajian beliau memfokuskan kepada hubungan di antara kualiti personaliti dengan pencapaian

usahawan di Iran dengan merujuk kepada teori motivasi pencapaian Mc Clelland.³⁹ Selain itu, Mahmoud Yasin (1996) telah mengkaji keaktifan usahawan dengan pencapaian usahawan di Jordan. Kajian beliau memnfokuskan kepada hubungan di antara keaktifan usahawan dengan pencapaian usahawan di Jordan dengan merujuk kepada teori motivasi pencapaian Mc Clelland.⁴⁰

Teori motivasi pencapaian merupakan kecenderungan seseorang individu untuk melakukan sesuatu kerja dengan lebih baik, lebih lancar, lebih berkesan dalam apa jua bidang yang diceburi.⁴¹ Menurut Mc Clelland, motivasi pencapaian individu berkait rapat dengan motivasi dalaman yang membentuk tingkah laku seseorang. Tingkah laku ini boleh dibentuk dan dirangsang ke arah mencapai sesuatu kejayaan. Oleh sebab itu, terdapat hubungan yang erat antara motivasi pencapaian dengan kejayaan usahawan di dalam perniagaan yang dijalankan. Individu yang berjaya ialah mereka yang mempunyai motivasi pencapaian yang tinggi dan mempunyai matlamat untuk mengejar kejayaan.⁴²

Dalam teori ini, Mc Clelland menegaskan orang yang ingin mencapai sesuatu matlamat akan memaparkan sifat-sifat yang berlainan daripada individu yang kurang inginkan pencapaian. Antara sifat individu yang inginkan kepada pencapaian adalah tekun berkerja, tabah hati, minat kepada pekerjaan yang dilakukan, suka belajar dengan orang yang dapat memberi sumbangsan dengan sempurna, seorang yang menetapkan matlamat untuk berjaya, memfokuskan perhatian kepada masa depan, tidak mengambil kira tentang nasib dan seorang yang bertanggungjawab.⁴³

Teori motivasi pencapaian menurut Mc Clelland menjelaskan keinginan untuk mencapai kejayaan bagi seseorang usahawan terbahagi kepada dua keadaan. Keadaan

³⁹ Maharati Yaghoob, "The Relationship between Personal Qualities of Entrepreneurs and Their Success In Small Industries: An Empirical Study In Iranian Culture," *China-USA Business Review* 10, no. 7 (2011), 551.

⁴⁰ Mahmoud Yasin, "Entrepreneurial Effectiveness And Achievement In Arab Culture: New Evidence To Rekindle Interest In Old Predictor," *Journal Of Business Research* (1996), 69-77.

⁴¹ Mc Clelland, D.C., *Human Motivation* (New York: Cambridge University Press, 1987), 226.

⁴² *Ibid.*

⁴³ *Ibid.*

pertama ialah motif untuk mencapai kejayaan iaitu seorang usahawan akan berpuas hati apabila memperolehi kejayaan di dalam perniagaan yang diceburi. Golongan ini memerlukan kepada persaingan untuk berjaya dan akan merasa seronok dan bersemangat menghadapi pelbagai perubahan. Keadaan kedua ialah motif untuk mengelak kegagalan. Seorang usahawan menganggap kegagalan adalah satu penghinaan dan mereka merupakan seorang yang mempunyai kekuatan untuk bertindak balas dengan kegagalan yang dihadapi, mereka akan berusaha mencari jalan keluar apabila berdepan dengan masalah, antaranya berjihad untuk berjaya dan berusaha menghadapi tahap kemandirian di dalam perniagaan yang diceburi.⁴⁴ Aplikasi kecenderungan mencapai kejayaan bagi seorang usahawan Muslim mengikut teori pencapaian Mc Clelland adalah seperti di dalam rajah 2.3.

Rajah 2.3 Pengaruh Permintaan, Pendorong, Penggerak Dan Tingkah Laku Ke Atas Pencapaian Usahawan Berjaya Di Malaysia⁴⁵

Permintaan →	Pendorong →	Penggerak →	Tingkah laku →	Keputusan Pencapaian rendah/tinggi (Skor min)
Berjaya di dalam perniagaan	Mendapat kejayaan hidup di dunia dan akhirat	Keperluan pencapaian	Personaliti Akhlak Jihad perniagaan Kemandirian	3.5-3.57 3.14-3.57 3.5-3.62 3.5-3.57

Rendah	0.0 - 1.7
Sederhana	1.8 - 3.4
Tinggi	3.5 - 5.0

Sumber: Mc Clelland, D.C., Human Motivation⁴⁶

Teori motivasi pencapaian Mc Clelland menjadi landasan teori dalam kajian ini adalah kerana teori ini memfokuskan kepada tingkah laku usahawan berjaya. Tujuan utama

⁴⁴ Mc Clelland, D.C., *The Achieving Society* (New York: D Van Nostrand Reinhold, 1996), 136.

⁴⁵ Mc Clelland, D.C., *Human Motivation*, 230.

⁴⁶ *Ibid.*

usahawan menjalankan perniagaan untuk berjaya di dalam perniagaan yang diceburi. Namun demikian, pendorong utama usahawan Muslim menjalankan perniagaan adalah untuk mendapat kejayaan hidup di dunia dan juga akhirat. Faktor penggerak untuk usahawan Muslim berjaya di dalam perniagaan adalah keperluan kepada pencapaian. Keperluan kepada pencapaian ini mendorong usahawan Muslim kepada mendorong usahawan bertingkah laku baik. Berdasarkan rajah di atas, ukuran tingkah laku usahawan berjaya diukur dengan menggunakan skor min. Hampir keseluruhan tingkah laku usahawan berjaya di Malaysia mempunyai skor min yang tinggi iaitu antara 3.5 hingga 3.62 melainkan akhlak usahawan yang mempunyai skor min yang sederhana iaitu antara 3.14 hingga 3.57. Ini membuktikan usahawan Muslim berjaya di Malaysia melakukan tingkah laku yang terbaik untuk mencapai kejayaan di dalam perniagaan yang diceburi.

2.2 Konsep Faktor-Faktor Kejayaan Usahawan

Konsep faktor-faktor kejayaan usahawan di dalam kajian ini merangkumi faktor personaliti usahawan, akhlak usahawan, jihad perniagaan dan kemandirian perniagaan. Konsep faktor-faktor tersebut dikelaskan kepada pemboleh ubah tidak bersandar yang mempengaruhi pencapaian usahawan Muslim di Malaysia.

2.2.1 Personaliti Usahawan Muslim

Mempunyai personaliti yang hebat merupakan ciri penting seorang usahawan. Maksud personaliti menurut kamus Dewan ialah keperibadian dan perwatakan⁴⁷. Menurut Azlina Abu Bakar, personaliti berasal dari perkataan latin ‘persona’ yang merujuk kepada sifat luaran seseorang sama ada cara berfikir, bertingkah laku dan juga beremosi.⁴⁸ Personaliti dari aspek berfikir membuktikan seseorang mempunyai kestabilan dalam sistem kognitif.

⁴⁷ Kamus Dewan Edisi Ketiga (Kuala Lumpur: Dewan Bahasa dan Pustaka, 2000), 1025.

⁴⁸ Azlina Abu Bakar, *Psikologi Personaliti Individu* (Shah Alam: Karisma Publication Sdn Bhd, 2009), 1.

Personaliti dari aspek tingkah laku membuktikan seseorang mempunyai ketahanan di dalam keseluruhan sistem badan. Manakala personaliti dari aspek ketahanan jiwa, merujuk kepada kestabilan emosi seseorang individu.⁴⁹ Personaliti seseorang individu berbeza di antara seseorang individu dengan individu yang lain disebabkan oleh faktor fisiologi, persekitaran, pendidikan, budaya atau latar belakang keluarga.

Personaliti usahawan Muslim merujuk kepada personaliti yang dimiliki oleh seorang usahawan Muslim yang mempengaruhi gaya mereka bertindak dan berinteraksi dengan sesuatu keadaan yang tidak pasti berdasarkan kepada nilai dan jiwa keIslamam⁵⁰. Ianya melibatkan kecenderungan, keinginan, naluri dan persediaan dari segi jasmani, akal dan jiwa bagi menentukan tingkah laku seseorang ketika berinteraksi dengan persekitaran.⁵¹ Nilai dan roh Islam yang ada dalam diri seseorang usahawan Muslim akan menjadikan mereka sentiasa teliti dan berdisiplin dalam pekerjaan yang dilakukan, memandang masa hadapan dengan jelas, berkeupayaan untuk bekerja keras, melahirkan daya usaha niaga yang berterusan, mempunyai daya kepimpinan yang tinggi, bersedia menerima tanggungjawab, berorientasikan keuntungan dan juga bertakwa kepada Allah⁵². Oleh itu, yang membezakan di antara personaliti usahawan Muslim dengan usahawan bukan Muslim ialah personaliti usahawan Muslim berorientasikan kepada ruh Islam di dalam cara berfikir, cara bertingkahlaku dan juga beremosi, sebaliknya usahawan bukan Muslim berorientasikan kekuatan jiwa, akal dan jasmani semata-mata.

Justeru, sebagai seorang usahawan Muslim, mereka perlu mempunyai personaliti yang berorientasikan kepada nilai-nilai keIslamam dengan menjaga hubungan dengan Allah iaitu ketakwaan kepada Allah SWT⁵³ dan menjaga hubungan sesama manusia

⁴⁹ Eysenck. H.J, *The Structure of Human Personality* (Boston: Houghton Mifflin, 1970), 23.

⁵⁰ Ab Aziz Yusoff, *Pendidikan Keusahawanan dalam Konteks Pembangunan Negara* (Kuala Lumpur: Dewan Bahasa dan Pustaka, 2009), 25.

⁵¹ Miftah Mūhāmmād ‘Ābdūl ‘Āzīz, *Āl-Qūra’n wā ‘Ilm Ānnāfs* (Bāğāzī: Jāmī’āh Qāizūn, 1997), 61.

⁵² Mohd Fadilah Kamsah dan Muhammad Zakaria, *Langkah Bijak Usahawan Terbilang* (Kuala Lumpur: Telaga Biru Sdn Bhd, 2008), 32.

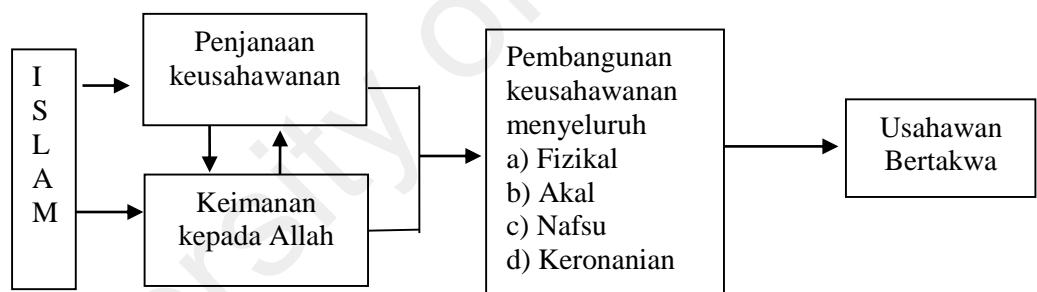
⁵³ *Ibid.*, 33.

dengan mengamalkan ketelitian, disiplin dan mempunyai ciri sebagai seorang pemimpin.⁵⁴ Oleh itu, faktor ketakwaan, ketelitian, disiplin dan kepimpinan merupakan personaliti utama yang akan dibincangkan dengan lebih mendalam di dalam kajian ini.

A) Faktor Ketakwaan

Personaliti utama yang membezakan di antara usahawan Muslim dengan usahawan bukan Muslim ialah sifat ketakwaan yang ada pada diri seseorang usahawan. Ketakwaan adalah sesuatu yang tidak boleh diukur tetapi boleh dilihat melalui aktiviti sehari-hari yang dilakukan oleh seseorang. Sebagai seorang usahawan Muslim, aktiviti keusahawanan dan beribadah kepada Allah SWT perlu dilakukan secara serentak tanpa ada pemisah. Model pembangunan usahawan holistik adalah sebagaimana rajah 2.4 di bawah:

Rajah 2.4: Model Pembangunan Usahawan Holistik Mengikut Perspektif Islam



Sumber: Abdul Aziz Yusoff, *Keusahawanan dalam Konteks Islam Hadhari*⁵⁵

Merujuk kepada rajah 2.4 di atas, aktiviti keusahawanan dan keimanan kepada Allah SWT merupakan hubungan yang saling berkait antara satu sama lain untuk melahirkan usahawan holistik yang bukan sahaja untuk membangunkan ekonomi tetapi

⁵⁴Ibid., 33.

⁵⁵ Abdul Aziz Yusof dan Fadhilah Yusof, *Keusahawanan dalam Konteks Islam Hadhari* (Puchong Selangor: Penerbit scholar Press, 2006), 23.

untuk mengawal fizikal, akal dan nafsu demi melahirkan usahawan yang bertakwa kepada Allah SWT.⁵⁶

Menurut kajian empirikal yang dilakukan oleh Hidayati (2004), ciri-ciri ketakwaan seorang usahawan Muslim boleh dinilai dengan penglibatan dan penghayatan mereka di dalam aktiviti- aktiviti berikut:⁵⁷

i) Tidak meninggalkan solat lima waktu, sebagaimana firman Allah SWT:

وَأْمُرْ أَهْلَكَ بِالصَّلَاةِ وَأَصْطَبِرْ عَلَيْهَا لَا نَسْأَلُكَ رِزْقًا تَحْنُ تَرْزُقُكَ
وَالْعَدْقِيَّةُ لِلتَّقْوَىٰ

Toha 20:132

Terjemahan: Dan perintahkanlah keluargamu serta umatmu mengerjakan sembahyang, dan hendaklah engkau tekun bersabar menunaikannya, kami tidak meminta rezeki kepadamu, (bahkan) kamilah yang memberi rezeki kepadamu. Dan (ingatlah) kesudahan yang baik adalah bagi orang-orang yang bertakwa.

ii) Bersedekah, sebagaimana firman Allah SWT:

فَاتَّقُوا اللَّهَ مَا أُسْتَطِعْتُمْ وَأَسْمَعُوا وَأَطِيعُوا وَأَنْفَقُوا خَيْرًا لَا تَنْفِسُ كُمْ
وَمَنْ يُوقَ شَحَّ نَفْسِهِ فَأُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ

At-Taghaabun 64:16

Terjemahan: Oleh itu bertakwalah kamu kepada Allah sedaya upaya kamu dan dengarlah (akan pengajaran-pengajaranNya; dan belanjakanlah harta kamu (serta buatlah) kebijakan untuk diri kamu. Dan (ingatlah), sesiapa yang menjaga serta memelihara dirinya daripada dipengaruhi oleh tabiat bakhilnya, maka mereka lah orang-orang yang berjaya.

⁵⁶ Ab Aziz Yusof, *Pembangunan Keusahawanan Dalam Konteks Pembangunan Negara* (Kuala Lumpur: Dewan Bahasa dan Pustaka, 2009), 414.

⁵⁷ Hidayati Karim, "Personaliti Muslimah: Kajian Terhadap Ayat 32 Dan 33 Surah Al Ahzab" (Latihan Ilmiah, Jabatan al-Quran dan Hadis, Jabatan Pengajian Usuluddin, Akademi Pengajian Islam, Universiti Malaya, 2004), 36.

iii) Menepati janji, sebagaimana firman Allah SWT:

وَلَا تَقْرَبُوا مَالَ الْيَتَامَةِ إِلَّا بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ حَتَّىٰ يَبْلُغَ أَشْدَهُهُ وَأَوْفُوا
بِالْعَهْدِ إِنَّ الْعَهْدَ كَانَ مَسْئُولاً

Al-Israa' 17:34

Terjemahan: Dan janganlah kamu menghampiri harta anak yatim melainkan dengan cara yang baik (untuk mengawal dan mengembangkannya), sehingga ia baligh (dewasa, serta layak mengurus hartanya dengan sendiri); dan sempurnakanlah perjanjian (dengan Allah dan dengan manusia), sesungguhnya perjanjian itu akan ditanya.

iv) Bersabar menghadapi ujian, sebagaimana firman Allah SWT:

مَا عِنْدَكُمْ يَنْفَدُ وَمَا عِنْدَ اللَّهِ بَاقٌ وَنَجْزِيَنَّ
الَّذِينَ صَبَرُوا أَجْرَهُمْ بِإِحْسَنٍ مَا كَانُوا يَعْمَلُونَ

An Nahl 16:96

Terjemahan: (Sebenarnya) apa yang ada pada kamu akan habis dan hilang lenyap, dan apa yang ada di sisi Allah tetap kekal; dan sesungguhnya kami akan membalas orang-orang yang sabar dengan memberikan pahala yang lebih baik dari apa yang mereka kerjakan.

v) Peka dengan dosa, sebagaimana firman Allah SWT:

* قُلْ يَعِبَادِي الَّذِينَ أَسْرَفُوا عَلَىٰ أَنْفُسِهِمْ لَا تَقْنَطُوا مِنْ رَّحْمَةِ اللَّهِ
إِنَّ اللَّهَ يَغْفِرُ الذُّنُوبَ جَمِيعًا إِنَّهُ وَهُوَ الْغَفُورُ الرَّحِيمُ

Az-Zumar 39:53

Terjemahan: Katakanlah (wahai Muhammad): “Wahai hamba-hambaku yang telah melampaui batas terhadap diri mereka sendiri (dengan perbuatan-perbuatan maksiat), janganlah kamu berputus asa dari rahmat Allah, kerana sesungguhnya Allah mengampunkan dosa, sesungguhnya Dialah juga yang Maha Pengampun lagi Maha Mengasihani.

vi) Sentiasa bertaubat, sebagaimana firman Allah SWT:

يَتَأْيِهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا تُوبُوا إِلَى اللَّهِ تَوْبَةً نَصُوحًا عَسَى رَبُّكُمْ أَن يُكَفِّرَ
عَنْكُمْ سَيِّئَاتِكُمْ وَيُدْخِلَكُمْ جَنَّتٍ تَجْرِي مِنْ تَحْتِهَا الْأَنْهَارُ
يَوْمَ لَا يُخْرِي اللَّهُ الظِّيَّ وَالَّذِينَ ءَامَنُوا مَعَهُ وَنُورُهُمْ يَسْعَى
بَيْنَ أَيْدِيهِمْ وَبِأَيْمَانِهِمْ يَقُولُونَ رَبَّنَا أَتْمِمْ لَنَا نُورَنَا وَأَغْفِرْ لَنَا إِنَّكَ
عَلَى كُلِّ شَيْءٍ قَدِيرٌ ﴿٨﴾

At-Tahriim 66:8

Terjemahan: Wahai orang-orang yang beriman! Bertaubatlah kamu kepada Allah dengan “Taubat Nasuha”, mudah-mudahan Tuhan kamu akan menghapuskan kesalahan-kesalahan kamu dan memasukkan kamu ke dalam Syurga yang mengalir di bawahnya beberapa sungai, pada hari Allah tidak akan menghinakan Nabi dan orang-orang yang beriman bersama-sama dengannya; cahaya (iman dan amal salih) mereka, bergerak cepat di hadapan mereka dan di sebelah kanan mereka (semasa mereka berjalan); mereka berkata (ketika orang munafik meraba-raba dalam gelap-gelita): Wahai Tuhan kami! Sempurnakanlah bagi kami cahaya kami, dan limpahkanlah keampunan kepada kami; sesungguhnya Engkau Maha Kuasa atas tiap-tiap sesuatu.

vii) Mengamalkan solat sunat di waktu malam, sebagaimana firman Allah SWT:

وَمِنَ الْأَيْلِ فَتَهَجَّدُ بِهِ نَافِلَةً لِكَ عَسَى أَن يَبْعَثَكَ رَبُّكَ مَقَامًا مَحْمُودًا

٧٤

Al-Israa' 17:79

Terjemahan: Dan bangunlah pada sebahagian dari waktu malam serta kerjakanlah “sembahyang tahajud” padanya, sebagai sembahyang tambahan bagimu: semoga Tuhanmu membangkit dan menempatkanmu- pada hari akhirat- di tempat yang terpuji.

viii) Boleh menahan marah, sebagaimana firman Allah SWT:

وَالَّذِينَ يَجْتَنِبُونَ كَبَرَ الْإِثْمِ وَالْفَوَاحِشَ وَإِذَا مَا عَصَبُوا
هُمْ يَغْفِرُونَ ﴿٣٧﴾

Asy-Syuraa 42:37

Terjemahan: Dan juga (lebih baik dan lebih kekal bagi) orang-orang yang menjauhi dosa-dosa besar serta perbuatan-perbuatan yang keji; dan apabila mereka marah (disebabkan perbuatan yang tidak patut terhadap mereka), mereka memaafkannya.

ix) Mudah memaafkan orang lain, sebagaimana firman Allah SWT:

الَّذِينَ يُنْفِقُونَ فِي السَّرَّاءِ وَالضَّرَاءِ وَالْكَنْظِيمِينَ الْغَيْظَ وَالْعَافِينَ عَنِ

الثَّاسِ وَاللَّهُ يُحِبُّ الْمُحْسِنِينَ

١٣٤

Al-Imran 3:134

Terjemahan: iaitu orang-orang yang mendermakan hartanya pada masa senang dan susah, dan orang-orang yang menahan kemarahannya, dan orang-orang yang memaafkan kesalahan orang. Dan (ingatlah), Allah mengasihi orang-orang yang berbuat perkara-perkara baik.

x) Merendah diri, firman Allah SWT:

إِنَّ الْمُسْلِمِينَ وَالْمُسْلِمَاتِ وَالْمُؤْمِنِينَ وَالْمُؤْمِنَاتِ وَالْقَدِيرِتِ
وَالصَّدِيقِينَ وَالصَّدِيقَاتِ وَالصَّابِرِينَ وَالصَّابِرَاتِ وَالخَشِعِينَ
وَالخَشِعَاتِ وَالْمُتَصَدِّقِينَ وَالْمُتَصَدِّقَاتِ وَالصَّتِيرِمِينَ وَالصَّتِيرِمَاتِ
وَالْحَفِظِينَ فُرُوجُهُمْ وَالْحَفِظَاتِ وَالذِّكْرِيَنَ اللَّهُ كَثِيرًا وَالذِّكْرَاتِ
أَعَدَ اللَّهُ لَهُمْ مَغْفِرَةً وَأَجْرًا عَظِيمًا

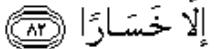
٢٥

Al Ahzab 33:35

Terjemahan: Sesungguhnya orang-orang lelaki yang Islam serta orang-orang perempuan yang Islam, dan orang-orang lelaki yang beriman serta orang-orang perempuan yang beriman, dan orang-orang lelaki yang taat serta orang-orang perempuan yang taat, dan orang-orang lelaki yang benar serta orang-orang perempuan yang benar, dan orang-orang lelaki yang sabar serta orang-orang perempuan yang sabar, dan orang-orang lelaki yang merendah diri (kepada Allah) serta orang-orang perempuan yang merendah diri (kepada Allah), dan orang-orang lelaki yang bersedekah serta orang-orang perempuan yang bersedekah, dan orang-orang lelaki yang berpuasa serta orang-orang perempuan yang berpuasa, dan orang-orang lelaki yang memelihara kehormatannya serta orang-orang perempuan yang memelihara kehormatannya, serta orang-orang lelaki yang menyahut nama Allah banyak-banyak serta orang-orang perempuan yang menyahut nama

Allah banyak-banyak, Allah telah menyediakan bagi mereka semuanya keampunan dan pahala yang besar.

xi) Sentiasa membaca al-Quran, sebagaimana firman Allah SWT:

وَنُزِّلَ مِنَ الْقُرْءَانِ مَا هُوَ شَفَاءٌ وَرَحْمَةٌ لِلْمُؤْمِنِينَ وَلَا يَزِيدُ الظَّالِمِينَ


Al-Isra' 17:82

Terjemahan: Dan kami turunkan dengan beransur-ansur dari al-Quran ayat-ayat Suci yang menjadi ubat penawar dan rahmat bagi orang-orang yang beriman kepadanya; dan (sebaliknya) al-Quran tidak menambahkan orang-orang yang zalim (disebabkan keingkaran mereka) melainkan kerugian jua.

Selain itu, menurut Mohd Sheth (1995), ciri utama usahawan Muslim ialah beriman dan mementingkan ibadah, berorientasikan keberkatan, kesungguhan dan konsisten di dalam beramal, sentiasa berusaha ke arah pencapaian terbaik, sentiasa bersabar, berdoa dan bertawakal dan merupakan seorang yang dermawan.⁵⁸ Manakala menurut Abbas (2001), ketakwaan seseorang Muslim boleh diukur melalui sikap dan cara seseorang individu bertingkahlaku terhadap pekerjaan mereka. Seorang Muslim yang bertakwa menjaga hubungan dengan Allah dan juga menjaga hubungan sesama manusia. Mereka akan taat kepada perintah Allah SWT, bersungguh-sungguh melakukan kerja, kerja yang dilakukan memberi kemanfaatan dan kebaikan kepada diri sendiri dan juga orang lain.⁵⁹ Hasil kajian beliau kajian terhadap 117 orang pengurus di Arab Saudi mendapati, pengurus yang mengikut etika kerja dalam Islam akan lebih produktif, bersemangat dan mencapai kepuasan di dalam pekerjaan yang dilakukan.⁶⁰

Manakala menurut Johan (2006), ketakwaan seorang usahawan melibatkan amalan ibadah harian yang dilakukan oleh mereka antaranya ialah amalan solat lima waktu dan menjaga hubungan sesama manusia dengan melakukan perkara-perkara baik.

⁵⁸ Mohd Sheth Mohd Yussof, "Ciri Usahawan Muslim" dalam Majalah *Al A'mal*, no 1 (1995), 73.

⁵⁹ Abbas J. Ali, "The Islamic Work Ethic in Arabic," *The Journal of Psychology* 126 no. 5 (2001), 507.

⁶⁰ *Ibid.*, 507.

Hasil kajian yang dilakukan oleh beliau terhadap 50 usahawan Muslim yang terdiri daripada bangsa Moroco, Turki, Afghanistan dan Turnisia di Belanda mendapatkan hanya 64.6% mengamalkan solat lima waktu dan 78.3% menjaga hubungan sesama manusia dengan melakukan perkara-perkara yang baik.⁶¹

Selain itu, menurut Khaled (2011), ketakwaan seorang Muslim merangkumi ketataan kepada Allah, seorang yang pemaaf, bertanggungjawab terhadap pekerjaan yang dilakukan dan berbuat baik sesama manusia. Kajian yang dilakukan oleh Khaled (2011) terhadap 204 orang pekerja di Jordanian Press Foudation, mendapat tahap faktor ketakwaan bagi pekerja di Jordanian Press Foundation adalah tinggi.⁶²

Berdasarkan kepada kajian ciri-ciri ketakwaan seorang usahawan Muslim di atas, maka kajian ini akan merangkumi sebelas butiran faktor ketakwaan seperti yang ditunjukkan di dalam jadual 2.1 di bawah:

Jadual 2.1 Butiran Faktor Ketakwaan

Bil	Butiran Faktor Ketakwaan	Kajian Oleh
1	Mementingkan solat lima waktu (20:132)	Hidayati (2006), ⁶³
2	Suka bersedekah (64:16)	Johan(2006), ⁶⁴
3	Seorang yang menepati janji (17:34)	Mohd Sheth(1995), ⁶⁵
4	Seorang yang bersabar di dalam menghadapi ujian(16:96)	Abbas (2001) ⁶⁶
5	Seorang yang sentiasa peka dalam perkara dosa (39:53)	
6	Seorang yang sentiasa memohon taubat dari Allah (66:8)	
7	Seorang yang suka solat malam (17:79)	
8	Seorang yang boleh menahan marah (42:37)	
9.	Seorang yang mudah untuk memaafkan orang lain (3:134)	
10.	Seorang yang merendah diri (33:35)	
11.	Seorang yang melazimi membaca al-Quran (17:82)	

⁶¹ Johan Graafland, Corrie Mazereeuw and Aziza Yahya, “Islam and Socially Responsible Business Conduct: An Empirical Study of Dutch Entrepreneurs,” *Business Ethics: A European Review* 15, no. 4 (2006), 390.

⁶² Khled M.K Alhyazat, “The Role of Islamic Work Ethics In Developing Organizational Citizenship Behavior at The Jordanian Press Foundation,” *Journal of Islamic Marketing*. 3, no. 2 (2012), 139.

⁶³ Hidayati Karim, “Personaliti Muslimah,” 23

⁶⁴ Johan Graafland, Corrie Mazereeuw and Aziza Yahya, “Islam and Socially Responsible Business Conduct,” 390.

⁶⁵ Mohd Sheth Mohd Yussof, “Ciri Usahawan Muslim”, 73.

⁶⁶ Abbas J. Ali, “The Islamic Work Ethic in Arabic,” 507.

B) Faktor Ketelitian

Teliti menurut kamus Dewan bermaksud cermat atau berhati-hati di dalam mengambil sesuatu tindakan.⁶⁷ Terdapat empat aspek ketelitian bagi seorang usahawan iaitu:

- i) Kecenderungan usahawan untuk mencapai kejayaan di dalam perniagaan yang dilakukan, termasuk menggunakan piawaian yang tinggi dalam prestasi dan berusaha untuk mencapai matlamat.⁶⁸
- ii) Peraturan iaitu kecenderungan usahawan untuk mengaplikasikan struktur dan persekitaran kerjayanya, seperti menjadi seorang yang teratur, merancang jadual harian, menyusun kerja dan seorang yang teliti dan berhati-hati di dalam menyelesaikan tugasannya.⁶⁹
- iii) Usahawan juga merupakan seorang yang boleh diharap iaitu kecenderungan usahawan untuk menjadi seorang yang boleh dipercayai dan bertanggungjawab.⁷⁰
- iv) Kecenderungan usahawan di dalam mempertimbangkan risiko sebelum melakukan sesuatu tindakan. Ia bertentangan dengan sikap terburu-buru iaitu kecenderungan mengambil risiko dan bertindak tanpa mengambil kira tanpa mengambil kira akibat daripada tindakan itu. Seorang usahawan sentiasa berfikir panjang untuk mengambil sesuatu tindakan.⁷¹

Kajian yang dilakukan oleh Lussier (2000) mendapati, ketelitian merupakan faktor utama untuk berjaya di dalam perniagaan. Menurut Lussier, ketelitian merangkumi merancang perniagaan yang bakal dilakukan, merancang jadual harian, menyusun jadual

⁶⁷ Kamus Dewan Edisi Ketiga (Kuala Lumpur: Dewan Bahasa dan Pustaka, 2000), 1403.

⁶⁸ Hough L.M, "The 'Big Five' Personality Variables-Construct Confusion: Description versus Prediction," *Human Performance* 5, (1992), 139. Moon H (2001). "The Two Faces Of Conscientiousness: Duty and Achievement-Striving Within Evaluation of Commitment Dilemmas," *Journal of Applied Psychology*, 86 (2001), 533.

⁶⁹ Stewart G.L, "Trait Bandwich and Stages of Job Performance: Assessing Differential Effects for Conscientiousness and Its Sub-Traits," *Journal of Applied Psychology* 84 (1999), 959.

⁷⁰ Hough L.M, "The 'Big Five' Personality Variables-Construct Confusion: Description versus Prediction," 533.

⁷¹ Ashton M.C. dan Lee K. "A Theoretical Basis for The Major Dimensions of Personality," *European Journal of Personality* 15 (2001), 327. Hough L.M dan Ones D.S, "The Structure, Measurement, Validity and Use of Personality Variables in Industrial Work and Organizational Psychology" dalam *Handbook of Work Psychology* (New York: Sage, 2001), 45.

harian mengikut keperluan dan teliti dan berhati-hati di dalam membuat sesuatu keputusan. Kajian beliau terhadap 15 orang usahawan yang gagal dan 15 orang usahawan yang berjaya di Eropah mendapati, terdapat hubungan yang signifikan di antara faktor ketelitian dengan pencapaian usahawan. Usahawan yang kurang teliti akan menghadapi kegagalan dan usahawan yang lebih teliti akan berjaya di dalam perniagaan mereka.⁷² Selain itu, Lussier (1996) juga telah membuat kajian terhadap 11 syarikat yang gagal dan menutup perniagaan mereka di England mendapati faktor ketelitian mempunyai hubungan yang signifikan dengan kegagalan usahawan di dalam perniagaan. Menurut beliau, usahawan yang gagal dan menutup perniagaan mereka adalah usahawan yang tidak teliti di dalam perniagaan yang dijalankan.⁷³

Manakala kajian yang dilakukan oleh Fatimah Salwa (2013) terhadap usahawan berjaya di bawah skim Amanah Ikhtiar Malaysia (AIM) mendapati, usahawan berjaya adalah mereka yang boleh dipercayai dan seorang yang bertanggungjawab.⁷⁴ Seterusnya, kajian yang dilakukan Buys (2007) terhadap usahawan yang melibatkan diri dalam bidang inkubator di Afrika Selatan mendapati, usahawan yang berjaya adalah mereka yang merancang perniagaan mereka, berhati-hati membuat keputusan dan berfikir panjang mengambil sesuatu keputusan.⁷⁵ Selain itu, Abi Sofian (2011), telah melakukan kajian terhadap 105 usahawan di Industri Kraftangan di Terengganu mendapati, ketelitian mempunyai hubungan yang signifikan dengan pencapaian usahawan.⁷⁶ Begitu juga kajian yang dilakukan oleh Watson (1988), terhadap 166 orang usahawan berjaya di West

⁷² Robert N. Lussier dan Sanja Pfeifer, "A Comparison of Business Success Versus Failure Variables between U.S and Central Eastern Europe Croatian Entrepreneurs," *Entrepreneurship Theory and Practice*, Summer (2000), 59.

⁷³ Robert N Luisser, "A Business Success versus Failure Prediction Model for Service Industries," *Journal of Business and Entrepreneurship* Oct, no 8, (1996), 23.

⁷⁴ A.H Fatimah Salwa, A. Mohamad-Azahari dan B. Joni-Tamkin, "An Empirical Evidence from Malaysia: What Makes The Muslim Entrepreneurs Succeed?" *International Journal of Economics and Finance* 5. no 7 (2012), 94.

⁷⁵ A. J Buys dan P.N Mbewana, "Key Success Factor for Business Incubator in South Africa. The Godisa Case Study," *South Africa Journal and Science* 103 (2007), 356.

⁷⁶ Muhammad Abi Sofian, Shaladin Muda dan Wan Abdul Aziz Wan Mohd Amin, "The Measurement of Entrepreneurial Personality and Business Performance in Terengganu Creative Industry," *International Journal of Business Management* 6, no 6 (2010), 183.

Yorkshire mendapati, faktor ketelitian mempunyai hubungan yang signifikan dengan pencapaian usahawan di West Yorkshire.⁷⁷

Berdasarkan kepada kajian mengenai ciri-ciri ketelitian usahawan yang dibincangkan di atas, maka di dalam kajian ini faktor ketelitian merangkumi tujuh butiran seperti yang ditunjukkan di dalam jadual 2.2 di bawah:

Jadual 2.2 Butiran Faktor Ketelitian

Bil	Butiran Faktor Ketelitian	Kajian Oleh
1	Merancang perniagaan	Lussier (2000), ⁷⁸ Luissier (1996), ⁷⁹ Fatimah Salwa (2013), ⁸⁰ Buys (2007), Muhammad Abi Sofian (2011) ⁸¹ , Watson (1988), ⁸²
2	Merancang jadual harian	
3	Menyusun jadual harian mengikut keperluan	
4	Seorang yang teliti dan berhati-hati	
5	Seorang yang boleh dipercayai	
6	Seorang yang bertanggungjawab	
7	Berfikir panjang sebelum mengambil sesuatu tindakan	

C) Faktor Disiplin

Disiplin merujuk kepada melakukan sesuatu dengan tertib, menghormati hak individu lain, mengamalkan tingkah laku yang baik dan tidak mengganggu kepentingan orang lain, hormat-menghormati di antara satu sama lain dan mempunyai semangat tolong menolong dan kesanggupan membaiki keadaan yang sedia ada menerusi usaha membina serta sanggup berkhidmat kepada masyarakat.⁸³ Manakala menurut Muhammad (1982), disiplin merupakan peraturan dan perundangan yang telah ditetapkan disusuli dengan

⁷⁷ Kathryn Watson, Sandra Hogarth-Scott and Nicholas Wilson, "Small Business Start-Ups: Success Factor and Support Implications," *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research* 4, no.3 (1998), 217.

⁷⁸ Robert N. Lussier dan Sanja Pfeifer, "A Comparison of Business Success Versus Failure Variables between U.S and Central Eastern Europe Croatian Entrepreneurs," 59.

⁷⁹ Robert N Luisser, "A Business Success versus Failure Prediction Model for Service Industries," 23.

⁸⁰A.H Fatimah Salwa, A. Mohamad-Azahari & B. Joni-Tamkin, "An Empirical Evidence From Malaysia: What Makes The Muslim Entrepreneurs Succeed?" 94.

⁸¹Muhammad Abi Sofian, Shaladin Muda dan Wan Abdul Aziz Wan Mohd Amin, "The Measurement of Entrepreneurial Personality and Business Performance in Terengganu Creative Industry,"183.

⁸² Kathryn Watson, Sandra Hogarth-Scott and Nicholas Wilson, "Small Business Start-Ups: Success Factor and Support Implications," 217.

⁸³ Bernhardt, K. Discipline and Child Guidance (New York: Mc Graw Hill, 1984), 56.

usaha yang bersungguh-sungguh untuk mencapai kecemerlangan di dalam sesuatu misi atau matlamat.⁸⁴

Disiplin bagi seorang usahawan berkait rapat dengan cara pengurusan masa dan juga cara pengurusan kewangan dengan betul. Menurut Danial Zainal Abidin (2009), di antara disiplin kerja yang perlu diikuti seorang usahawan adalah menggunakan masa sebaik-baiknya dan cara pengurusan masa yang efektif pada diri seorang usahawan ialah membuat perancangan dengan teliti, menentukan matlamat, menentukan keutamaan kerja dan melakukan perkara yang betul. Selain itu, seorang yang cemerlang tidak akan menangguhkan kerja. Ini kerana orang yang suka menangguhkan kerja pasti akan mendatangkan keburukan dan kemudaratan kepada dirinya sendiri.⁸⁵

Manakala menurut Ahmad Sarji (1992), disiplin adalah berkait rapat dengan budaya kerja cemerlang antaranya menyiapkan kerja dalam tempoh yang telah ditetapkan, membelanjakan harta mengikut keperluan yang telah ditetapkan, tidak menyalahgunakan duit syarikat atau jabatan untuk kepentingan peribadi dan membelanjakan harta mengikut keperluan.⁸⁶ Seterusnya, menurut Druker (1985), disiplin berkait rapat dengan fokus di dalam melakukan sesuatu. Seseorang individu yang fokus di dalam melakukan pekerjaan, akan menghasilkan inovasi dan akhirnya, melahirkan kecemerlangan di dalam pekerjaan yang dilakukan.⁸⁷

Selain itu, kajian yang dilakukan oleh Wan Sabri (2001) terhadap peniaga-peniaga Muslim di Malaysia mendapati, usahawan yang berdisiplin akan lebih disenangi oleh pelbagai pihak yang berurusan dengan mereka. Ini kerana seorang usahawan yang berdisiplin akan menggunakan masa sebaik mungkin dan menyiapkan kerja pada masa

⁸⁴ Muhammad bin Jusoh, “Disiplin dan Kesungguhan Bekerja di dalam Islam” dalam *Al-Risalah Musabaqah membaca al-Quran* (Kuala Lumpur: Jabatan Kemajuan Islam Malaysia, 1982), 10.

⁸⁵ Danial Zainal Abidin. *Tip-Tip Cemerlang daripada Al-Quran* (Selangor: PTS Publication & Distributors Sdn Bhd, 2009), 23.

⁸⁶ Ahmad Sarji Bin Abdul Hamid, “Penerapan Nilai Dan Budaya Kerja Cemerlang Dalam Pentadbiran Awam Malaysia,” dalam *Koleksi Ucapan-Ucapan dalam Tahun 1992* (Kuala Lumpur: Institut Tadbiran Awam Negara, 1992), 287.

⁸⁷ Peter F. Drucker, “The Discipline of Innovation,” *Harvard Business Review* (1995), 95.

yang ditetapkan.⁸⁸ Seterusnya, kajian yang dilakukan oleh Wan Yu Chen (2010) terhadap 1,053 mahasiswa universiti di Taiwan mendapati, majoriti pelajar bersetuju bahawa disiplin adalah penting untuk berjaya di dalam bidang perniagaan. Tanpa disiplin dan kerja kuat, seorang usahawan tidak akan berjaya di dalam perniagaan yang diceburi.⁸⁹

Berdasarkan kepada kajian mengenai ciri-ciri disiplin usahawan yang dibincangkan di atas, maka di dalam kajian ini faktor disiplin merangkumi lima butiran seperti yang ditunjukkan di dalam jadual 2.3 di bawah:

Jadual 2.3 Butiran Faktor Disiplin

Bil	Butiran Faktor Disiplin	Kajian Oleh
1	Menggunakan masa sebaik mungkin	Muhammad (1982), ⁹⁰ Danial Zainal Abidin (2009), ⁹¹ Ahmad Sarji (1992), ⁹² Druker (1985), ⁹³ Wan Sabri (2001), ⁹⁴ Wan Yu (2010) ⁹⁵
2	Tidak menangguhkan kerja	
3	Menyiapkan kerja dalam tempoh masa yang telah ditetapkan	
4	Tidak menggunakan duit syarikat untuk kepentingan peribadi	
5	Membelanjakan harta mengikut keperluan	

D) Faktor Kepimpinan

Menurut Kamus Dewan (2007:1208), pemimpin bermaksud orang yang memimpin. Ia berasal daripada perkataan pimpin yang bermaksud bimbing, pandu, tuntun dan tunjuk. Habibah Elias dan Noran Fauziah Yaakob (1997) mendefinisikan pemimpin sebagai satu proses di mana seorang individu akan menggunakan segala kekuatan dan kemahiran akal fikiran serta potensinya secara menyeluruh. Kepimpinan juga melibatkan aspek

⁸⁸ Wan Sabri Wan Hussin, “Nilai Dan Etika Islam Dalam Perniagaan: Amalan dan Tanggapan Masyarakat Malaysia” (Tesis kedoktoran, Kuala Lumpur: Institut Pengajian Siswazah, Universiti Malaya, 2001), 205.

⁸⁹ Wan Yu Chen, Calvin S. Wong dan Hui-Ying Hsu. A Study of The Entrepreneurship of Taiwanese Youth By The Chinese Entrepreneur Aptitude Scale, *Journal Of Technology Management In China* 5, no 1 (2010), 20.

⁹⁰ Muhammad bin Jusoh, “Disiplin dan Kesungguhan Bekerja di dalam Islam,” 15.

⁹¹ Danial Zainal Abidin. *Tip-Tip Cemerlang daripada Al-Quran* (Selangor: PTS Publication & Distributors Sdn Bhd, 2009), 23.

⁹² Ahmad Sarji Bin Abdul Hamid, “Penerapan Nilai Dan Budaya Kerja Cemerlang Dalam Pentadbiran Awam Malaysia,” 287.

⁹³ Peter F. Drucker, “The Discipline of Innovation,” 95.

⁹⁴ Wan Sabri Wan Hussin, “Nilai Dan Etika Islam Dalam Perniagaan: Amalan Dan Tanggapan Masyarakat Malaysia,” 187.

⁹⁵ Wan Yu Chen, Calvin S. Wong dan Hui-Ying Hsu. A Study of The Entrepreneurship of Taiwanese Youth by The Chinese Entrepreneur Aptitude Scale, 20.

keupayaan, kebolehan, kebijaksanaan seseorang mengawal dan menyesuaikan dirinya dengan apa jua keadaan. Seseorang yang memiliki sifat kepimpinan dalam diri dilihat mampu mengelak unsur-unsur yang tidak bersesuaian yang mempengaruhi dirinya. Tegasnya di dalam apa jua keadaan sekalipun, dia boleh bertindak secara profesional. Ketika menghadapi masalah, dia mampu mencari jalan yang menguntungkan, ketika buntu, dia bijak mencari ilham, ketika jahil, dia akan rajin bertanya, ketika lemah semangat, dia mampu mengaspirasikan dan memujuk dirinya sendiri tanpa perlunya dorongan orang lain, ketika sedih, dia mampu menceriakan dirinya semula. Dengan ciri yang ada padanya, segala matlamat yang ditetapkan akan dapat dicapai kerana dia benar-benar menguasai dirinya sendiri tanpa sebarang unsur lain yang mampu menggugat kekuasaan dirinya.⁹⁶

Manakala kepimpinan dari perspektif Islam, setiap individu Muslim adalah pemimpin. Walaupun tidak menjadi pemimpin kepada individu ataupun sesebuah organisasi, yang pasti seorang individu Muslim adalah pemimpin kepada dirinya sendiri dan bertanggungjawab terhadap apa yang dipimpinnya. Seseorang yang tidak dapat memimpin dirinya sendiri, sudah pasti tidak mampu untuk memimpin orang lain.

Sebagaimana firman Allah:

وَإِذْ قَالَ رَبُّكَ لِمَآتِيكَ قَاتِلَىٰ سِيِّدُ الْأَرْضِ خَلِيفَةُ
قَاتِلُوا أَتَجْعَلُ فِيهَا مَنْ يُفْسِدُ فِيهَا وَيَسْفِلُ الْدِمَاءَ وَنَحْنُ نُسَبِّحُ
بِحَمْدِكَ وَنُقَدِّسُ لَكَ قَالَ إِنِّي أَعْلَمُ مَا لَا تَعْلَمُونَ

Al-Baqarah 2:30

Terjemahan: Dan (ingatlah) ketika Tuhan berfirman kepada malaikat: “Sesungguhnya aku hendak menjadikan seorang khalifah di bumi” Mereka bertanya (tentang hikmah ketetapan Tuhan itu dengan berkata): “Adakah engkau (YaTuhan kami) hendak menjadikan di bumi itu orang yang akan membuat bencana dan menumpahkan darah (berbunuh-bunuhan), padahal kami sentiasa bertasbih dengan memujiMu dan

⁹⁶ Habibah Elias dan Noran Fauziah Yaakub, *Psikologi Personaliti* (Kuala Lumpur: Dewan Bahasa dan Pustaka, 1997), 47.

mensucikanMu?” Tuhan berfirman: “Sesungguhnya Aku mengetahui akan apa yang kamu tidak mengetahuiNya.”

Firman Allah lagi:

قَالُواْ اُوذِيَتَا مِنْ قَبْلِ أَنْ تَأْتِيَنَا وَمِنْ بَعْدِ
مَا جَعَلْنَا قَالَ عَسَىٰ رَبُّكُمْ أَنْ يُهْلِكَ عَدُوّكُمْ وَيَسْتَخْلِفَكُمْ
فِي الْأَرْضِ فَيَنْظُرْ كَيْفَ تَعْمَلُونَ ١٢٩

Al-A'raaf 7:129

Terjemahan: Mereka berkata: “Kami telah dianaya dan diperhambakan (oleh firaun) sebelum engkau datang kepada kami dan sesudah engkau datang kepada kami” Nabi Musa menjawab: “Mudah-mudahan Tuhan kamu akan membinasakan musuh kamu dan menjadikan kamu khalifah di Bumi, kemudian ia akan memerhati bagaimana pula perbuatan kamu?”

Tugas utama pemimpin adalah menggerakkan manusia dan organisasi yang dipimpinnya mara ke hadapan dengan cara mempertingkatkan kecekapan dan sikap kerjasama di kalangan anggota sesuatu organisasi. Seseorang pemimpin itu semestinya mencipta semangat kerja berpasukan di sekelilingnya dan menggabungkan kepentingan individu dengan kepentingan organisasi.⁹⁷ Menurut Idris (1996), seorang pemimpin sesebuah organisasi sudah semestinya seorang yang bijaksana, mempunyai kekuatan fizikal, kecerdasan akal, ingatan yang kuat, cintakan ilmu pengetahuan, mempunyai pengetahuan yang luas, bersederhana, cintakan kebenaran, berhemah tinggi, adil pada semua pihak dan mempunyai keazaman yang tinggi. Sikap ini merupakan satu ilmu dan kemahiran yang boleh dipelajari, dilatih dan dipertingkatkan dari semasa ke semasa.⁹⁸

Manakala konsep kepimpinan yang perlu ada pada seorang usahawan Muslim ialah mereka perlu memimpin orang bawahan dan perniagaan yang dijalankan mengikut

⁹⁷ Abdullah Hassan dan Ainon Mohd, *Komunikasi untuk Pemimpin* (Selangor: PTS Publications and Distributors Sdn Bhd, 2005), 32.

⁹⁸ Idris Zakaria, “Kepimpinan Negara: Persamaan Pemikiran Plato, Al-Farabi dan Ibnu Sina,” dalam *Pemikir*, Oktober-Disember (Kuala Lumpur: Utusan Melayu (Malaysia) Berhad, 1996), 15.

ciri-ciri kepimpinan menurut perspektif Islam. Kajian yang dilakukan oleh Abdul Munir (2008) mendapati, ciri kepimpinan menurut perspektif Islam, yang perlu ada pada diri seorang usahawan Muslim antaranya (i) Seorang usahawan perlu mempunyai hubungan yang rapat dengan orang bawahannya. Ini adalah penting untuk membina keyakinan dan kepercayaan orang bawahan terhadapnya. (ii) Seorang usahawan perlu berpandangan jauh kehadapan melangkaui batas-batas yang dicapai oleh pekerjanya. (iii) Seorang usahawan perlu sentiasa berkomunikasi dengan orang bawahan. (iv) Seorang usahawan perlu menjadi seorang pemimpin yang amanah dan jujur sebagaimana firman Allah:

* إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤْدُوا الْأَمْرَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعُدْلِ إِنَّ اللَّهَ نِعِمًا يَعِظُّكُمْ بِهِ إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا

بَصِيرًا

An-Nisaa' 4:58

Terjemahan: Sesungguhnya Allah menyuruh kamu supaya menyerahkan segala jenis amanah kepada (ahlinya yang berhak menerimanya), dan apabila kamu menjalankan hukuman di antara manusia, (Allah menyuruh) kamu menghukum dengan adil. Sesungguhnya Allah dengan (suruhanNya) itu memberi pengajaran yang sebaik-baiknya kepada kamu. Sesungguhnya Allah sentiasa Mendengar, lagi sentiasa Melihat.

(v) Sikap seorang usahawan Muslim perlu menjaga agamanya. Maksudnya, seorang usahawan mestilah menjaga agama Islam dengan sebaiknya walaupun ditimpa dengan pelbagai ujian. (v) Seorang usahawan Muslim adalah pemimpin yang mengajak orang bawahan melakukan kebaikan dan mencegah orang bawahan melakukan kemungkaran sama ada terhadap pekerja, pelanggan dan juga masyarakat di sekelilingnya.⁹⁹Sebagaimana firman Allah:

⁹⁹ Sheikh Abdul Munir Bin Sheikh Abdul Rahim, "Etika Kepimpinan Menurut Islam: Satu Kajian di Kalangan Pemimpin Melayu Peringkat Negeri, di Pahang Darul Makmur" (tesis master, Jabatan Siasah Syar'iyah. Akademi Pengajian Islam Universiti Malaya, 2008), 28.

كُنْتُمْ خَيْرًا أُمَّةٍ أَخْرِجْتُ لِلنَّاسِ تَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَنَهَاوْنَ
 عَنِ الْمُنْكَرِ وَتُؤْمِنُونَ بِاللَّهِ وَلَوْلَا مَنْ أَهْلُ الْكِتَابِ لَكَانَ
 خَيْرًا لَّهُمْ مِنْهُمُ الْمُؤْمِنُونَ وَأَكْثَرُهُمُ الْفَسِيْفُونَ

Al-Imraan 3:110

Terjemahan: Kamu (wahai umat Muhammad) adalah sebaik-baik umat yang dilahirkan bagi (faedah) umat manusia, (kerana) kamu menyuruh berbuat segala perkara yang baik dan melarang daripada segala perkara yang salah (buruk dan keji), serta kamu pula beriman kepada Allah (dengan sebenar-benar iman) dan kalaalah ahli Kitab (Yahudi dan Nasrani) itu beriman (sebagaimana yang semestinya), tentulah (iman) itu menjadi baik bagi mereka. (Tetapi) di antara mereka ada yang beriman, dan kebanyakan mereka: orang-orang yang fasik.

Berdasarkan kepada ciri kepimpinan di atas, usahawan Muslim mempunyai tanggungjawab yang besar di dalam melaksanakan *amar makruf dan nahi mungkar* demi kesejahteraan masyarakat.

Selain itu, menurut Ismail (1999), seorang pemimpin kepada sesebuah organisasi mestilah berpandangan jauh melebihi orang bawahan, mempunyai komunikasi yang baik dengan orang bawahan, jujur dan menjaga agamanya serta mengajak orang bawahannya melakukan *amar ma'ruf dan nahi mungkar*.¹⁰⁰

Berdasarkan kepada kajian mengenai ciri-ciri kepimpinan usahawan yang dibincangkan di atas, maka di dalam kajian ini faktor kepimpinan usahawan merangkumi enam butiran seperti yang ditunjukkan di dalam jadual 2.4:

2.2.2 Akhlak Usahawan Muslim

Akhlik merupakan tingkah laku dalaman yang lahir dari dalam jiwa. Sehubungan itu, manusia diwajibkan menguasai tindakan yang lahir dari dalam kerana dari sifat wujudnya tindakan fizikal. Sebagaimana Rasulullah S.A.W bersabda:

¹⁰⁰ Ismail Ibrahim, "Etika Kepimpinan dalam Islam" (Kertas Kerja Kepimpinan Serantau. 14-15 Jun 1999, Kuala Lumpur), 2.

حَدَّثَنَا أَبُو نُعَيْمٍ، حَدَّثَنَا زَكَرِيَّاءُ، عَنْ عَامِرٍ، قَالَ سَمِعْتُ التُّعْمَانَ بْنَ بَشِيرٍ، يَقُولُ سَمِعْتُ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ يَقُولُ "الْحَلَالُ بَيْنَ الْحَرَامِ بَيْنَهُ، وَبَيْنَهُمَا مُشْبَهَاتٌ لَا يَعْلَمُهَا كَثِيرٌ مِنَ النَّاسِ، فَمَنْ اتَّقَى الْمُشْبَهَاتِ اسْتَبَرَأَ لِدِينِهِ وَعَرَضَهُ، وَمَنْ وَقَعَ فِي الشُّبُهَاتِ كَرَاعٌ بِرْغَى حَوْلَ الْحِمَى، يُوشِكُ أَنْ يُوَاقِعَهُ أَلَا وَإِنْ لَكَ مَلِكٌ حَمَىٌ، أَلَا إِنَّ حَمَىَ اللَّهِ فِي أَرْضِهِ مَحَارِمٌ، أَلَا وَإِنَّ فِي الْجَسَدِ مُضْطَعَةً إِذَا صَلَحَ صَلَحَ الْجَسَدُ كُلُّهُ، وَإِذَا فَسَدَ فَسَدَ الْجَسَدُ كُلُّهُ. أَلَا وَهِيَ الْأَقْلَبُ".

Terjemahan: Abu Nū'aim telah menceritakan kepada kami, Zakaria telah menceritakan kepada kami, daripada 'Āmir berkata; aku mendengar Ān Nū'mān bin Bāshīr berkata; aku mendengar Rasulullah (SAW) bersabda: "Yang halal sudah jelas dan yang haram juga sudah jelas. Namun, di antara keduanya ada perkara syubhah (samar) yang tidak diketahui oleh orang ramai. Maka barangsiapa yang menjauhkan diri daripada perkara syubhah bererti dia telah memelihara agamanya dan kehormatannya. Dan barang siapa yang mengerjakan perkara syubhah, sungguh dia seperti seorang pengembala yang mengembala binatang ternakan di pinggir jurang yang dibimbangi akan jatuh ke dalamnya. Ketahuilah bahawa setiap raja memiliki batasan, dan ketahuilah bahawa batasan (larangan) Allah di bumi-Nya adalah segala apa yang diharamkanNya. Dan ketahuilah pada setiap tubuh ada segumpal darah yang apabila baik darah tersebut, maka baiklah tubuhnya dan apabila rosak darah tersebut maka rosaklah tubuhnya. Ketahuilah, ia (darah tersebut) ialah hati.¹⁰¹

Jadual 2.4 Butiran Faktor Kepimpinan

Bil	Butiran Faktor Kepimpinan	Kajian oleh
1	Mempunyai hubungan yang rapat dengan orang bawahan	Abdul Munir (2008), ¹⁰² Ismail (1999) ¹⁰³
2	Sentiasa berpandangan jauh melebihi orang bawahan	
3	Sentiasa berkomunikasi dengan orang bawahan saya	
4	Merupakan pemimpin yang amanah dan jujur	
5	Seorang pemimpin yang menjaga agama saya	
6.	Seorang pemimpin yang mengajak orang bawahan melakukan kebaikan dan mencegah melakukan kemungkaran	

Akhlik dalam Islam bukan hanya terbatas kepada sifat baik yang lahir daripada perbuatan seseorang hasil daripada sifat semulajadinya atau usaha yang berterusan semata-mata, bahkan juga meliputi sifat dalaman yang wujud dalam diri seseorang.

¹⁰¹ Hādīt Rīwāyat al-Būhārī, Kitāb al-Imān, Bāb al-Fādlī mīn al-Īstābrā' Līddīnīhī, no. Hadith 52, dalam Māwṣū'a t al-Hādīt al-Šārif: al-Kutub as-Sittah, ed. Ṣalīḥ ‘Ābd ‘Āzīz bīn Mūhāmmād bīn Ibrāhīm as-Šīh (Riyāḍ: Dār as-Sālām, 2008), 6

¹⁰² Sheikh Abdul Munir Bin Sheikh Abdul Rahim, "Etika Kepimpinan Menurut Islam: Satu Kajian di Kalangan Pemimpin Melayu Peringkat Negeri, di Pahang Darul Makmur,"30.

¹⁰³ Ismail Ibrahim, "Etika Kepimpinan dalam Islam,"2.

Perkataan "Akhlak" dari sudut epistemologi berasal dari kalimah arab "al-akhlak dan mufradnya al-khuluk'. Akhlak' merupakan kalimah jama' dari kata dasar bahasa Arab, al-khalq. Ahli-ahli bahasa seperti Ībnū Mānzūr (1956)¹⁰⁴ dan Ībrāhīm (t,t)¹⁰⁵ memberikan pengertian yang hampir sama iaitu akhlak dengan maksud perangai, tabiat, maruah, budi pekerti dan agama. Selain itu, akhlak juga merupakan sifat dan tabiat semula jadi yang sedia ada pada diri seseorang atau sifat yang diusahakan dan dipelajari oleh setiap individu.¹⁰⁶

Manakala Jamil (1982) mentakrifkan 'akhlak' sebagai adat kebiasaan, perangai, tabiat, maruah dan kehormatan serta fungsi agama dan ianya merupakan satu sifat atau perbuatan yang wujud dari jiwa tanpa memerlukan pandangan atau pemikiran dan ianya dilakukan bukan dengan paksaan.¹⁰⁷ Di dalam kitab Al-Mu'jam al-Wasit, mentakrifkan akhlak sebagai keadaan atau sifat yang tertanam dalam jiwa seseorang, punca segala kebaikan atau keburukan tanpa berhajat kepada pertimbangan akal terlebih dahulu.¹⁰⁸

Perkataan akhlak di dalam bahasa Melayu didefinisikan sebagai budi pekerti, kelakuan dan tabiat¹⁰⁹ perangai dan tingkahlaku¹¹⁰ serta sifat manusia yang terdidik.¹¹¹ Selain itu, perkataan adab juga digunakan di dalam bahasa Melayu yang bermaksud bersopan santun, berbudi bahasa dan mempunyai budi pekerti yang mulia.¹¹²

Merujuk kepada kamus al-Mawrid, perkataan akhlak di dalam bahasa Inggeris bermaksud:

Ethics, morals, morality, (good) manners¹¹³ and character of person.¹¹⁴ Ethics is the science which deals with morals¹¹⁵ and

¹⁰⁴Ībnū Mānzūr, *Līsān al-'Arab*, Vol.3 (Mīṣr: Mū'āsāsah al-Mīṣrīah al-'Ammāh, 1956), 56.

¹⁰⁵Ībrāhīm Mūṣṭafā, *Mū'jām al-Wāsit* (Bīrūt: Māktābāh al-Īslāmīah, t.t.), 73.

¹⁰⁶Ābīd Tāufiq al-Hāšimī, *Tūrūq Tādrīs ād-Dīn*, Cet.2 (Bīrūt: Muā'sāsah al-Rīsālāh, 1974), 224.

¹⁰⁷Jāmil Sālibā, *āl-Mū'jam al-Fālsāfī*, J.4 (Bīrūt: Dār al-Kītāb al-Lūbnānī, 1982), 539.

¹⁰⁸Mājmā' al-Lūgāh al-'Ārabiāh, *M'ūjām al-Wāṣīt*, J.1, Cet.2 (Mīṣr: Dār al-M'ārif, 1972), 252.

¹⁰⁹*Kamus Dewan*, Edisi ke 3 (Kuala Lumpur: Dewan Bahasa dan Pustaka, 2000), 21.

¹¹⁰Lūis M'ālūf, *āl-Mūnjid* (Bīrūt: al Māktābāh al-Hūlūkīah, t.t.), 194.

¹¹¹Ābdūl Hāmīd Yūnūs, *Dāīrāh al-M'ārif* (Cairo: ās Š'ab, t.t.), 194.

¹¹²*Kamus Dewan*, Edisi ke 3 (Kuala Lumpur: Dewan Bahasa dan Pustaka, 2000), 16.

¹¹³Rūhī Bā'ālbākī, *āl-Māwrīd*, (Bīrūt: Dārūl āl-īlmī Lilmālāyīn, 2001), 521.

¹¹⁴ Ian Richard Netton, *a Popular Dictionary of Islam* (London: Curzon Press 1992), 27.

¹¹⁵ Paul Procter, *Logman Dictionary of Contemporary English*. (Britain: Logman Group Limited, 1979), 172.

moral is concerning character, behaviour, or actions. Considered or judged as being good or bad, right or wrong.¹¹⁶

Menurut Ībn Mīskāwāyh (2001) di dalam kitabnya, *Tāhdīb āl-Āhlāq wā Tāthīr āl-'Ā'rāq*, mendefinisikan akhlak sebagai keadaan jiwa yang membolehkan seseorang individu melakukan sesuatu perbuatan secara spontan dan tanpa sebarang pertimbangan terlebih dahulu. Daripada takrifan tersebut, beliau telah menghuraikan akhlak kepada beberapa konsep seperti mana di bawah:

- i) Akhlak sebagai produk jiwa iaitu beliau seringkali menyamakan perkataan akhlak dengan '*hāl ānnāfs*' sebagai penekanan kepada aspek kestabilan dan kekekalan jiwa, bukannya sesuatu yang bersifat sementara. Selain itu, beliau seringkali menggunakan perkataan *hā'iāh*, *sājjāh* dan *mākālāh* dalam konteks ini.¹¹⁷
- ii) Akhlak juga merupakan sesuatu tingkah laku yang timbul secara spontan tanpa perlu berfikir untuk melakukannya.
- iii) Perbezaan akhlak (*character*) dan perlakuan (*action*) ialah akhlak merupakan watak atau tabiat yang menetap kukuh di dalam jiwa, sedangkan perlakuan pula adalah ekspresi luaran ataupun kesan daripada jiwa. Oleh itu, kesinambungan daripada akhlak dan perlakuan ialah perlakuan yang baik berasal daripada jiwa yang baik.

Selain daripada Ībn Mīskāwāyh, ulama' yang terkenal yang membincangkan tentang persoalan akhlak ialah Īmām āl-Ğāzālī (2005) di dalam kitabnya *Īhyā' 'Ulūm ad-dīn*. Beliau turut mendefinisikan akhlak sebagai sesuatu yang tertanam dalam jiwa, yang keluar daripadanya perlakuan-perlakuan yang mudah, tanpa perlu kepada proses berfikir atau membuat pertimbangan. Sekiranya perbuatan yang dilakukan oleh individu itu baik,

¹¹⁶*Ibid.*, 706.

¹¹⁷Āhmād Bīn Mūhāmmād Ībn Mīskāwāyh, *Tāhdīb āl-Āhlāq wā Tāthīr āl-'Ā'rāq* (Bīrūt: Māktābāh āl-Tāqāfāh ād-Dīniāh, 2001), 34.

maka baiklah akhlaknya manakala sekiranya yang dilakukan itu jahat, maka buruklah akhlaknya.¹¹⁸

Manakala Mīqdād (1973) mentakrifkan ‘akhlak’ sebagai meliputi sifat-sifat semulajadi yang terdapat pada fitrah kejadian manusia dan sifat yang dimiliki oleh seseorang melalui latihan dan usaha yang berterusan sehingga menjadi tabiat seseorang. Ia meliputi dua dimensi. Pertama, perlakuan dalaman (kejiwaan) dan kedua, perlakuan luaran (tingkahlaku). Kedua-duanya lahir dari sikap individu sendiri tanpa sebarang tekanan emosi atau desakan dan paksaan orang lain.¹¹⁹ Manakala ‘Ūmār (1975) mentakrifkan ‘akhlak’ sebagai kebiasaan atau sikap yang mendalam dalam jiwa yang boleh melahirkan perbuatan dengan mudah dan cepat. Ianya merupakan faktor yang boleh mempengaruhi tingkah laku manusia dan mampu menyesuaikan dirinya dengan alam sekitar.¹²⁰ Secara umum, ‘akhlak’ merupakan satu sifat yang tertanam di dalam jiwa yang melahirkan kelakuan secara sukarela (baik atau buruk), secara semulajadi ataupun diusahakan. Tabiat akhlak ini adalah menerima kesan perubahan pendidikan sama ada baik ataupun buruk.¹²¹

Dalam membincangkan tentang akhlak seorang usahawan Muslim, perkara yang paling utama yang perlu diutarakan adalah tanggungjawab yang mesti dipikul oleh seorang usahawan sama ada hubungannya dengan Allah SWT ataupun hubungannya sesama manusia. Di dalam konteks akhlak usahawan Muslim, kebanyakan pengkaji mengaitkan perkataan akhlak usahawan dengan ‘etika’ usahawan. Etika atau ethics atau ethos dalam bahasa Greek bermaksud perlakuan seseorang. Pada masa ini, etika lebih berkisar pada makna pegangan nilai baik yang mendasari sesuatu amalan masyarakat atau

¹¹⁸ Imām ăl-Ğāzālī, *İhyā’ ‘Ulūmiiddūn, Tāhqāq wā Tāhrīğ Ahmād ‘Abdūrrāzāq ăl-Bākrī* (Mīsr: Dārūl Sālām, 2005), 297.

¹¹⁹ Mīqdād Yālān, *Āl-Īttijāh ăl-Āhlāqī fī ăl-Islām* (Mīsr: Māktābāh Tāhrījī, 1973), 34.

¹²⁰ Umār Mūhāmād ăt-Tūmī ăs-Śāibānī Mūhāmmad, *Fālsāfah ăt-Tārbīāh ăl-Īslāmīāh* (Tārāblūs: Ās-Śārīkāt ăl-‘Āmmāh līnnāsr wā ăl-Tāuzī’ wā ăl-‘Āilān, 1975), 226.

¹²¹ Abū Bākār Jābīr-ăl Jāzā‘īrī, *Mīnhāj ăl-Mūslīm* (Qāherāh: Dār ăl-Fīkrī ăl-‘Ārābī, 1964), 152.

profesional. Contohnya, profesion kedoktoran ada etikanya, profesion guaman ada di dalam etika guaman.¹²²

Mustafa (1996) menganggap, etika usahawan Muslim adalah merujuk kepada kelakuan baik yang perlu dilakukan oleh usahawan sama ada kepada diri sendiri, keluarga dan anggota masyarakatnya dengan bersumberkan kepada al-Quran dan juga Sunnah.¹²³ Di dalam bidang perniagaan, akhlak seorang usahawan lebih memfokuskan kepada dua bahagian iaitu akhlak usahawan terhadap pekerja dan akhlak usahawan terhadap pelanggan.

A) Faktor Akhlak Usahawan Terhadap Pekerja

Akhlik usahawan Muslim terhadap pekerja bertujuan untuk melahirkan seorang usahawan yang bebas melakukan usaha mencari kekayaan di dunia tetapi dengan tidak menindas atau membebani golongan pekerja. Seorang usahawan yang mempunyai pekerja hendaklah berakhlik dan bertimbang rasa terhadap para pekerjanya. Mereka perlu menganggap pekerja mereka sebagai saudaranya sendiri. Seorang usahawan mestilah mengambil berat tentang kebijakan para pekerjanya. Usahawan yang tidak bertimbang rasa terhadap pekerjanya dianggap sebagai usahawan yang tidak berakhlik.

Kajian empirikal yang dilakukan oleh Maryam (1991) mendapati, ciri akhlak usahawan terhadap pekerja adalah seperti berikut:

- i) Memberi gaji atau upah yang berpatutan terhadap pekerja. Di dalam Islam, sekiranya pekerja membuat perjanjian menerima gaji yang sedikit daripada majikannya, maka secara tidak langsung, perjanjian itu akan terbatal. Oleh itu, seorang usahawan perlu memberikan gaji yang sewajarnya kepada pekerja-pekerja mereka. Faktor penentuan gaji boleh diukur di dalam jumlah jam seseorang itu bekerja, pengeluaran, jangka masa dia

¹²²Mohd Azhar Abd Hamid, Azmi Shah Suratman & Muhamad Fauzi Othman, "Senario Pendidikan Moral Masyarakat Melayu Zaman Teknologi Komunikasi Maklumat ICT: Trend, Hala Tuju Dan Model Pendidikan Keluarga Islam," *Jurnal Teknologi* 35 (2001), 45.

¹²³Mustafa Hj. Daud, *Etika Pengurusan* (Kuala Lumpur: Utusan Publication & Distributors 1996), 45.

berkhidmat dan taraf kehidupan secara umum. Selain itu, Islam juga mengambil kira kebolehan, bakat dan pengalaman yang ada pada seseorang itu di dalam membuat penentuan gaji.

ii) Pekerja berpuas hati dengan gaji yang diberikan. Ini kerana pekerja yang berpuas hati dengan gaji yang diperolehi akan menjadikan pekerja bersemangat untuk melakukan kerja mereka dan membolehkan pekerja mengasah dan mengembangkan kebolehan dan pengalaman yang mereka ada.

iii) Tidak membebankan pekerja dengan perkara yang tidak mampu dilakukan. Seorang usahawan yang berakhlak tidak akan membebankan pekerjanya, sekiranya mereka tidak mampu untuk bekerja. Islam tidak menentukan jadual kerja yang tertentu. Sebaliknya, ia menyebutkan satu prinsip asas. Pekerja hendaklah terus bekerja tanpa memberatkan dirinya.

iv) Membayar kerja lebih masa kepada pekerja. Seorang usahawan yang berakhlak tidak akan memaksa pekerjanya melakukan pekerjaan di luar kemampuannya. Sekiranya pekerjanya bekerja melebihi masa yang ditetapkan, mereka akan membayar imbuhan kepada pekerjanya.

v) Bonus atau insentif adalah bayaran yang dilakukan oleh majikan kepada pekerjanya di luar daripada gaji pokok yang diterima setiap bulan. Bayaran ini kebiasaannya diberikan kepada pekerja berdasarkan kepada pencapaian yang dilakukan oleh pekerjanya. Islam sememangnya menggalakkan pembahagian bonus dan intensif kepada pekerjanya. Pembahagian bonus biasanya berbentuk duit manakala intensif berbentuk kos perubatan, latihan dan peluang kenaikan pangkat.

vi) Seorang usahawan Muslim perlu mengambil berat keselesaan dan kebersihan di tempat kerja. Memberi keselesaan di tempat kerja merangkumi berbagai aspek seperti perabot dan peralatan yang diperlukan untuk melaksanakan tugas, suhu dan udara yang selesa untuk bekerja, ruang pejabat yang sesuai dan cahaya yang mencukupi. Manakala

menjaga kebersihan pula adalah menjaga kebersihan ruang kerja agar pekerja selesa untuk melakukan tugasannya harian.¹²⁴

Menurut kajian yang dilakukan oleh Flannery (1996) mendapati, terdapat hubungan yang signifikan di antara ganjaran, bonus dan intensif dengan semangat dan minat pekerja kepada pekerjaan yang dilakukan. Ini kerana bonus dan intensif akan menjadikan pekerja lebih bertanggungjawab, mempunyai keyakinan yang tinggi terhadap pekerjaan yang dilakukan dan mampu menyelesaikan konflik dengan baik.¹²⁵

Berdasarkan kepada kajian mengenai ciri-ciri akhlak usahawan terhadap pekerja seperti yang dibincangkan di atas, maka di dalam kajian ini faktor akhlak usahawan terhadap pekerja merangkumi tujuh butiran seperti yang ditunjukkan di dalam jadual 2.5 di bawah:

Jadual 2.5 Butiran Faktor Akhlak Usahawan Terhadap Pekerja

Bil	Butiran Faktor Akhlak Usahawan Terhadap Pekerja	Kajian oleh
1	Memberi upah yang berpatutan kepada pekerja	Maryam (1991) ¹²⁶
2	Tidak membebankan pekerja dengan perkara yang tidak mampu dilakukan	Flannery (1996) ¹²⁷
3	Membayar kerja lebih masa kepada pekerja	
4	Memberikan bonus kepada pekerja	
5	Menyediakan insentif kepada pekerja	
6	Mengambil berat keselesaan di tempat kerja	
7	Mengambil berat kebersihan di tempat kerja	

B) Faktor Akhlak Usahawan Terhadap Pelanggan

Pelanggan merupakan salah satu faktor penentu kejayaan kepada para usahawan. Usahawan yang mempunyai akhlak yang baik akan menarik pelanggan untuk membeli produk atau perkhidmatan yang ditawarkan. Di antara sikap yang dianjurkan di dalam Islam ialah dengan menjalankan hubungan mesra dengan pelanggan ataupun lebih

¹²⁴ Maryam Pawan Ahmad, "Hubungan antara Majikan dengan Pekerja," dalam *Pengurusan Perniagaan Islam*, (Shah Alam: Percetakan Hizbi Sdn Bhd, 1991), 140.

¹²⁵ Flannery, Thomas P, H.Ofrich, David A, Platten dan Paul E, *People Performance and Pay-Dynamic Compensation for Changing Organizations* (New York: The Free Press, 1996), 237.

¹²⁶ Maryam Pawan Ahmad, "Hubungan antara Majikan dengan Pekerja," 140.

¹²⁷ Flannery, Thomas P, H.Ofrich, David A, Platten dan Paul E, *People Performance and Pay-Dynamic Compensation for Changing Organization*, 237.

dikenali dengan membina silaturahim. Apabila wujudnya hubungan yang baik, maka akan memudahkan usahawan untuk berurusan dengan mereka.

Menurut kajian yang dilakukan oleh Rachman (2011) mendapati, di antara ciri-ciri akhlak usahawan terhadap pelanggan ialah (i) Sentiasa tersenyum, bersopan santun dan berkelakuan baik dengan pelanggan. Senyum merupakan sedekah dan diberi pahala ibadah bagi yang melakukannya dengan ikhlas. Sebagaimana Sabda Nabi SAW:

حَدَّثَنَا عَبَّاسُ بْنُ عَبْدِ الْعَظِيمِ الْعَنْبَرِيُّ، حَدَّثَنَا النَّضْرُ بْنُ مُحَمَّدٍ الْجُرَشِيُّ الْيَمَامِيُّ،
حَدَّثَنَا عُكْرَمَةُ بْنُ عَمَّارٍ، حَدَّثَنَا أَبُو زَمِيلٍ، عَنْ مَالِكِ بْنِ مَرْتَدٍ، عَنْ أَبِيهِ، عَنْ أَبِيهِ
ذَرٌ، قَالَ قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ "تَبَسَّمُكَ فِي وَجْهِ أَخِيكَ لَكَ صَدَقَةٌ
وَأَمْرُكَ بِالْمَعْرُوفِ وَنَهِيُّكَ عَنِ الْمُنْكَرِ صَدَقَةٌ وَإِرْشَادُكَ الرَّجُلَ فِي أَرْضِ الضَّلَالِ
لَكَ صَدَقَةٌ وَبَصْرُكَ لِلرَّجُلِ الرَّدِيءِ النَّصْرِ لَكَ صَدَقَةٌ وَإِمَاطَتُكَ الْحَجَرَ وَالشَّوْكَةَ
وَالْعَظْمَ عَنِ الطَّرِيقِ لَكَ صَدَقَةٌ وَإِفْراغُكَ مِنْ دُلُوكَ فِي دُلُوكِ أَخِيكَ لَكَ صَدَقَةٌ".
قَالَ وَفِي الْبَابِ عَنِ ابْنِ مَسْعُودٍ وَجَابِرٍ وَحُذَيْفَةَ وَعَائِشَةَ وَأَبِي هُرَيْرَةَ . قَالَ أَبُو
عِيسَى هَذَا حَدِيثُ حَسَنٍ غَرِيبٍ . وَأَبُو زَمِيلٍ أَسْمَهُ سِمَاكُ بْنُ الْوَلِيدِ الْحَنْفِيُّ .

Terjemahan: ‘Ābās bīn ‘Ābd ‘Āzīm āl ‘Ānbārī telah menceritakan kepada kami, ‘Ān-Nādr bīn Mūhāmād āl Ġūršī āl Yāmāmī telah menceritakan kepada kami, ‘Ikrimah bīn ‘Umār telah menceritakan kepada kami, Ābū Zūmāl daripada Mālik bīn Mārsād telah menceritakan kepada kami, daripada ayahnya, daripada Ābī Zār berkata, Rasulullah SAW bersabda: Senyuman kamu kepada saudara kamu adalah sedekah, melaksanakan perkara makruf dan melarang perkara mungkar adalah sedekah, kamu menunjukkan arah kepada seseorang yang sesat adalah sedekah, kamu melihat orang yang terjejas penglihatannya/rabun adalah sedekah, kamu mengalihkan batu, duri atau tulang di tengah jalan adalah sedekah. Kamu memberikan apa yang tinggal dalam bekas kamu ke dalam bekas saudara kamu adalah sedekah untuk kamu.¹²⁸

Sikap senyum, bersopan santun dan berkelakuan baik yang diamalkan oleh usahawan terhadap pelanggannya akan membuatkan pelanggan merasa tenang dan senang hati untuk berurusan dengannya.¹²⁹

¹²⁸ Hādīt Rīwāyāt Jāmī’ āt-Tīrmītī, Kitāb āl-Bīrrū Wāṣīlāh, Bāb Mā Jāa’ fī Sūnāt āl-Mā’rūf, no. hādīt 1956, dalam Māusū’āt āl Hādīt ās-Šārif: āl-Kūtub ās-Sittāh, ed. Ṣalīḥ ‘Ābd āl-‘Azīz bīn Mūhāmmād bīn Ibrāhīm ās-Šīh (Riyād: Dār ās-Salām, 2008), 1848.

¹²⁹ Abdul Rachman, “Strategi Keusahawanan Islam. Kajian terhadap peniaga kecil di Kecamatan Negalasari Kota Tangerang,” 54.

Selain itu, menurut Adnan (2002), ciri seterusnya yang perlu ada pada seorang usahawan ialah (ii) Jujur dengan pelanggan. Sebagaimana Allah SWT berfirman:

وَأَوْفُوا الْكَيْلَ إِذَا كِلْتُمْ وَرِزْقُوا بِالْقِسْطَاسِ الْمُسْتَقِيمِ ذَلِكَ خَيْرٌ وَأَحْسَنُ
تَأْوِيلًا

Al-Israa' 17:35

Terjemahan: Dan sempurnakanlah sukatan apabila kamu menyukat, dan timbanglah dengan timbangan yang adil. Yang demikian itu baik (kesannya bagi kamu di dunia) dan sebaik-baik kesudahan (yang mendatangkan pahala di akhirat kelak).

Usahawan mukmin yang bersifat jujur akan dapat menjalinkan hubungan yang rapat dengan pelanggan mereka. Hasil daripada sifat jujur akan dikurniakan rezeki yang melimpah ruah dan mendapat kemuliaan di sisi Allah SWT¹³⁰ sebagaimana sabda Rasul SAW:

حَدَّثَنَا أَحْمَدُ بْنُ سِنَانَ، حَدَّثَنَا كَثِيرُ بْنُ هِشَامٍ، حَدَّثَنَا كُلُّوْمُ بْنُ جَوْشَنِ الْقَشِيرِيُّ، عَنْ أَئْبَبَ، عَنْ نَافِعٍ، عَنْ أَبْنِ عُمَرَ، قَالَ قَالَ رَسُولُ اللَّهِ - صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ - التَّاجِرُ الْأَمِينُ الصَّادُوقُ الْمُسْلِمُ مَعَ الشُّهَدَاءِ يَوْمَ الْقِيَامَةِ .

Terjemahan: Āhmād bīn Sīnān telah menceritakan kepada kami, Kātīr bīn Hīshām telah menceritakan kepada kami, Kūlūm bīn Ḥāushan al-Qūshārī telah menceritakan kepada kami, daripada Āyūb, daripada Nāfi', daripada Ibn 'Umar berkata, Rasulullah SAW bersabda: Pedagang Muslim yang amanah dan jujur akan bersama dengan para syuhada di akhirat kelak.¹³¹

Kebanyakan pelanggan suka kepada usahawan yang jujur dan juga amanah. Mereka bertanggungjawab terhadap urusan perniagaan mereka sama ada ketika bersama pekerja, pelanggan dan juga kepada produk yang ditawarkan. Kajian yang dibuat oleh Adnan (2002) mendapati, 50.5% peniaga bersetuju yang seorang usahawan perlu bersikap jujur, amanah dan bertanggungjawab terhadap pelanggannya.¹³²

¹³⁰Adnan Alias, Humam Hj Mohammed dan Mohd Adlan Ibrahim, *Keusahawanan Islam* (Petaling Jaya: Prentice Hall Pearson Malaysia Sdn Bhd, 2002), 35.

¹³¹Hādīt Rīwāyāt Sūnān Ibnu Mājah, Kitāb Ābwābū 'at-Tīgārāh, Bāb āl-Hāsā 'ālā āl-Māqāṣīb, no Hādīt 2139, dalam dalam Māusū 'at āl Hādīt ās-Šārīf: āl-Kūtūb ās-Sittāh, ed. Ṣalīḥ 'Ābd āl-'Azīz bīn Mūhāmmād bīn Ībrāhīm ās-Šīh (Riyād: Dār ās-Sālām, 2008), 2605.

¹³²Adnan Alias, Humam Hj Mohammed dan Mohd Adlan Ibrahim, *Keusahawanan Islam*, 37.

Seterusnya, menurut Wan Sabri (2001), terdapat tiga ciri akhlak usahawan Muslim terhadap pelanggan, (i) Tidak menjual produk yang haram yang boleh membawa kepada kemungkaran dan kemaksiatan kepada pelanggannya. Apapun perkara yang boleh membawa kemudaratan maka hukum menjualnya adalah haram. Sebagai contoh arak, khinzir, patung, salib, makanan atau minuman yang haram ataupun perkhidmatan yang membawa kepada kemudaratan dan maksiat seperti pub, kelab-kelab hiburan, pusat-pusat perjudian dan juga disko merupakan produk atau perkhidmatan yang haram dan tidak halal di sisi Islam.¹³³ Sebagaimana firman Allah:

يَتَأْبِيَهَا الَّذِينَ ظَاهَرُوا إِنَّمَا الْخَمْرُ وَالْمَيْسِرُ وَالْأَنْصَابُ وَالْأَزْلَامُ رِجْسٌ مِّنْ

عَمَلِ الشَّيْطَانِ فَاجْتَنَبُوهُ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ ﴿٤٠﴾

Al- Maidah 5:90

Terjemahan: Wahai orang-orang yang beriman! Bahawa sesungguhnya arak, dan judi, dan pemujaan berhala, dan mengundi nasih dengan batang-batang anak panah, adalah (semuanya) kotor (keji) dari perbuatan Syaitan. Oleh itu, hendaklah kamu menjauhinya supaya kamu berjaya.

Selain itu, terdapat juga dalil daripada hadis Rasulullah SAW mengenai produk yang haram dijual oleh usahawan Muslim. Sebagaimana Sabda Rasulullah SAW:

حَدَّثَنَا قُتَيْبَةُ، حَدَّثَنَا الْلَّaitُ، عَنْ يَزِيدَ بْنِ أَبِي حَبِيبٍ، عَنْ عَطَاءِ بْنِ أَبِي رَبَاحٍ، عَنْ جَابِرِ بْنِ عَبْدِ اللَّهِ - رضي الله عنهمـ . أَنَّهُ سَمِعَ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ يَقُولُ عَامَ الْفُتْحِ، وَهُوَ بِمَكَّةَ "إِنَّ اللَّهَ وَرَسُولَهُ حَرَامٌ بَيْعُ الْخَمْرِ وَالْمَيْتَةِ وَالْخِنْزِيرِ وَالْأَصْنَامِ". فَقَالَ يَارَسُولَ اللَّهِ، أَرَأَيْتَ شُحُومَ الْمَيْتَةِ فَإِنَّهَا يُطْلَى بِهَا السُّفْنُ، وَيُدْهَنُ بِهَا الْجُلُودُ، وَيُسْتَصْبِحُ بِهَا النَّاسُ. فَقَالَ "لَا، هُوَ حَرَامٌ". ثُمَّ قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ عِنْدَ ذَلِكَ "قَاتَلَ اللَّهُ الْبَهُودَ، إِنَّ اللَّهَ لَمَّا حَرَمَ شُحُومَهَا جَمَلَوْهُ ثُمَّ بَاعُوهُ فَأَكَلُوا ثُمَّنَهُ". قَالَ أَبُو عَاصِمٍ حَدَّثَنَا عَبْدُ الْحَمِيدِ، حَدَّثَنَا يَزِيدُ، كَتَبَ إِلَيَّ عَطَاءً سَمِعْتُ جَابِرًا - رضي الله عنهـ . عَنِ النَّبِيِّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ .

Terjemahan: Qutaibah telah menceritakan kepada kami, Al-Lāit telah menceritakan kepada kami, daripada Yāzid bīn Ābī Hābīb, daripada 'Āta' bīn Ābī Rābāh, daripada Jābir bīn 'Abdullāh RA bahawasanya dia mendengar Rasulullah SAW bersabda ketika pembukaan Kota Mekah:

¹³³Wan Sabri Wan Hussin, “Nilai dan Etika Islam dalam Perniagaan: Amalan dan Tanggapan Masyarakat Malaysia”(tesis kedoktoran, Kuala Lumpur, Universiti Malaya, 2001), 45.

"Allah dan RasulNya telah mengharamkan arak, bangkai, babi dan patung". Ada yang bertanya: "Wahai Rasulullah, bagaimana dengan lemak bangkai (lembu dan kambing) Ia digunakan untuk mengecat sarung pedang atau meminyaki kulit-kulit serta dapat digunakan untuk menyalakan pelita? Maka Baginda SAW menjawab: "Tidak boleh, itu adalah haram". Kemudian saat itu juga Rasulullah SAW bersabda: Semoga Allah melaknat Yahudi, kerana ketika Allah mengharamkan lemak haiwan (lembu dan kambing) mereka mencairkannya lemak tersebut lalu menjualnya dan memakan hasil daripada jualan lemak bangkai tersebut." Berkata Ābū 'Āshīm, 'Ābdūl Hāmīd telah menceritakan kepada kami, Yāzīd telah menceritakan kepada kami; 'Ātā' menulis surat kepadaku yang katanya dia mendengar Jābīr RA dari Nabi SAW.¹³⁴

Selain itu, menurut Wan Sabri (2001) lagi, seorang usahawan Muslim (ii) Tidak melakukan jual beli yang mencurigakan dan meragukan. Unsur penipuan dan ketidakjujuran di dalam perniagaan berkait rapat dengan jual beli yang tidak menentu, meragukan, mencurigakan. Di dalam urusan jual beli seperti ini, salah seorang pembeli atau penjual akan mengalami kerugian. Islam melarang bentuk jual beli sedemikian kerana ia merujuk kepada amalan perniagaan masyarakat jahiliah yang mengandungi unsur-unsur yang tidak sihat.¹³⁵ Sebagai contoh, di zaman Rasul SAW, pernah terjadi beberapa orang menjual buah-buahan yang masih di pokok dan belum nampak tua. Sesudah akad, terjadilah sesuatu musibah yang tidak baik. Maka, rosaklah buah-buah tersebut yang akhirnya, terjadilah perbalahan di antara penjual dengan pembeli. Si penjual mengatakan "Saya sudah menjualnya dan sudah ada persetujuan" manakala si pembeli pula mengatakan "kamu menjual kepadaku buah tetapi sekarang buah itu tiada". Daripada peristiwa itu, Rasulullah SAW melarang menjual buah-buahan yang belum masak atau tua melainkan dengan syarat buah-buahan itu dipetik ketika itu juga.¹³⁶

¹³⁴ Ḥādīt Rīwāyāt Ṣāḥīḥ al-Būhārī, Kítābūl Būyū', Bāb Bā'Il al-Māitātī wā al-Āṣnām, no Ḥādīt 2236, dalam Māusū'āt al-Ḥādīt ās-Šārif: al-Kūtub ās-Sittāh, ed. Ṣālīh 'Ābd al-'Azīz bīn Mūhāmmād bīn Ibrāhīm ās-Šīh (Riyāḍ: Dār ās-Sālām, 2008), 173.

¹³⁵ Muhammad Nejatullah Siddiqi, *Perusahaan Ekonomi dalam Islam*, terj. Md Sharit Bharuddin dan Akibah Abu Hassan (Kuala Lumpur: Dewan Bahasa dan Pustaka, 1988), 51.

¹³⁶ Sheikh Muhammad Zakariyya al-Kandahlawi, *Kelebihan Perniagaan dan Pencarian Nafkah Hidup dalam Islam* (Kuala Lumpur: Darul Nu'man, 1994), 130.

Seterusnya, ciri akhlak usahawan Muslim yang ketiga menurut Wan Sabri (2002) ialah (iii) Seorang usahawan Muslim tidak akan menerima dan memberi rasuah kepada pelanggannya. Sebagai contoh, sekiranya dia merupakan seorang kontraktor, dia tidak akan menerima atau memberikan rasuah kepada pelanggannya untuk mendapatkan atau memberikan tender. Amalan rasuah adalah suatu tindakan memberi “hadiah” sama ada berbentuk wang, imbuhan, perkhidmatan dan faedah lain untuk memperolehi keuntungan yang dihajati. Memberi dan menerima rasuah adalah satu amalan terlarang di dalam Islam. Sebagaimana firman Allah:

وَلَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَطْلِ وَتُدْلُوْا بِهَا إِلَىٰ
الْحُكَّامِ لِتَأْكُلُوا فَرِيقًا مِّنْ أَمْوَالِ الظَّالِمِينَ وَآتُوهُمْ تَعْلَمُونَ



Al-Baqarah 2: 188

Terjemahan: Dan janganlah kamu makan (atau mengambil) harta (orang lain) di antara kamu dengan jalan yang salah, dan janganlah pula kamu menghulurkan harta kamu (memberi rasuah) kepada hakim-hakim kerana hendak memakan (atau mengambil) sebahagian dari harta manusia dengan (berbuat) dosa, padahal kamu mengetahui (salahnya).

Walaupun Islam melarang keras para usahawan melibatkan diri dalam jual beli haram, mencurigakan dan juga menerima dan memberi rasuh, namun hasil kajian yang dilakukan oleh Wan Sabri (2002) mendapati, masih terdapat usahawan Muslim yang melibatkan diri di dalam perniagaan tersebut.¹³⁷ Walaupun ramai yang mengetahui tentang pengharamannya, malangnya amalan ini sentiasa berlaku di mana-mana, lantaran kurang keinsafan segelintir usahawan mengenai kesan rasuah kepada diri sendiri dan keluarga mahupun kesannya di hari akhirat kelak. Perbuatan memberi sogokan untuk mendapatkan “sesuatu” merupakan satu sifat yang diwarisi oleh syaitan. Implikasinya

¹³⁷Wan Sabri Wan Hussin, “Nilai dan Etika Islam dalam Perniagaan: Amalan dan Tanggapan Masyarakat Malaysia”, 45.

juga besar iaitu manusia boleh berbohong, menyatakan yang salah dan menidakkannya yang benar kerana mengharapkan sesuatu memihak untuk dirinya. Pihak yang memberi rasuah tidak mengambil kira tentang hukum syarak dan menyebabkan perpecahan di kalangan umat berlaku.¹³⁸ Sebagaimana firman Allah SWT:

يَأَيُّهَا أَلْنَاسُ كُلُّوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَشْيُعُوا خُطُوطَ
الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ

۱۶۸

Al-Baqarah 2:168

Terjemahan: Wahai sekalian manusia! Makanlah dari apa yang ada di bumi, yang halal lagi baik, dan janganlah kamu ikut jejak langkah Syaitan; kerana sesungguhnya Syaitan adalah musuh yang terang dan nyata bagi kamu.

Oleh itu, seorang usahawan yang berakhlik tidak akan menerima atau memberi rasuah kepada pelanggannya. Mereka akan melakukan perniagaan secara telus dan bersih daripada unsur-unsur khianat. Berdasarkan kepada kajian mengenai ciri-ciri akhlak usahawan terhadap pelanggan seperti yang dibincangkan di atas, maka di dalam kajian ini faktor akhlak usahawan terhadap pekerja merangkumi lapan butiran seperti yang ditunjukkan di dalam jadual 2.6 di bawah:

Jadual 2.6 Butiran Faktor Akhlak Usahawan Terhadap Pelanggan

Bil	Butiran Faktor Akhlak Usahawan Terhadap Pelanggan	Kajian Oleh
1	Sentiasa senyum ketika berhadapan dengan pelanggan	Rachman (2011), ¹³⁹
2	Sentiasa berbuat baik kepada pelanggan	Adnan Alias (2002), ¹⁴⁰ dan
3	Sentiasa bersopan santun kepada pelanggan	
4	Sentiasa jujur kepada pelanggan	Wan Sabri (2002) ¹⁴¹
5	Tidak menjual produk-produk haram kepada pelanggan	
6	Tidak akan melakukan jual beli yang mencurigakan dan meragukan	
7	Tidak menerima rasuah	
8.	Tidak memberi rasuah	

¹³⁸Ibid.,131.

¹³⁹Abdul Rachman, “Strategi Keusahawanan Islam. Kajian terhadap peniaga kecil di Kecamatan Negalasari Kota Tangerang,” 59.

¹⁴⁰Adnan Alias, Humam Hj Mohammed dan Mohd Adlan Ibrahim, *Keusahawanan Islam*, 37.

¹⁴¹Wan Sabri Wan Hussin, “Nilai dan Etika Islam dalam Perniagaan: Amalan dan Tanggapan Masyarakat Malaysia”, 45.

2.2.3 Jihad Perniagaan

Jihad perniagaan merupakan satu konsep jihad di alaf baru yang memerlukan kepada huraian dari pelbagai cabang ilmu. Asalkan ilmu tersebut tidak bercanggah dengan prinsip Syariah dan bertujuan untuk mencari keredhaan Allah SWT dan memberi kemanfaatan kepada kesejagatannya ummah, maka ilmu tersebut semestinya diterima di dalam Islam.¹⁴² Jihad di dalam bidang perniagaan adalah sangat mencabar. Seorang yang berjihad di dalam lapangan perniagaannya yang bermatlamat untuk membangunkan diri, masyarakat dan juga agamanya serta mencapai keredaan Allah, perlu melakukannya secara bersunguh-sungguh dengan menumpukan perhatian kepada apa yang dilakukannya. Maka, golongan ini dianggap sebagai mujahid.¹⁴³ Jihad perniagaan amat dituntut di dalam Islam kerana tanpa semangat juang yang tinggi di kalangan para usahawan Muslim akan menjadikan umat Islam mundur dan terkebelakang dari segi ekonomi, sedangkan kekuatan sesuatu bangsa dan negara bergantung kepada kekuatan ekonominya.

Perkataan “Jihad” berasal daripada perkataan “*jāḥidā*” yang bermaksud mencurahkan seluruh kemampuan.¹⁴⁴ Selain itu, perkataan jihad juga bermaksud menyerang atau membunuh musuh kerana membela agama.¹⁴⁵ Manakala Ibn Manzur (1956) pula mendefinisikan jihad sebagai usaha untuk memerangi musuh, mencurahkan sekuat kemampuan dan tenaga sama ada melalui perkataan, perbuatan atau segala yang dimiliki.¹⁴⁶ Selain itu, perkataan jihad juga dianggap sebagai perjuangan.¹⁴⁷ Di dalam kamus *A Dictionary of Modern Written Arabic* mendefinisikan jihad sebagai perjuangan, pertempuran, perang suci untuk melawan musuh sebagai menunaikan kewajipan

¹⁴² Jālāl ād-Dīn āl-Fārīsī, *āl-Jīhīd Ā'lā Mārāhīl Tātāwwūr al-Kāffāh āl Wātānī* (Tīhrān: āl-Māktābāh āt-Tīgārīyāh, 1982), 192.

¹⁴³ *Ibid.*, 192.

¹⁴⁴ Lūwīs Mā'lūf, *āl-Mūnğīd Fī āl-Lūgāh Wā āl-Ā'lām* (Bīrūt: Dār āl- Māshīq, 1986), 106.

¹⁴⁵ *Ibid.*, 106.

¹⁴⁶ Ibnū Mānzūr, *Līsān āl- 'Ārāb*, Vol.3 (Mīṣr: Mu'aṣṣah al-Misriyyah al-'Ammah, 1956), 52I.

¹⁴⁷ Ahmad Warson Munawwir, *Kamus al-Munawwir*, Edt 14, (Surabaya: Pustaka Progresif, 1997), 217.

agama.¹⁴⁸ Manakala di dalam kamus Dewan pula, jihad bermaksud perang suci melawan orang-orang kafir kerana mempertahankan agama Islam.¹⁴⁹ Dr Khair Haikal (1993) mendefinisikan jihad sebagai berjuang melawan hawa nafsu, menegakkan keadilan dan kebenaran dan berjuang untuk meninggikan kalimah Allah SWT.¹⁵⁰ Secara amnya, kesimpulan daripada maksud jihad seperti yang diterangkan di atas adalah berusaha bersungguh-sungguh melakukan amar ma'ruf nahi mungkar demi untuk menegakkan agama Allah.

Seruan kepada melakukan jihad telah tercatat di dalam al-Quran antaranya seperti firman Allah SWT:

كُتِبَ عَلَيْكُمُ الْقِتَالُ وَهُوَ كُرْهٌ لَّكُمْ وَعَسَى أَن تَكُرُّهُوا شَيئًا
وَهُوَ خَيْرٌ لَّكُمْ وَعَسَى أَن تُحِبُّو شَيئًا وَهُوَ شَرٌّ لَّكُمْ وَاللَّهُ يَعْلَمُ
وَأَنْتُمْ لَا تَعْلَمُونَ

Al-Baqarah 2:216

Terjemahan: Kamu diwajibkan berperang (untuk menentang pencerobohan), sedang berperang itu ialah perkara yang kamu benci; dan boleh jadi kamu benci kepada sesuatu padahal ia baik bagi kamu, dan boleh jadi kamu suka kepada sesuatu padahal ia buruk bagi kamu. Dan (ingatlah), Allah jualah yang mengetahui (semuanya itu), sedang kamu tidak mengetahuinya.

Firman Allah:

أَنفِرُوا خِفَافًا وَثِقَالًا وَجَاهِدُوا بِأَمْوَالِكُمْ وَأَنفُسِكُمْ فِي سَبِيلِ
اللَّهِ ذَلِكُمْ خَيْرٌ لَّكُمْ إِن كُنْتُمْ تَعْلَمُونَ

At-Taubah 9:41

Terjemahan: Pergilah kamu beramai-ramai (untuk berperang pada jalan Allah), sama ada dengan keadaan ringan (dan mudah bergerak) atau dengan keadaan berat (disebabkan berbagai-bagai tanggungjawab); dan berjihadlah dengan harta benda dan jiwa kamu pada jalan Allah (untuk

¹⁴⁸ Hans Wehr, *a Dictionary of Modern Written Arabic* (New York: Ithaca, 1976), 142.

¹⁴⁹ Teuku Iskandar Dr, *Kamus Dewan*. Edisi Baru (Kuala Lumpur: Dewan Bahasa dan Pustaka, 1989), 496.

¹⁵⁰ Mūḥāmād Ḥāir Ḥāiqāl, *al-Jihād wā al-Qitāl*, Jil 1 (Bīrūt: Dār al-Bāyārīq, 1993), 40.

membela Islam). Yang demikian, amatlah baik bagi kamu, jika kamu mengetahui.

Firman Allah:

وَالَّذِينَ جَاهُوا فِينَا لَنْهُدِيَنَّهُمْ سُبْلَنَا وَإِنَّ اللَّهَ لَمَعَ الْمُحْسِنِينَ ١٤

Al-'Ankabut 29:69

Terjemahan: Dan orang-orang yang berusaha dengan bersungguh-sungguh kerana memenuhi kehendak agama kami, sesungguhnya kami akan memimpin mereka ke jalan-jalan kami (yang menjadikan mereka gembira serta beroleh keredaan); dan sesungguhnya (pertolongan dan bantuan) Allah adalah beserta orang-orang yang berusaha membaiki amalannya.

Manakala Hadis Rasulullah SAW yang membicarakan tentang jihad antaranya

Sabda Nabi SAW:

حَدَّثَنَا الْحَسَنُ بْنُ صَبَّاحٍ، حَدَّثَنَا مُحَمَّدُ بْنُ سَابِقٍ، حَدَّثَنَا مَالِكُ بْنُ مَعْوِيلٍ، قَالَ سَمِعْتُ الْوَلِيدَ بْنَ الْعَيْزَارَ، ذَكَرَ عَنْ أَبِيهِ عَمْرُو الشَّبَّابِيِّ، قَالَ قَالَ عَبْدُ اللَّهِ بْنُ مَسْعُودَ - رضي الله عنه - سَأَلْتُ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قُلْتُ يَا رَسُولَ اللَّهِ أَيُّ الْعَمَلِ أَفْضَلُ قَالَ "الصَّلَاةُ عَلَى مِيقَاتِهَا". قُلْتُ ثُمَّ أَيُّ. قَالَ "ثُمَّ بِرُّ الْوَالِدِينِ". قُلْتُ ثُمَّ أَيُّ قَالَ "الْجِهَادُ فِي سَبِيلِ اللَّهِ". فَسَكَتَ عَنْ رَسُولِ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ وَلَوْ اسْتَرْدَدْتُهُ لَزَادَنِي.

Terjemahan: Al-Hāsān bīn Ṣobāḥ telah menceritakan kepada kami, Mūhāmmād bīn Sābīq telah menceritakan kepada kami, Mālīk bin Mīgāl telah menceritakan kepada kami; telah berkata Al-Wālīd bīn Al-'Āizār. Berkata Abū 'Amrū Āš Šāibānī, berkata 'Abdūlāh bin Mās'ūd RA: "Aku bertanya kepada Rasulullah SAW "Wahai Rasulullah, amal apakah yang paling utama?" Beliau menjawab: "Solat pada waktunya". Kemudian aku bertanya lagi: "Kemudian apa?" Baginda menjawab: "Kemudian berbakti kepada kedua orang tua". Lalu aku bertanya lagi: "Kemudian apa lagi?" Beliau menjawab: "Jihad di jalan Allah". Maka aku berhenti bertanya lagi kepada Rasulullah SAW. Seandainya aku terus bertanya, Baginda pasti akan menambah jawapannya kepadaku".¹⁵¹

¹⁵¹ Ḥādīt Rīwāyāt Šāhīh al-Būhārī, Kītāb al-Jihād, Bāb Fāḍlī al-Jihād Wā Sāyārī, no Ḥādīt 2782, dalam Māusū'at al-Ḥādīt as-Šārif: al-Kutub as-Sittah, ed. Ṣalīh 'Abd al-'Azīz bīn Mūhāmmād bīn Ibrāhīm as-Šīh (Riyād: Dār as-Salām, 2008), 224.

Sabda Rasulullah SAW:

حَدَّثَنَا مُوسَى، حَدَّثَنَا جَرِيرٌ، حَدَّثَنَا أَبُو رَجَاءٍ، عَنْ سَمْرَةَ، قَالَ النَّبِيُّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ "رَأَيْتُ اللَّهَ نَبِيَّ رَجُلَيْنِ أَتَيْنِي فَصَعِدَ بِي الشَّجَرَةُ، فَأَدْخَلَنِي دَارًا هِيَ أَحْسَنُ وَأَفْضَلُ، لَمْ أَرْ قَطُّ أَحْسَنَ مِنْهَا قَالَا أَمَّا هَذِهِ الدَّارُ فَذَارُ الشُّهَدَاءِ".

Terjemahan: Mūsā telah menceritakan kepada kami, Ğārīr telah menceritakan kepada kami, Ābū Rāğā' telah menceritakan kepada kami, dari Sāmūrah: Nabi SAW bersabda: "Pada malam (Isrā' dan mī'rāğ) aku ditemui oleh dua malaikat yang mengajakku mendaki sebuah pohon lalu keduanya memasukkan aku ke sebuah negeri (kampung) yang terbaik dan paling utama yang belum pernah aku melihat yang lebih baik darinya. Kedua malaikat itu berkata: "Adapun negeri ini adalah kampung para syuhada' (orang yang mati syahid)".¹⁵²

Sabda Rasulullah SAW:

حَدَّثَنَا مُعَلَّى بْنُ أَسَدَ، حَدَّثَنَا وُهَيْبٌ، حَدَّثَنَا حُمَيْدٌ، عَنْ أَنْسٍ بْنِ مَالِكٍ - رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ - عَنِ النَّبِيِّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ "لَعْدَوَةٌ فِي سَبِيلِ اللَّهِ أَوْ رَوْحَةٌ خَيْرٌ مِنَ الدُّنْيَا وَمَا فِيهَا".

Terjemahan: Mū'ālā bīn Āsād telah menceritakan kepada kami, Wūhāib telah menceritakan kepada kami, Hūmāid telah menceritakan kepada kami, dari Ānās bīn Mālīk RA, Nabi SAW bersabda: "Pergi keluar berperang di jalan Allah pada awal (pagi) hari atau pergi keluar berperang pada akhir (siang hari) lebih baik dari pada dunia dan segala isinya".¹⁵³

Para ulama Islam tidak mempunyai kata sepakat tentang pembahagian jihad ini, bahkan mereka berbeza pandangan mengenainya. Namun, penulis menganggap perbezaan ini adalah dalam bentuk lengkap-melengkap antara satu sama lain. Pandangan-pandangan ulama adalah seperti berikut. Padangan ulama pertama adalah pandangan yang dikemukakan oleh Ibn Qayyim (751 Masihi). Beliau telah membahagikan jihad kepada empat bahagian iaitu:

¹⁵² Ḥādīt Rīwāyāt Ṣāḥīḥ al-Būḥārī, Kītāb al-Jihād, Bāb Dārājāt Al-Mujāhīdīn fī Sābīlillāh, no Ḥādīt 2791, dalam Māusū 'āt al-Ḥādīt as-Šārif: al-Kūtub as-Sittāh, ed. Ṣalīḥ 'Ābd al-'Azīz bīn Mūhāmmād bīn Ibrāhīm as-Šīh (Riyāḍ: Dār as-Sālām, 2008), 225.

¹⁵³ Ḥādīt Rīwāyāt Ṣāḥīḥ al-Būḥārī, Kītāb al-Jihād, Bāb Dārājāt Al-Mujāhīdīn fī Sābīlillāh, no Ḥādīt 2792, dalam Māusū 'āt al-Ḥādīt as-Šārif: al-Kūtub as-Sittāh, ed. Ṣalīḥ 'Ābd al-'Azīz bīn Mūhāmmād bīn Ibrāhīm as-Šīh (Riyāḍ: Dār as-Sālām, 2008), 225.

- i) *Jīhād ānnāfs*. Iaitu jihad melawan hawa nafsu. Jihad ini akan sempurna dengan melakukan segala tuntutan yang berkaitan dengannya.
- ii) *Jīhād ās-šāitān*. Iaitu jihad menentang tipu daya syaitan. Jihad ini akan dilalui dalam dua bentuk. Pertama: berjihad menjauhkan diri dengan perkara syubhah dan sebarang keraguan dalam akidah dibawa oleh syaitan dan kedua berjihad dengan menjauhkan diri daripada sebarang keinginan nafsu syahwat yang dibawa oleh syaitan.
- iii) *Jīhād āl-Kūfār*. Iaitu jihad menentang golongan musyrikin, jihad ini perlu disempurnakan mengikut peringkat tertentu iaitu dengan hati, lidah, harta, jiwa dan tangan. Ibn Qāyyim berpendapat jihad yang lebih khusus dengan orang kafir ialah jihad dengan tangan.
- iv) *Jīhād āl-Mūnāfiqūn*. Iaitu jihad menentang golongan munafiq, jihad ini akan disempurnakan melalui beberapa peringkat antaranya dengan dengan hati, lidah, jiwa dan tangan. Ibn Qāyyim berpendapat jihad yang lebih khusus dengan orang munafiq ialah jihad dengan lidah¹⁵⁴

Pandangan ulama kedua adalah pandangan daripada Šīh Ābdūl Ḥalīm Māhmūd (t.t), membahagikan jihad kepada dua bahagian iaitu:

- i) Jihad dalam keadaan aman. Iaitu usaha memperkuatkan diri dengan kekuatan iman dan persiapan kebendaan yang menyentuh semua aspek kekuatan. Jihad ini adalah berjihad dengan harta, masa jiwa dan juga lidah.¹⁵⁵
- ii) Jihad di medan perang. Iaitu jihad menentang musuh Islam di medan perang jihad ini dianggap fardu kifayah, tetapi apabila musuh memasuki negara Islam ia bertukar menjadi fardu ain. Jihad ini memerlukan kekuatan tenaga, fizikal dan emosional untuk berlawanan.¹⁵⁶

¹⁵⁴ Ibn Qāyyim, *Zād āl-Mā’ād fī ḥādyī āl-Ḥāirāt* (Bīrūt: āl Mūāssāsāh āl-Rīsālāh, 1996), 9.

¹⁵⁵ Ābdūl Ḥalīm Māhmūd, *Āl Jīhād fī āl-Īslām* (Qāhīrāh: Dār āl-Mā’rifāh, t.t), 15.

¹⁵⁶ *Ibid.*, 15.

Pandangan ulama ketiga adalah padangan yang dikemukakan oleh Mūhāmmād Šādīd yang telah membahagikan jihad kepada empat bahagian iaitu:

- i) *Jihād ād-d‘āwāh*. Iaitu jihad untuk mengislahkan masyarakat dalam segenap lapangan hidup. Contohnya, jihad Rasulullah SAW untuk membentuk masyarakat Mekah.
- ii) *Jihād āt-tārbīyyāh*. Iaitu jihad untuk mendidik dan mengembalikan manusia kepada fitrah asalnya, jihad ini dilakukan dengan mendidik hati dan jiwa, membentuk peribadi dan akhlak dan membangunkan manusia agar berfikir secara rasional.
- iii) *Jihād fī tānzīm ăl mūjtāmā'*. Iaitu jihad untuk membentuk masyarakat supaya hidup dalam satu jemaah. Selain itu juga, mereka menyusun keluarga, masyarakat dan negara.
- iv) *Jihād fī Sābilillāh (āl-Qītāl)*. Iaitu jihad di medan peperangan. Jihad ini adalah kemuncak bagi usaha untuk menegakan kalimah Allah SAW dan mempertahankan Islam.¹⁵⁷

Manakala, pandangan yang dikemukakan oleh ulama keenam iaitu Sāīd Hāwā (1995). Beliau telah membahagikan jihad kepada lima kategori iaitu jihad lidah, pendidikan, tangan dan jiwa, politik, harta dan juga ekonomi.¹⁵⁸ Oleh itu, secara keseluruhannya, jihad merupakan satu bidang yang amat luas, ia dianggap oleh para ulama sebagai fardu ain yang wajib dilakukan oleh umat Islam abad ini. Begitu juga dengan pembahagian jihad yang pelbagai oleh para ulama, walaupun terdapat percanggahan di kalangan ulama tetapi percanggahan ini dalam bentuk lengkap melengkapi antara satu sama lain.

Jihad dalam konteks jihad perniagaan merupakan usaha yang perlu dilakukan oleh seorang usahawan secara bersungguh-sungguh di dalam aktiviti keusahawanan demi mencapai kejayaan hidup di dunia dan juga di akhirat. Kekuatan diri, semangat dan ketabahan hati seorang usahawan Muslim di dalam menjalankan perniagaan dengan

¹⁵⁷ Mūhāmmād Šādīd, *āl-Jihād fī ăl Islām* (Bīrūt: Mūāssāsāh ăl-Rīsālāh, 1982), 9.

¹⁵⁸ Sāīd Hāwā, *Čundūllāh Tāhītān* (Qāhīrāh: Māhītābāh Wāhībāh, 1995), 349.

berasaskan kepada kepercayaan dan keimanan akan membentuk semangat jihad yang mantap di dalam diri dan seterusnya, memberikan kekuatan di dalam menghadapi segala cabaran dan rintangan dengan keredaan dan juga keikhlasan hati yang suci murni. Golongan usahawan yang berjihad akan diberikan ganjaran oleh Allah SWT.

Sebagaimana Firman Allah:

يَأَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُواْ هَلْ أَذْلَكُمْ عَلَى تَحْرَةٍ تُنْهِيُّكُمْ مِّنْ عَذَابِ الْيَمِّ (١٠) تُؤْمِنُوْنَ
بِاللَّهِ وَرَسُولِهِ وَتَجْاهُوْنَ فِي سَبِيلِ اللَّهِ بِإِيمَانِكُمْ وَأَنْفَسِكُمْ ذَلِكُمْ خَيْرٌ لَّكُمْ إِنْ كُنْتُمْ
تَعْلَمُوْنَ (١١) يَعْقِرُ لَكُمْ دُنْوَبَكُمْ وَيُدْخِلُكُمْ جَنَّاتٍ تَجْرِي مِنْ تَحْتِهَا الْأَنْهَارُ وَمَسَاكِنَ
طَيِّبَةً فِي جَنَّاتٍ عَذْنَ ذَلِكَ الْفَوْزُ الْعَظِيمُ (١٢) وَأَخْرَى تُحِبُّوْنَهَا نَصْرٌ مِّنَ اللَّهِ
وَفَتْحٌ قَرِيبٌ وَبَسْرٌ الْمُؤْمِنِينَ (١٣)

As-Saff 61:10-13

Terjemahan: Wahai orang-orang yang beriman! Mahukah aku tunjukkan suatu perniagaan yang boleh menyelamatkan kamu dari azab seksa yang tidak terperi sakitnya? Iaitu kamu beriman kepada Allah dan RasulNya, serta kamu berjuang membela dan menegakkan agama Allah dengan harta benda dan diri kamu, yang demikian itulah yang lebih baik bagi kamu, jika kamu hendak mengetahui (hakikat yang sebenar). (Dengan itu) Allah akan mengampunkan dosa-dosa kamu, dan memasukkan kamu ke dalam taman-taman yang mengalir di bawahnya beberapa sungai, serta ditempatkan kamu ditempat-tempat tinggal yang baik di dalam Syurga “A’dn”. Itulah kemenangan yang besar.

Konsep berusaha bersungguh-sungguh mencari rezeki yang halal amat dituntut dalam Islam. Mereka yang melibatkan diri di dalam perniagaan merupakan ibadah. Sebagaimana Rasulullah (SAW) telah menegaskan sembilan persepuhluh rezeki adalah daripada perniagaan. Seorang usahawan perlu reda dan ikhlas di dalam menjalankan perniagaan mereka dan berusaha bersungguh-sungguh untuk mencapai kejayaan. Mereka perlu berjihad melawan segala kesukaran dan kesusahan yang muncul di dalam perniagaan mereka kerana Allah tidak akan memberi kesusahan kepada mereka dengan sia-sia. Sebagaimana firman Allah:

وَجَنِهْدُوا فِي اللّٰهِ حَقَّ جِهَادِهِ هُوَ أَجْتَبَنَّكُمْ وَمَا جَعَلَ عَلَيْكُمْ فِي الدِّينِ
 مِنْ حَرَجٍ مِّلَّةً أَبِيكُمْ إِبْرَاهِيمَ هُوَ سَمَدْكُمُ الْمُسْلِمِينَ مِنْ قَبْلٍ وَفِي هَذَا
 لِيَكُونَ الرَّسُولُ شَهِيدًا عَلَيْكُمْ وَتَكُونُوا شُهَدَاءَ عَلَى النَّاسِ فَاقِيمُوا
 الصَّلَاةَ وَاعْثُرُوا الْرَّكُوْةَ وَاعْتَصِمُوا بِاللّٰهِ هُوَ مَوْلَانِكُمْ فَنِعْمَ الْمَوْلَى وَنِعْمَ

النَّصِيرٌ ٧٨

Al-Hajj 22:78

Terjemahan: Dan berjihadlah kamu pada jalan Allah SWT dengan jihad yang sebenar-benarnya. Dialah yang memilih kamu (untuk mengerjakan suruhan agamanya); dan ia tidak menjadikan kamu menanggung sesuatu keberatan dan susah payah dalam perkara agama, agama bapa kamu Ibrahim. Ia menamakan kamu “orang-orang Islam” semenjak dahulu dan di dalam (al-Quran) ini. Supaya Rasulullah (Muhammad) menjadi saksi yang menerangkan kebenaran perbuatan kamu, dan supaya kamu pula layak menjadi orang-orang yang memberi keterangan kepada umat manusia (tentang yang betul dan yang salah). Oleh itu, dirikanlah sembahyang, dan berilah zakat, serta berpegang teguhlah kamu kepada Allah! Dialah Pelindung kamu. Maka (Allah yang demikian sifatNya) Dialah sahaja sebaik-baik Pelindung dan sebaik-baik Pemberi pertolongan.

Hakikat sebenar jihad perniagaan adalah berkait rapat dengan menjaga hubungan dengan Allah dan juga sesama manusia. Muhammad Ali (2009) menegaskan tentang konsep jihad perniagaan di dalam tulisannya:

Jihad perniagaan dari perspektif Islam perlu dilihat dalam konsep jihad al’Akhbar yang sekaligus menuntut kegigihan mengawal nafsu serakah dan kesanggupan yang tinggi untuk mengorbankan kepentingan diri di samping membina keupayaan dan kegagahan usahawan untuk mengatasi segala halangan dan rintangan yang dihadapi sehingga mencapai kejayaan yang paling tinggi. Umat Islam diseru dengan tegas supaya mengawal nafsu (al-Furqaan 25: 50), khasnya nafsu di dalam mengejar harta kekayaan peribadi yang boleh mengakibatkan timbulnya sifat-sifat kikir, bakhil, tamak haloba, kerakusan dan keserakahan.¹⁵⁹

¹⁵⁹ Muhamad Ali Hashim, “Jihad Bisnes: Satu Pendekatan Strategik Ke Arah Pemerksaan Ekonomi Ummah,” (Kertas Kerja Kongres Ekonomi Islam ke 3. Kuala Lumpur: Dewan Perniagaan Islam Malaysia 2009), 13.

Sebagai seorang ahli korporat yang berjaya di dalam dunia perniagaan, beliau wajar membangkitkan isu kepentingan “Jihad perniagaan di kalangan usahawan” supaya usahawan yang melibatkan diri di dalam perniagaan akan bersungguh-sungguh berjihad melawan nafsu serakah yang ada dalam diri, mencari ilmu yang berkait dengan perniagaan, mencari harta kekayaan di dalam aktiviti keusahawanan dan membina hubungan perniagaan. Hasil kekayaan dan kejayaan yang diperolehi digunakan untuk tujuan kebijakan bagi membangunkan agama dan syiar Islam.

Oleh itu, berdasarkan kepada pembahagian jihad yang telah dikemukakan oleh para ulama di atas, maka pembahagian jihad perniagaan dibahagikan kepada empat bahagian utama iaitu jihad melawan hawa nafsu, jihad ilmu, jihad harta dan jihad manusiawi. Huraian mengenai jihad perniagaan adalah sebagaimana berikut:

A) Faktor Jihad Hawa Nafsu

Jihad melawan hawa nafsu merupakan perkara utama yang perlu ada pada diri usahawan untuk membendung diri daripada melakukan perkara yang melanggar syariah. Hawa nafsu yang diberikan oleh Allah SWT merupakan ujian yang amat berat untuk ditanggung oleh manusia. Jihad melawan hawa nafsu bagi seorang usahawan adalah jihad melawan ujian yang boleh menggugat keimanan dan kesabaran seorang usahawan. Ini kerana nafsu yang dibekalkan itu sentiasa cenderung kepada kejahatan. Sebagaimana firman Allah SWT:

﴿وَمَا أَبْرِئُ نَفْسِي إِنَّ النَّفْسَ لَمَاءِرٌ بِالسُّوءِ إِلَّا مَا رَحِمَ رَبِّي إِنَّ رَبِّي

غَفُورٌ رَّحِيمٌ

Yusuf 12:53

Terjemahan: Dan tiadalah aku berani membersihkan diriku; sesungguhnya nafsu manusia itu sangat menyuruh melakukan kejahatan, kecuali orang-orang yang telah diberi rahmat oleh Tuhan

(maka terselamatlah dia dari hasutan nafsu itu). Sesungguhnya Tuhanmu Maha Pengampun, lagi maha Mengasihani.

Nafsu merupakan musuh yang paling jahat, kejahatannya melebihi kejahatan syaitan. Sekiranya nafsu tidak dikawal, ia akan menguasai dan merosakkan diri sendiri. Di antara perkara-perkara yang melanggari syariat agama yang dikaitkan dengan mengikut hawa nafsu antaranya seperti berikut:

i) Berjudi dan meminum arak, sebagaimana firman Allah SWT:

يَتَأْيِهَا الَّذِينَ ظَاهَرُوا إِنَّمَا الْخَمْرُ وَالْمَيْسِرُ وَالْأَنْصَابُ وَالْأَزْلَامُ رِجْسٌ مِّنْ
عَمَلِ الشَّيْطَانِ فَاجْتَنِبُوهُ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ ﴿٤٠﴾

Al- Maidah 5:90

Terjemahan: Wahai orang-orang yang beriman! Bahawa sesungguhnya arak dan judi, dan pemujaan berhala, dan mengundi nasib dengan batang-batang anak panah, adalah (semuanya) kotor (keji) dari perbuatan Syaitan. Oleh itu, hendaklah kamu menjauhinya supaya kamu berjaya.

ii) Berzina, sebagaimana Firman Allah SWT:

وَلَا تَقْرُبُوا الْزِنَى إِنَّهُ وَكَانَ فَحِشَةً وَسَاءَ سَبِيلًا ﴿٢٢﴾

Al-Israa' 17:32

Terjemahan: Dan janganlah kamu menghampiri zina. Sesungguhnya zina itu adalah satu perbuatan yang keji dan satu jalan yang jahat (yang membawa kerosakan).

iii) Tidak mengingati jasa kedua ibubapa, sebagaimana Firman Allah SWT:

* وَقَضَى رَبُّكَ أَلَا تَعْبُدُوا إِلَّا إِيَّاهُ وَبِالْوَالِدَيْنِ إِحْسَنَا إِمَّا يَبْلُغُنَّ عِنْدَكَ
الْكِبَرَ أَحَدُهُمَا أَوْ كِلَّاهُمَا فَلَا تَقْلِلْ لَهُمَا أَفِي وَلَا تَنْهَرْهُمَا وَقُلْ لَهُمَا
قَوْلًا كَرِيمًا ﴿٢٣﴾

Al- Israa' 17:23

Terjemahan: Dan Tuhanmu telah perintahkan, supaya engkau tidak menyembah melainkan kepadaNya semata-mata, dan hendaklah engkau berbuat baik kepada kedua ibu bapa. Jika salah seorang daripada keduanya, atau kedua-duanya sekali, sampai kepada umur tua dalam jagaan dan peliharaanmu, maka janganlah engkau berkata kepada mereka (sebarang perkataan kasar) sekalipun perkataan “ah” dan janganlah engkau menengking mereka, tetapi katakanlah kepada mereka perkataan yang mulia (yang bersopan santun).

iv) Tidak berbuat baik kepada ibubapa, sebagaimana firman Allah SWT:

﴿ وَأَعْبُدُوا اللَّهَ وَلَا تُشْرِكُوا بِهِ شَيْئًا وَبِالْوَالِدَيْنِ إِحْسَنَا وَبِذِي الْقُرْبَىٰ وَالْيَتَامَىٰ وَالْمَسَاكِينِ وَالْجَارِ ذِي الْقُرْبَىٰ وَالْجَارِ الْجُنُبِ وَالصَّاحِبِ بِالْجَنْبِ وَأَبْنِ النَّبِيلِ وَمَا مَلَكَتْ أَيْمَانُكُمْ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ مَنْ كَانَ مُخْتَالاً فَخُورًا ﴾

An-Nisaa' 4:36

Terjemahan: Dan hendaklah kamu beribadat kepada Allah dan janganlah kamu sekutukan Dia dengan sesuatu apa jua; dan hendaklah kamu berbuat baik kepada kedua ibu bapa, dan kaum kerabat, dan anak-anak yatim, dan orang-orang miskin, dan jiran tetangga yang dekat, dan jiran tetangga yang jauh, dan rakan sejawat, dan orang musafir yang terlantar, dan juga hamba yang kamu miliki. Sesungguhnya, Allah tidak suka kepada orang-orang yang sompong dan membangga-banggakan diri.

v) Memutuskan silaturahim, sebagaimana firman Allah SWT:

﴿ فَهَلْ عَسَيْتُمْ إِنْ تَوَلَّيْتُمْ أَنْ تُفْسِدُوا فِي الْأَرْضِ وَتُقْطِعُوا أَرْحَامَكُمْ ﴾

Muhammad 47:22

Terjemahan: (Kalau kamu tidak mematuhi perintah) maka tidaklah kamu harus dibimbang dan dikhawatirkan- jika kamu dapat memegang kuasa-kamu akan melakukan kerosakan di muka bumi ini, dan memutuskan silaturahim dengan kaum kerabat?

vi) Bergaduh sesama manusia, sebagaimana Firman Allah SWT:

وَلْتَكُن مِّنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَا عَنِ
الْمُنْكَرِ وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ (١٤)

Al-‘Imraan 3: 103

Terjemahan: Dan berpegang teguhlah kamu sekalian kepada tali Allah (Agama Islam), dan janganlah kamu bercerai-berai; dan kenanglah nikmat Allah kepada kamu ketika kamu bermusuh-musuhan (semasa jahiliyah dahulu), lalu Allah menyatukan di antara hati kamu (sehingga kamu bersatu-padu dengan nikmat Islam), maka menjadilah kamu dengan nikmat Allah itu orang-orang Islam yang bersaudara. Dan kamu dahulu berada di tepi jurang neraka (disebabkan kekufuran kamu di masa jahiliah), Demikianlah Allah menjelaskan kepada kamu ayat-ayat keteranganNya, supaya kamu mendapat pertunjuk hidayahNya.

Justeru, sebagai seorang usahawan Muslim yang beriman kepada Allah SWT, mereka tidak akan mudah terpedaya dengan hawa nafsu yang boleh mendorong mereka kepada melakukan kemaksiatan.

Menurut Saat (2010), seorang usahawan Muslim mestilah menjauhi diri mereka daripada melakukan dosa-dosa besar kerana perbuatan ini akan membawa kepada kerosakan dan bencana di dalam masyarakat. Dosa-dosa besar yang dilakukan akan menjadikan jiwa dan hati menjadi gelap dan melahirkan pelbagai masalah di dalam masyarakat antaranya seks bebas, akan melahirkan wabak AIDS, arak, akan melahirkan pergaduhan dan persengketaan di dalam masyarakat dan judi, akan menyebabkan perbalahan dan pergaduhan di dalam masyarakat serta membawa kepada kemiskinan dan kepapaan.¹⁶⁰ Oleh itu, sebagai usahawan Muslim perlu berjihad melawan hawa nafsu dengan mengelakkan diri dari melakukan dosa-dosa besar. Berdasarkan kepada kajian mengenai ciri-ciri jihad melawan hawa nafsu seperti yang dibincangkan di atas, maka di dalam kajian ini, faktor jihad melawan hawa nafsu merangkumi tujuh butiran seperti yang ditunjukkan di dalam jadual 2.7.

¹⁶⁰ Saat Sulaiman, *Usahawan Kaya Wang, Kaya Iman* (Selangor: PTS Milineum, 2010), 50.

Jadual 2.7 Butiran Faktor Jihad Melawan Hawa Nafsu

Bil	Butiran Faktor Jihad Melawan Hawa Nafsu	Kajian Oleh
1	Tidak berjudi (5:90-91)	Saat
2	Tidak minum arak (5:90-91)	(2010) ¹⁶¹
3	Tidak mempunyai perempuan simpanan (17:32)	
4	Mengingati jasa kedua ibubapa (17:23)	
5	Menziarahi kedua ibubapa (4:36)	
6	Tidak lupa kepada adik beradik dan ahli keluarga (47:22)	
7	Bukan seorang yang panas barang dan suka bertengkar (3:103)	

B) Faktor Jihad Ilmu

Jihad ilmu termasuklah dalam kategori menuntut dan memberi ilmu. Ianya merupakan perkara yang wajib dilakukan oleh para usahawan Muslim untuk maju di dalam perniagaan yang dijalankan. Sebagai usahawan Muslim, mereka bukan sahaja perlu menuntut ilmu dan pengalaman yang berkait dengan perniagaan yang diceburi, malah mereka juga wajib menuntut ilmu agama sebagai bekalan hidup di dunia dan akhirat. Selain itu usahawan juga digalakkan melakukan aktiviti perkongsian ilmu ataupun pengalaman kepada mereka yang berminat di dalam bidang perniagaan. Ayat al-Quran yang pertama diturunkan kepada Rasulullah SAW adalah berkenaan dengan ‘Iqrā’ yang merupakan asas untuk memperolehi ilmu pengetahuan. Usaha baik di dalam mencari ilmu pengetahuan dipandang mulia di dalam Islam dan dianggap sebagai jihad di sisi Allah SWT.

Kewajipan menuntut ilmu ini telah ditegaskan oleh Allah SWT melalui perintahnya yang berulang-ulang di dalam al-Quran. Di antara ayat al-Quran yang menganjurkan hambanya mengkaji dan menganalisis ilmu antaranya sebagaimana Firman Allah SWT:

وَإِنَّ لَكُمْ فِي الْأَنْعَمِ لَعِرْرَةٌ تُسْقِي كُمْ مَمَّا فِي بُطُونِهِ مِنْ بَيْنِ فَرِثٍ وَدِمَ
لَبَّيَا خَالِصًا سَائِعًا لِلشَّرِبَيْنِ 161

¹⁶¹Ibid.,

Terjemahan: Dan sesungguhnya pada binatang-binatang ternak itu, kamu beroleh pelajaran yang mendatangkan iktibar. Kami beri minum kepada kamu daripada apa yang terbit dari dalam perutnya, yang lahir dari antara hampas makanan dengan darah; (iaitu) susu yang bersih, yang mudah diminum, lagi sedap rasanya bagi orang-orang yang meminumnya.

Umat Islam yang telah dipilih oleh Allah menjadi umat terbaik di tengah-tengah manusia, adalah kerana ilmu yang diturunkan kepadanya dan menjadi kewajipannya untuk menghasilkan penemuan-penemuan ilmiah yang mengangkat darjat individu pada segenap lapangan kehidupan secara keseluruhannya.¹⁶² Oleh itu, sebagai usahawan terdapat dua jenis ilmu yang perlu dipelajari iaitu ilmu naqli dan ilmu aqli.

i) Ilmu naqli merupakan ilmu yang bersumberkan wahyu Allah SWT dan wajib ke atas setiap Muslim mempelajarinya. Ilmu naqli terdiri daripada ilmu akidah, syariah dan juga ilmu akhlak. Ilmu akidah merupakan ilmu yang paling penting diketahui sebelum mengetahui ilmu-ilmu lain. Perkara pertama yang perlu bagi seorang Muslim ialah mengenal Allah SWT. Ilmu syariah pula merupakan ilmu fiqh yang menjadi asas untuk melaksanakan ibadah. Ilmu fiqh ini terdiri dari beberapa cabang iaitu ibadah, muamalah dan kekeluargaan (*mūnākāhāt*). Dengan mengetahui ilmu ini, seorang Muslim akan dapat melaksanakan ibadat dan urusan kehidupannya seharian dengan lebih yakin. Manakala ilmu akhlak (*tāsāwūf*) juga tidak kurang pentingnya untuk diketahui oleh setiap Muslim. Setiap Muslim wajib mengetahui sifat-sifat hati sama ada sifat baik (*māḥmūdāh*) atau sifat buruk (*māzmūmāh*). Seterusnya, hendaklah beramal dengan sifat-sifat baik tersebut seperti sabar, ikhlas, qanaah dan menjauhi sifat-sifat buruk yang boleh menghapuskan amalan baik yang dilakukan.

¹⁶² Musthafa Muhammad at-Thahan, *Peribadi Muslim Tangguh*, terj. Marsumi Sasaky (Jakarta: Pustaka al-Kauthar), 90.

ii) Ilmu ‘aqli boleh difahami sebagai ilmu fardu kifayah. Ianya diperolehi hasil daripada pencapaian sendiri, daya usaha aqliah melalui pengalaman hidup, latihan penyelidikan dan juga pengkajian.¹⁶³ Hakikatnya, ilmu ini juga datang daripada Allah dan merupakan alat kepada manusia untuk meneroka makhluk-makhluk yang diciptakan Allah bagi kemudahan manusia melaksanakan tugasnya sebagai khalifah Allah di atas muka bumi ini.¹⁶⁴

Kajian yang dilakukan oleh Fatimah (2013) terhadap usahawan Amanah Ikhtiar Malaysia (AIM) di Perak mendapati, salah satu ciri usahawan berjaya adalah berusaha mencari ilmu dan memberi ilmu antaranya seperti menghadirkan diri ke dalam majlis ilmu dan berkongsi ilmu dengan pekerja dan masyarakat.¹⁶⁵ Manakala kajian yang dilakukan oleh Zaidatol (2004) terhadap 72 orang usahawan yang mendaftar di bawah Dewan Perniagaan Melayu mendapati, seorang usahawan berjaya akan sentiasa memotivasi pekerja dan memberi latihan kepada pekerja seperti memberikan kursus atau bengkel kepada pekerja, menghantar pekerja untuk mengikuti kursus ataupun latihan dan menggalakan pekerja membuat penyelidikan dan kajian tentang produk dan perkhidmatan yang disediakan.¹⁶⁶

Seterusnya, kajian yang dilakukan oleh Ibrahim (1986), mendapati, terdapat hubungan yang signifikan di antara usahawan yang berilmu dengan pencapaian mereka di dalam perniagaan yang diceburi. Menurut beliau, kekurangan ilmu pengetahuan terutamanya di dalam perniagaan yang diceburi akan menyebabkan sesebuah perniagaan akan menghadapi masalah dan akhirnya, gagal.¹⁶⁷ Berdasarkan kepada kajian mengenai

¹⁶³ Mohd Ali Abu Bakar, *Kewajipan Muslim* (Kota Bharu: Syarikat Jaffar Rawas, 2000), 193.

¹⁶⁴*Ibid.*,

¹⁶⁵ A.H Fatimah Salwa, A. Mohamad-Azahari & B. Joni-Tamkin, “An Empirical Evidence From Malaysia: What Makes The Muslim Entrepreneurs Succeed?” 94.

¹⁶⁶ Zaidatol Akmaliah Lope Pihie & Habibah Elias, “Keupayaan Usahawan Bumiputera Melaksanakan Kemahiran Keusahawanan: Satu Kajian Kes”, 61.

¹⁶⁷ A.B. Ibrahim and J.R Goodwin, “Perceived Causes of Success in Small Business,” *American Journal of Business* (1987), 41.

ciri-ciri jihad ilmu seperti yang dibincangkan di atas, maka di dalam kajian ini faktor jihad ilmu merangkumi lima butiran seperti yang ditunjukkan di dalam jadual 2.8 di bawah:

Jadual 2.8 Butiran Faktor Jihad Ilmu

Bil	Butiran Faktor Jihad Ilmu	Kajian oleh
1	Menghadiri majlis ilmu	Mohd Ali (2000), ¹⁶⁸
2	Mengadakan majlis ilmu kepada pekerja	Fatimah (2013), ¹⁶⁹
3	Memberi kursus/ seminar/ bengkel kepada pekerja	Zaidatol (2004) ¹⁷⁰
4	Menghantar pekerja mengikuti kursus dan latihan	Ibrahim (1987) ¹⁷¹
5	Menggalakan pekerja membuat penyelidikan dan kajian terhadap produk/ perkhidmatan yang disediakan	

C) Faktor Jihad Harta

Jihad harta ialah usaha yang dilakukan secara bersungguh-sungguh dalam mencari harta dengan jalan yang halal untuk keperluan diri, keluarga, seterusnya untuk membangunkan masyarakat dan juga agama. Bekerja dan berusaha dengan bersungguh-sungguh merupakan salah satu perjuangan hidup umat Islam. Ini kerana sebaik-baik makanan adalah yang terhasil daripada usahanya sendiri.

Menjadi seorang usahawan bukan sahaja mengajar diri supaya berdikari tetapi juga bertanggungjawab untuk memajukan diri ke hadapan. Sebagaimana firman Allah SWT:

وَابْتَغِ فِيمَا عَاقَبَكَ اللَّهُ أَلَّا يَرَهُ وَلَا تَنْسَ نَصِيبَكَ مِنَ الدُّنْيَا وَأَحْسِنْ
كَمَا أَحْسَنَ اللَّهُ إِلَيْكَ وَلَا تَبْغِ الْفَسَادَ فِي الْأَرْضِ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ

الْمُفْسِدِينَ

Al-Qasas 28:77

Terjemahan: Dan tuntutlah dengan harta kekayaan yang telah dikurniakan Allah kepadamu akan pahala dan kebahagiaan hari akhirat

¹⁶⁸ Mohd Ali Abu Bakar. *Kewajipan Muslim* (Kota Bharu: Syarikat Jaffar Rawas, 2000), 35

¹⁶⁹ A.H Fatimah Salwa, A. Mohamad-Azahari & B. Joni-Tamkin, "An Empirical Evidence From Malaysia: What Makes The Muslim Entrepreneurs Succeed?" 94.

¹⁷⁰ Zaidatol Akmaliah Lope Pihie & Habibah Elias, "Keupayaan Usahawan Bumiputera Melaksanakan Kemahiran Keusahawanan: Satu Kajian Kes", 61.

¹⁷¹ A.B. Ibrahim and J.R Goodwin. "Perceived Causes of Success in Small Business," 41.

dan janganlah engkau melupakan bahagianmu (keperluan dan bekalanmu) di dunia; dan berbuat baiklah (kepada hamba-hamba Allah) sebagaimana Allah berbuat baik kepadamu (dengan pemberian nikmatnya yang melimpah luah); dan janganlah kamu melakukan kerosakan di muka bumi: Sesungguhnya, Allah tidak suka kepada orang-orang yang membuat kerosakan.

Sebagai seorang yang berjihad di dalam bidang keusahawanan, perkara utama yang perlu dilakukan ialah menggunakan keupayaan untuk berfikir dan berikhtiar mencari rezeki berdasarkan kepada bakat dan keupayaan masing-masing.

Menurut Hailani (1982), jihad mencari harta bagi seorang usahawan Muslim adalah untuk mencapai empat objektif utama iaitu:

i) Berusaha untuk memenuhi keperluan diri sendiri. berusaha dengan bersungguh-sungguh mencari harta adalah senjata yang paling utama untuk menghapuskan kemiskinan. Islam melarang individu yang malas, berpeluk tubuh dan hanya berserah kepada Allah semata-mata untuk mengharapkan rezeki yang datang bergolek. Jika dilihat daripada sejarah Rasulullah SAW dan juga para sahabat tergolong daripada golongan usahawan. Mereka tidak berpeluk tubuh dan mengharapkan belas kasihan daripada orang lain. Sebagaimana Sabda Rasulullah SAW:

حَدَّثَنَا أَحْمَدُ بْنُ مُحَمَّدٍ الْمَكِيُّ، حَدَّثَنَا عَمْرُو بْنُ يَحْيَى، عَنْ جَدِّهِ، عَنْ أَبِيهِ هُرَيْزَةَ -
رضي الله عنه - عَنْ النَّبِيِّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ "مَا بَعَثَ اللَّهُ نَبِيًّا إِلَّا رَأَى
الْغَنَمْ" . فَقَالَ أَصْحَابُهُ وَأَنْتَ فَقَالَ "نَعَمْ كُنْتُ أَرْعَاهَا عَلَى قَارِبَيْطَ لَا هُلْ مَكَّةَ" .

Terjemahan: Āhmād bin Mūhāmmād Āl Mākkī telah menceritakan kepada kami, 'Āmrū bin Yāhyā telah menceritakan kepada kami, dari kakaknya, dari Abū Hūrāirah RA dari Nabi SAW bersabda: "Tidaklah Allah mengutus seorang Nabi melainkan dia sebagai pengembala kambing". Para sahabat bertanya: "Termasuk junjungan juga, Ya Rasulullah?" Maka Baginda menjawab: "Ya, aku pun telah mengembala kambing dengan mengambil upah beberapa qīrāt (keping dinar), iaitu kambing-kambing kepunyaan penduduk Mekah".¹⁷²

¹⁷² Ḥādīt Rīwāyāt Ṣāḥīḥ al-Būḥārī, Kītāb ās-Šūfāh, Bāb Rā'yī al-Ğānāmī 'alā Qārārīt, no Ḥādīt 2262, dalam Māusū'at al-Ḥādīt ās-Šārif: al-Kutub ās-Sittāh, ed. Ṣāḥīh 'Abd al-'Azīz bīn Mūhāmmād bīn Ibrāhīm ās-Šīh (Riyāḍ: Dār ās-Sālām, 2008), 175.

Allah SWT telah mengurniakan kepada manusia kemampuan dan keupayaan berfikir dan berikhtiar untuk mencari rezeki yang halal untuk memenuhi keperluan diri. Dia telah menyediakan pelbagai perkerjaan yang boleh diceburi mengikut keupayaan dan bakat yang dimiliki. Rezeki yang Allah berikan kepada manusia tidak akan datang dengan sendirinya tanpa berusaha dan sikap mengharapkan belas ihsan orang lain untuk hidup sangat dibenci oleh Allah SWT. Sebagaimana Sabda Rasulullah SAW:

حَدَّثَنَا يَحْيَى بْنُ بُكْرٍ، حَدَّثَنَا الْبَيْنُ، عَنْ عُقَيْلٍ، عَنِ ابْنِ شِهَابٍ، عَنْ أَبِي عُبَيْدٍ، مَوْلَى عَبْدِ الرَّحْمَنِ بْنِ عَوْفٍ أَنَّهُ سَمِعَ أَبَا هُرَيْرَةَ - رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ - يَقُولُ قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ " لَأَنْ يَخْتَطِبَ أَحَدُكُمْ حُزْمَةً عَلَى ظَهْرِهِ خَيْرٌ مِّنْ أَنْ يَسْأَلَ أَحَدًا، فَيُعْطِيهِ أَوْ يَمْنَعُهُ ".¹⁷³

Terjemahan: Yāhyā bīn Būhārī telah menceritakan kepada kami, Āl-Lāits telah menceritakan kepada kami, dari ‘Uqāil, dari Ibnu Shihāb, dari Abū ‘Ubāid, dari Ābdūl Rāhmān bīn ‘Āuf, bahawa dia mendengar Abū Hūrairah r.a berkata: Sesungguhnya, seseorang dari kalian yang memikul kayu bakar di belakangnya, adalah lebih baik baginya daripada meminta-minta kepada orang lain, sama ada diberi ataupun tidak.¹⁷³

Berdasarkan hadis di atas jelas menunjukkan jihad harta yang utama bagi seorang usahawan adalah untuk memenuhi keperluan diri sendiri.

ii) Memenuhi keperluan keluarga dan golongan yang lemah. Seorang usahawan Muslim juga mempunyai tanggungjawab untuk menyara keperluan keluarga dan membantu golongan yang lemah seperti anak-anak yatim dan juga golongan yang kurang upaya.

Sebagaimana firman Allah SWT yang bermaksud:

¹⁷³ Ḥādīt Rīwāyāt Ṣāḥīḥ al-Būhārī, Kītāb al-Būyū’, Bāb Kāsbī al-Rājūlī wā’ Amālīhī Bīyādīhī, no ḥādīt 2074, dalam Māusū ‘āt al ḥādīt ās-Šārīf: al-Kūtub ās-Sittāh, ed. Ṣālīh ‘Ābd al-‘Azīz bīn Mūhāmmād bīn Ibrāhīm ās-Šīh (Rīyād: Dār ās-Sālām, 2008), 162.

﴿ وَأَعْبُدُوا اللَّهَ وَلَا تُشْرِكُوا بِهِ شَيْئًا وَبِالْوَالِدَيْنِ إِحْسَنَا وَبِذِي الْقُرْبَى
وَالْيَتَامَى وَالْمَسَاكِينِ وَالْجَارِ ذِي الْقُرْبَى وَالْجَارِ الْجُنُبِ وَالصَّاحِبِ
بِالْجَنْبِ وَابْنِ السَّبِيلِ وَمَا مَلَكَتْ أَيْمَانُكُمْ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ مَنْ كَانَ
مُخْتَالًا فَخُورًا ﴾٣٦

An-Nisaa' 4:36

Terjemahan: Dan hendaklah kamu beribadat kepada Allah dan jangan kamu sekutukan Dia dengan sesuatu apa jua; dan hendaklah kamu berbuat baik kepada ibu bapa dan kaum kerabat dan anak-anak yatim dan orang-orang miskin dan jiran tetangga yang dekat dan jiran tetangga jauh dan rakan sejawat dan orang musafir yang terlantar dan juga hamba yang kamu miliki. Sesungguhnya, Allah tidak suka kepada orang-orang yang sompong dan membangga-banggakan diri.

Ayat di atas menunjukkan kepada kita bahawa seorang usahawan bertanggungjawab untuk memenuhi keperluan keluarga dan membantu golongan yang lemah.

iii) Bertanggungjawab menunaikan nafkah zahir yang berupa makanan, minuman, pakaian dan tempat tinggal untuk isteri dan anak-anaknya mengikut kemampuannya.

Sebagaimana Sabda Rasulullah SAW:

وَعَنْ عَائِشَةَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهَا قَالَتْ: قَالَتْ هَذِهِ امْرَأَةٌ أَبَيْ سَفِيَانَ لِلنَّبِيِّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ: إِنَّ أَبَا سَفِيَانَ رَجُلٌ شَحِيفٌ وَلَيْسَ يَعْطِينِي مَا يَكْفِينِي وَوَلَدِي إِلَّا مَا أَخْذَتْ مِنْهُ، وَهُوَ لَا يَعْلَمُ؟ قَالَ: "خَذِي مَا يَكْفِيكَ وَوَلَدُكَ بِالْمَعْرُوفِ" ((مُتَقَدِّمٌ)) .

Terjemahan: Daripada Aisyah RA berkata: Berkata isteri Abi Sufyan kepada Nabi SAW: Wahai Rasulullah SAW sesungguhnya Abu Sufyan lelaki yang sangat kedekut. Dia tidak memberi nafkah yang mencukupi untukku dan anak-anakku kecuali apa yang telah ku ambil daripadanya dan dia tidak mengetahui.” Rasulullah SAW bersabda: “Ambillah (dari harta suamimu) kadar yang mencukupi bagi keperluan anda dan anak-anak anda secara makruf (baik dan bersopan)”.¹⁷⁴

¹⁷⁴ Ḥadīṭ Rīwāyāt Ṣāḥīḥ al-Būḥārī dan Mūslīm, Kītāb Rīyādūs Ṣolīḥīn, Kītābūl ‘Umūrī Mānhā Ānhā, ḥadīṭ no. 1535, <http://sunnah.com/riyadussaliheen/18/25>.

Kewajipan menyediakan makanan, pakaian dan juga tempat tinggal kepada ahli keluarga merupakan salah tanggungjawab yang perlu dipikul oleh pemimpin keluarga dan ianya merupakan jaminan sosial yang perlu dipenuhi oleh seorang usahawan.

iv) Menunaikan kewajipan zakat. zakat memainkan peranan penting dalam usaha untuk menyelesaikan masalah kemiskinan. Sekiranya dilaksanakan secara keseluruhannya, maka sesebuah negara tidak akan mempunyai masalah kemiskinan dan juga pengangguran. Sebagaimana dibuktikan pada zaman Khalifah Umar bin Abdul Aziz ketika pemerintahannya di mana terlalu sukar untuk mencari fakir miskin untuk diberikan zakat Baitulmal. Segalanya berpunca dari perlaksanaan institusi zakat yang sempurna.¹⁷⁵ Oleh itu, sebagai seorang usahawan, kewajipan menunaikan tanggungjawab membayar zakat adalah sebagai menyempurnakan keperluan golongan lain yang kurang berupaya dan benar-benar memerlukan bantuan.

Berdasarkan kepada kajian mengenai ciri-ciri jihad harta seperti yang dibincangkan di atas, maka di dalam kajian ini faktor jihad harta merangkumi empat butiran seperti yang ditunjukkan di dalam jadual 2.9.

Jadual 2.9 Butiran Faktor Jihad Harta

Bil	Butiran Faktor Jihad Harta	Kajian Oleh
1	Mencari harta untuk memenuhi keperluan diri sendiri	Hailani (1982) ¹⁷⁶
2	Mencari harta untuk memenuhi keperluan keluarga	
3	Bertanggungjawab menyediakan makanan, pakaian dan juga tempat tinggal kepada ahli keluarga	
4	Sentiasa menunaikan kewajipan membayar zakat	

D) Faktor Jihad Manusiawi.

Jihad manusiawi merupakan usaha yang bersungguh-sungguh untuk menjalankan hubungan sesama manusia demi mengembangkan perniagaan dan membina ekonomi masyarakat Islam secara keseluruhannya. Manusiawi menurut kamus Dewan bermaksud bersifat kemanusiaan iaitu ciri-ciri hidup yang lebih mulia bersesuaian dengan sifat

¹⁷⁵ Hailani Muji Tahir, *Baitul Mal: Institusi Kewangan Islam* (Kajang: Sincer Press, 1982), 112.

¹⁷⁶ *Ibid.*

semulajadi manusia.¹⁷⁷ Menurut Yusuf al-Qaradhawi (1998), aktiviti keusahawanan Islam adalah aktiviti yang bertuhan dan berakhlak. Menghargai nilai-nilai kemanusiaan merupakan perlaksanaan nilai ketuhanan yang memuliakan manusia dan menganggapnya sebagai khalifah di muka bumi ini.¹⁷⁸ Aspek manusiawi di dalam perniagaan antaranya termasuklah membantu golongan lain untuk mencari rezeki dengan menyediakan peluang-peluang pekerjaan kepada masyarakat, menjalinkan hubungan yang baik dengan pembekal, pelanggan, institusi latihan, institusi kewangan, golongan usahawan, agensi kerajaan dan juga membantu masyarakat sekeliling dengan memberi sumbangan sama ada dari aspek masa, tenaga dan juga kewangan.

Jihad manusiawi yang dilakukan oleh usahawan akan menjadikan mereka dipandang tinggi oleh masyarakat dan keadaan ini menjadikan mereka sangat berpengaruh di dalam keseluruhan bidang kehidupan manusia sama ada di dalam politik, ekonomi dan juga sosial.¹⁷⁹ Jihad manusiawi termasuklah:

- i) Menyediakan peluang pekerjaan kepada masyarakat. Seorang usahawan Muslim merupakan pendorong yang kuat kepada pembangunan ekonomi negara dan dianggap sebagai salah satu jihad ke jalan Allah SWT. Kemajuan dari segi ekonomi merupakan asas penting kepada usahawan untuk melaksanakan tugas yang berkait dengan kesejahteraan hidup manusia termasuklah dengan menyediakan peluang pekerjaan kepada masyarakat.¹⁸⁰ Menyediakan peluang pekerjaan kepada masyarakat merupakan perbuatan yang baik yang bukan sahaja akan memberikan keuntungan dari aspek material tetapi mendapat balasan pahala yang besar di sisi Allah SWT. Sebagaimana Allah berfirman SWT:

¹⁷⁷ Kamus Dewan, 860.

¹⁷⁸ Yūsūf Al-Qārādāwī, *Peranan Nilai dan Akhlak dalam Ekonomi Islam*, terj. Mufti Labib dan Arsil Ibrahim (Kuala Lumpur: Blue T. Sdn Bhd, 1998), 3.

¹⁷⁹ Hailani Muji Tahir, *Baitul Mal: Institusi Kewangan Islam*, 178.

¹⁸⁰ Muhammad Najetullah Sidiqi, *Pemikiran Ekonomi Islam: Suatu Tinjauan Penulisan Semasa*, terj. Mohd Amin bin Abdullah (Kuala Lumpur: Dewan Bahasa dan Pustaka, 1989), 10.

﴿٢٦﴾

*لَّذِينَ أَحْسَنُوا الْخُسْنَى وَزِيَادَةً وَلَا يَرْهَقُ وُجُوهُهُمْ قَسْرًا
وَلَا ذَلَّةً أُولَئِكَ أَصْحَابُ الْجَنَّةِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ

Yunus 10:26

Terjemahan: Untuk orang yang berusaha menjadikan amalnya baik dikurniakan segala kebaikan serta satu tambahan yang mulia; dan air muka mereka pula (berseri-seri) tidak diliputi oleh sebarang kesedihan dan kehinaan. Mereka itulah ahli Syurga, mereka kekal di dalamnya selama-lamanya.

Setiap usahawan yang menyediakan peluang pekerjaan kepada orang lain, pastinya akan mendapat ganjaran besar di sisi oleh SWT.

ii) Menjalankan hubungan yang baik dengan pelanggan dan pembekal. Pelanggan dan pembekal merupakan faktor utama penentu kejayaan di dalam bidang keusahawanan. Oleh itu, seorang usahawan seharusnya berjihad di dalam membina hubungan yang baik dengan pelanggan dan pembekal dengan cara mengeratkan silaturahim. Hubungan silaturahim merupakan hubungan yang erat yang terjalin di antara umat manusia.

Sebagaimana sabda Rasulullah SAW:

حَدَّثَنِي حَرْمَلَةُ بْنُ يَحْيَى التَّحِيَّيِّيُّ، أَخْبَرَنَا ابْنُ وَهْبٍ، أَخْبَرَنِي يُونُسُ، عَنْ ابْنِ
شِهَابٍ، عَنْ أَنَّاسِ بْنِ مَالِكٍ، قَالَ سَمِعْتُ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ يَقُولُ "مَنْ سَرَّهُ أَنْ يُبَسِّطَ عَلَيْهِ رِزْقُهُ أَوْ يُنْسَأَ فِي أَثْرِهِ فَلْيَصِلْ رَحْمَةً".

Terjemahan: Ḥārmalāh bīn Yāhyā Āt-Tājīnī telah menceritakan kepadaku, Ibnu Wāhbī telah menghabarkan kepadaku, Yūnūs telah menghabarkan kepadaku, daripada Ibnu Shihāb, daripada Anās bin Mālik, Beliau mendengar Rasulullah SAW berkata: Barangsiapa yang ingin dilapangkan rezekinya dan dipanjangkan umurnya, maka bersilurahimlah.¹⁸¹

Dengan memupuk hubungan silaturahim, Allah akan menambahkan rezeki untuknya apatah lagi mereka yang melibatkan diri di dalam bidang perniagaan. Ini kerana

¹⁸¹ Ḥādīt Rīwāyāt Sāḥīḥ Mūslīm, Kítābūl Bīrū Wāṣīlāh Wāl Ādāb, Bāb Sīlātū Ār Rāḥīm, Wā Tāhrīmī Qāti ‘ātīhī, no Ḥādīt 6518, dalam Māusū ‘āt āl Ḥādīt ās-Šārif: al-Kūtūb ās-Sittāh, ed. Ṣālīh ‘Ābd āl-‘Azīz bīn Mūhāmmād bīn Ibrāhīm ās-Šīh (Riyāḍ: Dār ās-Sālām, 2008), 1126

jika sudah mengenali antara satu sama lain akan memudahkan urusan jual beli. Dan sekiranya pelanggan dan juga pembekal berpuas hati dengan perkhidmatan yang ditawarkan oleh usahawan, mereka akan mempromosikannya kepada orang lain.¹⁸²

iii) Membina jaringan. Di dalam bahasa Inggerisnya merupakan *networking* di dalam bahasa Arab disebut sebagai *rābītāh*, *wāṣilāh*, *ṣilāh*¹⁸³ dan ianya merupakan salah satu usaha di dalam menyusun strategi perniagaan.¹⁸⁴ Ini adalah kerana jaringan merupakan salah satu cara untuk mengembangkan perniagaan. Dengan mempunyai jaringan yang baik akan mewujudkan kerjasama yang baik. Ramai di kalangan peniaga yang gagal di dalam perniagaannya adalah kerana kurangnya jaringan. Mereka mempunyai produk tetapi tidak mampu untuk memasarkan dan menjual produk tersebut.¹⁸⁵

Konsep membina jaringan dalam Islam lebih dekat kepada membina silaturahim ataupun membina hubungan persaudaraan ataupun ukhuwah. Islam memandang tinggi persoalan silaturahim dan mengeji sesiapa yang tidak mengindahkannya. Seruan kepada menghubungkan silaturahim tercatat dalam firman Allah SWT:

يَتَأْتِيهَا النَّاسُ أَتْقُوا رَبَّكُمُ الَّذِي خَلَقَكُم مِّنْ نَفْسٍ
وَاحِدَةٍ وَخَلَقَ مِنْهَا زَوْجَهَا وَبَثَّ مِنْهُمَا رِجَالًا كَثِيرًا وَنِسَاءً
وَأَتَقْرَبُوا إِلَّهَ الَّذِي تَسَاءَلُونَ بِهِ وَأَلْرَحَامُ إِنَّ اللَّهَ كَانَ عَلَيْكُمْ
رَقِيبًا

An Nisa' 4:1

Terjemahan: Wahai sekalian manusia! Bertakwalah kepada Tuhan kamu yang telah menjadikan kamu (bermula) dari diri yang satu (Adam), dan yang menjadikan daripada (Adam) itu pasangannya (isterinya-Hawa), dan juga yang membiakkan dari keduanya-zuriat keturunan-lelaki dan perempuan yang ramai. Dan bertakwalah kepada Allah yang selalu kamu meminta dengan menyebut-nyebut namaNya,

¹⁸² Abdul Rachman, *Strategi Keusahawanan Islam: Kajian Terhadap Peniaga Kecil Di Kecamatan Neglasari. Kota Tangerang. Indonesia*, 51.

¹⁸³ Mūnīr Bā‘albākī, *Kāmūs Māwrīd- A Modern English-Arabic Dictionary* (Bīrūt- Lebanon, 1982), 207.

¹⁸⁴ Noor Mohammad, *Merancang dan Memulakan Perniagaan. Analisis Diri, Peluang Perniagaan dan Pasaran* (Kuala Lumpur: Mas'adah Malaysia Sdn Bhd, 1990), 81.

¹⁸⁵ Abdul Rachman, *Strategi Keusahawanan Islam: Kajian Terhadap Peniaga Kecil Di Kecamatan Neglasari. Kota Tangerang. Indonesia*, 55.

serta peliharalah hubungan (silaturahim) kaum kerabat; kerana sesungguhnya Allah sentiasa memerhati (mengawas) kamu.

Ayat di atas memerintahkan manusia agar menghubungkan silaturahim dengan al-Arham: iaitu kaum kerabat dari keluarga sebelah ibu bapa, serta secara tidak langsung melarang daripada perbuatan memutuskan hubungan suci tersebut. Sesungguhnya, hubungan silaturahim inilah yang akan dapat menjamin kebahagiaan dan keharmonian dalam kehidupan sesama manusia. Manakala di dalam konteks perniagaan, jaringan perniagaan merupakan salah satu cara untuk mengembangkan perniagaan. Jaringan yang baik dapat membantu usahawan memperolehi maklumat dan juga membuat pemasaran secara lebih efisyen. Melalui jaringan yang baik juga akan membentuk kepercayaan kerana banyak maklumat dapat disalurkan.

Menurut Abu Bakar (2008), seorang usahawan perlu membina jaringan perniagaan dengan institusi latihan yang melibatkan produk atau perkhidmatan yang dijalankan, institusi kewangan, dengan rakan usahawan dan agensi kerajaan yang ada kaitan dengan perniagaan yang dilakukan.¹⁸⁶

iv) Memberi sumbangan kepada masyarakat. Para usahawan merupakan orang yang selalu berusaha untuk menghasilkan manfaat kepada masyarakat sama ada secara langsung ataupun tidak langsung.¹⁸⁷ Pertolongan yang boleh disalurkan oleh usahawan ke atas masyarakat adalah seperti membantu golongan yang berada di dalam kesusahan sama ada sumbangan dalam aspek masa, tenaga dan kewangan. Islam menggalakkan umatnya berkasih sayang, tolong-menolong dan bekerjasama dalam melakukan kebajikan dan menghapuskan kemungkaran. Oleh itu, selagi mempunyai kemampuan selagi itulah seorang usahawan perlu berusaha untuk membuat kebajikan sebanyaknya untuk

¹⁸⁶ Abu Bakar Hamed dan Syarifah Md Yusof, “Jaringan Usahawan Holistik: Strategi Usahawan Menuju al-Falah” (Kertas Kerja Seminar Keusahawanan II Peringkat Kebangsaan 2008. Anjuran Syariah Dan Pengurusan, Akademi Pengajian Islam Universiti Malaya, Kuala Lumpur, 15 Oktober 2008).

¹⁸⁷ Ab Rahman, Asyraf Hj, Fadzli Adam dan Nizaita Omar, *Islam dan Ekonomi* (Kuala Terengganu: Penerbit Universiti Malaysia Terengganu, 2008), 34

masyarakat. Seorang usahawan adalah merupakan manusia perantaraan yang diberikan oleh Allah rezeki untuk disampaikan kepada orang lain. Semakin banyak pemberian ikhlas yang dilakukannya, maka makin bertambah rezeki yang Allah berikan kepadanya.

Sebagaimana firman Allah:

وَإِذْ تَأْذَنَ رَبُّكُمْ لِيْنَ شَكَرْتُمْ لَأَزِيدَنَّكُمْ وَلِيْنَ كَفَرْتُمْ إِنَّ
عَذَابِي لَشَدِيدٌ



Ibrahim 14:7

Terjemahan: Dan (Ingatlah) ketika Tuhan kamu memberitahu: Demi sesungguhnya! Jika kamu bersyukur nescaya Aku akan tambahkan nikmatku kepada kamu, dan demi sesungguhnya, jika kamu kufur ingkar, sesungguhnya azabku amatlah keras.

Jihad usahawan kepada masyarakat ialah merujuk kepada penglibatan usahawan di dalam memberikan sumbangan dari segi masa, wang ringgit dan juga idea untuk keperluan masyarakat. Tanggungjawab sosial ini hendaklah dijalankan secara sukarela. Di dalam Islam, menjalankan tanggungjawab sosial amatlah digalakkan sebagaimana firman Allah SWT:

أَهُمْ يَقْسِمُونَ رَحْمَتَ رَبِّكَ نَحْنُ قَسَمْنَا بَيْنَهُمْ مَعِيشَتَهُمْ فِي الْحَيَاةِ
الْدُنْيَا وَرَفَعْنَا بَعْضَهُمْ فَوْقَ بَعْضٍ دَرَجَاتٍ لَيَتَّخِذَ بَعْضُهُمْ بَعْضًا
سُخْرِيًّا وَرَحْمَتَ رَبِّكَ خَيْرٌ مِمَّا يَجْمَعُونَ



Az-Zukhruf 43:32

Terjemahan: (Mengapa pemberian Kami itu mereka ingkarkan?) Adakah mereka berkuasa membahagi-bahagikan (perkara-perkara kerohanian dan keagamaan yang menjadi sebesar-besar) rahmat Tuhanmu (wahai Muhammad, seolah-olah kami hanya berkuasa dalam perkara kebendaan dan keduniaan sahaja? Mereka tidak ingkarkan): Kami membahagi-bahagikan antara mereka segala keperluan hidup mereka dalam kehidupan dunia ini, (setengahnya kami jadikan kaya raya dan setengahnya miskin menderita); dan juga Kami telah menjadikan darjah setengah mereka tertinggi dari darjah setengahnya yang lain; (semuanya itu) supaya sebahagian daripada mereka senang mendapat kemudahan menjalankan kehidupannya dari (bantuan) setengahnya yang lain. Dan lagi rahmat Tuhanmu (yang meliputi

kebahagiaan dunia dan akhirat) adalah lebih baik dari kebendaan dan keduniaan semata-mata yang mereka kumpulkan.

Ayat di atas menjelaskan tentang kepentingan menjalankan tanggungjawab sosial kepada golongan yang memerlukan. Allah SWT telah mengurniakan ganjaran yang lebih kepada golongan usahawan untuk mereka membantu orang lain yang lebih memerlukan. Berdasarkan kepada kajian mengenai ciri-ciri jihad manusiawi seperti yang dibincangkan di atas, maka di dalam kajian ini faktor jihad manusiawi merangkumi lapan butiran seperti yang ditunjukkan di dalam jadual 2.10 di bawah:

Jadual 2.10 Butiran Faktor Jihad Manusiawi

Bil	Butiran Faktor Jihad Manusiawi	Kajian Oleh
1	Menyediakan peluang pekerjaan kepada masyarakat	Hailani (1982), Abdul Rachman (2011), Rahman (2008), Noor Mohammad (1990), Abu Bakar (2008), Muhammad (1989)
2	Menjalinkan hubungan yang baik dengan pelanggan dan juga pembekal	
3	Membina jaringan dengan institusi latihan yang melibatkan produk atau perkhidmatan	
4	Mempunyai jaringan yang baik dengan institusi kewangan	
5	Mempunyai jaringan yang baik dengan usahawan lain	
6	Mempunyai hubungan yang baik dengan agensi kerajaan yang ada kaitan dengan perniagaan yang dilakukan.	
7	Memberi sumbangan dari aspek masa dan tenaga untuk golongan yang memerlukan	
8	Memberi bantuan dari aspek kewangan untuk golongan yang memerlukan bantuan.	

2.2.4 Kemandirian Perniagaan

Kemandirian berasal dari perkataan Inggeris iaitu *survival* yang memberi maksud *the state of continuing to live or exist, often despite difficulty or danger* atau memberi maksud *the struggle, battle or fight for survival*.¹⁸⁸ Manakala menurut kamus Dewan, kemandirian bermaksud perihal atau keadaan berdiri sendiri.¹⁸⁹ Daripada frasa yang diterangkan, maka dapatlah diertikan bahawa kemandirian merujuk kepada keupayaan atau keadaan sesuatu untuk terus hidup dan berusaha mencari jalan keluar daripada kesusahan yang dihadapi.

¹⁸⁸ As Hornby, *Oxford Advanced Learner's Dictionary*, 8 Edition (Oxford University Press, 1998), 1505.

¹⁸⁹ Kamus Dewan, 855.

Manakala Mohd Yusoff (1995) mendefinisikan kemandirian sebagai ikhtiar yang dilakukan oleh manusia untuk terus hidup ketika menghadapi sesuatu cabaran. Menurut beliau, ikhtiar hidup merujuk kepada masalah yang harus diatasi melalui usaha yang dilakukan oleh seseorang.¹⁹⁰ Di dalam Islam, Allah menyeru hambanya supaya sentiasa berikhtiar dan berjuang untuk terus hidup walaupun dilanda kesusahan dan ujian serta tidak hanya berserah kepada keadaan tanpa adanya usaha. Sebagaimana firman Allah SWT:

يَدْبَسُّ أَذْهَبُوا فَتَحَسَّسُوا مِنْ يُوسُفَ وَأَخِيهِ وَلَا تَأْيِسُوا مِنْ رُوحِ
اللَّهِ إِنَّمَا لَا يَأْيِسُ مِنْ رُوحِ اللَّهِ إِلَّا الْقَوْمُ الْكَافِرُونَ 

Yusuf 12:87

Terjemahan: Wahai anak-anakku! Pergilah dan intiplah khabar berita mengenai Yusuf dan saudaranya (Bunyamin), dan janganlah kamu berputus asa dari rahmat serta pertolongan Allah. Sesungguhnya tidak berputus asa dari rahmat dan pertolongan Allah melainkan kaum yang kafir.

Ayat di atas jelas memberi petunjuk kepada kita bahawa manusia perlu berjuang dan berusaha untuk terus maju walaupun ketika menghadapi saat kemandirian di dalam kehidupannya. Ini adalah kerana berputus asa dari rahmat dan pertolonganNya bukanlah sifat orang-orang yang beriman tetapi merupakan sifat orang kafir. Oleh itu, umat Islam dituntut untuk bertabah hati ketika menghadapi kesusahan dalam hidup sambil berusaha mencari jalan keluar dan akhirnya, menaruh sepenuh pengharapan kepada pertolongan Allah SWT yang maha luas rahmatnya. Sesungguhnya, barangsiapa di antara hambanya yang berusaha untuk mencari jalan keluar daripada kesusahan yang menimpa, nescaya Allah pasti akan memberikan kejayaan dan kemudahan baginya.

Kemandirian di dalam konteks perniagaan adalah ketahanan dan keupayaan seorang usahawan menghadapi saat-saat kritikal di dalam perniagaan yang diceburinya

¹⁹⁰ Mohd Yusoff Abdullah, *Teknik Ikhtiar Hidup* (Kuala Lumpur: Dewan Bahasa dan Pustaka, 1995), 1.

disebabkan oleh kelemahan beberapa faktor, antaranya kelemahan dari aspek kewangan, pengurusan sumber manusia, produk atau perkhidmatan, pemasaran serta ketidakupayaan untuk menguruskan perubahan dengan pantas.¹⁹¹ Kelemahan ini akan menjadikan sesuatu perniagaan tidak akan membangun dan kemungkinan besar akan mengalami kerugian dan juga kegagalan. Oleh itu, usahawan perlu mengetahui cara untuk menghadapi tahap kemandirian di dalam perniagaan yang diceburi. Ini kerana setiap perniagaan yang diusahakan pasti akan menemui kegagalan dan kegagalan ini boleh diatasi sekiranya seorang usahawan mengetahui cara untuk menghadapi tahap kemandirian di dalam perniagaannya. Menurut Hung (2006), seorang usahawan yang berjaya akan melalui dua kali saat kritikal di dalam perniagaannya iaitu ketika memulakan perniagaan (*start up business*) dan juga saat ketika mengembangkan perniagaan (*venture growth*). Oleh itu, seorang usahawan perlu mempunyai dua strategi kemandirian perniagaan sebagaimana huraian berikut:

A) Faktor Kemandirian Memulakan Perniagaan

Faktor kemandirian memulakan perniagaan merupakan strategi yang perlu diambil oleh seorang usahawan untuk mempertahankan perniagaannya. Mempertahankan perniagaan lebih sukar dibandingkan dengan memulakan perniagaan kerana mempertahankan perniagaan merupakan proses jangka panjang. Kejayaan di dalam perniagaan dinilai daripada berapa lama perniagaan yang dijalankan boleh bertahan.¹⁹²

Setiap usahawan yang menceburkan diri dalam perniagaan akan mengalami saat-saat penurunan dan kenaikan khususnya dari aspek keuntungan. Penurunan, kerugian dan kegagalan di dalam perniagaan kebiasaanya berlaku disebabkan ketidakcekapan di dalam

¹⁹¹ Wan Liz Ozman Wan Omar dan Sulzari Mohamed, *Memperkasakan Usahawan: Panduan Lengkap Pengurusan Perniagaan Dan Penjanaan Usahawan* (Kuala Lumpur: Utusan Publication & Distributors Sdn Bhd, 1997), 269.

¹⁹² Abdul Rachman, *Strategi keusahawanan Islam: Kajian terhadap peniaga kecil di Kecamatan Neglasari, Kota Tenggarang, Indonesia*, 71.

menguruskan kewangan, sumber manusia, menjaga kualiti produk dan juga sikap usahawan sendiri yang membuat kerja sambil lewa setelah membuka perniagaan sendiri. Keadaan ini boleh dikurangkan ataupun diperbaiki sekiranya seorang usahawan mengetahui strategi untuk menaikan kembali perniagaannya.¹⁹³

Kajian yang dilakukan oleh Rachman (2011) mendapatkan, strategi kemandirian memulakan perniagaan yang perlu diambil oleh usahawan adalah dengan mengawal aliran tunai perniagaan.¹⁹⁴ Menurut Zaidatol (2004), cara yang perlu dilakukan oleh usahawan untuk mengawal aliran tunai perniagaan adalah dengan mengemas kini rekod kewangan, mentafsir laporan kewangan, mengira semula untung kasar dan juga bersih, meneliti rekod pendapatan dan perbelanjaan harian, menyediakan penyata aliran tunai dan menguruskan sendiri modal perniagaan.¹⁹⁵

Di antara strategi kemandirian memulakan perniagaan sebagaimana yang dicadangkan oleh Storey (1996) adalah seperti berikut:

- i) Tidak menaikan gaji pekerja serta tidak membayar bonus kepada pekerja. Di dalam keadaan perniagaan yang tidak menentu, usahawan tidak mampu untuk membayar gaji dan bonus kepada pekerja. Ketika menghadapi keadaan ini, usahawan perlu berterus terang kepada pekerja mengenai masalah perniagaan yang dialami untuk mengelakkan sebarang perkara buruk yang tidak diingini berlaku. Maka, terpulang kepada pekerja untuk membuat keputusan sama ada untuk mempertahankan kerja mereka atau berpindah ke tempat kerja yang baru.
- ii) Seorang usahawan perlu berbincang semula dengan pihak yang memberikan kredit ketika menghadapi kemandirian di dalam perniagaan. Perbincangan ini perlu untuk menstrukturkan semula jumlah pembayaran bulanan dari jumlah yang besar kepada jumlah yang lebih kecil. Sekiranya usahawan tidak mampu untuk membayar pinjaman

¹⁹³Ibid.,

¹⁹⁴Ibid.,

¹⁹⁵ Zaidatol Akmaliah Lope Pihie dan Habibah Elias, "Keupayaan Usahawan Bumiputera Melaksanakan Kemahiran Keushawanan: Satu Kajian Kes," 61.

pada bulan tersebut, usahawan terlebih dahulu perlu memberitahu kepada pihak yang memberi pinjaman. Mereka tidak boleh berdiam diri tanpa mengambil apa-apa tindakan.

iii) Seorang usahawan perlu memberhentikan pekerja. Tindakan ini perlu diambil untuk mengurangkan kos pengendalian perniagaan. Seorang usahawan perlu berterus terang tentang masalah ekonomi yang dihadapinya.

vi) Memberi penghargaan kepada pekerja yang rajin melakukan kerja walaupun syarikat berada di dalam tahap kemandirian. Ketika menghadapi kemandirian perniagaan, seorang usahawan mestilah menjalinkan hubungan yang rapat dengan pekerja. Di antaranya, seorang usahawan boleh mengadakan mesyuarat setiap pagi sebelum memulakan pekerja memulakan tugas masing-masing. Usahawan perlu mengiktiraf dan mengumumkan kepada pekerja lain tentang usaha yang dilakukan oleh pekerja yang fokus dan rajin walaupun syarikat sedang menghadapi tahap kemandirian. Usahawan juga digalakkan memberikan hadiah kepada pekerja yang sentiasa fokus dan bersemangat di dalam melakukan pekerjaannya sebagai penghargaan atau sumbangan yang diberikan ketika syarikat berada di dalam tahap kemandirian.

v) Seorang usahawan perlu memfokus kembali kualiti masa terhadap perniagaan yang dijalankan. Usahawan yang mengalami tahap kemandirian di dalam perniagaan perlu menguruskan masa mengikut keutamaan. Elakkan daripada menangguhkan kerja di saat-saat ini kerana ianya akan mengganggu dengan urusan kerja yang sepatutnya diutamakan. Di waktu ini, seorang usahawan mestilah lebih fokus terhadap kerja yang perlu diselesaikan memandangkan kakitangan yang ada tidak mempunyai semangat untuk bekerja disebabkan masalah syarikat yang dihadapi.

vi) Seorang usahawan perlu melakukan kerja secara bersungguh-sungguh memandangkan pada tahap kemandirian usahawan tidak mempunyai tenaga kerja yang ramai. Seorang usahawan perlu mempunyai semangat juang yang tinggi dan bersungguh-sungguh membangunkan perniagaan terutamanya ketika menghadapi tahap kemandirian di dalam

perniagaan. Pada tahap ini, usahawan tidak boleh mengharapkan orang lain untuk membangunkan perniagaan mereka memandangkan ramai pekerja telah berhenti kerja dan pekerja yang ada kurang bersemangat untuk melakukan pekerjaan mereka.¹⁹⁶

Manakala Brian (2000) mencadangkan seorang usahawan perlu membaiki kelemahan diri sendiri ketika menghadapi masalah dengan pekerja. Ini kerana ketika perniagaan yang dijalankan berada di dalam keadaan kritikal sudah pasti terdapat golongan pekerja yang merungut dan menghasut pekerja lain kesan dari rasa tidakpuasan yang timbul. Di antara ciri pekerja yang kurang menyenangkan, antaranya membesarakan perkara yang kecil, mempunyai masalah komunikasi dua hala, suka lari dari masalah daripada cuba menyelesaikan masalah dan kaki gosip. Di waktu ini, seorang usahawan mestilah bersikap terbuka dengan mendengar kritikan daripada pekerja dan dalam waktu yang sama, perlu menasihati pekerja dan menyedarkan mereka tentang masalah perniagaan yang di hadapi.¹⁹⁷

Manakala kajian yang dilakukan oleh Drucker (1963) mendapati, membuat pembaharuan dan perubahan kepada produk mempunyai hubungan yang signifikan dengan kemandirian memulakan perniagaan. Ini kerana dengan melakukan perubahan dan pembaharuan kepada produk ataupun perkhidmatan akan menarik semula hati pelanggan.¹⁹⁸

Berdasarkan kepada kajian mengenai strategi kemandirian memulakan perniagaan seperti yang dibincangkan di atas, maka butiran faktor kemandirian memulakan perniagaan adalah seperti yang ditunjukkan di dalam jadual 2.11:

¹⁹⁶D. J Storey and P.Wynarczyk, "The Survival and Non Survival of Micro Firms in The UK,"*Review of Industrial Organizational* 11, (1996), 211.

¹⁹⁷Brian Headd, "Business Success: Factors Leading to Surviving and Closing Successfully," (Discussion Paper Washington DC: Economic Planning and Coordination, Center for Economic Studies, 2000), 35.

¹⁹⁸Drucker P.F, *What is a business? Marketing and Advertising* (New York: Mc Graw Hill, 1963), 9.

Jadual 2.11 Butiran Faktor Memulakan Kemandirian Perniagaan

Bil	Butiran Faktor Kemandirian Memulakan Perniagaan	Kajian Oleh
1	Mengawal aliran tunai secara teliti	Zaidatol (2004), Rachman (2011), Storey (1996), Brian (2000) dan Drucker (1963)
2	Tidak menaikan gaji pekerja	
3	Tidak akan membayar bonus kepada pekerja	
4	Mengambil tindakan untuk memberhentikan pekerja bagi mengurangkan kos pengendalian perniagaan	
5	Membuat perbincangan semula dengan pihak yang memberikan kredit, untuk menstrukturkan balik pinjaman.	
6	Memberi penghargaan kepada pekerja yang rajin melakukan kerja walaupun perniagaan berada di dalam keadaan bertahan	
7	Memfokuskan kembali kualiti masa terhadap perniagaan yang dijalankan walaupun berada di dalam keadaan bertahan	
8	Melakukan kerja secara bersungguh-sungguh memandangkan tidak mempunyai tenaga kerja yang ramai	
9	Membaiki kelemahan diri sendiri ketika menghadapi masalah dengan pekerja.	
10	Membuat pembaharuan dan perubahan kepada produk untuk menarik semula minat pelanggan	

B) Faktor Kemandirian Mengembangkan Perniagaan

Perniagaan yang berjaya adalah sebuah perniagaan yang ada peningkatan dan perniagaan tersebut sentiasa berkembang. Menurut Frederick dan Kuratko (2010), Di antara faktor utama berkembangnya sesebuah perniagaan adalah sebagaimana berikut:

i) Produk atau perkhidmatan yang ditawarkan mendapat tempat di hati pelanggan. Kajian yang dilakukan oleh Arbaugh (1996) mendapati, produk atau perkhidmatan yang ditawarkan mendapat tempat di hati pelanggan mempunyai hubungan yang signifikan untuk mengembangkan sesebuah perniagaan. Menurut Arbaugh (1996), untuk sesebuah produk atau perkhidmatan mendapat tempat di hati pelanggan, produk yang ditawarkan mestilah berkualiti, menepati harga pasaran, pengiklanan yang berterusan dan promosi yang dijalankan adalah mengikut kehendak pasaran.¹⁹⁹ Kotler dan Cox (1988), juga memberi pandangan yang sama iaitu peningkatan prestasi pasaran adalah bergantung

¹⁹⁹Arbaugh, J. B., & Sexton, D.L, "New Firm Growth and Development: A Replication and Extension of Reynolds Research," *Journal of Enterprising Culture* 4, no. 1 (1996), 19.

kepada kepuasan pelanggan terhadap produk, harga, dan juga perkhidmatan.²⁰⁰ Manakala menurut Hull (1990), prestasi pasaran akan meningkat sekiranya wujudnya persaingan. Ini kerana dengan adanya persaingan usahawan akan mencari jalan mencipta produk yang berkualiti untuk memenuhi kehendak pelanggan.²⁰¹

- ii) Syarikat mempunyai sumber kewangan yang kukuh untuk mengembangkan perniagaan.²⁰² Menurut kajian yang dilakukan oleh Kyambalesa (1994) mendapati kekurangan sumber kewangan akan menyebabkan seorang usahawan gagal mempertahankan perniagaan mereka. Sekiranya keadaan ini berlaku, usahawan tersebut masih lagi dianggap dalam tempoh untuk membangunkan perniagaan dan bukannya mengembangkan perniagaan yang dimiliki.²⁰³ Kajian ini disokong oleh kajian yang dilakukan oleh Boardman (1981) yang mendapati, seorang usahawan tidak boleh mengembangkan perniagaanya sekiranya tidak mempunyai sumber kewangan yang cukup.²⁰⁴
- iii) Mempunyai kemampuan dari aspek tenaga mahir. Menurut kajian yang dilakukan oleh Kam (1996) mendapati, usahawan yang mempunyai tenaga mahir berpotensi untuk mengembangkan perniagaan yang diceburi. Ini adalah kerana dengan adanya tenaga mahir dan berpengalaman, sebuah perniagaan akan cepat berkembang berbanding dengan syarikat yang kurang mempunyai tenaga mahir.²⁰⁵
- iv) Sikap usahawan yang mempunyai jiwa keusahawanan. Menurut Ab Aziz (2009), untuk berjaya di dalam dunia perniagaan, seorang usahawan mestilah mempunyai jiwa

²⁰⁰ Kotler, P. & Cox, K., *Marketing, Management and Strategy*, 4th Ed.(New Jersey-Englewood Cliffs: Prentice Hall, 1998), 56

²⁰¹ Hull C.J., “Comment on Technology Strategy in Small And Medium-Sized Firms,” dalam *The Economics of Small Firms: A European Challenge*, ed. Z.J ACS dan D.B Audretsch, (Dordrecht: Kluwer Academic Publishers, 1990), 56.

²⁰² Howard H, Frederick and Donald F Kuratko, *Entrepreneurship: Theory, Process and Practice*. 2nd Asia-Pacific Editor (Australia: Cengage Learning, 2010), 32.

²⁰³ Kyambalesa H., *Successful in Managing a Small Business* (UK: Ashgate Publishing Ltd, 1994), 12.

²⁰⁴ Boardman C.M., J.W., and Ratliff, R.L., “Small Business Growth Characteristics,” *American Journal of Business* 5, no. 4, (1981), 33.

²⁰⁵ Kam, B.C., “The Mechanics of Sustaining an Enterprise,” *Journal of Enterprising Culture* 2, no.1, (1994), 601.

keusahawanan yang tinggi. Jiwa keusahawanan ini akan mempengaruhi kejayaan seseorang usahawan. Jiwa keusahawanan termasuklah membangunkan perhubungan, bersedia untuk bersaing, mengurus kewangan dengan berkesan, mempunyai kemahiran di dalam pengurusan, mampu mencungkil potensi diri dan berani menghadapi cabaran.²⁰⁶

v) Tenaga kerja yang dimiliki oleh usahawan membuatkan mereka mampu untuk mengembangkan perniagaan mereka. Menurut Ab Aziz (2004), seseorang usahawan yang berjaya perlu membuat pelan sumber manusia untuk jangka masa panjang dan jangka masa pendek, pandai meramal bilangan dan jenis perniagaan yang diperlukan pada masa akan datang, mengetahui bilangan dan jenis kerja yang sedia ada, membandingkan permintaan dan penawaran sumber tenaga manusia di dalam syarikat, membentuk dan melaksanakan sumber manusia serta menilai rancangan yang dilaksanakan untuk menentukan keberkesanannya.²⁰⁷ Dengan mengetahui kemampuan dari aspek tenaga kerja, maka usahawan akan mampu mengembangkan perniagaan mereka.²⁰⁸

Berdasarkan kepada kajian mengenai ciri-ciri kemandirian mengembangkan perniagaan seperti yang dibincangkan di atas, maka di dalam kajian ini, faktor kemandirian mengembangkan perniagaan merangkumi lima butiran seperti yang ditunjukkan di dalam jadual 2.12.

2.3 Konsep Pencapaian Usahawan Muslim Di Malaysia

Konsep pencapaian usahawan Muslim di Malaysia merujuk kepada usahawan Muslim yang telah berjaya dalam perniagaan mereka dan perniagaan yang dijalankan berlandaskan kepada prinsip syariah serta memenuhi ciri-ciri berikut:

²⁰⁶ Ab. Aziz Yusof, *Pendidikan Keusahawanan Dalam Konteks Pembangunan Negara* (Kuala Lumpur: Dewan Bahasa dan Pustaka, 2009), 101.

²⁰⁷*Ibid.*, 268.

²⁰⁸ Howard H, Frederick, Donald F Kuratko, *Entreprenuership: Theory, Process and Practice*. 45.

Jadual 2.12 Butiran Faktor Kemandirian Mengembangkan Perniagaan

Bil	Butiran Faktor Kemandirian Mengembangkan Perniagaan	Kajian Oleh
1	Pelanggan berpuas hati dengan produk atau perkhidmatan yang ditawarkan	Frederick dan Kuratko (2010), ²⁰⁹ Arbaough (1996), ²¹⁰ Kotler dan Cox (1988), ²¹¹ Hull (1990), ²¹² Kyambalesa (1994), ²¹³ Boardman (1981), ²¹⁴ Kam(1996), ²¹⁵ Abdul Aziz (2009), ²¹⁶
2	Syarikat mempunyai kewangan yang cukup untuk mengembangkan perniagaan	
3	Mempunyai kemampuan dari aspek pekerja mahir	
4	Usahawan memiliki jiwa keusahawanan yang tinggi untuk mengembangkan perniagaan	
5	Mempunyai tenaga kerja yang mencukupi untuk mengembangkan perniagaan.	

i) Perniagaan yang diuruskan melebihi lima tahun. Usahawan yang bermula melebihi lima tahun kebiasaannya telah berjaya melalui tahap kemandirian di dalam perniagaannya.²¹⁷ Kajian yang dilakukan oleh David (1987) terhadap 100 syarikat di UK mendapati semakin banyak usia sesebuah syarikat, maka semakin kuat syarikat tersebut dapat bertahan.²¹⁸

ii) Mempunyai pendapatan yang tetap hasil daripada perniagaan yang dijalankan. Seorang usahawan dianggap sebagai usahawan berjaya sekiranya mereka mempunyai pendapatan yang tetap hasil daripada perniagaan yang diuruskan. Pendapatan tetap bermaksud seorang usahawan mempunyai gaji yang tetap setiap bulan hasil daripada perniagaan yang diceburi.²¹⁹

²⁰⁹Ibid.,

²¹⁰Arbaough, J. B., & Sexton, D.L, "New Firm Growth and Development: A Replication and Extension of Reynolds Research," 19.

²¹¹Kotler, P. & Cox, K., *Marketing Management and Strategy*, 56.

²¹²Hull C.J., "Comment on Technology Strategy in Small and Medium-Sized Firms," 56.

²¹³Kyambalesa, H. *Successful in managing a small business*, 93.

²¹⁴Boardman C.M., J.W., dan Ratliff, R.L., "Small Business Growth Characteristics," 33.

²¹⁵Kam, B.C., "The Mechanics of Sustaining an Enterprise," 601.

²¹⁶Ab. Aziz Yusof, *Pendidikan Keusahawanan dalam Konteks Pembangunan Negara*, 105.

²¹⁷Brockhaus. R.H, "Risk Taking Propensity of Entrepreneurs" *Academy of Management Journal* 23, no.3 (1980), 509.

²¹⁸David S.Evans, "The Relationship between Firm Growth, Size and Age: Estimates for 100 Manufacturing Industries". *The Journal of Industrial Economics* Vol XXXV. June (1987), 567.

²¹⁹Suraidi Salleh, "Hubungan Antara Keinginan Pencapaian, Lokus Kawalan, Pengambilan Risiko Dan Jaringan Sosial Dengan Kejayaan Usahawan Amanah Ikhtiar Malaysia Di Kelantan" (tesis Master, Selangor: Universiti Putra Malaysia, 2005), 35.

Menurut kajian yang dilakukan oleh Zaidatol (2004), 51 peratus usahawan bumiputera di Malaysia kurang memiliki keupayaan mempunyai pendapatan tetap hasil daripada perniagaan yang diceburi. Hal ini terjadi kerana perniagaan yang diuruskan oleh mereka masih lagi di dalam keadaan turun dan naik dan mereka tidak mempunyai keupayaan untuk melaksanakan kemahiran dari aspek pengendalian kewangan syarikat.²²⁰

iii) Simpanan bertambah hasil daripada perniagaan yang diuruskan. Seorang usahawan dianggap berjaya sekiranya dia memiliki simpanan hasil daripada perniagaan yang diuruskan. Simpanan yang dimiliki adalah untuk keperluan peribadi dan juga keluarga ianya tidak termasuk keperluan perniagaan. Di antara keperluan peribadi ialah simpanan hari tua, simpanan untuk mengerjakan ibadah haji atau umrah dan simpanan untuk menguruskan pendidikan anak-anak.²²¹ Menurut kajian yang dilakukan oleh Suradi (2005), 70 peratus usahawan di bawah Skim Amanah Ikhtiar Malaysia memiliki simpanan hasil daripada perniagaan yang dijalankan.²²²

iv) Bilangan pekerja bertambah. Jumlah bilangan pekerja juga merupakan kayu pengukur paling popular untuk mengukur pencapaian usahawan. Ini kerana penambahan tenaga buruh membuktikan penambahan nilai output, modal dan keupayaan syarikat untuk berkembang.²²³ Kajian yang dilakukan oleh Brian (2000) membuktikan pertambahan pekerja di dalam perniagaan yang dijalankan merupakan pencapaian perniagaan yang dijalankan. Menurut beliau, sebanyak 70 peratus usahawan yang mempunyai ramai pekerja melepas tahap kemandirian di dalam perniagaannya berbanding dengan perniagaan yang tidak mempunyai pekerja.²²⁴

²²⁰Zaidatol Akmaliah Lope Pihie & Habibah Elias, "Keupayaan Usahawan Bumiputera Melaksanakan Kemahiran Keusahawanan: Satu Kajian Kes", 61

²²¹Ibid.,

²²²Ibid.,

²²³Shalit SS dan Shankar U, "The Measurement of Firm Size," *The Review of Economics and Statisticic* 6, (1977), 11.

²²⁴Brian Headd, "Business Success: Factors Leading to Surviving and Closing Successfully," 35.

- v) Saiz pasaran berkembang. Saiz pasaran berkembang merupakan salah satu ukuran kejayaan seorang usahawa. Chea Peou (2009) telah membuat ujian kebolehpercayaan terhadap soalan ini. Hasil kajian beliau mendapat nilai Alfa Cronbach terhadap soalan ini ialah sebanyak .905.²²⁵ Ini membuktikan soalan ini boleh digunakan untuk mengukur kejayaan seorang usahawan.
- vi) Modal perniagaan bertambah. Pertambahan modal perniagaan bertambah juga boleh digunakan untuk mengukur kejayaan sesebuah perniagaan. Ujian kebolehpercayaan alfa Cronbach yang dilakukan oleh Cheu Peou (2009) terhadap soalan ini ialah sebanyak .919.²²⁶ Ini membuktikan soalan ini juga boleh digunakan untuk mengukur kejayaan seorang usahawan.
- vii) Keuntungan perniagaan bertambah. Keuntungan yang dihasilkan daripada sesuatu perniagaan yang dijalankan merupakan harapan dan impian seorang usahawan dan ianya boleh dijadikan sebagai ukuran kejayaan sesebuah perniagaan. Nilai ujian kebolehpercayaan alfa Cronbach yang dijalankan oleh Cheu Peou (2009) terhadap soalan ini ialah sebanyak .894.²²⁷ Ini membuktikan soalan ini boleh juga digunakan untuk mengukur kejayaan seorang usahawan.
- viii) Jumlah produk atau perkhidmatan syarikat bertambah. Pertambahan jualan produk atau perkhidmatan membuktikan bahawa perniagaan yang diuruskan oleh seseorang usahawan telah mendapat tempat di hati pelanggan dan telah menembusi pasaran. Ini membuktikan perniagaan yang diuruskan bertambah maju dan berjaya dan ianya boleh diukur sebagai kejayaan usahawan. Nilai kebolehpercayaan alfa Cronbach yang dijalankan oleh Cheu Peou (2009) terhadap soalan ini ialah sebanyak .894.²²⁸ Ini

²²⁵ Chea Peou, “Relationship between Entrepreneur Value, Firm Financing, Firm Management, Market Practices And Growth Performance Of Small-Medium Enterprises In Cambodia” (tesis kedoktoran, Sintok: Universiti Utara Malaysia, Sintok, 2009), 199.

²²⁶*Ibid.*,

²²⁷*Ibid.*,

²²⁸*Ibid.*,

membuktikan soalan ini juga boleh digunakan untuk mengukur kejayaan seorang usahawan.

Berdasarkan kepada kajian mengenai pencapaian usahawan seperti yang dibincangkan di atas, maka di dalam kajian ini ciri-ciri pencapaian usahawan merangkumi lapan butiran seperti yang ditunjukkan dalam jadual 2.13 di bawah:

Jadual 2.13 Butiran Pencapaian Usahawan

Bil	Butiran Pencapaian Usahawan	Kajian Oleh
1	Mempunyai pendapatan yang tetap hasil daripada perniagaan	Brockhaus. R.H (1980), ²²⁹ David S.Evans (1987), ²³⁰ Suraidi Salleh (2005), ²³¹ Zaidatol Akmaliah (2004), ²³² Shalit (1977), ²³³ Brian Headd (2000), ²³⁴ dan Chea Peou (2009) ²³⁵
2	Memiliki aset hasil daripada perniagaan yang dijalankan	
3	Simpanan bertambah hasil daripada perniagaan	
4	Bilangan pekerja bertambah	
5	Saiz pasaran berkembang	
6	Modal perniagaan bertambah	
7	Keuntungan perniagaan bertambah	
8	Jumlah produk atau perkhidmatan syarikat bertambah	

2.4 Kajian lepas

Bahagian ini membincangkan kajian lepas mengenai perbezaan demografi dengan faktor-faktor kejayaan usahawan, perbezaan demografi dengan pencapaian usahawan serta hubungan faktor-faktor kejayaan usahawan dengan pencapaian usahawan.

²²⁹ R.H, Brockhaus. R.H, "Risk Taking Propensity of Entrepreneurs" *Academy of Management Journal* 23, no.3 (1980), 509.

²³⁰David S.Evans, "The Relationship between Firm Growth, Size and Age: Estimates For 100 Manufacturing Industries". *The Journal of Industrial Economics* Vol XXXV. June (1987), 567.

²³¹Suraidi Salleh, "Hubungan Antara Keinginan Pencapaian, Lokus Kawalan, Pengambilan Risiko Dan Jaringan Sosial Dengan Kejayaan Usahawan Amanah Ikhtiar Malaysia Di Kelantan" 40.

²³²Zaidatol Akmaliah Lope Pihie & Habibah Elias,"Keupayaan Usahawan Bumiputera Melaksanakan Kemahiran Keusahawanan: Satu Kajian Kes", 61

²³³Shalit SS dan Shankar U, "The Measurement of Firm Size," *The Review of Economics and Statistic* 6, (1977), 11

²³⁴Brian Headd, "Business Success: Factors Leading to Surviving and Closing Successfully," 35.

²³⁵Chea Peou, "Relationship between Entrepreneur Value, Firm Financing, Firm Management, Market Practices And Growth Performance Of Small-Medium Enterprises In Cambodia" 205.

2.4.1 Perbezaan Demografi Usahawan Dengan Faktor Ketakwaan; Umur Dan Taraf Perkahwinan

Abbas (2001) telah membuat kajian terhadap 117 orang pengurus di Arab Saudi mendapati terdapat perbezaan umur dengan faktor ketakwaan. Menurut Abbas, konsep ketakwaan di dalam perniagaan berkait rapat kepada etika kerja di dalam Islam. Menurut Abbas, pengurus yang berusia 40 tahun ke atas mempunyai faktor ketakwaan paling tinggi berbanding dengan usahawan yang berusia bawah 40 tahun.²³⁶ Di samping itu, kajian yang dilakukan oleh Darwish (2001) terhadap 425 orang pekerja Muslim di beberapa organisasi di Emirate Arab Bersatu mendapati, terdapat perbezaan di antara umur pekerja dengan faktor ketakwaan. Darwish telah membahagikan kategori pekerja kepada dua kategori. Pekerja yang berusia 30 tahun ke bawah dan pekerja yang berusia 30 tahun ke atas. Kajian yang dilakukan oleh Darwish mendapati, semakin tua usia seseorang, semakin dekat hubungan dia dengan Allah SWT.²³⁷ Manakala hasil temu bual yang dilakukan oleh Johan (2006) terhadap 50 usahawan Muslim yang terdiri daripada bangsa Moroco, Turki, Afghanistan dan Turnisia, berusia 35 tahun ke atas di Belanda mendapati, hanya 64.6% mengamalkan solat lima waktu dan 78.3% menjaga hubungan sesama manusia dengan melakukan perkara-perkara yang baik.²³⁸

Manakala kajian yang dilakukan oleh Khaled (2011) terhadap 204 orang pekerja di Jordanian Press Foudation mendapati, tidak ada perbezaan umur dengan faktor ketakwaan.²³⁹

Bahagian ini melaporkan empat kajian lepas yang tentang perbezaan umur dengan faktor ketakwaan usahawan. Tiga kajian lepas melaporkan terdapat perbezaan di antara

²³⁶ Abbas J. Ali, "The Islamic Work Ethic in Arabic", *The Journal of Psychology* 126, no.5 (2001), 507.

²³⁷ Darwish A.Yousef, "Islamic Work Ethic: A Moderator Between Organizational Commitment and Job Satisfaction in a Cross-Cultural Context," *Personal Review* 30, no 2 (2001), 152.

²³⁸ Johan Graafland, Corrie Mazereeuw and Aziza Yahya, "Islam and Socially Responsible Business Conduct: An Empirical Study of Dutch Entrepreneurs. Business Ethics," *A European Review* 15, no 4. (2006), 390.

²³⁹ Khled M.K Alhyazat, "The Role of Islamic Work Ethics in Developing Organizational Citizenship Behavior at The Jordanian Press Foundation," *Journal of Islamic Marketing* 3, no. 2 (2012),139.

umur usahawan dengan faktor ketakwaan, satu kajian melaporkan tidak terdapat perbezaan dengan faktor ketakwaan.

Selain daripada umur, taraf perkahwinan juga dikenalpasti mempunyai perbezaan dengan faktor ketakwaan. Kajian yang dilakukan oleh Rachman (2011) terhadap 198 orang usahawan Muslim di Kecamatan Neglasari Indonesia mendapati, majoriti (85%) usahawan Muslim telah mendirikan rumahtangga.²⁴⁰ Di samping itu, kajian yang dilakukan oleh Thuaibah (2007) terhadap usahawan wanita di Johor mendapati 52% usahawan wanita telah berkahwin.²⁴¹ Selain itu, kajian yang dibuat oleh Fatimah (2013) terhadap 270 usahawan wanita berjaya di bawah skim Amanah Ikhtiar Malaysia mendapati, 79% usahawan wanita telah berkahwin.²⁴² Walau bagaimanapun, kajian yang dilakukan oleh Khaled (2011) terhadap 204 orang pekerja di Jordanian Press Foudation mendapati, tidak terdapat perbezaan di antara perkahwinan dengan faktor ketakwaan.²⁴³

Daripada empat kajian yang lepas, majoriti usahawan yang menceburkan diri di dalam perniagaan telah berkahwin. Satu kajian menunjukkan tiada perbezaan di antara perkahwinan dengan faktor ketakwaan. Secara umumnya, terdapat perbezaan di antara status perkahwinan dengan faktor ketakwaan. Ini kerana perkahwinan di dalam Islam dianggap sebagai ibadah, selain daripada mengelakkan diri daripada melakukan maksiat perkahwinan juga bertujuan untuk mentaati perintah Allah, menjadi insan yang lebih bertakwa dan melaksanakan ibadah. Melalui perkahwinan akan mewujudkan sebuah rumahtangga yang sakinah, mawadah dan juga rahmah.²⁴⁴

²⁴⁰ Abdul Rachman, “Strategi Keusahawanan Islam. Kajian terhadap peniaga kecil di Kecamatan Negalasari Kota Tangerang,” 113.

²⁴¹ Thuaibah @ Suaibah Abu Bakar, Azlah Md Ali, Rozeyta Omar, Hishamuddin Md Som dan Syaharizatul Noorizwan Muktar, “Penglibatan Kaum Wanita dalam Aktiviti Keusahawanan di Negeri Johor: Kajian Terhadap Faktor-Faktor Kritisikal Kejayaan dan Kegagalan Pengendalian Perniagaan” (Vot penyelidikan 75087, Universiti Teknologi Malaysia, 2007), 63.

²⁴² A.H Fatimah Salwa, A. Mohamad Azahari dan B. Joni Tamkin. “An empirical evidence from Malaysia: What makes the Muslim entrepreneur succeed?” 94.

²⁴³ Khled M.K Alhyazat, “The Role of Islamic Work Ethics In Developing Organizational Citizenship Behavior at The Jordanian Press Foundation,” 139.

²⁴⁴ Punung Arwan Sentaso, “Dispensi Perkahwinan Dalam Usia Muda Dan Akibatnya Di Kabupaten Sleman Tahun 1998-1999” (skripsi. Yogyakarta: Fakulti Syariah, Institusi Islam Negeri Sunan Kalijaga 2001), 3.

2.4.2 Perbezaan Demografi Usahawan Dengan Faktor Ketelitian; Taraf Perkahwinan Dan Tempoh Menjalankan Perniagaan

Muhammad Abi Sofian (2011), telah melakukan kajian terhadap 105 usahawan di Industri Kraftangan di Terengganu mendapati, majoriti (78%) usahawan telah berkahwin.²⁴⁵ Selain itu, kajian yang dilakukan oleh Fatimah (2013) terhadap 270 usahawan berjaya di bawah Amanah Ikhtiar Malaysia (AIM) mendapati, majoriti (79%) usahawan telah berkahwin.²⁴⁶ Begitu juga kajian yang dilakukan oleh Watson (1988), terhadap 166 orang usahawan berjaya di West Yorkshire mendapati, majoriti (71%) usahawan telah berkahwin.²⁴⁷ Menurut Waite (1995), orang yang berkahwin lebih sihat dan gembira berbanding dengan mereka yang bujang, bercerai dan janda.²⁴⁸ Selain itu, kajian yang dilakukan oleh Ross (1995) pula mendapati, individu yang berkahwin mempunyai tahap kesejahteraan fizikal dan psikologi yang baik berbanding dengan individu yang tidak berkahwin. Mereka lebih teliti, lebih fokus dan lebih terurus di dalam melakukan kerja-kerja seharian berbanding dengan usahawan yang belum berkahwin.²⁴⁹

Selain daripada umur, tempoh menjalankan perniagaan juga dikenalpasti mempunyai perbezaan dengan faktor ketelitian. Kajian yang dilakukan oleh Zaidatol (2004) terhadap 72 usahawan Bumiputra yang mendaftar dengan Dewan Perniagaan Melayu mendapati, lima puluh peratus usahawan telah menjalankan perniagaan mereka melebihi 10 tahun. Usahawan yang menjalankan perniagaan lebih 10 tahun lebih teliti di

²⁴⁵ Muhammad Abi Sofian, Shaladin Muda dan Wan Abdul Aziz Wan Mohd Amin, "The Measurement of Entrepreneurial Personality and Business Performance in Terengganu Creative Industry." *International Journal of Business Management* 6. No. 6 (2010), 183.

²⁴⁶ A.H Fatimah Salwa, A. Mohamad Azahari dan B. Joni-Tamkin, "An Empirical Evidence from Malaysia: What Makes the Muslim Entrepreneurs Succeed?" 94.

²⁴⁷ Kathryn Watson, Sandra Hogarth-Scott and Nicholas Wilson, "Small Business Start-Ups: Success Factor and Support Implications," *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research* 4, no. 3 (1998), 217.

²⁴⁸ Waite, P.O, "Exploring Preadolescent Attitudes towards Obesity. Dissertation Abstract International: Section B," *The Sciences and Engineering* 56 (1995), 35.

²⁴⁹ Ross, C.E., "Reconceptualizing Marital Status as a Continuum of Social Attachement," *Journal of Marriage and The Family* 57 (1995), 129.

dalam bahagian kewangan dan juga pengurusan.²⁵⁰ Kajian ini disokong oleh kajian dilakukan oleh Alan (1997) terhadap 53 orang usahawan berjaya yang bekerja sebagai pengarah syarikat di syarikatnya sendiri di United Kingdom. Hasil kajian beliau mendapati, terdapat perbezaan tempoh menjalankan perniagaan dengan faktor ketelitian. Menurut Alan (1997), makin lama seseorang usahawan menjalankan sesuatu perniagaan, maka semakin teliti sikap mereka di dalam menguruskan syarikat.²⁵¹ Manakala kajian yang dilakukan oleh Crawford (1974) mendapati, usahawan yang mempunyai pengalaman di dalam pengurusan perniagaan dan mereka sendiri yang bekerja di dalam perniagaan mereka akan lebih teliti di dalam menguruskan perniagaan.²⁵²

Walau bagaimanapun, hasil kajian yang dilakukan oleh Roberton (1993) ke atas 437 pengurus di United Kingdom mendapati, tidak terdapat perbezaan di antara lama menjalankan perniagaan dengan faktor ketelitian. Menurut Roberton, ciri-ciri seperti inovatif, kreativiti, kebolehan menguruskan konflik dan ciri kepimpinan yang ada pada seorang usahawan mempunyai hubungan yang signifikan di dalam kelancaran pengurusan tugas sehari-hari usahawan.²⁵³

2.4.3 Perbezaan Demografi Usahawan Dengan Faktor Akhlak Usahawan Terhadap Pekerja; Taraf Perkahwinan

Kajian yang dilakukan oleh Ezzeden (2008) terhadap 20 orang pengurus syarikat mendapati, terdapat perbezaan di antara status perkahwinan dengan faktor akhlak usahawan. Ini kerana golongan yang berkahwin, lebih memahami situasi pekerja dan

²⁵⁰ Zaidatol Akmaliah Lope Pihie dan Habibah Elias, "Keupayaan Usahawan Bumiputera Melaksanakan Kemahiran Keusahawanan. Satu Kajian Kes," 61.

²⁵¹ Alan Hakinson, David Bartlett dan Bertrand Ducheneaut, "The Key Factors in The Small Profiles of Small-Medium Enterprise Owner-Managers that Influences Business Performance: The UK (Rennes) SME Survey 1995-1997, An International Research Project UK Survey," *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research* 3, no. 4 (1997), 168.

²⁵² Crawford, G., "An Analysis of Management Factors That May Contribute to The Success or Failure of Selected Small Retailing" (tesis kedoktoran, USA:University of Arkansas, 1974), 176.

²⁵³ Robertson, I.T dan Kinder, A., "Personality and Job Competencies: The Creation Related Validity of Some Personality Variables," *Journal of Occupational and Organizational Psychology* 59 (1993), 45.

mendapat sokongan emosi dari pasangan.²⁵⁴ Kajian ini disokong oleh Jeffrey (1985) yang mendapati, sokongan dari aspek moral daripada pasangan yang sudah berkahwin memberi kesan positif terhadap kualiti kerja seseorang individu.²⁵⁵ Manakala kajian yang dilakukan oleh Susan Linz (2013) terhadap 9,400 orang pekerja di beberapa negara Eropah mendapati, pekerja akan bersemangat bekerja sekiranya mereka mendapat bayaran gaji yang lumayan, jaminan keselamatan di tempat kerja, penghormatan dan pujian daripada majikan dan diberikan peluang untuk belajar sesuatu yang baru dan peluang untuk membangunkan kemahiran.²⁵⁶

Sebaliknya, kajian yang dilakukan oleh Schneider (2011) mendapati, tidak terdapat perbezaan di antara status perkahwinan dengan etika kerja. Ini adalah kerana pekerja yang sudah berkahwin mempunyai banyak tanggungjawab lain antaranya, tanggungjawab menguruskan keluarga, menguruskan anak-anak dan pengurusan masa.²⁵⁷ Oleh itu, mereka kurang peka kepada masalah yang dihadapi oleh pekerja berbanding dengan majikan yang sudah berkahwin.

2.4.4 Perbezaan Demografi Usahawan Dengan Faktor Jihad Harta; Taraf Perkahwinan

Kajian Cheryls (2013) terhadap 30,511 orang usahawan wanita di United States (US) mendapati, terdapat perbezaan di antara taraf perkahwinan dengan bermiaga. Ini adalah kerana usahawan yang bermiaga sendiri lebih mudah membahagikan masa sama ada

²⁵⁴ Soura R. Ezzedeen dan Kristen Grossnickle Ritche, "The Man behind The Woman: A Qualitative Study of Spousal Support Received and Valued by Executive Women" *Journal of Family Issues* 29, no. 9 (2008), 1107.

²⁵⁵ Jeffrey H. Greenhaus dan Nicholas J. Beutell, "Sources of Conflict between Work and family Roles," *Academy of Management Review* Vol 10, no 1 (1985), 76.

²⁵⁶ Susan Linz dan Anastasia Semykina, "Job Satisfaction, Expectations and Gender: Beyond The European Union," *International Journal Of Manpower* 34, no.6 (2013), 584.

²⁵⁷ Barbara Schneider, "The Human Face Workplace Flexibility," *The Annals of The American Academy of Political and Social Science* 638, (2011), 103.

terhadap keluarga mahupun perniagaan yang diuruskan.²⁵⁸ Selain itu, kajian Richard (1998) terhadap 5,159 orang usahawan yang bekerja sendiri di US mendapati, terdapat perbezaan yang signifikan di antara taraf perkahwinan dan penglibatan individu di dalam perniagaan. Usahawan yang berkahwin lebih signifikan untuk melibatkan diri di dalam perniagaan berbanding dengan usahawan yang belum berkahwin. Ini kerana usahawan yang berkahwin mempunyai sokongan dari aspek kewangan, berkongsi pengalaman dan pengetahuan mengenai perniagaan serta mengambil tanggungjawab menguruskan keluarga ketika pasangan sibuk menguruskan perniagaan.²⁵⁹

Berbeza dengan kajian yang dilakukan Berkay (2011) mendapati, tidak terdapat perbezaan di antara taraf perkahwinan dengan penglibatan di dalam bidang perniagaan. Ini kerana usahawan yang belum berkahwin akan lebih fokus dan bersungguh-sungguh di dalam perniagaan yang diceburi berbanding dengan usahawan yang sudah mendirikan rumah tangga. Hal ini disebabkan usahawan yang belum berkahwin tidak mempunyai komitmen lain selain daripada perniagaan.²⁶⁰

2.4.5 Perbezaan Demografi Usahawan Dengan Faktor Jihad Manusiawi; Modal Perniagaan dan Purata Keuntungan

Ya Fen Tseng (2010) di dalam kajiannya terhadap 50 buah industri kecil dan sederhana di Taiwan mendapati, terdapat perbezaan modal perniagaan dengan tanggungjawab sosial. Ini adalah kerana semakin besar perniagaan, semakin tinggi tanggungjawab sosial yang akan ditonjolkan oleh syarikat. Ini kerana tanggungjawab sosial adalah cara syarikat untuk membina hubungan yang baik sesama manusia dan ianya dikategorikan sebagai

²⁵⁸Cheryl L. Adkins, Steven A. Samaras, Sally W. Gilfillan dan Wayne E. Mcwee.“The Relationship between Owner Characteristics, Company Size, and The Work-Family Culture And Policies Of Women-Owned Business”*Journal of Small Business Management* 51 no.2 (2013), 196.

²⁵⁹ Richard K. Caputo dan Arthur Dolinsky, “Women’s Choice to Pursue Self-Employment: The Role of Financial and Human Capital of Household Members,”*Journal of Small Business Management*, July (1998), 8.

²⁶⁰ Berkay Ozcan, “Only The Lonely? The Influence of The Spouse on The Transition to Self-Employment,”*Small Business Economy* 37 (2011), 465.

jihad manusia. ²⁶¹ Selain itu, kajian yang dilakukan oleh Liangrong (2009) terhadap 83 buah syarikat di China mendapatkan, terdapat perbezaan modal perniagaan dengan tanggungjawab terhadap masyarakat. Menurut Liangrong (2009), syarikat yang menjalankan tanggungjawab sosial terhadap masyarakat akan menaikkan imej syarikat dan dapat membina hubungan yang baik dengan masyarakat.²⁶²

Manakala kajian yang dilakukan oleh Walley (1994) mendapatkan, tidak terdapat perbezaan di antara modal syarikat dengan tanggungjawab sosial. Ini adalah kerana perniagaan kecil dan sederhana mempunyai sumber terhad dan mereka belum lagi mampu untuk melakukan tanggungjawab sosial. Selain itu, kebanyakan syarikat kecil dan sederhana masih ragu-ragu untuk berbuat demikian kerana mereka tidak pasti bila mereka akan mendapat keuntungan dan berapa lama mereka akan bertahan di dalam perniagaan mereka.²⁶³

Seterusnya kajian Fen (2010) membuktikan, terdapat perbezaan di antara purata keuntungan sesebuah syarikat dengan tanggungjawab sosial terhadap masyarakat. Ini adalah kerana semakin untung perniagaan sesebuah industri, semakin banyak tanggungjawab sosial yang diberikan kepada masyarakat.²⁶⁴ Kajian yang dilakukan oleh Shen (2008) terhadap syarikat 700 buah syarikat Taiwan mendapatkan, terdapat perbezaan di antara keuntungan syarikat dengan tanggungjawab sosial. Menurut Chua (2009), dengan melaksanakan tanggungjawab sosial boleh meningkatkan imej syarikat dan akan menarik minat pelanggan untuk berurusan dengan syarikat tersebut, dengan itu, keuntungan syarikat akan bertambah.²⁶⁵

²⁶¹ Ya Fen Tseng, Yen-Chun Jim Wu, Wen-Hsiung Wu dan Chun Yu Chen, "Exploring Corporate Social Responsibility Education. The Small and Medium-Sized Enterprise Viewpoint," *Management Decision* 48 no.10 (2010), 1514.

²⁶² Liangrong Zu and Lina Song, "Determinants of Managerial Values: On Corporate Social Responsibility: Evidence from China," *Journal of Business Ethics* 88 (2009), 105.

²⁶³ Walley, N and B. Whitehead, "It's Not Easy Being Green" *Harvard Business Review* 72 (1994), 2.

²⁶⁴ Ya Fen Tseng, Yen-Chun Jim Wu, Wen-Hsiung Wu dan Chun Yu Chen, "Exploring Corporate Social Responsibility Education. The Small and Medium-Sized Enterprise Viewpoint," 1514.

²⁶⁵ Chung-Hua Shen And Yuan Chang, "Ambition Versus Conscience, Does Corporate Social Responsibility Pay Off? The Application of Matching Methods," *Journal Of Business Ethics* 88 (2009), 133.

Berbeza dengan kajian yang dilakukan oleh Liangrong (2009) membuktikan, tidak terdapat perbezaan di antara keuntungan di dalam perniagaan dengan tanggungjawab sosial terhadap masyarakat. Menurut Liangrong (2009), untuk menjalankan tanggungjawab sosial tidak seharusnya bergantung kepada keuntungan syarikat. Seseorang individu yang melibatkan diri di dalam bidang perniagaan perlu menjalankan tanggungjawab sosial untuk menaikan imej diri dan juga syarikat.²⁶⁶

2.4.6 Perbezaan Demografi Usahawan Dengan Faktor Kemandirian Memulakan Perniagaan; Purata Keuntungan

Kajian yang dilakukan Yuji (1998) terhadap 2488 syarikat baru di Tokyo Japan mendapati, terdapat perbezaan di antara keuntungan syarikat dengan kemandirian memulakan perniagaan. Menurut Yuji, syarikat yang gagal menunjukkan prestasi keuntungan syarikat dengan baik akan menghadapi masalah untuk membuat pinjaman perniagaan daripada pihak bank. Ini kerana pihak bank tidak akan memberikan kemudahan pinjaman kepada syarikat yang kurang menunjukkan prestasi kewangan mereka.²⁶⁷

Selain itu, kajian yang dilakukan oleh Georgios (2000) terhadap 1115 buah syarikat di Itali mendapati, terdapat perbezaan yang signifikan di antara keuntungan syarikat dengan kemandirian memulakan perniagaan. Ini kerana syarikat yang mempunyai keuntungan kurang terbeban dengan masalah hutang dan ini akan menggalakan pelabur berminat untuk melabur di dalam perniagaan tersebut.²⁶⁸

²⁶⁶ Liangrong Zu and Lina Song, “Determinants of Managerial Values: On Corporate Social Responsibility: Evidence from China,” 105.

²⁶⁷ Yuji Honjo, “Business Failure of New Firms: An Empirical Analysis Using a Multiplicative Hazards Model,” *International Journal of Industrial Organization* 10 (2000), 557.

²⁶⁸ Georgious Fotopoulos & Helen Louri, “Location and Survival of New Entry,” *Small Business Economics* 14. (2000), 311.

2.4.7 Perbezaan Demografi Usahawan Dengan Faktor Kemandirian Mengembangkan Perniagaan; Taraf Perkahwinan Dan Modal Perniagaan

Kajian yang dilakukan oleh Dorothea (2009) terhadap 1563 orang usahawan di German mendapati, terdapat perbezaan yang signifikan di antara taraf perkahwinan dengan kemandirian mengembangkan perniagaan. Hasil kajian yang dilakukan oleh Dorothea (2009) membuktikan lelaki yang sudah berkahwin, berusia 40 tahun ke atas dan mempunyai pendapatan lebih daripada 5,000 Euro lebih bertahan di dalam perniagaan yang mereka uruskan.²⁶⁹

Manakala kajian yang dilakukan oleh Taylor (1999) terhadap 5,500 orang individu yang bekerja sendiri di Britain mendapati tidak terdapat perbezaan yang signifikan dengan tahap kemandirian di dalam perniagaan. Menurut Taylor, pengalaman kerja dan modal perniagaan merupakan faktor utama yang perlu ada pada diri seorang usahawan ketika menghadapi kemandirian di dalam mengembangkan perniagaan.²⁷⁰

Seterusnya, kajian yang dilakukan oleh Lussier (2000) terhadap 216 usahawan di Croatia mendapati, terdapat perbezaan signifikan di antara modal perniagaan dengan kemandirian mengembangkan perniagaan. Ini adalah kerana kebanyakan usahawan di Croatia memulakan perniagaan mereka dengan modal besar. Modal tersebut diperolehi sama ada daripada pihak bank, ahli keluarga dan juga sumber lain.²⁷¹ Selain itu, kajian yang dilakukan oleh Cao Yu (2008) terhadap 527, 527 buah syarikat yang kukuh di China bermula dari tahun 1980 sehingga 2007 juga mendapati, terdapat perbezaan signifikan di antara modal perniagaan dengan kemandirian mengembangkan perniagaan. Menurut Cao Yu (2008), syarikat yang mempunyai modal yang kecil, lebih cenderung untuk

²⁶⁹ Dorothea Schafer dan Oleksandr Talavera, "Small Business Survival and Inheritance: Evidence from Germany," *Small Business Economic* 32 (2009), 95.

²⁷⁰ Taylor, M.P., "Survival of The Fittest? An Analysis of Self-Employment Duration in Britain," *Economic Journal* 109 no. 454 (1999), 140.

²⁷¹ Robbert N. Lussier dan Sanja Pfeifer, "A Comparison of Business Success Versus Failure Variables between U.S And Central Eastern Europe Croatia Entrepreneur," *Entrepreneurship Theory and Practice*. Summer (2000), 59.

menghadapi masalah aliran tunai, berbeza dengan syarikat yang besar, syarikat yang kecil lebih berisiko untuk gagal dan syarikat yang besar lebih cenderung untuk berkembang.²⁷²

Manakala kajian yang dilakukan oleh Josef (1992) terhadap 1,846 pemilik perniagaan di German mendapati, modal perniagaan tidak mempunyai perbezaan yang signifikan dengan kemandirian mengembangkan perniagaan. Ini adalah kerana modal perniagaan untuk mengembangkan perniagaan bergantung kepada jenis perniagaan yang dijalankan.²⁷³

2.4.8 Perbezaan Demografi Usahawan Dengan Pencapaian Usahawan; Umur, Tempoh Menjalankan Perniagaan dan Modal Perniagaan.

Kajian yang dilakukan oleh Ma'ruf Redzuan (2012) membuktikan bahawa tahap umur mempunyai perbezaan yang signifikan dengan pencapaian usahawan wanita di Selatan Semenanjung Malaysia. Majoriti usahawan yang berumur 41 hingga 60 tahun (71%) lebih berjaya di dalam perniagaan yang diceburi berbanding dengan tahap umur yang lain. Ini kerana usahawan yang berumur 41 hingga 60 tahun lebih lama menghadapi cabaran hidup, lebih banyak pengalaman, malah mereka mempunyai pengalaman di dalam menguruskan perniagaan. Oleh sebab itu, mereka lebih berjaya di dalam perniagaan mereka berbanding dengan tahap umur bawah 40 tahun.²⁷⁴ Kajian ini disokong oleh kajian yang dilakukan oleh Alina (1997) yang menunjukkan, majoriti usahawan yang menceburkan diri di dalam perniagaan di Poland mempunyai tahap umur dari 35 hingga

²⁷² Cao Yu dan Chen Xiao-Hong. "The Research About The Issues of Firm Survival by Life Table Methods-An Empirical Research Based on The Samples of Hunan's Firms," (Kertas Kerja2008 International Conference on Management Science &Engineering (15th) USA: Long Beach 2008), 319.

²⁷³ Josef Bruderl, Peter Preisendorfer dan Rolf Ziegler, "Survival Chances of Newly Founded Business Organizations," *American Sociological Review* 57, (1992), 227.

²⁷⁴ Ma'arof Redzuan, Abd Razak Abd Rahim dan Nurfaizreen Aina Muhamad Nasharudin, "Pembentukan Keupayaan Individu dalam Kalangan Usahawan Wanita Industri Kecil," *Akademia* 82, no.1 (2012), 57.

50 tahun (pertengahan umur 45). Mereka mempunyai pengalaman setahun hingga 25 tahun di dalam bidang pengurusan dan juga bidang perniagaan.²⁷⁵

Kajian ini berbeza dengan kajian yang dilakukan oleh Sheet (2008). Menurut Sheet, kebanyakan tahap umur usahawan di Singapore adalah di antara 31 hingga 40 tahun iaitu bawah usia 40 tahun. Ini kerana golongan ini mempunyai keyakinan yang tinggi, sikap yang optimis dan positif untuk berjaya dan bersemangat untuk mencapai kejayaan di dalam perniagaan.²⁷⁶ Kajian ini menyokong teori “pencapaian” yang dikemukakan oleh McClelland (1961) bahawa tingkahlaku dan sikap untuk mencapai kejayaan bagi seseorang usahawan mendorong mereka untuk terus maju ke hadapan. Golongan ini akan berusaha mencari jalan keluar apabila berdepan dengan masalah.²⁷⁷

Selain daripada umur, tempoh menjalankan perniagaan juga dikenalpasti mempunyai perbezaan yang signifikan dengan pencapaian usahawan. Kajian yang dilakukan oleh Gundry (2001) terhadap 832 usahawan di Amerika Syarikat mendapati, tempoh menjalankan perniagaan mempunyai perbezaan yang signifikan dengan pencapaian.²⁷⁸ Kajian ini disokong oleh kajian yang dilakukan oleh Wiklund & Shepherd (2005) terhadap 808 pengurus yang memiliki perniagaan sendiri di Sweeden membuktikan, lama menjalankan perniagaan mempunyai perbezaan yang signifikan dengan pencapaian usahawan. Menurut Wiklund, tahun perniagaan menyumbang kepada prestasi usahawan kecil.²⁷⁹

Walau bagaimanapun, menurut Gundry (2001), terdapat perbezaan tempoh lama menjalankan perniagaan dengan skala perniagaan usahawan. Tempoh menjalankan

²⁷⁵ Alina Zapalska, “A Profile of Women Entrepreneurs and Enterprise in Poland,” *Journal of Small Business Management* (1997), 76.

²⁷⁶Pi Shen Seet dan Noor Hazlina Ahmad, “Singapore Female Entrepreneurs-Are They Different?”*International Journal Entrepreneurship and Small Business* 5, (2008), 3.

²⁷⁷D. C. Mc Clelland, *The Achieving Society* (New York: Free Press, 1961), 34.

²⁷⁸ Lisa K. Gundry dan Harold P. Welsch, “The Ambitious Entrepreneur: High Growth Strategies of Women-Owned Enterprises,” *Journal of Business Venturing* 16 (2001), 453.

²⁷⁹ Johan Wiklund dan Dean Shepherd, “Entrepreneurial Oreantation and Small Business Performance: A Configurational Approach,” *Journal of Business Venturing* 20 (2004), 71.

perniagaan mempengaruhi prestasi usahawan berskala kecil, tetapi tidak mempunyai hubungan dengan perniagaan berskala besar.²⁸⁰

Seterusnya, modal perniagaan juga mempunyai perbezaan dengan pencapaian usahawan. Ini adalah kerana modal perniagaan merupakan perkara utama untuk membangunkan perniagaan. Kebiasaannya seorang usahawan mesti mempunyai sumber kewangan yang cukup untuk menjalankan aktiviti perniagaan. Tanpa modal yang cukup, perniagaan tidak akan berkembang dan kemungkinan besar, aktiviti perniagaan yang dijalankan akan menemui kegagalan. Kajian yang dilakukan oleh Mannan (1992) terhadap usahawan di Bangladesh mendapati, modal perniagaan mempunyai perbezaan yang signifikan dengan pencapaian usahawan.²⁸¹ Menurut Hendrickson dan Psarouthakis (1992), kebanyakan usahawan memerlukan modal perniagaan dan mereka akan menggunakan duit simpanan, meminjam dari ahli keluarga dan juga kawan-kawan untuk dijadikan modal perniagaan.²⁸²

Menurut kajian yang dilakukan oleh Shahdan (1998) membuktikan, sebanyak 50.7% perniagaan mikro, 45% peniaga kecil dan sederhana dan 33% perniagaan yang berskala besar yang tidak mempunyai modal kewangan yang cukup menghadapi masalah di dalam perniagaan yang diceburi. Menurut Shahdan, kekurangan modal akan menyebabkan usahawan menghadapi masalah besar di dalam menguruskan perniagaan, antaranya usahawan akan terperangkap dalam masalah hutang dan menghadapi masalah untuk memohon bantuan kewangan.²⁸³ Kajian ini disokong oleh Kyambalesa (1994) yang membuktikan modal perniagaan diperlukan untuk membeli barang keperluan pejabat, membayar gaji pekerja, membayar bil, menyewa bangunan pejabat, peralatan dan perabut

²⁸⁰ Lisa K. Gundry dan Harold P. Welsch, "The Ambitious Entrepreneur: High Growth Strategies of Women-Owned Enterprises," (2001), 453.

²⁸¹ Mannan, A.M., *Growth and Development of Small Enterprise: Case of Bangladesh* (UK: Ashgate Publishing Co. 1993), 52.

²⁸² Hendrickson, U.L., and Psarouthakis, J., *Managing the growing firm* (USA: Prentice-Hall, Inc, 1992), 73.

²⁸³ Shahadan, F., Berma, M., Zin, M.R., & Mahbar, Z (1988) "The Growth Constrain Of Small and Medium Enterprise in Malaysia: Myth or Reality?"(Proceeding of the International Conference on Small and Medium Scale Enterprise, 1988), 277.

pejabat dan juga perbelanjaan harian pejabat.²⁸⁴ Berdasarkan kepada kajian tersebut, terdapat perbezaan yang signifikan di antara modal perniagaan dengan pencapaian usahawan berjaya.

2.4.9 Hubungan Personaliti Usahawan Dengan Pencapaian Usahawan; Faktor Ketakwaan dan Faktor Ketelitian

Kajian yang dilakukan oleh Fatimah (2013) terhadap 270 usahawan di bawah bantuan Amanah Ikhtiar Malaysia (AIM) mendapati, terdapat hubungan yang signifikan di antara faktor ketakwaan dengan pencapaian usahawan berjaya. Menurut Fatimah (2013), ketakwaan dari perspektif usahawan berjaya merangkumi menepati janji, sentiasa berdoa kepada Allah SWT dan sentiasa bermuhasabah diri.²⁸⁵ Selain itu, kajian yang dilakukan oleh Abbas (2001) mendapati, terdapat hubungan yang signifikan faktor ketakwaan dengan pengurus di Arab Saudi. Ini adalah kerana seorang Muslim yang bertakwa akan menjaga hubungan dengan Allah dan juga sesama manusia.²⁸⁶

Walau bagaimanapun, kajian yang dilakukan oleh Rafiq (1992) terhadap usahawan Muslim di Britain mendapati, tidak terdapat hubungan yang signifikan di antara usahawan yang mempraktikkan agama dengan pencapaian usahawan. Menurut Rafiq (1992), usahawan yang mempraktikkan agama susah untuk mengembangkan perniagaan mereka kerana usahawan yang mempraktikkan agama tidak akan membuat pinjaman bank kerana tidak mahu bersubahat dengan dosa riba. Usahawan Muslim lebih rela meminjam duit daripada keluarga dan juga rakan-rakan mereka untuk memulakan perniagaan.²⁸⁷ Manakala kajian yang dilakukan oleh Khairul Fadli (2011) membuktikan, terdapat kelemahan di kalangan pendakwah yang membabitkan diri di dalam perniagaan untuk

²⁸⁴Kyambalesa, H., *Successful In Managing a Small Business* (UK: Ashgate Publishing Lt, 1994), 93.

²⁸⁵A.H Fatimah Salwa, A. Mohamad-Azahari and B. Joni Tamkin, “An Empirical Evidence from Malaysia: What Makes The Muslim Entrepreneur Succeed?” 94.

²⁸⁶Abbas J.Ali, “The Islamic Work Ethic in Arabic,” 507.

²⁸⁷Rafiq M., “Ethnicity and Enterprise: A Comparison of Muslim and Non-Muslim Owned Asian Business in Britain,” *New Community* 19, no. 1 (1992), 43.

membangunkan sistem ekonomi Islam. Menurut Fadhl (2011) untuk membangunkan perniagaan mengikut perspektif Islam memerlukan kerjasama dari pelbagai pihak antaranya daripada pihak usahawan dan juga masyarakat sendiri. Beliau berpendapat makin ramai golongan pendakwah yang membabitkan diri di dalam bidang keusahawanan, maka makin bertambah kesedaran masyarakat terhadap kepentingan sistem Islam di dalam kehidupan mereka.²⁸⁸

Selain daripada faktor ketakwaan, faktor ketelitian juga dikenalpasti mempunyai hubungan dengan pencapaian usahawan. Hasil kajian yang dilakukan oleh Murphy (1989) terhadap 215 wakil jualan firma perubatan mendapati, terdapat hubungan yang signifikan di antara ketelitian dengan pencapaian usahawan. Ini adalah kerana semakin teliti seseorang usahawan di dalam perniagaan yang diuruskan, semakin tinggi jumlah jualan yang diperolehi. Ini adalah kerana individu yang cermat cenderung untuk berjaya disebabkan mereka mempunyai tahap tenaga yang tinggi, sentiasa berusaha untuk berjaya dan bertanggungjawab.²⁸⁹ Kajian ini disokong oleh kajian yang dilakukan Hurtz dan Donavan (2000), yang membuktikan, terdapat hubungan yang signifikan di antara faktor ketelitian dengan prestasi dan dedikasi terhadap tugas. Jurujual yang teliti lebih bertanggungjawab di dalam perniagaan yang diuruskan dan ini boleh meningkatkan kepada prestasi jualan syarikat.²⁹⁰ Selain itu, kajian Mount (1994) juga membuktikan ketelitian mempunyai hubungan yang signifikan dengan pencapaian usahawan. Ini adalah kerana usahawan yang teliti merupakan individu yang teliti, cermat, rajin, boleh diharap, dipercayai, berdisiplin, mementingkan tugas, berhati-hati, terperinci, boleh merancang, tersusun, suka mendesak dan berorentasikan pencapaian.²⁹¹

²⁸⁸Khairul Fadli, "Peranan Pendakwah dalam Pembangunan Ekonomi Masyarakat Medan Indonesia" (tesis master, Akademi Pengajian Islam, 2011), 43.

²⁸⁹Murphy, K.R., "Is The Relationship Between Cognitive Ability and Job Performance Stable Over Time?" *Human Performance* 2 (1989), 183.

²⁹⁰Hurtz, G.M dan Donovan, J.J. "Personality and Job Performance: The Big Five Revisited" *Journal of Applied Psychology* 85 (2000), 869.

²⁹¹Mount, M.K., Barrick, M.R dan Strauss, J.P, "Validity of Observer Ratings of The Big Five Personality Factors" *Journal of Applied Psychology* April (1994), 272.

Walau bagaimanapun, hasil kajian yang dilakukan oleh Roberton dan Konder (1993) terhadap 437 pengurus di United Kingdom mendapatkan, tidak terdapat hubungan di antara faktor ketelitian dengan pencapaian pengurusan. Menurut Roberton dan Konder (1993), faktor inovatif, kreativiti, kebolehan mengurus konflik dan kepimpinan merupakan kunci kejayaan sesebuah syarikat.²⁹²

2.4.10 Hubungan Akhlak Usahawan Dengan Pencapaian Usahawan; Faktor Akhlak Usahawan Terhadap Pekerja.

Kajian yang dilakukan oleh Norhani (1992) terhadap pekerja-pekerja taska mendapatkan, terdapat hubungan yang positif di antara akhlak usahawan terhadap pekerja dengan pencapaian usahawan. Ini kerana keadaan taska itu sendiri sebenarnya menyamai keadaan rumah. Segala urusan kerja dapat dilakukan dengan selesa dengan suasana persekitaran yang memberangsangkan.²⁹³ Manakala kajian yang dilakukan oleh Mathieu (2013), terhadap 224 orang pekerja awam di Kanada mendapatkan, terdapat hubungan yang positif di antara kepuasan kerja dengan keyakinan diri. Pekerja akan lebih setia dan berminat untuk melakukan kerja mereka sekiranya bakat dan potensi diri mereka dapat dikembangkan melalui pekerjaan yang dilakukan.²⁹⁴

Walau bagaimanapun, kajian oleh Gunaseran (1998), terhadap pekerja am di sekolah Menengah Wilayah Persekutuan mendapatkan, sembilan puluh lima peratus pekerja am rendah di sekolah menengah Wilayah Persekutuan tidak berpuas hati dengan dengan

²⁹² Robertson, I.T dan Kinder, A., Personality and Job Competencies: The Creation Related Validity of Some Personality Variables. *Journal of Occupational and Organizational Psychology* 59 (1993), 45.

²⁹³ Norhani Binti Bakri, "Hubungan Majikan-Pekerja Wanita: Kajian Kes Di Taman Asuhan Kanak-Kanak (Taska) di Kuala Lumpur dan Selangor" (tesis master, Kuala Lumpur: Jabatan Antropologi dan Sosiologi Universiti Malaya, 1992), 113.

²⁹⁴ Cynthia Mathieu, "Personality and Job Satisfaction: The Role of Narcissism" *Personality and individual differences* 55 (2013), 650.

gaji yang diterima. Ini adalah gaji yang diterima sangat rendah dan tidak cukup untuk menyara kehidupan lebih-lebih lagi untuk menyara hidup di bandar Kuala Lumpur.²⁹⁵

2.4.11 Hubungan Jihad Perniagaan Dengan Pencapaian Usahawan; Jihad Harta Dan Jihad Manusiawi

Kajian yang dilakukan oleh Hatun (2001) terhadap 220 usahawan wanita di Ankara Turki mendapati, terdapat hubungan yang signifikan di antara jihad mencari harta dengan pencapaian usahawan. Kebanyakan usahawan wanita bermula untuk memenuhi keperluan diri, keluarga, membuat simpanan peribadi dan mengembangkan kerjaya mereka di dalam bidang perniagaan.²⁹⁶ Manakala kajian yang dilakukan Buerah Tunggak (2011) terhadap 241 orang usahawan penerima pembiayaan MARA di negeri Johor mendapati, faktor utama yang mendorong individu mencebur ke dalam keusahawanan adalah untuk mencari harta demi meningkatkan status ekonomi keluarga.²⁹⁷

Walau bagaimanapun, kajian yang dilakukan oleh Zaidatol (2004) terhadap 72 usahawan yang mendaftar dengan Dewan Perniagaan Melayu mendapati, tidak terdapat hubungan yang signifikan di antara mencari harta dengan pencapaian usahawan. Kebanyakkannya usahawan bumiputera memulakan perniagaan adalah kerana tidak berpuas hati dengan kerja dahulu, mewarisi perniagaan keluarga, kehilangan pekerjaan dan juga minat.²⁹⁸

Selain daripada jihad harta, jihad manusia juga dikenalpasti mempunyai hubungan dengan pencapaian usahawan. Kajian yang dilakukan oleh Fadli (2011)

²⁹⁵ Gunasegaran A/L Karuppantan, “Kepuasan Bekerja oleh Pekerja Am Rendah di Sekolah Menengah Wilayah Persekutuan” (tesis master pengurusan, Kuala Lumpur: Universiti Malaya, 1998), 30.

²⁹⁶ Hatun Ufuk dan Ozlen Ozgen, “The Profile of Women Entrepreneurs: A Sample from Turkey,” *International Journal of Consumer Studies*, 25 (2001), 299.

²⁹⁷ Buerah Tunggak, Hussin Salamon dan Baharin Abu, “Keperluan Latihan dan Pendidikan Berterusan ke Arah Pembangunan Usahawan Muslim Berteraskan Nilai Islam di Malaysia,” *Jurnal Teknologi* 55 (2011), 121.

²⁹⁸ Zaidatol Akmaliah Lope Pihie dan Habibah Elias, Keupayaan Usahawan Bumiputera Melaksanakan Kemahiran Keusahawanan: Satu Kajian Kes, *Petanika Journal Social Science and Humanity* 12, no.1 (2004), 61.

terhadap 15 orang pendakwah yang telah menjalankan perniagaan kecil di Medan mendapati, pendakwah yang terlibat di dalam dunia keusahawanan berperanan membantu menyediakan peluang pekerjaan kepada masyarakat. Menurut beliau, seramai 149 orang telah mendapat pekerjaan daripada perniagaan yang dijalankan oleh golongan pendakwah. Selain itu, kebanyakan pendakwah yang melibatkan diri di dalam perniagaan di Medan adalah untuk menjana pendapatan bagi menyara dan memenuhi keperluan keluarga masing-masing dan selebihnya untuk simpanan, melakukan aktiviti dakwah dan membantu golongan miskin dan juga anak-anak yatim.²⁹⁹ Seterusnya, kajian yang dilakukan oleh Liangrong (2009) mendapati, terdapat hubungan yang signifikan di antara menjaga kebijakan masyarakat dengan kejayaan sesesebuah perniagaan. Syarikat yang banyak menyumbang kepada masyarakat akan mendapat imej yang bagus dan mendapat tempat di hati masyarakat.³⁰⁰ Kajian ini juga disokong oleh kajian yang dilakukan oleh Fen (2010) yang mendapati, tanggungjawab sosial memainkan peranan penting untuk memajukan sesebuah syarikat.³⁰¹

Manakala kajian yang dilakukan oleh Rimba (2010) terhadap usahawan yang mendaftar di Bursa Efek Indonesia mendapati, tidak terdapat hubungan di antara tanggungjawab sosial dengan keuntungan syarikat. Menurut Rimba, kepentingan tanggungjawab sosial di dalam menaikkan keuntungan syarikat bergantung kepada jenis perniagaan yang dilakukan. Menurut beliau lagi, perniagaan yang berbentuk perkilangan tidak memerlukan kepada tanggungjawab sosial.³⁰²

²⁹⁹Khairul Fadli, "Peranan Pendakwah dalam Pembangunan Ekonomi Masyarakat Medan Indonesia" (tesis master, Akademi Islam, Universiti Malaya, 2011), 53.

³⁰⁰Liangrong Zu and Lina Song, "Determinants of Managerial Values: On Corporate Social Responsibility: Evidence from China," 105.

³⁰¹Ya Fen Tseng, Yen-Chun Jim Wu, Wen-Hsiung Wu dan Chun Yu Chen, "Exploring Corporate Social Responsibility Education. The Small and Medium-Sized Enterprise Viewpoint," 1514.

³⁰²Rimba Kusumadilaga, "Pengaruh Corporate Sosial Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas Sebagai Varibel Moderating" (tesis master, Fakultti Ekonomi Universitas Deponogoro Semarang, Indonesia, 2010), 69.

2.4.12 Hubungan Kemandirian Perniagaan Dengan Pencapaian Usahawan; Kemandirian Memulakan Perniagaan Dan Kemandirian Mengembangkan Perniagaan

Kajian yang dilakukan oleh Rachman (2011) mendapati, 64% bersetuju faktor kemandirian memulakan perniagaan penting untuk berjaya di dalam perniagaan yang diceburi. Menurut Rachman (2011), di antara perkara yang perlu dilakukan oleh usahawan ketika berada di dalam tahap kemandirian perniagaan ialah mengawal aliran tunai secara teliti, memfokuskan kembali masa terhadap perniagaan yang dilakukan, membuat pembaharuan dan perubahan produk dan melakukan tugas secara bersungguh-sungguh.³⁰³ Selain itu, kajian yang dilakukan oleh Zaidatol (2004) terhadap 72 usahawan bumiputera yang mendaftar dengan Dewan Perniagaan Melayu mendapati, kebanyakan usahawan menjawab mengemas kini rekod kewangan, menentukan keperluan pelanggan, mengira untung kasar dan bersih, membentuk kemahiran komunikasi secara lisan dan tulisan, memotivasi pekerja, melatih pekerja dan menilai semula perniagaan yang dilakukan merupakan perkara yang perlu dilakukan oleh usahawan untuk berjaya di dalam perniagaan yang diceburi.³⁰⁴

Seterusnya, kajian yang dilakukan oleh Buerah Tunggak (2011) mendapati, usahawan Bumiputera lemah dalam pengurusan perakaunan dan kewangan. Menurut beliau lagi, hal ini dapat dikesan apabila ada di kalangan usahawan Bumiputera yang mengisi borang pembiayaan, gagal menyediakan perakaunan perniagaan mereka. Bagi sesetengah usahawan bumiputera, mereka tidak dapat memisahkan antara pemilikan peribadi dengan entiti perniagaan serta sanggup mengeluarkan dan menggunakan wang tunai dan barang niaga untuk kegunaan sendiri dan keluarga tanpa sebarang catatan. Akibatnya, stok barang dan wang tunai perniagaan semakin berkurangan, kredit tidak

³⁰³ Abdul Rachman, “Strategi Keusahawanan Islam: Kajian Terhadap Peniaga Kecil Di Kecamatan Neglasari, Kota Tenggarang. Indonesia”125.

³⁰⁴ Zaidatol Akmaliah Lope Pihie dan Habibah Elias, “Keupayaan Usahawan Bumiputera Melaksanakan Kemahiran Keusahawanan: Satu Kajian Kes”, 61.

dibayar sehingga menyebabkan perniagaan tidak boleh bertahan dan operasi perniagaan terpaksa ditutup.³⁰⁵

Selain daripada kemandirian memulakan perniagaan, kemandirian mengembangkan perniagaan juga dikenalpasti mempunyai hubungan dengan pencapaian usahawan berjaya. Kajian yang dilakukan oleh Marshall (1995) terhadap usahawan Singapura yang membuka perniagaan mereka di negara China mendapati, peningkatan prestasi pasaran mempunyai hubungan yang rapat dengan perkembangan perniagaan.³⁰⁶ Kajian itu turut disokong oleh kajian yang dilakukan oleh Das (1996) terhadap usahawan di India yang menunjukkan bahawa kemandirian mengembangkan perniagaan mempunyai hubungan yang signifikan dengan kejayaan sesebuah perniagaan. Menurut beliau, peningkatan prestasi perniagaan dan persaingan di dalam perniagaan merupakan faktor utama untuk mengembangkan perniagaan.³⁰⁷ Menurut Shahadan (1988), untuk mengembangkan sesebuah perniagaan, usahawan mestilah mempunyai sumber kewangan yang cukup. Ini kerana kesempitan wang yang dialami oleh usahawan akan menyebabkan perniagaan yang dilakukan menghadapi masalah besar. Ianya boleh dikesan dengan kekurangan simpanan peribadi usahawan dan juga masalah hutang yang semakin bertambah. Keadaan ini akan membantutkan perkembangan perniagaan pada sesebuah syarikat.³⁰⁸ Seterusnya, kajian yang dilakukan oleh Paul (1994) terhadap beberapa buah syarikat di UK membuktikan sesebuah syarikat akan bertahan di dalam perniagaan mereka sekiranya mereka mempunyai para pekerja mahir yang terdiri daripada golongan profesional dan berpendidikan tinggi.³⁰⁹

³⁰⁵Buerah Tunggak, Hussin Salamon dan Baharin Abu, Keperluan Latihan dan Pendidikan Berterusan ke Arah Pembangunan Usahawan Muslim Berteraskan Nilai Islam di Malaysia , 121.

³⁰⁶Marshall, R., Leong, D., Choo, J., Koh, S., & Thay, P., "Critical Success Factor for Singapore Companies Operating in The Peoples' Republic of China,"*Journal of Enterprising Culture* 3, no.1 (1995), 85.

³⁰⁷ Das K., "Flexibly Together: Surviving and Growing In A Garment Cluster, Ahmadabad, India "*The Journal of Entreprenuership* 5, no. 2(1996), 153.

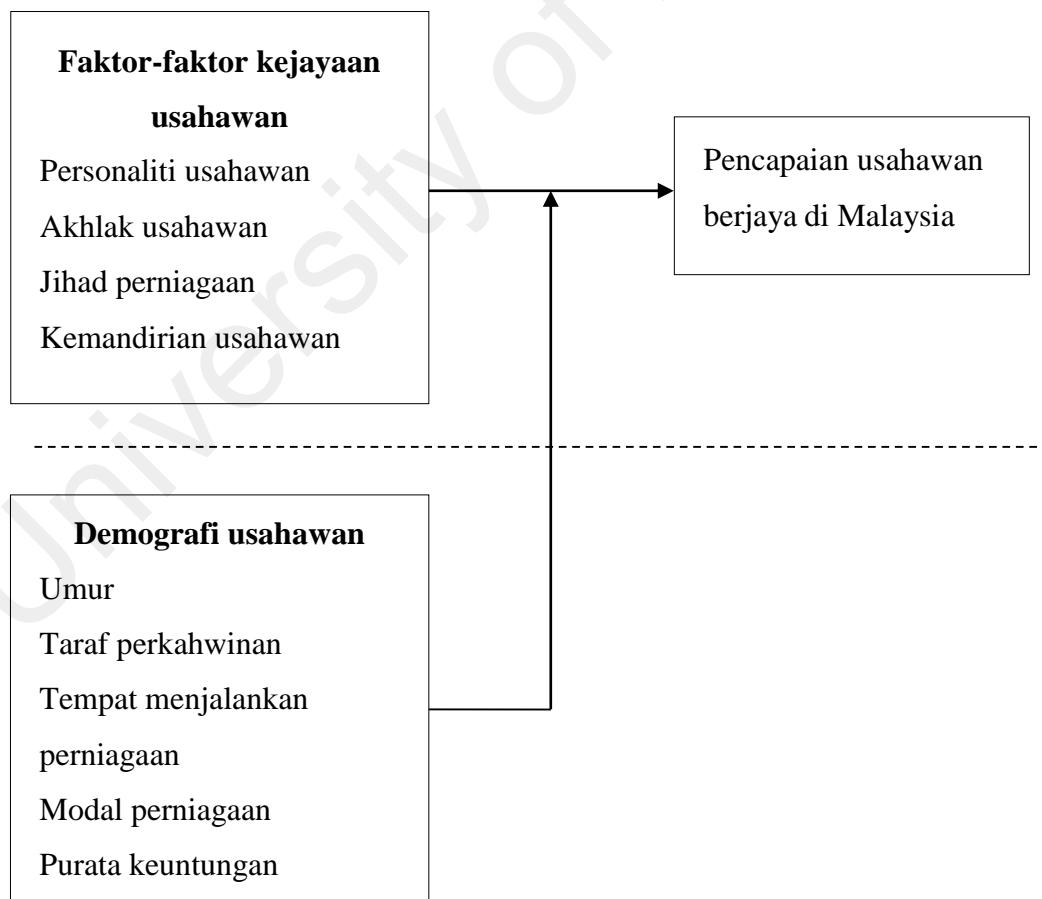
³⁰⁸ Shahadan, F., Berma, M., Zin, M.R., & Mahbar, Z., "The Growth Constraints of Small and Medium Enterprise In Malaysia: Myth Or Reality?", 277.

³⁰⁹ Paul Dunne and Alan Hughes, "Age, Size, Growth and Survival: UK Companies in The 1980s" *The Journal of Industrial Economics* XLII (1994), 115.

2.5 Kerangka Teori Kajian

Kerangka teori kajian ini dibina berdasarkan kepada kajian lepas tentang faktor-faktor kejayaan usahawan dan pencapaian usahawan. Pemboleh ubah tidak bersandar di dalam kajian ini terdiri daripada faktor-faktor kejayaan usahawan Muslim berjaya di Malaysia yang merangkumi faktor personaliti usahawan, akhlak usahawan, jihad perniagaan dan kemandirian perniagaan. Sementara pemboleh ubah bersandar ialah pencapaian usahawan Muslim berjaya di Malaysia. Selain itu, kajian ini juga memfokuskan kepada perbezaan hubungan demografi usahawan dengan faktor kejayaan usahawan dan pencapaian usahawan berjaya di Malaysia. Kerangka teori kajian adalah seperti yang ditunjukkan di dalam rajah 2.5

Rajah 2.5 Kerangka Teori Kajian



2.6 Hipotesis Kajian

Di dalam kajian ini, hipotesis nol diguna pakai untuk menguji hipotesis dan ditulis dengan H_0 , penolakkan H_0 menyebabkan hipotesis alternatif (H_a) diterima. Hipotesis Nol merupakan parameter populasi yang kebiasaannya dinyatakan di dalam nilai sebenar bagi sesuatu parameter. Manakala hipotesis alternatif pula, membenarkan kita menggunakan beberapa nilai untuk menjelaskan yang tidak termasuk H_0 . Sekiranya nilai H_0 bagi hipotesis nol ditulis seperti $p=0.5$, maka nilai hipotesis alternatif ditulis sebagai $p>0.5$ atau $p<0.5$.³¹⁰

Setelah meninjau kajian lepas, maka hipotesis-hipotesis kajian dibina untuk mengukur perhubungan faktor kejayaan usahawan dengan pencapaian usahawan berjaya di Malaysia. Selain itu, pengaruh demografi ke atas faktor kejayaan usahawan dan pencapaian usahawan turut dikaji.

Faktor kejayaan usahawan diukur dari segi personaliti usahawan yang terdiri daripada faktor ketakwaan, ketelitian, disiplin dan kepimpinan. Manakala akhlak usahawan yang terdiri daripada faktor akhlak usahawan terhadap pekerja dan faktor akhlak usahawan terhadap pelanggan. Seterusnya, faktor jihad perniagaan yang terdiri daripada faktor jihad hawa nafsu, jihad ilmu, jihad harta dan jihad manusawi dan kemandirian perniagaan terdiri daripada faktor kemandirian memulakan perniagaan dan kemandirian mengembangkan perniagaan. Kejayaan usahawan diukur daripada pencapaian yang diperolehi oleh usahawan di dalam perniagaan yang diceburi. Oleh itu, berdasarkan kepada kajian di atas, maka terdapat 12 hipotesis di dalam kajian ini

Hipotesis 1, 2, 3, 4, 5, 6 dan 7 ialah menguji perbezaan demografi dengan faktor-faktor kejayaan usahawan dengan sebelas subhipotesis, iaitu meninjau umur, taraf

³¹⁰ Bhasah Abu Bakar, Kaedah Analisis Data Penyelidikan Ilmiah (Kuala Lumpur: Utusan Publications & Distributors Sdn Bhd, 2007), 4.

perkahwinan, lama menjalankan perniagaan, modal perniagaan dan purata keuntungan dengan faktor-faktor kejayaan usahawan.

- Hipotesis 1 Tidak terdapat perbezaan signifikan di antara demografi usahawan dengan faktor ketakwaan
- Hipotesis 1a Tidak terdapat perbezaan signifikan di antara umur usahawan dengan faktor ketakwaan
- Hipotesis 1b Tidak terdapat perbezaan signifikan di antara taraf perkahwinan dengan faktor ketakwaan
- Hipotesis 2 Tidak terdapat perbezaan signifikan di antara demografi usahawan dengan faktor ketelitian
- Hipotesis 2a Tidak terdapat perbezaan signifikan di antara taraf perkahwinan dengan faktor ketelitian
- Hipotesis 2b Tidak terdapat perbezaan signifikan di antara kategori lama menjalankan perniagaan dengan faktor ketelitian
- Hipotesis 3 Tidak terdapat perbezaan signifikan di antara demografi usahawan dengan faktor akhlak usahawan terhadap pekerja
- Hipotesis 3a Tidak terdapat perbezaan signifikan di antara taraf perkahwinan dengan faktor akhlak usahawan terhadap pekerja
- Hipotesis 4 Tidak terdapat perbezaan signifikan di antara demografi usahawan dengan faktor jihad harta
- Hipotesis 4a Tidak terdapat perbezaan signifikan di antara taraf perkahwinan dengan faktor jihad harta
- Hipotesis 5 Tidak terdapat perbezaan signifikan di antara demografi usahawan dengan faktor jihad manusawi
- Hipotesis 5a Tidak terdapat perbezaan signifikan di antara kategori modal perniagaan dengan faktor jihad manusawi

- Hipotesis 5b Tidak terdapat perbezaan signifikan di antara kategori purata keuntungan dengan faktor jihad manusawi
- Hipotesis 6 Tidak terdapat perbezaan signifikan di antara demografi usahawan dengan faktor kemandirian memulakan perniagaan
- Hipotesis 6a Tidak terdapat perbezaan signifikan di antara kategori purata keuntungan dengan faktor kemandirian memulakan perniagaan
- Hipotesis 7 Tidak terdapat perbezaan signifikan di antara demografi usahawan dengan faktor kemandirian mengembangkan perniagaan
- Hipotesis 7a Tidak terdapat perbezaan signifikan di antara taraf perkahwinan dengan faktor kemandirian mengembangkan perniagaan
- Hipotesis 7b Tidak terdapat perbezaan signifikan di antara modal perniagaan dengan faktor kemandirian mengembangkan perniagaan

Hipotesis 8 adalah untuk menguji perbezaan di antara demografi usahawan dengan pencapaian usahawan berjaya di Malaysia. Terdapat satu hipotesis utama dengan tiga subhipotesis.

- Hipotesis 8 Tidak terdapat perbezaan signifikan yang di antara demografi usahawan dengan pencapaian usahawan
- Hipotesis 8a Tidak terdapat perbezaan signifikan di antara umur usahawan dengan pencapaian usahawan
- Hipotesis 8b Tidak terdapat perbezaan signifikan di antara kategori lama menjalankan perniagaan dengan pencapaian usahawan
- Hipotesis 8c Tidak terdapat perbezaan signifikan di antara kategori modal perniagaan dengan pencapaian usahawan

Hipotesis 9, 10, 11 dan 12 menguji hubungan antara faktor-faktor kejayaan usahawan dengan pencapaian usahawan berjaya di Malaysia. Faktor-faktor kejayaan

usahawan terdiri daripada faktor personaliti, akhlak usahawan, jihad perniagaan dan kemandirian perniagaan. Terdapat empat hipotesis utama dengan dua belas sub-hipotesis.

Hipotesis 9 Tidak terdapat hubungan signifikan di antara personaliti usahawan dengan pencapaian usahawan

Hipotesis 9a Tidak terdapat hubungan signifikan antara ketakwaan dengan pencapaian usahawan

Hipotesis 9b Tidak terdapat hubungan signifikan antara ketelitian dengan pencapaian usahawan

Hipotesis 9c Tidak terdapat hubungan signifikan antara disiplin dengan pencapaian usahawan

Hipotesis 9d Tidak terdapat hubungan signifikan antara kepimpinan dengan pencapaian usahawan

Hipotesis 10 Tidak terdapat hubungan signifikan antara akhlak usahawan dengan pencapaian usahawan

Hipotesis 10a Tidak terdapat hubungan signifikan antara akhlak usahawan terhadap pekerja dengan pencapaian usahawan

Hipotesis 10b Tidak terdapat hubungan signifikan antara akhlak usahawan terhadap pekerja dengan pencapaian usahawan

Hipotesis 11 Tidak terdapat hubungan signifikan antara jihad perniagaan dengan pencapaian usahawan

Hipotesis 11a Tidak terdapat hubungan signifikan antara jihad melawan hawa nafsu dengan pencapaian usahawan.

Hipotesis 11b Tidak terdapat hubungan signifikan antara jihad ilmu dengan pencapaian usahawan

Hipotesis 11c Tidak terdapat hubungan signifikan antara jihad harta dengan pencapaian usahawan

Hipotesis 11d Tidak terdapat hubungan signifikan antara jihad manusawi dengan pencapaian usahawan

Hipotesis 12 Tidak terdapat hubungan signifikan antara kemandirian perniagaan dengan pencapaian usahawan

Hipotesis 12a Tidak terdapat hubungan signifikan antara kemandirian memulakan perniagaan dengan pencapaian usahawan.

Hipotesis 12b Tidak terdapat hubungan signifikan antara faktor kemandirian mengembangkan perniagaan dengan pencapaian usahawan

2.7 Kesimpulan

Penyelidikan mengenai faktor-faktor kejayaan dan pencapaian usahawan Muslim berjaya di Malaysia di dalam kajian ini merangkumi faktor kejayaan usahawan dari perspektif Islam dan juga barat. Bab ini telah mengemukakan dua teori yang mendasari kajian iaitu teori maqasid al-syariah dan teori motivasi pencapaian Mc Clelland. Berdasarkan kepada kajian lepas, penyelidikan berkisar kepada kajian mengenai konsep dan juga hubungan di antara faktor-faktor kejayaan usahawan yang merangkumi faktor personaliti usahawan, akhlak usahawan, jihad perniagaan dan kemandirian perniagaan sebagai pemboleh ubah tidak bersandar dan pencapaian usahawan sebagai pemboleh ubah bersandar. Memandangkan hubungan faktor-faktor kejayaan usahawan dan pencapaian usahawan adalah tidak konsisten. Justeru, kajian ini perlu dilakukan untuk melihat daptan kajian kuantitatif dan kualitatif mengenai hubungan faktor-faktor kejayaan usahawan dengan pencapaian usahawan Muslim di Malaysia. Sehubungan dengan itu, berdasarkan kepada kajian lepas, satu kerangka teori telah dibentuk dan sebanyak dua belas hipotesis utama telah dibina di dalam kajian ini.

BAB 3

METODOLOGI KAJIAN

Bab ini mengandungi huraihan mengenai kaedah kajian yang dijalankan. Ini termasuklah reka bentuk kajian, reka bentuk persampelan, kriteria responden, pembangunan soal selidik, prosedur pengutipan data dan cara penganalisaan data yang digunakan di dalam kajian ini.

3.1 Rekabentuk Kajian

Kajian penyelidikan ini menggabungkan dua kaedah kajian yang merangkumi penyelidikan kuantitatif dan penyelidikan kualitatif atau dikenali sebagai kaedah campuran. Menurut L.R. Gay et.al, kaedah campuran adalah reka bentuk penyelidikan pendekatan campuran yang menggabungkan pendekatan kuantitatif dan kualitatif dengan memasukkan kedua-dua data kuantitatif dan kualitatif dalam satu kajian. Tujuan kaedah campuran dibentuk adalah untuk menghasilkan penyelidikan kuantitatif dan kualitatif yang kukuh untuk memahami fenomena kajian dengan sepenuhnya, berbanding dengan hanya menggunakan satu metod kajian sahaja. Di samping itu, penyelidikan secara campuran ini juga adalah untuk memantapkan sokongan terhadap sesuatu isu, hujah atau dapatan yang diperoleh daripada pelbagai perspektif sama ada kuantitatif atau kualitatif.¹ Kaedah ini dipilih berdasarkan kepada permasalahan dan objektif kajian. Objektif kajian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor kejayaan usahawan dari perspektif Islam. Justeru, kaedah campuran adalah bersesuaian dengan kajian ini.

¹ Gay, LR, Geoffrey E.Mills dan Peter Airasian, *Educational Research: Competencies for Analysis and Applications* (Columbus: Pearson Merill Prentice Hall, 2009), 462.

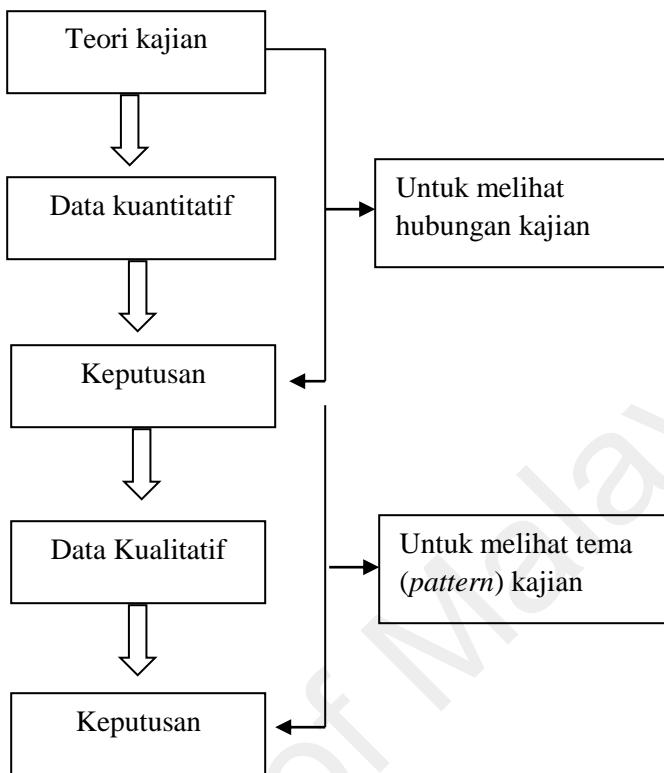
Selain itu, kajian campuran ini bermatlamat untuk menjelaskan sesuatu fenomena kajian. Bagi mendapatkan penjelasan yang sempurna, maklumat yang tepat perlu diperolehi. Matlamat kajian campuran di dalam kajian ini, adalah untuk menyokong dapatan kajian kuantitatif mengenai perbezaan hubungan demografi dengan faktor-faktor kejayaan usahawan dan pencapaian usahawan serta hubungan faktor-faktor kejayaan usahawan dengan pencapaian usahawan Muslim di Malaysia. Kajian ini juga bukan sahaja untuk mendapatkan hasil kajian dengan menggunakan metod kuantitatif tetapi juga untuk mendapatkan hasil kajian dengan menggunakan metod kualitatif bagi pemboleh ubah yang dikaji.² Oleh itu, untuk mencapai matlamat kajian, pengkaji akan menggunakan metod campuran (*mixed methodology*) di dalam kajian ini seperti yang ditunjukkan di dalam rajah 3.1:

Model QUAN-Qual dikenali sebagai reka bentuk kaedah campuran yang mana data kuantitatif dikumpulkan dahulu dan diikuti pula dengan data kualitatif. Kajian pertama, penyelidik membuat formula hipotesis, mengumpul data kuantitatif dan menjalankan analisis data. Penemuan kajian kuantitatif menentukan jenis data yang dikumpul dalam kajian kedua termasuk pengumpulan data kualitatif, analisis dan mentafsirkan data. Kemudian, penyelidik menggunakan analisis kualitatif untuk membantunya menerangkan keputusan kualitatif secara terperinci.³ Di dalam kajian ini, metod kuantitatif akan digunakan terlebih dahulu untuk menguji hipotesis yang telah dibuat dan setelah itu akan disusuli pula dengan metod kualitatif untuk mengetahui corak kajian.

² Mohd Majid Koting. *Kaedah Penyelidikan Pendidikan* (Kuala Lumpur: Dewan Bahasa dan Pustaka, 1990), 34.

³ *Ibid.*, 215.

Rajah 3.1: Model Kaedah Campuran QUAN-Qual: Urutan Rekabentuk Kajian⁴



3.2 Triangulasi Data

Triangulasi data merupakan suatu pendekatan analisis data, yang datanya datang daripada pelbagai sumber penyelidikan, samada penyelidikan berbentuk teoritikal, penyelidikan kuantitatif mahupun berbentuk kualitatif. Dengan kata lain, triangulasi data bersesuaian diaplikasikan kepada kajian berbentuk campuran (*mixed methodology*). Kaedah ini digunakan oleh pengkaji untuk memperkuatkan data atau bukti yang sedia ini dan juga berperanan untuk meningkatkan kefahaman bagi sesuatu penelitian terhadap data dan fakta

⁴ John W.Creswell, *Research Design Qualitative, Quantitative and Mixed Methods Approaches*, 2nd Edition (USA: Sage Publication Inc., 2003), 213.

yang dimiliki. Walau bagaimanapun, kaedah triangulasi ini bukannya bertujuan untuk mencari kebenaran.⁵

Triangulasi data diguna pakai dalam kajian ini untuk memeriksa dapatan kajian kuantitatif dan juga kualitatif mengenai faktor-faktor kejayaan dan pencapaian usahawan Muslim di Malaysia yang mana hasil dapatan kajian daripada dua kaedah penyelidikan ini, akan menguatkan lagi hujah bagi menjawab persoalan dan objektif kajian.⁶

3.3 Rekabentuk Kajian Kuantitatif

Rekabentuk kajian kuantitatif yang digunakan dalam kajian ini merangkumi metod kajian deskriptif. Menurut Salkind (2006), statistik diskriptif adalah kajian ke atas isu semasa. Soal selidik ialah satu cara yang digunakan dalam kajian deskriptif dengan tujuan untuk mendapat maklumbalas daripada sampel dan membuat generalisasi kepada populasi.⁷ Manakala statistik inferensi digunakan untuk menghuraikan perhubungan antara pemboleh ubah, menghuraikan ciri sampel yang dipilih daripada populasi dan membuat generalisasi ciri-ciri sampel mengenai populasinya.⁸ Ujian t, ujian pekali *Spearman Rho* dan ujian ANOVA merupakan ujian inferensi yang digunakan di dalam kajian ini bagi mengetahui perbezaan demografi dengan faktor-faktor kejayaan usahawan dan pencapaian usahawan serta ujian korelasi dan regresi digunakan untuk memeriksa pengaruh faktor-faktor kejayaan usahawan terhadap pencapaian usahawan Muslim di Malaysia.

⁵ Bachtiar S. Bachri, Meyakinkan Validitas Data Melalui Triangulasi Pada Penelitian Kualitatif, *Jurnal Teknologi Pendidikan Universiti Negeri Surabaya* 10, no 1 (2010), 46.

⁶ Michael D.Fetters, Leslie A. Curry and John W. Creswell. Achieving Integration in Mixed Methods Designs- Principles and Practices, *Health Services Research* 48. No 6 (2013), 2134.

⁷ Salkid, N.J. *Data Collection and Analysis*. 2nd Ed (London: SAGE Publication, 2006), 23

⁸ Jackson, S.L. *Research Methods and Statistics: A Critical Thinking Approach*. 2nd Ed (California: Thomson Wadsworth, 2006), 45.

3.3.1 Rekabentuk Persampelan

Secara umumnya, daripada 2.2 juta rakyat Malaysia yang terlibat dalam dunia perniagaan pada tahun 2010. Daripada jumlah tersebut, hanya 755,701 (34%) syarikat dimiliki oleh Bumiputera. Di dalam jadual 3.1 menunjukkan jenis perniagaan yang dimiliki oleh kaum bumiputera sepenuhnya.

Jadual 3.1 Penglibatan Usahawan Bumiputera Dalam Pelbagai Sektor Perniagaan⁹

Sektor	Jumlah
Pertanian, pemburuan, perhutanan, perikanan	43,467
Perlombongan dan kuari	3,067
Perkilangan	39,519
Elektrik, gas dan air	12,935
Pembinaan	67,678
Perdagangan, pemborong, peruncitan, restoran dan hotel	294,184
Pengangkutan dan komunikasi	65,937
Kewangan, insurans dan saham	70,066
Komuniti, perkhidmatan sosial dan peribadi	145,590
Lain-lain perniagaan	13,258
Jumlah Keseluruhan	755,701

Populasi kajian ini terdiri daripada usahawan Muslim berjaya yang mempunyai pencapaian di dalam perniagaan yang diceburinya. Jumlah di dalam jadual 3.1 hanya menyebut kaum Bumiputera sahaja dan tidak ada data khusus mengenai jumlah usahawan Muslim yang melibatkan diri dalam bidang perniagaan. Oleh kerana kajian ini hanya menumpukan kepada usahawan Muslim, maka pengkaji telah meminta sebanyak 1,000 orang senarai usahawan Muslim dari pihak Suruhanjaya Sekuriti Malaysia (SSM) yang telah menjalankan perniagaan mereka melebihi lima tahun yang terdiri daripada pelbagai negeri untuk tujuan penghantaran soal selidik. Menurut Blaikie (2003), saiz sampel yang mencukupi ialah 300, sampel yang lebih baik ialah 500 dan sampel yang amat baik ialah

⁹ Sohinah Mohd Zain (Marketing and Business Development Division, Companies Commissions of Malaysia), dalam emel kepada penulis, 25 Mei 2010.

1000.¹⁰ Untuk tujuan persampelan bagi kajian ini, dua faktor telah diambil iaitu saiz sampel minimum dan maksimum. Saiz sampel minimum ditentukan dengan penggunaan dasar *rule of thumb* di mana ia ditentukan dengan mendarab jumlah pemboleh ubah utama dalam kajian dengan sepuluh pemerhatian bagi setiap pemboleh ubah.¹¹ Ini dilakukan bagi memastikan penemuan kajian dapat direalisasikan kepada populasi dan bukan spesifik kepada sampel kajian. Justeru, saiz sampel minimum sebanyak 40 (4 pemboleh ubah utama $\times 10$) didapati mencukupi untuk kajian ini.

Menurut Nourusis (1998), untuk memperolehi saiz sampel maksimum, saiz sampel minimum perlu dikenalpasti. Dua faktor telah diambil kira dalam pengiraan saiz sampel maksimum ini. Pertama ialah kadar minimum respon yang boleh diterima ialah sebanyak 30% (Sekaran, 2003). Kedua ialah peratusan kesilapan terdapat pada senarai alamat usahawan yang menjadi subjek kajian ialah sebanyak 5%. Dengan menggunakan formula di bawah, jumlah saiz maksimum ialah 266.

$$\text{Saiz sampel maksimum} = \frac{\text{Saiz sampel minimum}}{\text{(Kadar respon) (Kesilapan}=1-0.5\%)}}$$

$$(Kadar respon) (Kesilapan=1-0.5\%)$$

$$\begin{aligned} & \frac{40}{0.3 \times 0.5} = \frac{40}{0.15} \\ & = \frac{4000}{15} \\ & = 266 \end{aligned}$$

¹⁰ Blaikie, N. *Analyzing Quantitative Data* (Carlfifornia: Sage Publication Inc, 2003), 56

¹¹ Sekaran, U., *Research Methods for Business: A Skill Building Approach*, 4th Edition (USA: John Wiley & Sons. Inc., 2003), 45.

Untuk memastikan saiz sampel minimum sebanyak 40 set borang soal selidik diperolehi, sebanyak 500 soal selidik telah diedarkan. Sehubungan itu, saiz sampel maksimum bagi soal selidik ini ialah 500 set.¹²

Seterusnya, persampelan rawak mudah digunakan di dalam kajian ini untuk memastikan setiap unit populasi yang dikaji mempunyai peluang yang sama untuk dipilih. Cara persampelan rawak mudah dilakukan untuk memilih responden adalah seperti berikut. Pertama, pengkaji mengambil sebanyak 750 buah alamat syarikat untuk dihantar borang soal selidik. Kedua, pengkaji telah menomborkan setiap alamat syarikat yang dipilih dari nombor 1 hingga nombor 750. Ketiga, pengkaji memotong senarai 750 usahawan Muslim yang dipilih kepada 750 helaian kecil dan di atas setiap helaian mengandungi nama responden. Keempat, kesemua kertas yang dipotong diletakkan di dalam sebuah kotak. Kelima, sebanyak 500 buah syarikat telah diundi dan dipilih bagi memastikan sebanyak 40 saiz sampel minimum hingga 266 saiz sampel maksimum diperolehi. Ini adalah penting untuk memastikan penemuan kajian sekurang-kurangnya dapat digeneralisasikan kepada populasi.¹³

Setelah mendapat alamat daripada hasil undian, pengkaji akan membuat panggilan telefon terlebih dahulu sebelum borang soal selidik dihantar untuk memastikan kesudian responden menjawab soal selidik tersebut. Negeri yang paling banyak soal selidik dihantar adalah usahawan yang berada di Selangor iaitu sebanyak 169 orang, diikuti dengan Kuala Lumpur sebanyak 155 orang, seterusnya Johor sebanyak 55 orang dan Pulau Pinang sebanyak 55 orang soal selidik. Hal demikian disebabkan oleh majoriti alamat yang

¹²Ilhaamie Abdul Ghani Azmi, "Amalan Pengurusan Sumber Manusia Berteraskan Kompetensi dan kualiti Perkhidmatan Dalam Organisasi Awam di Malaysia: Kesalingbergantungan Tugasan Sebagai Penyederhana" (tesis kedoktoran, Universiti Sains Malaysia), 175

¹³Audit Ghazali dan Ahmad Syahir Sarani, *Manual Penyelidikan Secara Islam* (Shah Alam:Institut Perkembangan Minda INMIND, 2014), 58.

diperolehi oleh pengkaji daripada Suruhanjaya Sekuriti Malaysia (SSM) terdiri daripada usahawan yang menjalankan perniagaan mereka di negeri-negeri yang sumber ekonominya bergantung kepada perindustrian dan juga perniagaan. Hanya terdapat beberapa responden sahaja daripada negeri-negeri lain yang terlibat di dalam kajian ini. (Sila rujuk Jadual 3.2 di bawah untuk perincian edaran soal selidik)

Jadual 3.2 Edaran Soal Selidik Mengikut Negeri

Negeri	Jumlah Edaran Soal Selidik
Selangor	169
Kuala Lumpur	155
Johor	52
Melaka	8
Negeri Sembilan	5
Pahang	8
Terengganu	10
Kelantan	10
Perlis	5
Kedah	5
Pulau Pinang	55
Perak	8
Sabah	5
Sarawak	5
Jumlah keseluruhan	500

3.3.2 Kriteria Responden

Responden yang dipilih dalam kajian ini adalah terdiri daripada usahawan Muslim yang telah berjaya di dalam bidang perniagaan yang diceburinya. Seorang usahawan Muslim itu dianggap berjaya sekiranya dia mempunyai beberapa ciri berikut, antaranya perniagaan yang diuruskan melebihi lima tahun,¹⁴ mempunyai pendapatan yang tetap hasil daripada

¹⁴ D.J. Storey and P.Wynarczyk, "The Survival and Non Survival of Micro Firms in the UK," *Review of Industrial Organizational* 11 (1996), 211.

perniagaan yang dijalankan,¹⁵ memiliki aset,¹⁶ memiliki simpanan,¹⁷ bilangan pekerja bertambah,¹⁸ saiz pasaran berkembang,¹⁹ modal perniagaan bertambah,²⁰ jualan produk bertambah²¹ dan keuntungan juga bertambah.²²

3.3.3 Pembangunan Soal selidik

Instrumen kajian ini terdiri daripada satu set soal selidik yang mengandungi empat bahagian utama bagi mengukur pemboleh ubah yang berbeza.

A) Bahagian Latar Belakang Usahawan.

Instrumen ini mengandungi lima butiran untuk mengetahui demografi usahawan. Bahagian ini mengandungi gender, umur, taraf pendidikan, pendidikan agama secara formal dan taraf perkahwinan. Empat butiran soalan telah diadaptasikan daripada kajian yang telah dilakukan oleh Mohd Hassan Mohd Osman terhadap Graduan Universiti Teknologi Malaysia yang menceburi bidang keusahawanan.²³ Satu butiran yang berkait dengan pendidikan agama secara formal dibina sendiri oleh pengkaji untuk mengetahui sejauh

¹⁵ Zadiatol Akmaliah Lope Pihie dan Habibah Elias, “Keupayaan Usahawan Bumiputera Melaksanakan Kemahiran Keusahawanan: Satu Kajian,” *Pertanika Jurnal Sosiologi Science dan Humanity* 12, no 1(2004), 61.

¹⁶ Suraidi Salleh, “Hubungan antara Keinginan Pencapaian, Lokus Kawalan, Pengambilan Risiko dan Jaringan Sosial dengan Kejayaan Usahawan Amanah Ikhtiar Malaysia di Kelantan” (tesis master, Universiti Putra Malaysia, 2005), 40.

¹⁷ *Ibid.*

¹⁸ Shalit, SS dan Shankar, U., The Measurement of Firm Size, *The Review of Economics and Statistic* 6 (1977), 11.

¹⁹ Chea Peou, “Relationship between Entrepreneur Value, Firm Financing, Firm Management, Market Practices and Growth Performance of Small-Medium Enterprises in Cambodia” (tesis kedoktoran, Sintok: Universiti Utara Malaysia, Sintok, 2009), 199.

²⁰ *Ibid.*

²¹ *Ibid.*

²² *Ibid.*

²³ Mohd Hassan Mohd Osman, “Faktor-Faktor Yang Telah Mendorong Graduan Dan Alumni Universiti Teknologi Malaysia Menceburi Bidang Keusahawanan” (Vot Penyelidikan, Universiti Teknologi Malaysia, Johor, 2007)

mana latar belakang pendidikan agama yang dimiliki oleh usahawan Muslim berjaya di Malaysia.

B) Bahagian Latar Belakang Perniagaan Usahawan

Instrumen mengenai latar belakang perniagaan usahawan mengandungi sembilan butiran yang terdiri daripada tempoh menjalankan perniagaan, jenis perniagaan, perniagaan diasaskan sendiri atau perniagaan itu diwarisi, modal memulakan perniagaan, cara mendapatkan modal, purata keuntungan perniagaan, lokasi perniagaan, pasaran produk atau perkhidmatan dan bilangan pekerja diambil daripada kajian yang dilakukan oleh Thuaibah@ Suhaibah bt Abu Bakar terhadap aktiviti keusahawanan yang dilakukan oleh kaum wanita di Johor.²⁴

C) Bahagian Pencapaian Usahawan Muslim di Malaysia

Bentuk soal selidik di dalam kajian ini menggunakan lima skala Likert, manakala skala instrumen di dalam kajian ini diadaptasi daripada Suraidi Salleh yang mana mengandungi lima skala likert.²⁵ Secara umumnya, soal selidik mengenai pencapaian usahawan Muslim mengandungi lapan soalan seperti yang ditunjukkan di dalam rajah 3.3.

²⁴ Thuaibah @ Suaiyah binti Abu Bakar, Azlah bin Md Ali, Hishamuddin Md Som dan Shaharizatul Noorizwan binti Muktar, “Penglibatan Kaum Wanita dalam Aktiviti Keusahawanan di Negeri Johor: Kajian Terhadap Faktor-Faktor Kritisikal, Kejayaan dan Kegagalan Pengendalian Perniagaan” (vote penyelidikan, Universiti Teknologi Malaysia Johor, 2007), 67

²⁵ Suraidi Salleh, “Hubungan Antara Keinginan Pencapaian, Lokus Kawalan, Pengambilan Risiko, dan Jaringan Sosial dengan Kejayaan Usahawan Amanah Ikhtiar Malaysia di Kelantan”. 185

Jadual 3.3 Jumlah Dan Sumber Butiran Pemboleh Ubah Bersandar

Pemboleh ubah bersandar	Sub skala	Sumber	Nombor susunan butiran	Jumlah butiran
Pencapaian usahawan berjaya	Mempunyai pendapatan tetap hasil daripada perniagaan	Zaitol Akmaliah ²⁶	1	1
	Memiliki aset daripada bisnes yang dibuat	Suraidi Salleh ²⁷	2	1
	Simpanan bertambah hasil daripada perniagaan	Suraidi Salleh ²⁸	3	1
	Bilangan pekerja bertambah	Shalit ²⁹	4	1
	Saiz pasaran perniagaan berkembang	Chea Peou ³⁰	5	1
	Modal perniagaan bertambah	Chea Peou ³¹	6	1
	Keuntungan bertambah	Chea Peou ³²	7	1
	Jualan atau perkhidmatan bertambah	Chea Peou ³³	8	1

Jadual 3.3 di atas mengandungi butiran pencapaian usahawan yang terdiri daripada lapan butiran yang merangkumi mempunyai pendapatan tetap hasil daripada perniagaan, memiliki aset daripada perniagaan yang dibuat, simpanan bertambah hasil daripada perniagaan, bilangan pekerja bertambah, saiz pasaran perniagaan berkembang, modal perniagaan bertambah, keuntungan bertambah dan jualan atau perkhidmatan bertambah.

²⁶*Ibid.*

²⁷ Suraidi Salleh, “Hubungan Antara Keinginan Pencapaian, Lokus Kawalan, Pengambilan Risiko, dan Jaringan Sosial dengan Kejayaan Usahawan Amanah Ikhtiar Malaysia di Kelantan”. 185.

²⁸*Ibid.*

²⁹ Shalit SS dan Shankaran U, “The measurement of Firm Size,” The Review of Economics and Statistic 6, (1977),11

³⁰ Chea Peou, “The Relationship between Entreprenuer Value, Firm Financing, Firm Management, Markert Practices and Growth Performance of Small-Medium Enterprises in Cambodia”. 275.

³¹*Ibid.*

³²*Ibid.*

³³*Ibid.*

D) Bahagian Faktor Kejayaan Usahawan.

Jadual 3.4 di bawah menunjukkan soal selidik mengenai faktor-faktor kejayaan usahawan.

Jadual 3.4 Jumlah Dan Sumber Butiran Pemboleh Ubah Tidak Bersandar

Pemboleh ubah Tidak bersandar	Sub skala	Sumber	Nombor susunan butiran	Jumlah butiran
A.Personaliti usahawan	Bertakwa	Hidayati ³⁴	1-11	11
	Ketelitian	Wan Sabri ³⁵	1-7	7
	Disiplin	Muhammad Jusoh ³⁶	1-5	5
	Kepimpinan	Abdul Munir ³⁷	1-6	6
B.Akhlik usahawan	Akhlik terhadap pekerja	Rachman ³⁸	1-8	8
	Akhlik usahawan terhadap pelanggan	Rachman ³⁹	1-8	8
C. Jihad perniagaan	Jihad melawan hawa nafsu	Imam Syamsudin ⁴⁰	1-7	7
	Jihad di dalam memberi dan mencari ilmu	Mohd Ali ⁴¹	1-5	5
	Jihad di dalam mencari dan memberi harta	Muhammad Ali ⁴²	1-5	5
	Jihad manusiawi	Muhammad Ali ⁴³	1-8	8
D. Kemandirian perniagaan	Kemandirian memulakan perniagaan	Ab Aziz Yusoff ⁴⁴	1-10	10
	Kemandirian mengembangkan perniagaan	Asmadi Mohamed Naim ⁴⁵	1-5	5

³⁴ Hidayati Karim, “Personaliti Muslimah: Kajian Terhadap Ayat 32 Dan 33 Surah Al Ahzab” (latihan ilmiah, Jabatan al-Quran dan Hadis, Akademi Pengajian Islam Universiti Malaya, 2004), 56.

³⁵ Wan Sabri Wan Hussin, “Nilai dan Etika Islam dalam Perniagaan: Amalan dan Tanggapan Masyarakat Malaysia,” 135.

³⁶ Muhammad Bin Jusoh, “Disiplin dan Kesungguhan Bekerja dalam Islam” (Al-Risalah Sempena Musabaqah Membaca Al-Quran, 1982), 5.

³⁷ Sheikh Abdul Munir bin Sheikh Abdul Rahim, “Etika Kepimpinan Menurut Islam: Satu Kajian di Kalangan Pemimpin Melayu Peringkat Negeri Pahang Darul Makmur” (tesis master, Jabatan Siasah Syariiyah, Akademi Pengajian Islam, Universiti Malaya, Kuala Lumpur, 2008) 156.

³⁸ Abdul Rachman, “Strategi Keusahawanan Islam: Kajian Terhadap Peniaga Kecil Di Kecamatan Neglasari, Kota Tenggarang, Indonesia” 125.

³⁹ *Ibid.*

⁴⁰ Imam Syamsuddin ad-Damasyqi Asy-Sya'fi'I, *70 Golongan Penghuni Neraka* (Jakarta: Penerbitan CV Cendikia Sentra Muslim,2003), 45

⁴¹ Mohd Ali Abu Bakar, *Kewajipan Muslim* (Kota Bharu: Syarikat Jaffar Rawas, 2000), 193.

⁴² Muhammad Ali Hashim, “Bisnes Satu Cabang Jihad,”56.

⁴³ *Ibid.*

⁴⁴ Ab Aziz Yusof, *Pembangunan Keusahawanan Dalam Konteks Pembangunan Negara* (Kuala Lumpur: Dewan Bahasa dan Pustaka, 2009), 51.

Bentuk soal selidik di dalam kajian ini menggunakan lima skala Likert. Bentuk ini lebih terkenal dan memberi keseragaman jawapan kepada responden. Di samping itu, soal selidik berbentuk skala likert senang diproses oleh pengkaji.⁴⁶ Skala instrumen di dalam kajian diadaptasi daripada Zaidatul Akmaliah yang mana mengandungi lima skala likert di dalam kajiannya.⁴⁷ Secara umumnya, soal selidik mengenai faktor-faktor kejayaan usahawan mempunyai empat pemboleh ubah utama. Faktor kejayaan usahawan Muslim terdiri daripada personaliti usahawan, akhlak usahawan, jihad perniagaan dan kemandirian perniagaan yang mempunyai 12 dimensi dengan jumlah soalan sebanyak 84 soalan.

3.3.4 Prosedur Pengutipan Data

Dua kaedah yang digunakan oleh pengkaji untuk mengutip data iaitu kajian rintis dan juga pengutipan data sebenar.

A) Kajian Rintis Dalam Kajian Kuantitatif

Kajian rintis adalah kajian skala kecil-kecilan sebelum kajian sebenarnya dilakukan dan penting dalam satu-satu kajian.⁴⁸ Pengkaji menganalisis kajian ini untuk melihat kesesuaian penyusunan dalam soal selidik serta kesesuaian arahan dalam soal selidik. Ini bertujuan untuk memastikan responden dapat memahami soalan.⁴⁹ Kajian rintis juga dilakukan untuk

⁴⁵ Asmadi Mohamed Naim, *Maqasid Syariah Dan Pemikiran Pengurusan Islam* (Sintok: Universiti Utara Malaysia, 2003), 63

⁴⁶ Babbie, E., *The Practice of Social Research*, Edition11 (Victoria: Thomson Wadsworth, 2007), 45

⁴⁷ Zaidatul Akmaliah Lope Pihie dan Habibah Elias, “Keupayaan Usahawan Bumiputera Melaksanakan Kemahiran Keusahawanan: Satu Kajian Kes,” 61.

⁴⁸ Sapsford, R Dan Jupp, V, *Data Collection and Analysis*, Edition 2 (London: Sage Publication, 2006), 43.

mendapatkan komen atau cadangan mereka terhadap butiran mana yang boleh digunakan atau disingkirkan sekiranya pengkaji merasakan butiran tidak relevan atau sama dengan butiran lain.⁵⁰

Kajian rintis telah dijalankan dari awal Oktober sehingga awal Disember 2011. Bagi meninjau kesahan kandungan soal selidik, pendapat pakar telah diperolehi. Soal selidik telah dilakukan kepada usahawan berjaya di sekitar daerah Puchong, Bandar Sunway dan juga Subang Jaya. Pengkaji memilih tiga daerah ini untuk kajian rintis kerana tujuan kajian rintis bukan setakat untuk menguji kesahan kandungan soal selidik tetapi juga untuk menguji kaedah pengutipan data. Sebelum soal selidik dihantar kepada pengkaji, panggilan telefon akan dibuat terlebih dahulu. Selepas usahawan bersetuju untuk menjawab soal selidik, maka soal selidik akan diposkan kepada responden. Selepas itu, pengkaji akan menelefon responden untuk memastikan soalan tersebut sampai ke tangan responden ataupun tidak. Sekiranya soal selidik tidak diterima, soal selidik akan dihantar sekali lagi sama ada melalui pos laju, emel, faks atau serahan tangan. Selepas lima hari, pengkaji akan menelefon responden untuk memastikan usahawan telah menjawab soalan yang telah dihantar kepada mereka.

Kebiasaannya, soal selidik yang dihantar kepada responden akan mengambil masa selama tiga minggu untuk memperolehi semula soal selidik yang telah dilengkapkan. Perkara ini terjadi disebabkan responden lupa dan sibuk dengan urusan mereka. Maka, pengkaji akan mengingatkan semula melalui panggilan telefon. Soal selidik akan dikutip semula sebaik sahaja usahawan selesai menjawab soal selidik tersebut. Terdapat usahawan

⁴⁹ Gould-Williams, J., “The Importance of Human Resource Practices and Workplace Trust In Achieving Superior Performance: A Study of Public Sector Organizations,” *International Journal Of Human Resource Management* 14, No.1 (2003), 28.

⁵⁰ Smith, AM. “The Effect of Human Resource Practices on Firm Performance in India,” *Human Resource Development Index* 6, no 1 (2000), 101.

yang menghantar soal selidik tersebut melalui emel, pos dan juga faks kepada pengkaji. Kaedah ini digunakan untuk mengenalpasti masalah yang timbul sekiranya pengutipan data sebenar dilakukan. Jadi, kelemahan tersebut dapat diatasi ketika pengutipan data sebenar. Pengkaji menggunakan emel, faks dan juga pos untuk menghantar soal selidik kepada responden yang terletak terserak di seluruh negara. Justeru, kaedah ini adalah lebih efektif dan pantas. Soal selidik dalam kajian ini menggunakan Bahasa Melayu kerana keseluruhan usahawan yang menjawab soal selidik ini adalah usahawan Muslim. Hasil daripada kajian rintis ini, pengkaji telah mengumpulkan sebanyak 30 soalan soal selidik. Data yang diperolehi diuji kebolehpercayaan iaitu alfa Crobanch bagi setiap pemboleh ubah utama kajian ini. Jadual 3.5, mengandungi perincian nilai kebolehpercayaan iaitu alfa Cronbach bagi setiap pemboleh ubah utama kajian ini.

Hasil penemuan mendapati kesemua pemboleh ubah utama kajian ini memperolehi alfa Cronbach melebihi .70. Melainkan butiran mengenai jihad ilmu mempunyai nilai alfa yang lemah iaitu .465. Dalam kajian rintis, dimensi yang tidak menunjukkan kebolehpercayaan yang tinggi masih lagi boleh digunakan di dalam soal selidik yang sebenar. Ini kerana dengan hanya menggunakan sebanyak 30 sampel, pengkaji tidak dapat memerhati faktor-faktor kejayaan usahawan secara terperinci. Tambahan pula, penggunaan sampel yang lebih ramai mungkin akan meningkatkan nilai pekali alfa.⁵¹

Memandangkan pemberian soal selidik tidaklah begitu besar, pengkaji membuat kajian rintis sekali lagi terhadap lima orang usahawan yang berjaya untuk memastikan amalan yang terkandung di dalam soal selidik benar-benar dipraktikkan oleh kesemua usahawan. Daripada soal selidik yang dijawab, pemberian seterusnya telah dilakukan ke

⁵¹ Wong Shiet Ching, "Hubungan Sumber Tekanan dengan Kesan Tekanan dan Pengaruh Perbezaan Individu Ke Atas Hubungan Tersebut dalam Kalangan Pengurus Swasta" (tesis kedoktoran, Fakulti Sains Sosial dan Kemanusiaan, Universiti Kebangsaan Malaysia, 2010), 56.

atas soal selidik yang mana kenyataan butiran dikemaskinikan sebelum pengumpulan data sebenar dilakukan. (Sila rujuk lampiran A untuk melihat contoh soal selidik yang muktamad)

Jadual 3.5 Nilai Kebolehpercayaan Pemboleh Ubah Utama bagi Kajian Rintis

Pemboleh Ubah Utama	Subskala	Jumlah soalan yang digunakan	Nilai alfa Cronbach(a)
Personaliti	Bertakwa	11	.868
	Ketelitian	7	.787
	Disiplin	5	.769
	Pemimpin	6	.880
Akhlik	Akhlik usahawan terhadap pekerja	8	.901
	Akhlik usahawan terhadap pelanggan	8	.711
Jihad Bisnes	Jihad melawan hawa nafsu	7	.759
	Jihad ilmu	5	.902
	Jihad harta	4	.465
	Jihad manusiaawi	8	.937
Kemandirian perniagaan	Kemandirian memulakan perniagaan	10	.899
	Kemandirian mengembangkan perniagaan	5	.854

B) Pengumpulan Data Sebenar

Sebelum pengutipan data sebenar dilakukan, pengkaji akan membuat panggilan telefon terlebih dahulu terhadap usahawan berjaya yang menjadi subjek kajian pengkaji. Senarai usahawan Muslim diperolehi daripada emel yang telah dikirimkan kepada pihak SSM kepada pengkaji berdasarkan kepada salah satu kriteria usahawan berjaya iaitu mereka mestilah melibatkan diri di dalam perniagaannya sekurang-kurangnya lebih daripada lima tahun. Sehubungan dengan itu, pihak SSM telah menghantar sebanyak 1000 orang senarai nama usahawan Muslim yang telah menceburkan diri di dalam perniagaannya melebihi lima tahun ke atas kepada pengkaji. Oleh kerana itu, pengkaji telah menemu bual usahawan terlebih dahulu melalui panggilan telefon untuk memastikan mereka memenuhi sembilan

kriteria yang telah ditetapkan di dalam kajian ini. Kriteria tersebut ialah perniagaan yang diuruskan melebihi lima tahun, mempunyai pendapatan yang tetap hasil daripada perniagaan yang dijalankan, memiliki aset, memiliki simpanan, bilangan pekerja bertambah, saiz pasaran berkembang, modal perniagaan bertambah, jualan produk bertambah dan keuntungan juga bertambah. Hasil panggilan telefon dengan 1000 orang usahawan yang hendak diedarkan soal selidik, pengkaji mendapati hanya seramai 750 usahawan telah memenuhi kriteria pencapaian usahawan Muslim sebagaimana yang disarankan di dalam kajian ini.

Setelah panggilan telefon dibuat, pengkaji telah menghantar satu set soal selidik berserta surat sokongan daripada Jabatan Syariah dan Pengurusan, Akademi Pengajian Islam, Universiti Malaya kepada responden samada melalui pos, emel ataupun melalui faks. Selepas lima hari, pengkaji akan membuat panggilan telefon sekali lagi untuk memastikan sama ada soal selidik sampai kepada tangan responden ataupun sebaliknya. Sekiranya soal selidik tidak sampai kepada responden, pengkaji akan menghantar sekali lagi soal selidik kepada responden. Selepas tiga minggu, pengkaji akan menelefon usahawan untuk mengutip semula soal selidik yang diedarkan kepada pengkaji. Jadual 3.6 merupakan bilangan soal selidik yang diedarkan dan dikumpulkan semula oleh pengkaji. Sebanyak 500 set soal selidik telah diedarkan kepada responden. Manakala bilangan dapatan soal selidik adalah sebanyak 368 set. Terdapat 162 soal selidik yang tidak lengkap dan diragukan. Maka, jumlah dapatan soal selidik yang digunakan di dalam kajian ini sebanyak 206 set. Kadar pemulangan soal selidik adalah 41.2% dalam kajian ini. Pengumpulan soal selidik berakhir pada bulan Julai 2012 yang mana mengambil masa selama lebih kurang 5 bulan.

Jadual 3.6 Bilangan Soal Selidik Yang Telah Diedarkan Dan Dikumpul Semula Mengikut Negeri

Negeri	Jumlah edaran	Bilangan dipulangkan	Soal selidik yang tidak lengkap	Soal selidik yang lengkap
Selangor	169	146	64	82
Kuala Lumpur	155	135	46	89
Johor	52	25	17	8
Melaka	8	3	2	1
Negeri Sembilan	5	2	1	1
Pahang	8	3	1	2
Terengganu	10	5	2	3
Kelantan	10	7	2	5
Perlis	5	2	0	2
Kedah	5	2	1	1
Pulau Pinang	55	30	23	7
Perak	8	5	2	3
Sabah	5	2	1	1
Sarawak	5	1	0	1
Jumlah Keseluruhan	500	368	162	206

3.3.5 Teknik Analisis Data

Analisis data kajian ini terdiri daripada dua peringkat iaitu peringkat pertama iaitu pengkodan data, kemasukan data dalam SPSS 17, pembersihan data, menyemak ketiadaan nilai (missing values), Manakala peringkat kedua ialah membuat analisis deskriptif untuk menganalisis, mengkaji dan menilai sejauhmana tahap faktor-faktor kejayaan usahawan dan pencapaian usahawan Muslim di Malaysia. Selepas itu, kaedah analisis faktor digunakan untuk mengenalpasti dimensi faktor-faktor kejayaan usahawan Muslim. Ujian kebolehpercayaan juga digunakan untuk menguji kebolehpercayaan butiran yang dikaji. Manakala ujian ANOVA, ujian pekali *Spearman Rho* dan ujian t digunakan untuk mengkaji hubungan demografi dengan faktor-faktor kejayaan usahawan dan pencapaian usahawan. Seterusnya, analisis korelasi dan regresi digunakan untuk mengkaji hubungan antara

personaliti usahawan, akhlak usahawan, jihad perniagaan dan kemandirian perniagaan dengan pencapaian usahawan Muslim di Malaysia.

A) Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif melibatkan usaha mengorganisasikan atau meringkaskan data yang diperolehi daripada pemprosesan data. Penyajian data deskriptif pula dilakukan dalam bentuk peratusan, jadual, kekerapan, gambar rajah atau seumpamanya.⁵² Pengkaji menggunakan metod ini untuk mengkaji tahap personaliti, akhlak, jihad perniagaan, kemandirian perniagaan dan pencapaian usahawan dalam perniagaan yang diceburinya. Selain itu, profil usahawan dan juga latar belakang perniagaan diuraikan berdasarkan data deskriptif.

B) Analisis Faktor Eksploratori

Analisis faktor eksploratori dilakukan bagi memastikan kesahihan konstruk iaitu sejauh mana instrumen kajian mengesahkan definisi operasi (operationally defined) dan mengesahkan butiran yang paling sesuai bagi setiap dimensi.⁵³ Analisis faktor digunakan untuk melakukan peringkasan sejumlah pemboleh ubah menjadi lebih kecil jumlahnya dan mencari hubungan kesalingbergantungan antara pemboleh ubah agar dapat mengidentifikasi dimensi atau faktor-faktor yang menyusunnya. Selain itu, tujuan analisis faktor juga adalah untuk meringkaskan data iaitu mengidentifikasi hubungan antara pemboleh ubah. Oleh yang demikian, satu pemboleh ubah baru akan dibentuk untuk

⁵² Sabhita Marican, *Penyelidikan Sains Sosial Pendekatan Pragmati* (Selangor: Edusystem Sdn.Bhd, 2006), 208.

⁵³ Sekaran, U, *Research Methods for Business: A Skill Building Approach*, 4th Edition (USA: John Willey & Sons. Inc, 2003), 97.

menggantikan pemboleh ubah tertentu.⁵⁴ Selain itu, analisis faktor juga dilakukan bertujuan untuk mengenalpasti struktur yang terdapat dalam matriks data dengan meringkaskan sejumlah pemboleh ubah asal kepada satu komposit dimensi baru atau sejumlah kecil faktor yang mewakili set pemboleh ubah yang asal. Ia juga digunakan untuk menyelidik jumlah faktor yang optimum dan struktur faktor yang mudah dan senang.⁵⁵

Sebelum analisis faktor eksploratori dilakukan ke atas data kajian, terdapat beberapa andaian perlu dipenuhi. Pertama, saiz sampel mestilah besar iaitu 100 dan ke atas⁵⁶ dan saiz yang diterima pakai ialah nisbah 10:1 bagi setiap pemboleh ubah bagi memastikan faktor boleh digeneralisasikan kepada populasi bukannya spesifik kepada sampel.⁵⁷ Andaian kedua ialah kekuatan perhubungan di antara butiran atau pemboleh ubah iaitu koefisien perlu lebih besar dari .30 dalam matrik korelasi, ukuran kecukupan persampelan (KMO) perlu lebih daripada .60 ke atas.⁵⁸ Ujian Bartlett juga perlu signifikan ($p<0.5$) dan nilai korelasi anti image perlu lebih besar daripada .50.⁵⁹

Saiz sampel kajian ini adalah sebanyak 206 set. Saiz sampel ini memenuhi saiz sampel maksimum yang diperlukan untuk melakukan analisis faktor seperti mana yang dicadangkan oleh Hair.⁶⁰ Saiz sampel yang diperolehi di dalam kajian ini juga adalah melebihi saiz sampel maksimum yang ditetapkan oleh Sekaran iaitu sebanyak 127 responden.⁶¹

⁵⁴ Singgih Santoso, *Latihan SPSS Statistic Multivariat* (Jakarta: Penerbit PT Elexmedia Komputindo, 2002), 193.

⁵⁵ Hair, J.F, Black, W.C., Babin, Anderson, R.E & Tatham, R.L, *Multivariate Data Analysis, 6th Edition* (New Jersey: Pearson International Edition, 2006), 76.

⁵⁶ Coakes, S.J dan Steed, L.G., *SPSS Analysis without Anguish* (Brisbane: John Wiley & Sons Australia, Ltd, 2001), 75.

⁵⁷ Hair et al., *Multivariate Data Analysis*, 83.

⁵⁸ Pallant, J., *SPSS Survival Manual* (Crows Nest: Allen & Unwin, 2001), 75.

⁵⁹ Coakes, S.J dan Steed, L.G., *SPSS Analysis without Anguish*, 75.

⁶⁰ Hair et. al., *Multivariate Data Analysis*, 90.

⁶¹ Sekaran, U., *Research Methods for Business: A Skill Building Approach*, 76.

Setelah kesemua andaian analisis faktor dipenuhi, jumlah faktor yang perlu diekstrak boleh dikenalpasti. Terdapat beberapa kriteria yang diguna pakai di dalam kajian ini iaitu nilai eigen perlu lebih daripada satu kerana hanya faktor yang mempunyai nilai ini dikira sebagai mempunyai muatan yang signifikan.⁶²

Kaedah komponen utama dipilih bagi tujuan mencari jumlah empirikal yang terdapat dalam set data dan juga meringkaskan sejumlah besar pemboleh ubah asal kepada sejumlah kecil faktor bagi tujuan peramalan. Untuk memastikan kaedah ini sesuai, nilai korelasi antara butiran diperiksa dan nilai ini perlu melebihi .30.⁶³ Muatan rentas minimum yang digunakan di dalam kajian ini ialah .35⁶⁴ bagi mengenalpasti butiran apabila terdapat muatan tinggi melebihi satu faktor bagi setiap butiran. Oleh itu, mana-mana muatan yang tidak menepati syarat-syarat ini, maka butiran tersebut disingkirkan daripada putaran (rotation) faktor yang seterusnya sehingga salah satu faktor yang optimal dan mudah dapat dikenalpasti. Faktor yang telah bersih daripada semua keratan rentas yang mana mempunyai muatan yang tinggi hanya pada satu faktor sahaja dan bukannya pada banyak faktor akan dilabelkan dengan nama yang mewakili banyak butiran yang termuat bagi setiap faktor.⁶⁵ Pemboleh ubah baru yang lebih kecil jumlahnya daripada asal ini akan membentuk satu set pemboleh ubah baru dengan menggunakan pemboleh ubah pengganti (surrogate variable) iaitu skala hasil tambah yang mana akan digunakan di dalam menguji hipotesis menerusi analisis regresi.⁶⁶ Kelebihan pemboleh ubah baru yang dibentuk hasil daripada analisis faktor ini ialah ianya akan mengurangkan kadar kesilapan pengukuran

⁶² Hair, JF, Anderson, RE, Tatham, RL and Black, WC., *Multivariate Data Analysis*.56.

⁶³ Coakes, S.J dan Steed, L.G., *SPSS Analysis without Anguish*, 135.

⁶⁴Hair et. al., *Multivariate Data Analysis*,120.

⁶⁵ Hair, J.F, Black, W.C., Babin, Anderson, R.E & Tatham, R.L, *Multivariate Data Analysis*, 83.

⁶⁶ *Ibid.*

kerana mengandungi beberapa butiran berbandingkan satu butiran sahaja dan ianya juga mewakili pelbagai aspek sesuatu konsep dalam satu pengukuran sahaja.⁶⁷

Kaedah putaran varimaks digunakan dalam kajian ini untuk memudahkan struktur faktor dalam setiap kolumn dan memperolehi penyelesaian faktor yang lebih mudah dan lebih bermakna. Ia juga meningkatkan keupayaan penterjemahan dengan mengurangkan kekeliruan yang terdapat pada penyelesaian faktor awal yang tidak diputarkan dengan mengagihkan semula varians daripada faktor awal kepada faktor muktamad bagi mencapai corak faktor yang lebih bererti dan lebih mudah dari segi teori.⁶⁸ Ini kerana kaedah ini mengandaikan butiran kajian tidak berkorelasi atau tidak ada hubungan antara satu sama lain (orthogonal). Kaedah putaran orthogonal merupakan kaedah yang diutamakan bagi kegunaan analisis regresi seterusnya. Kaedah ini juga meningkatkan varians muatan faktor dengan meningkatkan muatan yang tinggi dan merendahkan faktor yang rendah yang terdapat dalam sesuatu faktor atau kolumn.⁶⁹

C) Analisis Kebolehpercayaan

Analisis kebolehpercayaan digunakan untuk mengkaji maklumat skala pengukuran dan butiran yang membentuknya. Ujian alfa Cronbach merupakan ujian pekali kebarangkalian bagi mengenalpasti kebolehpercayaan. Di dalam kajian, nilai kebolehpercayaan yang melebihi 0.60 adalah diterima.⁷⁰

⁶⁷ *Ibid.*

⁶⁸ *Ibid.*

⁶⁹ Tabachinick, B.G and Fidell L.S., *Using Multivariate Statistics*, 4 edition (Boston, MA: Allyn and Bacon, 2001), 75

⁷⁰ *Ibid.*

D) Analisis Korelasi

Analisis korelasi digunakan untuk mengkaji nilai darjah hubungan antara faktor kejayaan usahawan dengan pencapaian usahawan. Ujian pekali kolerasi Pearson digunakan untuk mengetahui nilai kekuatan hubungan antara faktor kejayaan dan pencapaian usahawan Muslim di Malaysia. Tafsiran umum kolerasi Pearson adalah seperti di dalam rajah 3.7 di bawah:⁷¹

Jadual 3.7 Tafsiran Umum Korelasi

Pekali korelasi	Tafsiran
< 0.20	Korelasi yang sangat lemah
0.20 hingga 0.40	Korelasi yang lemah
0.41 hingga 0.70	Korelasi yang sederhana
0.71 hingga 0.90	Korelasi yang tinggi
0.91 hingga 1.00	Korelasi yang sangat tinggi

Sumber : Guilford (1956)⁷²

Jadual di atas menunjukkan tafsiran umum korelasi. Nilai pekali korelasi memberi gambaran mengenai kekuatan hubungan antara faktor kejayaan usahawan dengan pencapaian usahawan. Umpamanya korelasi yang menghampiri nilai 1.0 menunjukkan terdapat hubungan korelasi positif yang sangat tinggi manakala pekali korelasi yang menunjukkan nilai <0.20 menunjukkan terdapat hubungan korelasi yang positif tetapi sangat lemah. Pekali korelasi yang menunjukkan nilai positif membuktikan terdapat hubungan langsung antara pemboleh ubah bebas dan bersandar. Sekiranya pekali korelasi menunjukkan nilai negatif, maka hubungan antara pemboleh ubah bersandar dan bebas adalah merupakan hubungan yang songsang.⁷³

⁷¹ Guilford, J.P., *Fundamental of Statistic in Psychology and Education* (New York: Mc Graw Hill, 1956), 32.

⁷² Ibid.

⁷³ Ibid., 34.

E) Analisis Regresi Linear

Bagi menguji hipotesis kajian ini, analisis regresi linear dilakukan. Analisis regresi linear merupakan satu teknik statistik yang digunakan untuk membentuk model hubungan di antara beberapa pemboleh ubah tidak bersandar dengan pemboleh ubah bersandar. Analisis regresi linear digunakan sekiranya pemboleh ubah tidak bersandar lebih daripada satu, manakala analisis regresi berganda digunakan sekiranya pemboleh ubah bersandar lebih daripada satu⁷⁴ Maka di dalam kajian ini, analisis regresi linear akan dilakukan kerana pemboleh ubah tidak bersandar lebih daripada satu.

Terdapat beberapa andaian yang perlu dipenuhi sebelum analisis ini dapat dilakukan iaitu saiz sampel perlu besar, iaitu $N > 40 + 8m$ di mana m ialah jumlah pemboleh ubah tidak bersandar.⁷⁵ Taburan data perlu normal dan linear, bebas daripada homoskedaksi, pecilan multivariate (multivariate outliers), residual tidak bersandar dan multikolinearan.⁷⁶ Penerangan untuk cuba memenuhi andaian ini adalah seperti di bawah:

i) Saiz Sampel

Sampel kajian ini agak besar iaitu 206 iaitu lebih daripada $40 / (0.3) \times (0.95) = 127$ seperti yang disarankan. Oleh itu, andaian pertama dipenuhi.

ii) Ujian Kenormalan

Normaliti ialah markah bagi setiap pemboleh ubah dalam bentuk taburan normal. Pengkaji menggunakan kecondongan untuk menguji normaliti. Nilai kecondongan yang 0 adalah

⁷⁴ Hair et al., *Multivariate Data Analysis*, 83

⁷⁵ Tabachinick, B.G dan Fidell L.S., *Using Multivariate Statistics*, 4 Edition (Boston, MA: Allyn and Bacon, 2001), 75.

⁷⁶ Ilhaamie Abdul Ghani Azmi, "Amalan Pengurusan Sumber Manusia Berteraskan Kompetensi dan kualiti Perkhidmatan Dalam Organisasi Awam di Malaysia: Kesalingbergantungan Tugasan Sebagai Penyederhana" 196

taburan normal.⁷⁷ Menurut Leech, Barret dan Morgan, nilai kecondongan dari -1 hingga +1 boleh diterima.⁷⁸ Manakala menurut Miles and Shevlin, bentuk kecondongan yang kurang daripada 1 adalah baik manakala kecondongan lebih daripada 1 dan kurang daripada 2 mungkin akan membawa masalah tetapi masih boleh digunakan, tetapi nilai kecondongan lebih daripada 2 harus berhati-hati dengan penggunaan data tersebut.⁷⁹ Justeru, pengkaji menggunakan nilai daripada -1 hingga +1. Daripada ujian kecondongan, didapati bahawa kesemua pemboleh ubah memenuhi andaian normaliti kecuali pemboleh ubah akhlak usahawan terhadap pekerja. Nilai pemboleh ubah akhlak usahawan terhadap pekerja ialah -785 hingga 1.402. Walau bagaimanapun, menurut Miles dan Shelvin, nilai ini masih boleh diterima.⁸⁰ Keputusan kecondongan ditunjukkan di dalam jadual 3.8 di bawah:

Jadual 3.8 Kepencongan Dan Kurtosis Bagi Pemboleh Ubah Kajian

Pemboleh ubah	Kepencongan	Kurtosis
Ketakwaan	-.332	-.751
Ketelitian	-.794	-.251
Akhhlak terhadap pekerja	-.785	1.402
Jihad harta	-.784	.288
Jihad manusiaawi	-.367	-.583
Kemandirian perniagaan	.036	-.416
Kemandirian kembang perniagaan	-.295	-.451
Pencapaian	-.181	-.188

iii) Ujian Kelinearan

Lineariti ialah hubungan antara pemboleh ubah yang berada dalam bentuk garisan lurus. Pengkaji menggunakan plot serakan (scatterplot) untuk menguji andaian ini.⁸¹ Garisan

⁷⁷ *Ibid.*

⁷⁸ Leech, N.L., Barrett, K.C dan Morgan, G.A., *SPSS for Intermediate Statistics: Use and Interpretation*, Ed. ke-2 (New Jersey: Lawrence Erlbaum Assosiates, Publisher, 2005), 76.

⁷⁹ Miles, J. dan Shevlin, M., *Applying Regression and Correlation: A Guide for Students and Researchers* (California: Sage Publications Ltd, 2001), 78.

⁸⁰ *Ibid.*

⁸¹ Leech, N.L., Barrett, K.C dan Morgan, G.A., *SPSS for Intermediate Statistics: Use and Interpretation*, 96.

tersebut haruslah bercerun dari kiri ke kanan atau kanan ke kiri, maka barulah ia memenuhi andaian lineariti. Keputusan menunjukkan wujud hubungan linear antara faktor kejayaan usahawan dengan pencapaian usahawan Muslim berjaya di Malaysia. Maka, ujian ini memenuhi andaian kolerasi Pearson.⁸² Keputusan lineariti ditunjukkan dalam lampiran J.

iv) Andaian Ujian ANOVA Satu Hala

Andaian bagi ujian ANOVA satu hala ialah varians bagi pemboleh ubah bersandar haruslah sama bagi semua kumpulan dan pemboleh ubah bersandar adalah dalam taburan normal bagi semua kumpulan.⁸³ Varians bagi pemboleh ubah bersandar haruslah sama bagi semua kumpulan iaitu homoginiti. Ini boleh diuji dengan statistik Levene. Sekiranya nilai Levene lebih besar daripada aras signifikan 0.05, maka andaian dipenuhi. Kesemua nilai Levene di dapati memenuhi andaian homoginiti. Kesemua kumpulan menunjukkan taburan normal bagi pemboleh ubah bersandar. Keputusan nilai Levene dan taburan normal ditunjukkan dalam lampiran J.

v) Andaian Ujian Regresi Linear

Andaian bagi ujian regresi Linear seharusnya memenuhi normaliti, lineariti, homoskedaksiti, analisis dianostik pecilan multivariat, analisis kebebasan daripada ralat dan juga analisis multikolinearan. Bagi andaian normaliti dan lineariti adalah sama dengan ujian kolerasi.

⁸² Coakes, S.J dan Steed, L.G., *SPSS Analysis without Anguish*, 145.

⁸³ Pallant, J., *SPSS Survival Manual*, 87.

Ujian homosdekasiti dilakukan bagi memeriksa reja terpiawai dan reja ramalan terpiawai dalam plot taburan serakan.⁸⁴ Di dalam kajian ini, didapati masalah homoskedasiti tidak serius kerana taburan adalah berserakan dan tidak berpusat kepada garisan normal seperti yang ditunjukkan dalam lampiran J.

Manakala pecilan multivariat merupakan nilai yang tidak diwakili oleh persamaan regresi disebabkan satu atau lebih faktor yang mempunyai kesan pengaruh terhadap regresi. Analisis diagnostik pecilan multivariat dengan tiga cara seperti di bawah:⁸⁵

- i) Memeriksa nilai yang boleh mempengaruhi anggaran regresi iaitu reja terpiawai dan stundentized di mana nilai ambang ialah di antara +1.96 dan -1.96.
- ii) Mengenal pasti titik leveraj daripada pemboleh ubah tidak bersandar iaitu jarak Mahalanobis (D2) di mana nilai ambang iaitu 2.5 bagi sampel kecil dan 3-4 bagi sampel besar. Nilai D2 merupakan nilai yang jauh terpisah daripada taburan umum.
- iii) Mengenalpasti nilai keseluruhan yang boleh mempengaruhi anggaran regresi. Pengiraan ini merupakan ukuran jarak sesuatu nilai purata pemboleh ubah tidak bersandar. Jarak Cook adalah ukuran pengaruh kepadanan data. Kedua, nisbah Cov iaitu kesan nilai ke atas keberkesanan proses anggaran. Nisbah Cov = $(1+3p/n \text{ & } 1-3p/n)$ di mana p adalah pemboleh ubah tidak bersandar

Kotak diagnostik yang mengandungi kes turut juga diambil pertimbangan dalam mengenalpasti pecilan. Jesturu, pengenalpastian pecilan tidak bergantung kepada satu ukuran sahaja tetapi banyak ukuran seperti yang digunakan di dalam kajian ini. Oleh itu, kes yang benar-benar mengandungi pecilan multivariat dapat dikenalpasti dan seterusnya,

⁸⁴ Alisson, PD., *Multiple Regression: A Premier* (Carlifornia: Pine Forge Press, 1999), 79.

⁸⁵ Coakes, S.J dan Steed, L.G., *SPSS Analysis Without Anguish*, 123.

disingkirkan daripada analisis regresi. Sila rujuk jadual 3.9 di bawah bagi perincian analisis diagnostik pencilan multivariat ini.

Jadual 3.9 Perincian Analisis Diagnostik Pencilan Multivariat

Ukuran Diagnostik	Spesifikasi Nilai Ambang	Kiraan Nilai Ambang
Reja: Reja terpiawai & Studentized	+1.96 dan -1.96	+1.96 atau -1.96
Laverej: Jarak Mahalanobis	$\frac{D_2}{DF}$	3
Pengaruh: Jarak Cook Nisbah Cook	$\frac{4}{n-k-1}$ $1+3pn \text{ & } 1-3pn$	0.03 1.13 atau 0.87

Pecilan multivariate bagi pemboleh ubah bersandar ialah kes 59, 156, 165, 179 dan 185. Ini bermakna kes ini disingkirkan daripada analisis regresi dan menjadikan jumlah kes sebanyak 201.

Selain itu, data kajian perlu bebas daripada ralat. Kebebasan ini diperiksa dengan merujuk kepada nilai Durbin Watson dalam kotak ringkasan model di mana nilai perlu berada di sekitar 1.5 hingga 2.5. Didapati nilai ini tidak terkeluar daripada julat ini. Justeru, taburan data kajian ini memenuhi andaian.

Seterusnya, multikolinearan berlaku disebabkan oleh adanya kolerasi di antara lebih pemboleh ubah bebas. Menurut Pallant, hubungan $r=0.9$ dan ke atas bermaksud kewujudan multikolinerati antara pemboleh-pemboleh ubah bebas.⁸⁶ Manakala menurut Morgan, kolerasi yang melebihi 0.60 menunjukkan wujud multikolinerati. Multikolineriti akan wujud apabila dua atau tiga pemboleh ubah mengandungi maklumat yang sama.⁸⁷ Dalam

⁸⁶ Pallant, J., *SPSS Survival Manual*, 86.

⁸⁷ Morgan, G.A, Leech, N.L., Cloeckner, G.W dan Barret, K.C., *SPSS For Introductory Statistic: Use And Interpretation*, Edition 2 (New Jersey: Lawrence Erlbaum Assosiates Publisher, 2004), 73.

kajian ini, hubungan antara pemboleh ubah tidak melebihi 0.60. Di samping itu, nilai toleransi dan VIF (variansce inflation factor) juga digunakan untuk menentukan multikolineariti yang mana nilai tersebut mestilah tidak melebihi 0.10 dan kurang daripada 10.

Dengan demikian, apabila diperiksa kesemua syarat-syarat di atas bagi melakukan analisis seterusnya, didapati pelanggaran terhadap syarat ini tidak besar. Justeru, analisis regresi untuk tujuan pengujian hipotesis dapat dilakukan.

3.4 Rekabentuk Kajian Kualitatif

Kajian ini juga menggunakan kaedah kualitatif iaitu penyelidikan yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penyelidikan. Menurut Burn, penggunaan rekabentuk kajian kualitatif amat sesuai apabila sesuatu kajian melibatkan pemerhatian seseorang individu atau unit, satu kumpulan manusia, keluarga, satu kelas, sekolah, satu masyarakat, peristiwa atau budaya. Sesuatu kajian harus memfokus kepada subjek yang mempunyai kriteria atau ciri yang ingin dikaji. Maka kajian kualitatif adalah untuk mengkaji individu atau peristiwa-peristiwa dalam lingkungan budaya persekitaran mereka.⁸⁸

Menurut Marriem, kebaikan kajian kualitatif akan meningkatkan kefahaman yang mendalam tentang subjek kajian, memfokus kepada aspek proses berbanding output, mementingkan penemuan bukannya pengesahan sesuatu teori atau dapatan.⁸⁹ Melalui kajian ini, membolehkan penyelidik membuat kajian secara menyeluruh atau holistik bagi mengetahui ciri-ciri dalaman sesuatu subjek yang dikaji. Untuk mendapatkan gambaran

⁸⁸ Burn. R.B. *Introduction to Research Methods* (Melbourne: Logman, 1995), 35.

⁸⁹ Merriem. S.B, *Qualitative Research and Case Study Application in Education*, 2nd edition (San Francisco: Jossey-Bass, 1998), 78.

yang lengkap, temu bual dilakukan untuk mengumpulkan data dari beberapa subjek kajian bagi membolehkan kefahaman yang mendalam terhadap sesuatu penyelidikan. Selepas pengkaji melakukan transkrip temu bual, maka analisis kandungan akan dilakukan untuk mengenal pasti tema kajian.⁹⁰

3.4.1 Kaedah Memilih Responden

Kaedah persampelan bukan kebarangkalian (*non-probability sampling*) digunakan di dalam memilih responden kajian. Dalam kaedah ini responden tidak mempunyai peluang yang sama untuk dipilih sebagai sampel.⁹¹ Di dalam kaedah bukan kebarangkalian ini, persampelan bola salji digunakan yang mana responden dipilih berdasarkan rujukan atau pemerhatian responden yang lain.⁹² Oleh kerana kajian ini melibatkan tinjauan persepsi usahawan Muslim berjaya di Malaysia, kaedah persampelan bola salji sesuai digunakan kerana melalui kaedah ini usahawan berjaya akan dipilih hasil daripada rujukan dan pemerhatian usahawan berjaya yang telah ditemu bual oleh pengkaji dan dipercayai dapatan kajian mewakili objektif penyelidikan.⁹³

Dalam kaedah kajian, pengkaji telah memilih sebanyak 10 orang usahawan Muslim yang berjaya di dalam pelbagai bidang perniagaan yang diceburi untuk mendapatkan seberapa banyak maklumat yang penting bagi mengetahui secara mendalam faktor kejayaan usahawan sebagaimana yang telah digariskan di dalam kajian ini. Dengan menemu bual usahawan berjaya, akan dapat memberi gambaran dan persepsi mereka terhadap faktor

⁹⁰ Burn. R.B. *Introduction to Research Methods*, 36.

⁹¹ Audit Ghazali dan Ahmad Syahir Sarani, *Manual Penyelidikan Secara Islam* (Shah Alam: Insitut Perkembangan Minda, 2014), 57

⁹² *Ibid*, 60

⁹³ *Ibid*.

kejayaan usahawan Muslim yang terdiri daripada faktor personaliti usahawan, akhlak usahawan, jihad perniagaan dan kemandirian perniagaan.

3.4.2 Kaedah Temu bual Sebagai Alat Kajian.

Terdapat beberapa jenis alat yang digunakan untuk mengumpulkan maklumat dalam penyelidikan ini. Satu daripada alat kajian yang mempunyai kaitan dengan kaedah kualitatif ini adalah dengan menggunakan teknik temu bual. Hasil temu bual akan dianalisa untuk mendapatkan persepsi mereka terhadap faktor-faktor kejayaan mereka di dalam perniagaan yang diceburi.

Menurut Patton (1995), terdapat tiga jenis temu bual di dalam kajian kualitatif, iaitu temu bual berstruktur, temu bual separa berstruktur dan temu bual tidak berstruktur.⁹⁴ Dalam kajian ini, penyelidik menggunakan kaedah temu bual separa berstruktur kerana kaedah ini bersifat fleksibel dan membolehkan responden menghuraikan apa yang difikirkan oleh penyelidik. Selain itu, kaedah ini sesuai digunakan kerana pengalaman dan latar belakang responden yang dikaji tidak sama, maka kaedah ini bersesuaian untuk mengumpulkan tentang persepsi usahawan berjaya terhadap faktor-faktor kejayaan mereka di dalam bidang perniagaan yang diceburi.

3.4.3 Prosedur dan Langkah-Langkah Pengumpulan Data

Bahagian ini akan menerangkan beberapa prosedur yang dilakukan untuk merancang dan melaksanakan proses pengumpulan data. Oleh kerana proses pengumpulan data adalah rumit, ianya harus dirancang dan dijalankan dengan teliti.

⁹⁴ Patton. M.Q., *Qualitative Evaluation and Research Methods* (London: Sage Publication, 1990), 5.

Pada peringkat pertama kajian, pengkaji telah menemu bual seorang usahawan berjaya yang nama dan alamatnya penulis perolehi daripada halaman web syarikatnya. Daripada temu bual dengan usahawan pertama, pengkaji mendapat maklumat untuk menemu bual usahawan kedua dan begitulah yang berlaku seterusnya sehingga pengkaji memperolehi 10 orang usahawan berjaya untuk ditemu bual yang terdiri daripada pelbagai industri.

Sebelum menemu bual usahawan berjaya, pengkaji akan membuat temu janji terlebih dahulu. Setelah responden bersetuju untuk ditemu bual, pengkaji akan mengirimkan set soalan temu bual kepada responden terlebih dahulu. Setelah set soalan temu bual dibaca oleh responden dan responden bersetuju untuk ditemu bual, barulah temu janji akan dilakukan. Pengkaji akan bertemu dengan responden untuk menemu bual mereka berdasarkan set soalan temu bual yang telah dijemelkan kepada responden terlebih dahulu. Pengkaji akan menggunakan dua alat perakam suara untuk merekod temu bual yang telah dijalankan.

Di awal pertemuan dengan responden, pengkaji akan membina hubungan kemesraan yang dikenali sebagai *rapport* dengan memperkenalkan diri pengkaji dan juga bertanya soalan-soalan santai untuk menghilangkan ketidakselesaan di antara pengkaji dengan responden. Dalam kajian kualitatif, *rapport* antara pengkaji dan responden adalah perlu untuk mengurangkan kebimbangan dan pembinaan kepercayaan.⁹⁵ *Rapport* memudahkan pengkaji mendapatkan maklumat yang secukupnya untuk kajiannya. Dengan terbinanya *rapport*, membolehkan responden memberikan pelbagai maklumat peribadi atau beraksi

⁹⁵ Glesne, Corrine and Alan Peshkin, *Becoming Qualitative Researchers: An Introduction* (New York. Logman, 1992), 53.

dalam keadaan yang biasa dan rasa selamat tanpa dipengaruhi oleh kehadiran pengkaji.⁹⁶ Oleh itu, *rapport* di antara pengkaji dengan responden penting dalam menentukan kejayaan kajian ini.

3.4.4 Kajian Rintis Dalam Kajian Kualitatif

Kajian rintis di dalam metod temu bual akan membantu penyelidik untuk mengemaskan perancangan pengumpulan data seperti menentukan jenis data yang diperlukan dan prosedur yang perlu diikuti di dalam proses pengumpulan data.⁹⁷ Di samping itu, penyelidik juga boleh menyemak kesahan instrumen yang digunakan serta mengetahui kekangan-kekangan yang mungkin timbul dalam proses pengumpulan data. Ini perlu diberi perhatian dalam kajian sebenar.⁹⁸

Menurut Maxwell, kajian rintis adalah penting kepada pengkaji untuk menguji idea-idea dan membolehkannya mendapatkan maklumat awal tentang latar belakang responden yang akan dikaji. Hal ini membolehkan seorang pengkaji mengkaji dan mengesahkan beberapa aspek konseptual yang terlibat dalam penyelidikannya.⁹⁹ Dalam kajian ini, kajian rintis telah dijalankan kepada dua orang usahawan berjaya iaitu Puan Rozita Ibrahim (43 tahun), pemilik Syarikat Sendayu Tinggi Holding dan juga Puan Salmah (45 tahun) pemilik Salon dan Andaman Sal. (Sila rujuk lampiran B untuk soalan temu bual yang muktamad)

⁹⁶ *Ibid.*

⁹⁷ Yin, R.K, *Case Study Research: Design and Methods*. 2nd Ed. (Calif: Sage, Thousand Oak, 1994), 3.

⁹⁸ Glesne, Corrine and Alan Peshkin, *Becoming Qualitative Researchers: An Introduction*, 53.

⁹⁹ Maxwell Scott E., Kelly, Ken, Rausch, Joseph R, "Sample Size Planning for Statistical Power and Accuracy in Parameter Estimation," *Annual Review of Psychology* 59, (2008), 537.

3.4.5 Kajian Sebenar

Sebelum pengkaji menemu bual responden, satu taklimat ringkas tentang faktor kerahsiaan dan masa untuk sesi temu bual. Responden akan diberi jaminan hasil temu bual tidak akan memberi kesan kepada identiti dan perniagaan mereka. Pengkaji terlebih dahulu memberitahu responden bahawa temu bual yang dijalankan adalah untuk menghasilkan maklumat yang berguna di dalam bidang akademik, bukannya bertujuan untuk membuat justifikasi kepada sesiapa ataupun pihak tertentu. Usahawan yang bersedia ditemu bual akan diberi penghargaan terhadap kesediaan mereka untuk ditemu bual yang berbentuk cenderahati. Dalam kajian sebenar, pengkaji telah menemu bual 10 orang usahawan berjaya yang akan menjadi subjek kajian pengkaji di dalam penyelidikan ini.

3.4.6 Menganalisis Data Temu bual

Pendekatan analisis kandungan temu bual seperti yang dicadangkan oleh Miles¹⁰⁰ telah digunakan untuk menganalisis data temu bual. Analisis kandungan digunakan untuk mengenalpasti tema, konsep dan makna. Pengkaji akan menulis semula dapatan temu bual yang dilakukan dalam bentuk transkrip dan seterusnya, kategori dan sub kategori akan dibangunkan berdasarkan kepada matlamat kajian.

Menurut Burn, kategori pengkodan harus dibangunkan sebaik sahaja pengumpulan data pertama dilakukan. Pengkodan memudahkan seseorang pengkaji memahami maklumat yang diperolehi dan menjadi panduan kepadanya untuk menentukan apakah yang harus difokuskan kepada maklumat seterusnya.¹⁰¹ Menurut Miles, pengkodan bukanlah sesuatu data yang telah siap sedia dianalisis tetapi ianya terbit terus menerus sepanjang proses

¹⁰⁰ Miles M.B dan Huperman A.M. *Qualitative Data Analysis: An Expanded Sourcebook*. 65.

¹⁰¹ *Ibid.*

pengumpulan dan menganalisis data. Oleh itu, pembentukan kategori pengkodan merupakan satu bentuk analisis yang berterusan, ianya bermaksud setiap kategori perlu diperhalusi sehingga kategori-kategori tertentu dapat menggambarkan tema kajian.¹⁰²

Analisis kandungan adalah penting untuk menjana kategori yang melibatkan pelbagai tema. Kategori dan pola data yang diperolehi menjadi bukti kepada sesuatu persoalan yang dikaji. Penyelidik kemudian telah menganalisis kebenaran daripada dapatan kajian berdasarkan kepada bukti-bukti terkumpul samada bukti-bukti tersebut menyokong atau tidak menyokong dapatan kajian. Di dalam kajian ini, pengkaji menggunakan analisis kandungan temu bual secara manual untuk membentuk tema kajian.

3.4.7 Menulis Laporan Kajian Temu bual

Laporan penyelidikan menggunakan pendekatan temu bual akan memberi gambaran secara terperinci bagaimana responden berinteraksi dengan kehidupan mereka. Kajian berbentuk ini akan menumpukan kepada sumbangan demografi terhadap faktor-faktor kejayaan usahawan dan pencapaian usahawan serta sumbangan faktor-faktor kejayaan usahawan kepada pencapaian usahawan Muslim di Malaysia. Hasil analisis temu bual mengenai konsep sesuatu tema akan dikumpulkan dalam satu laporan yang lengkap yang merupakan keputusan hasil kajian yang berbentuk kualitatif.

3.5 Kesimpulan

Bab ini membincangkan tentang metodologi kajian yang telah digunakan di dalam kajian ini. Dua kaedah kajian dikemukakan iaitu kajian berbentuk kuantitatif dan kajian berbentuk kualitatif. Secara dasarnya, kajian kaedah campuran adalah untuk saling menguatkan hujah

¹⁰² Miles M.B dan Huperman A.M. *Qualitative Data Analysis: An Expanded Sourcebook*. 65.

antara keduanya. Adakala, penyelidikan kuantitatif tidak mampu menyampaikan secara terperinci berkenaan persekitaran yang dikaji. Begitulah juga penyelidikan kualitatif, ianya tidak mampu menerangkan secara generalisasi berkenaan isu yang dibangkitkan. Gabungan kedua-dua kaedah ini mampu menerangkan secara terperinci masalah kajian dan dalam masa yang sama mampu mengeneralisasikan isu yang dikaji. Jesteru, kajian berbentuk kuantitatif telah dilakukan kepada 206 orang usahawan Muslim berjaya di Malaysia, bertujuan untuk mengenal pasti dimensi faktor faktor kejayaan usahawan, menganalisis hubungan demografi usahawan dengan faktor-faktor kejayaan usahawan dan pencapaian usahawan serta hubungan faktor-faktor kejayaan usahawan dengan pencapaian usahawan Muslim di Malaysia. Manakala kajian berbentuk kualitatif telah dilakukan kepada 10 orang usahawan Muslim yang bertaraf jutawan, yang bertujuan untuk mengkaji tema faktor-faktor kejayaan usahawan Muslim di Malaysia, memeriksa tema hubungan demografi usahawan dengan faktor kejayaan usahawan dan pencapaian usahawan serta tema hubungan di antara faktor-faktor kejayaan usahawan dengan pencapaian usahawan. Dapatan kajian akan menyokong dapatan kajian kuantitatif mahupun kualitatif. Sehubungan dengan itu, analisis dapatan kajian akan dibincangkan di dalam bab keempat.

BAB 4

ANALISIS DAN PENEMUAN KAJIAN

Bab ini akan menerangkan hasil keputusan kajian yang diperolehi oleh pengkaji melalui borang soal selidik yang telah diedarkan kepada responden dan hasil temu bual responden dengan usahawan berjaya di Malaysia. Ia merupakan sumber utama bagi mengkaji tentang faktor-faktor kejayaan usahawan Muslim dari perspektif Islam. Pengkaji memperolehi maklumat penting hasil daripada mengedarkan borang soal selidik dan juga melalui temu bual yang dilakukan ke atas usahawan Muslim berjaya di Malaysia. Data daripada borang soal selidik yang diperolehi dianalisis dengan menggunakan kaedah deskriptif dan inferensial. Analisis data inferensial meliputi analisis faktor, analisis kebolehpercayaan, analisis ANOVA, pekali *Spearman Rho* dan ujian t, analisis korelasi dan analisis regresi menerusi perisian SPSS (Software Package for Social Science) versi 17.0.

Manakala data daripada temu bual juga turut dianalisis untuk mengetahui secara mendalam mengenai tema faktor kejayaan dan pencapaian usahawan Muslim di Malaysia. Analisis kajian ini akan cuba menjawab objektif kajian yang telah dijelaskan dalam bab satu.

4.1 Keputusan Deskriptif

Bahagian ini akan menerangkan profil usahawan Muslim di Malaysia dan juga profil perniagaan yang dimiliki dalam bentuk kekerapan dan peratusan. Selain itu, analisis ini juga dilakukan untuk mengetahui tahap personaliti, akhlak, jihad perniagaan dan kemandirian serta pencapaian usahawan berjaya di Malaysia.

4.1.1 Latar Belakang Responden

Latar belakang responden kajian memberi maklumat demografi tentang latar belakang peribadi yang terdiri daripada jantina, umur, taraf perkahwinan, taraf pendidikan dan juga latar belakang pendidikan agama usahawan berjaya di Malaysia. Secara umumnya, kajian ini terdiri daripada 206 orang responden di mana majoriti responden terdiri daripada lelaki (70%) dan 30 peratus adalah dari kalangan wanita. Majoriti responden adalah berumur di antara 41 hingga 50 tahun iaitu sebanyak 42% dan majoriti usahawan telah berkahwin (83%). Kebanyakan daripada mereka memiliki Ijazah (44%) dan 36% daripada responden memiliki Ijazah di dalam bidang pengajian Islam. Jadual 4.1 menunjukkan latar belakang yang lengkap mengenai usahawan Muslim berjaya di Malaysia.

Selain itu, maklumat mengenai latar belakang perniagaan responden terdiri daripada pengalaman menjalankan perniagaan, jenis perniagaan yang dijalankan, cara mendapatkan perniagaan, modal memulakan perniagaan, sumber modal, lokasi perniagaan, pasaran perniagaan, bilangan pekerja dan purata keuntungan sebulan. Secara umumnya, majoriti responden terdiri daripada usahawan yang telah menjalankan perniagaan mereka selama 5 hingga 10 tahun (55%) dan 45% telah melibatkan diri dalam perniagaan mereka lebih dari 10 tahun. Seramai 30% usahawan mempunyai lebih dari satu perniagaan dan 30% usahawan melibatkan diri di dalam perniagaan sektor perkhidmatan. Majoriti usahawan (82%) mengasaskan sendiri perniagaan dan sebanyak 13 peratus usahawan mewarisi perniagaan mereka daripada keluarga. Lebih dari separuh usahawan memulakan perniagaan dengan modal bawah daripada RM100,000 (59%) dan 21 peratus usahawan memulakan perniagaan di antara RM101,000 hingga RM500,000.

Jadual 4.1 Latar Belakang Usahawan Berjaya Di Malaysia

Demografi	Butiran	Bilangan	Peratus
Jantina	Lelaki	145	70
	Perempuan	61	30
Umur	Bawah 30 tahun	29	14
	31-40 tahun	36	18
	41-50 tahun	87	42
	51-60 tahun	41	20
	61 tahun ke atas	13	6
Tarafl perkahwinan	Bujang	28	14
	Berkahwin	171	83
	Bercerai	7	3
Taraf pendidikan	Sekolah rendah	5	2
	SPM/MCE	40	19
	STPM	6	3
	Diploma	25	12
	Ijazah	90	44
	Master/PhD	34	17
	Lain-lain sijil	6	3
Pendidikan agama secara formal	Sekolah agama KAFA	38	18
	Sekolah menengah agama	42	20
	Ijazah dalam bidang agama	75	37
	Tidak mempunyai pendidikan agama secara formal	51	25

Sumber: Borang soal selidik

Sebanyak 44 peratus orang usahawan mendapatkan modal daripada simpanan sendiri dan sebanyak 20 peratus usahawan mendapatkan modal dari keluarganya. Lebih daripada separuh usahawan mempunyai lokasi perniagaannya di pusat bandar (54%) dan sebanyak 24 peratus usahawan memiliki perniagaan di bandar kecil. Sebanyak 65 peratus memasarkan produk atau perkhidmatan di pasaran tempatan dan sebanyak 33 peratus memasarkan produk atau perkhidmatan di pasaran tempatan dan luar negeri. Sebanyak 62 peratus usahawan memiliki kurang daripada 100 orang pekerja dan sebanyak 57 peratus mempunyai purata keuntungan sebulan kurang daripada RM100,000. Jadual 4.2 menunjukkan latar belakang perniagaan responden.

Jadual 4.2 Latar Belakang Perniagaan Responden

Profil Perniagaan	Butiran	Bilangan	Peratus
Tempoh menjalankan perniagaan	5 hingga 10 tahun	113	55
	Lebih dari 10 tahun ke atas	93	45
Sektor perniagaan yang diceburi	Pertanian	5	2
	Perlombongan	1	5
	Pembinaan	17	8
	Pengilangan	7	3
	Pengangkutan	5	2
	Pemborongan	13	6
	Peruncitan	18	9
	Kewangan	7	3
	Pendidikan	10	5
	Perkhidmatan	61	30
	Lebih dari satu perniagaan	62	30
Cara mendapatkan perniagaan	Membeli perniagaan yang sedia ada	11	5
	Mewarisi perniagaan keluarga	27	13
	Mengasaskan sendiri perniagaan	168	82
Berapakah modal perniagaan anda	Bawah RM100,000	121	59
	RM101,000 hingga RM500,00	43	21
	RM501,000 dan ke atas	42	20
Cara mendapatkan modal perniagaan	Simpanan	90	44
	Keluarga	41	20
	Pinjaman bank	30	15
	Kawan	12	6
	Bantuan agensi kerajaan	16	8
	Pelabur	2	1
	Lebih dari satu sumber di atas	15	7
Lokasi perniagaan	Di pusat bandar	112	54
	Di bandar kecil	49	24
	Di pinggir bandar	33	16
	Di kawasan kampung	8	4
	Lebih dari satu kawasan	4	2
Pasaran produk/perkhidmatan	Pasaran tempatan	133	65
	Pasaran luar negara	5	2
	Pasaran tempatan dan luar negara	68	33
Bilangan pekerja	1-100	128	62
	101-1000	60	29
	1001 ke atas	18	9
Purata keuntungan perniagaan sebulan	Bawah RM100,000	117	57
	RM101,000 dan ke atas	89	43

Sumber: Borang soal selidik

4.1.2 Faktor-Faktor Kejayaan dan Pencapaian Usahawan Muslim Berjaya di Malaysia

Kajian deskriptif faktor-faktor kejayaan usahawan Muslim berjaya di Malaysia adalah untuk meninjau tahap faktor personaliti, faktor akhlak usahawan, faktor jihad perniagaan, faktor kemandirian dan juga pencapaian usahawan Muslim berjaya di Malaysia. Purata skor di dalam kajian ini telah dibahagikan kepada tiga tahap iaitu rendah, sederhana dan tinggi bagi tujuan untuk memberi penerangan yang lebih jelas tentang tahap pemboleh ubah. Tahap faktor diukur dengan menggunakan 5 skala likert. Julat skor adalah di antara 1.00 hingga 5.00. Bagi tahap rendah, julat markah adalah dari 1 hingga 1.7, bagi tahap sederhana, julat markah ialah 1.8 hingga 3.4, manakala bagi tahap tinggi, julat markah ialah 3.5 hingga 5. Pembahagian ini diperolehi dengan membahagikan skor tertinggi iaitu skor 5 kepada tiga bahagian (Tahap rendah, sederhana dan tinggi) dan sisihan piawai baru yang diperolehi adalah sebanyak 1.7 bagi setiap tahap.¹

A) Personaliti Usahawan Muslim

Keputusan deskriptif personaliti usahawan Muslim merangkumi faktor ketakwaan, faktor ketelitian, faktor disiplin dan juga faktor kepimpinan. Bagi faktor ketakwaan usahawan Muslim terdiri daripada sebelas butiran. Majoriti usahawan Muslim berjaya mempunyai tahap ketakwaan yang tinggi iaitu sebanyak 90%. Keputusan lengkap ditunjukkan dalam jadual 4.3 di bawah:

Jadual 4.3 Taburan Kekerapan Dan Peratusan Bagi Tahap Faktor Ketakwaan

Kategori	Julat	Bilangan Orang	Peratus
Sederhana	2.73-3.45	21	10
Tinggi	3.55-5.00	185	90
Jumlah	2.73-5.00	206	100

¹¹ Bhasah Abu Bakar, *Kaedah Analisis Data Penyelidikan Ilmiah*, 28

Selain itu, bagi tahap faktor ketelitian pula mempunyai tujuh butiran, ketelitian merupakan salah satu faktor penting untuk berjaya kerana 91 peratus usahawan Muslim mempunyai tahap ketelitian yang tinggi di dalam perniagaan yang dijalankan. Keputusan lengkap adalah seperti di dalam jadual 4.4 di bawah:

Jadual 4.4 Taburan Kekerapan Dan Peratusan Bagi Tahap Ketelitian

Kategori	Julat	Bilangan Orang	Peratus
Sederhana	2.86-3.43	16	9
Tinggi	3.57-5.00	190	91
Jumlah	2.86-5.00	206	100

Manakala faktor disiplin mempunyai sebanyak lima butiran. Tahap disiplin bagi usahawan Muslim berjaya di Malaysia adalah sangat tinggi iaitu sebanyak 89 peratus. Keputusan lengkap bagi tahap disiplin ditunjukkan dalam jadual 4.5 di bawah:

Jadual 4.5 Taburan Kekerapan Dan Peratusan Bagi Tahap Faktor Disiplin

Kategori	Julat	Bilangan orang	Peratus
Rendah	1.29	1	1
Sederhana	3.00-3.43	20	10
Tinggi	3.57-5.00	185	89
Jumlah	1.29-5.00	206	100

Selain itu, terdapat enam butiran di dalam faktor kepimpinan. Tahap faktor kepimpinan bagi usahawan Muslim berjaya di Malaysia adalah sangat tinggi iaitu sebanyak 89 peratus. Keputusan lengkap bagi tahap kepimpinan adalah ditunjukkan dalam jadual 4.6 di bawah:

Jadual 4.6 Taburan Kekerapan Dan Peratusan Bagi Tahap Faktor Kepimpinan

Kategori	Julat	Bilangan Orang	Peratus
Rendah	1.29	1	1
Sederhana	3.00-3.43	20	10
Tinggi	3.57-5.00	185	89
Jumlah	1.29-5.00	206	100

B) Akhlak Usahawan Muslim

Akhlik usahawan Muslim merangkumi faktor akhlak usahawan terhadap pekerja dan faktor akhlak usahawan terhadap pelanggan. Terdapat tujuh butiran tahap faktor akhlak usahawan Muslim terhadap pekerja. Tahap akhlak usahawan Muslim terhadap pekerja adalah tinggi iaitu sebanyak 93 peratus. Keputusan lengkap bagi tahap akhlak usahawan terhadap pekerja adalah ditunjukkan di dalam jadual 4.7 di bawah:

Jadual 4.7 Taburan Kekerapan Dan Peratusan Bagi Tahap Faktor Akhlak Usahawan Terhadap Pekerja

Kategori	Julat	Bilangan Orang	Peratus
Sederhana	1.86-3.43	15	7
Tinggi	3.57-5.00	191	93
Jumlah	1.86-5.00	206	100

Selain itu, terdapat lapan butiran di dalam faktor akhlak usahawan terhadap pelanggan. Tahap faktor akhlak usahawan terhadap pelanggan adalah tinggi iaitu sebanyak 96 peratus. Keputusan lengkap faktor akhlak usahawan terhadap pelanggan adalah ditunjukkan dalam jadual 4.8 di bawah:

Jadual 4.8 Taburan Kekerapan Dan Peratusan Bagi Tahap Faktor Akhlak Usahawan Terhadap Pelanggan

Kategori	Julat	Bilangan Orang	Peratus
Sederhana	3.00	9	4
Tinggi	3.14-5.00	197	96
Jumlah	3.00-5.00	206	100

C) Jihad Perniagaan

Jihad perniagaan merangkumi faktor jihad melawan hawa nafsu, faktor jihad ilmu, faktor jihad harta dan faktor jihad manusia. Terdapat tujuh butiran di dalam faktor jihad melawan hawa nafsu. Tahap faktor jihad melawan hawa nafsu di kalangan usahawan adalah tinggi iaitu sebanyak 96 peratus. Keputusan lengkap faktor jihad melawan hawa nafsu adalah seperti di dalam jadual 4.9.

Jadual 4.9 Taburan Kekerapan Dan Peratusan Bagi Tahap Faktor Jihad Melawan Nafsu

Kategori	Julat	Bilangan Orang	Peratus
Sederhana	3.00	9	4
Tinggi	3.33-5.00	197	96
Jumlah	3.00-5.00	206	100

Selain itu, terdapat lima butiran dalam faktor jihad ilmu. Tahap jihad ilmu bagi usahawan Muslim adalah tinggi iaitu sebanyak 56 peratus. Keputusan lengkap jihad ilmu adalah seperti di dalam jadual 4.10 di bawah:

Jadual 4.10 Taburan Kekerapan Dan Peratusan Bagi Tahap Faktor Jihad Ilmu

Kategori	Julat	Bilangan Orang	Peratus
Sederhana	2.00-3.40	91	44
Tinggi	3.60-5.00	115	56
Jumlah	2.00-5.00	206	100

Manakala bagi faktor jihad harta terdapat empat butiran di dalam faktor ini. Tahap jihad harta adalah tinggi iaitu sebanyak 88 peratus. Keputusan lengkap bagi faktor jihad harta adalah seperti yang ditunjukkan di dalam jadual 4.11 di bawah:

Jadual 4.11 Taburan Kekerapan Dan Peratusan Bagi Tahap Faktor Jihad Harta

Kategori	Julat	Bilangan Orang	Peratus
Sederhana	2.50-3.25	24	12
Tinggi	3.50-5.00	182	88
Jumlah	2.50-5.00	206	100

Jihad perniagaan yang terakhir ialah faktor jihad manusawi. Terdapat lapan butiran di dalam faktor ini. Jihad manusawi adalah tinggi iaitu sebanyak 79 peratus. Keputusan lengkap bagi jihad manusawi adalah seperti di dalam jadual 4.12 di bawah:

Jadual 4.12 Taburan Kekerapan Dan Peratusan Bagi Tahap Faktor Jihad Manusawi

Kategori	Julat	Bilangan Orang	Peratus
Sederhana	2.29-3.43	43	21
Tinggi	3.57-5.00	163	79
Jumlah	2.50-5.00	206	100

D) Kemandirian Perniagaan

Faktor kemandirian di dalam perniagaan merangkumi faktor kemandirian memulakan perniagaan dan faktor kemandirian mengembangkan perniagaan. Terdapat 10 butiran bagi tahap faktor kemandirian memulakan perniagaan. Tahap kemandirian memulakan perniagaan di kalangan usahawan Muslim berjaya adalah tinggi iaitu sebanyak 61 peratus. Keputusan lengkap bagi tahap faktor kemandirian memulakan perniagaan adalah seperti di dalam jadual 4.13 di bawah:

Jadual 4.13 Taburan Kekerapan Dan Peratusan Bagi Faktor Tahap Kemandirian Memulakan Perniagaan

Kategori	Julat	Bilangan Orang	Peratus
Sederhana	2.00-3.38	80	39
Tinggi	3.50-5.00	126	61
Jumlah	2.00-5.00	206	100

Selain itu, terdapat lima butiran bagi faktor kemandirian mengembangkan perniagaan, tahap kemandirian mengembangkan perniagaan di kalangan usahawan Muslim adalah tinggi iaitu sebanyak 94 peratus. Keputusan lengkap bagi tahap kemandirian mengembangkan perniagaan adalah seperti di dalam jadual 4.14 di bawah:

Jadual 4.14 Taburan Kekerapan Dan Peratusan Bagi Tahap Kemandirian Mengembangkan Perniagaan

Kategori	Julat	Bilangan Orang	Peratus
Sederhana	3.14-3.43	12	6
Tinggi	3.57-5.00	194	94
Jumlah	2.00-5.00	206	100

4.1.3 Pencapaian Usahawan Muslim di Malaysia

Terdapat lapan butiran pencapaian usahawan di Malaysia, tahap pencapaian Usahawan Muslim di Malaysia adalah tinggi iaitu sebanyak 79 peratus. Keputusan lengkap pencapaian usahawan Muslim berjaya adalah seperti di dalam jadual 4.15.

Jadual 4.15 Taburan Kekerapan Dan Peratusan Bagi Tahap Pencapaian Usahawan Muslim Di Malaysia

Kategori	Julat	Bilangan Orang	Peratus
Sederhana	2.14-3.43	44	21
Tinggi	3.57-5.00	162	79
Jumlah	2.00-5.00	206	100

4.2 Keputusan Inferensi

Bahagian ini melaporkan beberapa analisis berserta penemuannya. Analisis faktor digunakan untuk menyelidik faktor-faktor kejayaan dan pencapaian usahawan Muslim di Malaysia serta ujian kebolehpercayaan digunakan untuk mengetahui keesahan instrumen. Manakala analisis ANOVA, pekali *spearman Rho* dan ujian t digunakan untuk mengenalpasti perbezaan antara demografi usahawan dengan faktor kejayaan dan pencapaian usahawan Muslim di Malaysia. Manakala analisis korelasi dan regresi digunakan untuk mengenalpasti hubungan antara faktor-faktor kejayaan usahawan yang terdiri daripada faktor personaliti usahawan, akhlak usahawan, jihad perniagaan dan kemandirian perniagaan dengan pencapaian usahawan Muslim di Malaysia.

4.2.1 Keputusan Analisis Faktor Eksploratori

Analisis faktor digunakan untuk melakukan peringkasan sejumlah pemboleh ubah menjadi lebih kecil jumlahnya. Analisis faktor di dalam kajian ini merangkumi faktor personaliti usahawan, faktor akhlak usahawan, faktor jihad perniagaan dan juga faktor kemandirian perniagaan. Daripada analisis faktor yang dilakukan ke atas dua belas dimensi faktor-faktor kejayaan usahawan, hanya terdapat tujuh dimensi faktor kejayaan yang kekal yang terdiri daripada faktor ketakwaan, ketelitian, akhlak usahawan terhadap pekerja, jihad harta, jihad manusiawi, kemandirian memulakan perniagaan dan kemandirian mengembangkan perniagaan. Dimensi faktor tersebut mempunyai nilai korelasi di antara butiran adalah

melebihi .30, anti image melebihi .50. Nilai ujian Bartlet adalah signifikan (Chi-Square = 3998.989, $p < .01$), nilai KMO melebihi .60 (KMO=.90) dan saiz sampel melebihi 100 kes ($N=206$).² Justeru, analisis faktor komponen adalah sesuai digunakan untuk data pemboleh ubah faktor kejayaan usahawan Muslim di Malaysia.

Muatan diputarkan sebanyak lapan kali untuk menyingkirkan 51 butiran yang mempunyai muatan kurang daripada .50.³ dan muatan rentas kurang daripada .35⁴ bagi mendapatkan muatan faktor yang signifikan. Hasil muatan akhir ini, didapati terdapat hanya tujuh faktor yang mempunyai nilai eigen melebihi satu. Faktor ini memberi sumbangan kepada varians sebanyak 66.37% di mana faktor pertama sahaja menyumbang sebanyak 36.09%. Koefisyen muatan ketujuh-tujuh faktor ini adalah di antara .42 hingga .84. Hasil daripada analisis faktor terhadap 33 butiran yang direduksikan telah mengelompokkan faktor-faktor yang berkaitan menjadi tujuh faktor baru. Susunan faktor baru adalah seperti berikut:

A) Personaliti Usahawan Muslim.

Selepas melakukan analisis faktor, dari empat faktor personaliti yang dicadangkan hanya terdapat dua faktor personaliti yang kekal iaitu faktor ketakwaan dan faktor ketelitian. Bagi faktor ketakwaan, butiran faktor yang kekal adalah sebanyak lima butiran yang mana salah satu daripada butiran merupakan butiran daripada faktor kepimpinan iaitu “saya merupakan pemimpin yang menjaga agama saya.” Oleh itu, nama faktor ketakwaan dikekalkan memandangkan lebih dari separuh butiran di dalam kelompok ini merupakan faktor ketakwaan. Keputusan lengkap adalah seperti di dalam jadual 4.16.

²Hair et al. *Multivariate Data Analysis*, 73.

³ *Ibid.*,

⁴ Sekaran, U., *Research Methods For Business: A Skill Building Approach*, 53.

Jadual 4.16 Butiran Faktor Ketakwaan

Faktor Ketakwaan	Muatan Faktor
Saya seorang yang mudah memaafkan orang lain	0.82
Saya seorang yang boleh menahan marah	0.78
Saya seorang yang merendah diri	0.69
Saya seorang yang sabar di dalam menghadapi ujian	0.67

Manakala bagi faktor ketelitian pula, selepas muatan diputarkan sebanyak lapan kali, terdapat empat butiran telah dikelompokkan dalam faktor ini. Nama faktor ketelitian dikekalkan kerana kesemua butiran di dalam kelompok ini merupakan butiran dari faktor ketelitian. Keputusan lengkap adalah seperti di dalam jadual 4.17 di bawah:

Jadual 4.17 Butiran Faktor Ketelitian

Faktor Ketelitian	Muatan Faktor
Saya seorang yang bertanggungjawab	0.84
Saya seorang yang boleh dipercayai	0.80
Saya merancang perniagaan saya	0.71
Saya sentiasa berfikir panjang sebelum mengambil sesuatu tindakan	0.71

B) Akhlak Usahawan Muslim.

Selepas muatan diputarkan sebanyak lapan kali, hanya satu faktor sahaja yang kekal iaitu faktor akhlak usahawan Muslim terhadap pekerja. Sebanyak lima butiran dikelompokkan di dalam kajian ini. Nama faktor akhlak usahawan dikekalkan kerana kesemua butiran di dalam kelompok ini dari faktor akhlak usahawan Muslim. Keputusan penuh adalah seperti di dalam jadual 4.18.

C) Jihad Perniagaan

Selepas melakukan analisis faktor, dari empat faktor jihad perniagaan yang dicadangkan hanya terdapat dua faktor yang kekal iaitu faktor jihad harta dan faktor jihad manusawi. Bagi faktor jihad harta, butiran faktor yang kekal adalah sebanyak tiga butiran yang mana

salah satu daripada butiran merupakan butiran faktor kepimpinan; saya mempunyai hubungan yang rapat dengan orang bawahan saya. Oleh itu, nama faktor jihad harta dikekalkan memandangkan lebih dari separuh butiran di dalam kelompok ini merupakan faktor jihad harta. Keputusan lengkap adalah seperti di dalam jadual 4.19.

Jadual 4.18 Butiran Faktor Akhlak Usahawan Terhadap Pekerja

Faktor Akhlak Usahawan Terhadap Pekerja	Muatan Faktor
Saya akan memberikan bonus kepada pekerja saya	0.79
Saya akan membayar kerja lebih masa kepada pekerja saya	0.77
Saya ada menyediakan insentif kepada pekerja saya	0.79
Saya tidak akan membebankan pekerja saya dengan perkara yang tidak mampu dilakukan	0.73
Saya mengambil berat mengenai kebersihan di tempat kerja saya	0.59

Jadual 4.19 Butiran Faktor Jihad Harta

Faktor Jihad Harta	Muatan Faktor
Saya bertanggungjawab menyediakan makanan, pakaian dan juga tempat tinggal kepada ahli keluarga saya	0.81
Saya mencari harta untuk memenuhi keperluan keluarga saya	0.78

Manakala faktor jihad perniagaan yang kedua ialah jihad manusawi, terdapat enam butiran dikelompokkan di dalam faktor ini dan salah satu daripada butiran di dalam kelompok ini adalah daripada faktor jihad melawan hawa nafsu: saya tidak lupa kepada adik beradik dan ahli keluarga saya. Oleh itu, nama faktor jihad manusawi dikekalkan memandangkan lebih dari separuh butiran di dalam kelompok ini merupakan faktor jihad manusawi. Keputusan lengkap adalah seperti di dalam jadual 4.20.

Jadual 4.20 Butiran Faktor Jihad Manusiawi

Faktor Jihad Manusiawi	Muatan Faktor
Saya mempunyai jalinan yang baik dengan institusi kewangan	0.82
Saya mempunyai jalinan yang baik dengan usahawan lain	0.78
Saya mempunyai hubungan yang baik dengan agensi kerajaan yang ada kaitan dengan perniagaan yang saya lakukan	0.69
Saya sentiasa memberi sumbangan dari aspek masa dan tenaga untuk golongan yang memerlukan	0.58

D) Kemandirian Perniagaan

Selepas melakukan analisis faktor, terdapat dua faktor kemandirian perniagaan yang wujud iaitu faktor kemandirian memulakan perniagaan dan faktor kemandirian untuk mengembangkan perniagaan. Bagi faktor kemandirian memulakan perniagaan hanya terdapat dua butiran yang kekal. Oleh itu, nama faktor kemandirian memulakan perniagaan dikenalkan memandangkan kesemua butiran merupakan butiran dari faktor kemandirian memulakan perniagaan. Keputusan lengkap adalah seperti di dalam jadual 4.21.

Jadual 4.21 Butiran Faktor Kemandirian Memulakan Perniagaan

Faktor Kemandirian Memulakan Perniagaan	Muatan Faktor
Saya akan mengambil tindakan untuk memberhentikan pekerja saya untuk mengurangkan kos pengendalian syarikat.	0.83
Saya tidak akan menaikkan gaji pekerja	0.79

Manakala bagi faktor kemandirian mengembangkan perniagaan, terdapat lapan butiran di dalam kelompok ini. Keputusan lengkap di dalam jadual 4.22.

Berdasarkan kepada jadual 4.22, empat butiran yang dikelompokkan dalam faktor ini adalah butiran dari faktor kemandirian selepas memulakan perniagaan; saya akan membaiki kelemahan saya sendiri ketika menghadapi masalah dengan pekerja saya, saya akan memberi penghargaan kepada pekerja saya yang rajin melakukan kerja walaupun di

dalam tahap kemandirian, saya akan memfokuskan kembali kualiti masa terhadap perniagaan yang saya jalankan walaupun berada di dalam tahap kemandirian dan saya akan cuba membuat pembaharuan dan perubahan kepada produk saya. Nama faktor kemandirian mengembangkan perniagaan dikekalkan memandangkan hampir keseluruhan butiran di dalam faktor ini kekal di dalam kelompok ini.

Jadual 4.22 Butiran Faktor Kemandirian Mengembangkan Perniagaan

Faktor Kemandirian Mengembangkan Perniagaan	Muatan Faktor
Saya akan memfokuskan kembali kualiti masa terhadap perniagaan yang saya jalankan walaupun berada di dalam tahap kemandirian	0.78
Saya akan cuba membuat pembaharuan dan perubahan kepada produk keluaran saya	0.77
Sikap saya membuatkan saya mampu untuk mengembangkan perniagaan saya	0.75
Saya mempunyai kemampuan dari aspek pekerja mahir	0.74
Saya akan memberi penghargaan kepada pekerja saya yang rajin melakukan kerja walaupun dalam tahap kemandirian	0.70
Tenaga kerja yang ada membuatkan saya mampu untuk mengembangkan perniagaan saya	0.69
Pelanggan saya berpuas hati dengan produk atau perkhidmatan yang saya tawarkan	0.67
Saya akan membaiki kelemahan diri saya sendiri ketika menhadapi masalah dengan pekerja saya	0.63

4.3 Ujian Kebolehpercayaan

Setelah faktor dan boleh ubah dikenalpasti menerusi analisis faktor, tahap kebolehpercayaan bagi setiap faktor perlu diketahui bagi pengujian hipotesis seterusnya. Sila rujuk jadual 4.23, untuk koefisien kebolehpercayaan bagi setiap faktor yang telah dikenalpasti.

Faktor ketakwaan memperolehi tahap kebolehpercayaan sebanyak .73, faktor ketelitian sebanyak .73, faktor akhlak terhadap pekerja sebanyak .71, faktor jihad harta sebanyak .81, faktor jihad manusawi sebanyak .74, faktor kemandirian memulakan

perniagaan sebanyak .89, faktor kemandirian mengembangkan perniagaan sebanyak .73 dan tahap pencapaian usahawan Muslim sebanyak .76.

Jadual 4.23 Koefisyen Kebolehpercayaan Bagi Pemboleh Ubah Utama Kajian

Pemboleh Ubah	Jumlah Butiran	Alfa Cronbach (α)
Ketakwaan	4	.73
Ketelitian	4	.73
Akhlik terhadap pekerja	6	.71
Jihad harta	2	.73
Jihad manusiaawi	4	.71
Kemandirian memulakan perniagaan	2	.82
Kemandirian mengembangkan perniagaan	8	.73
Pencapaian usahawan	8	.76

4.4 Pengubahsuaian Hipotesis Kajian

Daripada analisis faktor dan kebolehpercayaan, beberapa perubahan telah berlaku kepada pemboleh ubah tidak bersandar di mana beberapa dimensi digugurkan dan beberapa dimensi baru dikenalpasti. Maka, hipotesis perlu diubah suai seperti dalam jadual 4.24 di bawah:

Jadual 4.24 Pengubahsuaian Hipotesis

H1 Tidak terdapat perbezaan signifikan di antara demografi usahawan dengan faktor ketakwaan.
H1a Tidak terdapat perbezaan signifikan di antara umur usahawan dengan faktor ketakwaan.
H1b Tidak terdapat perbezaan signifikan di antara taraf perkahwinan dengan faktor ketakwaan.
H2 Tidak terdapat perbezaan signifikan di antara demografi usahawan dengan faktor ketelitian.
H2a Tidak terdapat perbezaan signifikan di antara taraf perkahwinan dengan faktor ketelitian.
H2b Tidak terdapat perbezaan signifikan di antara tempoh menjalankan perniagaan dengan faktor ketelitian.
H3 Tidak terdapat perbezaan signifikan di antara demografi usahawan dengan faktor akhlak usahawan terhadap pekerja.

H3a Tidak terdapat perbezaan signifikan di antara taraf perkahwinan dengan faktor akhlak usahawan terhadap pekerja.
H4 Tidak terdapat perbezaan signifikan di antara demografi usahawan dengan faktor jihad harta.
H4a Tidak terdapat perbezaan signifikan di antara taraf perkahwinan dengan faktor jihad harta.
H5 Tidak terdapat perbezaan signifikan di antara demografi usahawan dengan faktor jihad manusiawi.
H5a Tidak terdapat perbezaan signifikan di antara modal perniagaan dengan faktor jihad manusiawi.
H5b Tidak terdapat perbezaan signifikan di antara purata keuntungan dengan faktor jihad manusiawi
H6 Tidak terdapat perbezaan signifikan di antara demografi usahawan dengan faktor kemandirian memulakan perniagaan.
H6a Tidak terdapat perbezaan signifikan di antara purata keuntungan dengan faktor kemandirian memulakan perniagaan.
H7 Tidak terdapat perbezaan signifikan di antara demografi usahawan dengan faktor kemandirian mengembangkan perniagaan.
H7a Tidak terdapat perbezaan signifikan di antara taraf perkahwinan dengan faktor kemandirian mengembangkan perniagaan.
H7b Tidak terdapat perbezaan signifikan di antara modal perniagaan dengan faktor kemandirian mengembangkan perniagaan.
H8 Tidak terdapat perbezaan signifikan yang di antara demografi usahawan dengan pencapaian usahawan.
H8a Tidak terdapat perbezaan signifikan di antara umur dengan pencapaian usahawan.
H8b Tidak terdapat perbezaan signifikan di antara tempoh menjalankan perniagaan dengan pencapaian usahawan.
H8c Tidak terdapat perbezaan signifikan di antara modal perniagaan dengan pencapaian usahawan.
H9 Tidak terdapat hubungan signifikan di antara personaliti usahawan dengan pencapaian usahawan.
H9a Tidak terdapat hubungan signifikan antara faktor ketakwaan dengan pencapaian usahawan.

H9b Tidak terdapat hubungan signifikan antara faktor ketelitian dengan pencapaian usahawan.
H10 Tidak terdapat hubungan signifikan antara akhlak usahawan dengan pencapaian usahawan.
H10a Tidak terdapat hubungan signifikan antara faktor akhlak usahawan terhadap pekerja dengan pencapaian usahawan.
H11 Tidak terdapat hubungan signifikan antara jihad perniagaan dengan pencapaian usahawan.
H11a Tidak terdapat hubungan signifikan antara faktor jihad harta dengan pencapaian usahawan.
H11b Tidak terdapat hubungan signifikan antara faktor jihad manusawi dengan pencapaian usahawan.
H12 Tidak terdapat hubungan signifikan antara kemandirian perniagaan dengan pencapaian usahawan.
H12a Tidak terdapat hubungan signifikan antara faktor kemandirian memulakan perniagaan dengan pencapaian usahawan.
H12b Tidak terdapat hubungan signifikan antara faktor kemandirian mengembangkan perniagaan dengan pencapaian usahawan.

4.5 Perbezaan Demografi Dengan Faktor Kejayaan Usahawan

Bahagian ini melaporkan keputusan mengenai hipotesis 1, 2, 3, 4, 5, 6 dan 7 yang meninjau sama ada wujud perbezaan demografi dengan faktor-faktor kejayaan usahawan.

4.5.1 Perbezaan Demografi Dengan Faktor Ketakwaan

Bahagian ini melaporkan keputusan mengenai ujian hipotesis 1a dan 1b, iaitu meninjau sama ada wujud perbezaan umur dan taraf perkahwinan dengan faktor ketakwaan. Untuk menguji hipotesis ini, maka ujian pekali *Spearman Rho* dan ANOVA dilakukan.

Berdasarkan ujian pekali *Spearman Rho* membuktikan terdapat hubungan signifikan di antara taraf perkahwinan dengan faktor ketakwaan. Keputusan ujian pekali *Spearman Rho* adalah seperti yang ditunjukkan di dalam rajah 4.25 di bawah:

Jadual 4.25: Hubungan Antara Taraf Perkahwinan Dengan Faktor Ketakwaan

Hubungan taraf perkahwinan dengan faktor ketakwaan	n	Pekali Spearman Rho	Nilai P
	206	.188**	.007

Nilai pekali yang diperolehi adalah $Rho=.188^{**}$ dan nilai signifikan adalah $p=0.007$, ($p<0.01$). Analisis ini menunjukkan wujudnya hubungan positif di antara taraf perkahwinan dengan faktor ketakwaan.

Selain itu, berdasarkan analisis ANOVA satu hala bagi tahap umur dan faktor ketakwaan, membuktikan usahawan yang berumur 61 tahun ke atas mempunyai skor min yang paling tinggi iaitu skor min sebanyak 4.29 (S.P=.70) berbanding dengan usahawan yang berumur 41 hingga 50 tahun yang skor min sebanyak 4.23 (S.P=.61), usahawan yang berumur 51 hingga 60 tahun skor min sebanyak 4.15 (S.P=.53), usahawan yang berumur 31 hingga 40 tahun skor min sebanyak 4.14 (S.P=.60) dan usahawan yang berumur kurang daripada 30 tahun skor min sebanyak 3.77 (S.P=.62). Keputusan ANOVA satu hala bagi tahap umur dan faktor ketakwaan adalah seperti yang ditunjukkan di dalam jadual 4.26 di bawah:

Jadual 4.26 Taburan Faktor Ketakwaan Mengikut Umur

Umur	Bilangan (n)	Skor Min	Sisihan Piawai
Bawah 30 tahun	29	3.77	.62
31-40 tahun	36	4.14	.60
41-50 tahun	87	4.23	.61
51-60 tahun	41	4.15	.53
61 tahun ke atas	13	4.29	.70
Jumlah	206	4.14	.62

Keputusan kajian menunjukkan bahawa terdapat perbezaan yang signifikan dalam faktor ketakwaan mengikut umur usahawan. Ini bermakna faktor ketakwaan adalah berbeza antara umur usahawan [$F = (4.201) = 3.46$; $p < .01$]. Keputusan lengkap adalah seperti di dalam jadual 4.27 di bawah:

Jadual 4.27 Ujian ANOVA Faktor Ketakwaan Berdasarkan Umur

Umur	Jumlah kuasa dua	Darjah kebebasan	Min kuasa dua	Nilai F	Signifikan
Antara kumpulan	4.97	4	1.24	3.46	.01
Dalam kumpulan	72.05	201	358		
Jumlah	77.01	205			

Walau bagaimanapun, skor min faktor ketakwaan usahawan Muslim dengan umur usahawan Muslim tidak berbeza secara signifikan. Walaupun keputusan ANOVA sehalia tersebut adalah signifikan secara statistik, perbezaan sebenar skor min antara kumpulan adalah sederhana. Kesan saiz yang digunakan menggunakan Eta kuasa dua adalah 0.06⁵. Keputusan lengkap perbezaan min adalah seperti yang ditunjukkan di dalam jadual 4.28.

Jadual 4.28 Keputusan Ujian Post Hoc Turkey Faktor Ketakwaan Berdasarkan Umur

Umur Usahawan	Perbezaan Min	Ralat Piawai	Signifikan
Bawah 30 tahun	31-40 tahun	-.37	.15
31-40 tahun	41-50 tahun	-.09	.19
41-50 tahun	51-60 tahun	.08	.11
51-60 tahun	61 tahun ke atas	-.14	.19
61 tahun ke atas	Bawah 30 tahun	.52	.20

4.5.2 Perbezaan Demografi Dengan Faktor Ketelitian

Bahagian ini melaporkan keputusan mengenai ujian hipotesis 2a dan 2b, iaitu meninjau sama ada terdapat perbezaan signifikan antara taraf perkahwinan dan tempoh menjalankan perniagaan dengan faktor ketelitian. Ujian pekali Spearman Rho digunakan bagi mengkaji

⁵ Cohen, J., *Applied Multiple Regression/Correlation Analysis For The Behavioral Sciences*, 2nd Edition (New York: Erlbaum, 1988), 176.

hubungan antara taraf perkahwinan dengan faktor ketelitian. Manakala ujian t digunakan bagi mengkaji perbezaan tempoh menjalankan perniagaan dengan faktor ketelitian.

Berdasarkan ujian pekali *Spearman Rho* membuktikan terdapat hubungan signifikan di antara taraf perkahwinan dengan faktor ketelitian. Keputusan ujian pekali *Spearman Rho* adalah seperti yang ditunjukkan di dalam rajah 4.29 di bawah:

Jadual 4.29 Hubungan Antara Taraf Perkahwinan Dengan Faktor Ketelitian

Hubungan taraf perkahwinan dengan faktor ketelitian	n	Pekali Spearman Rho	Nilai P
	206	.150*	.032

Nilai pekali yang diperolehi adalah $Rho=.150^*$ dan nilai signifikan adalah $p=0.032$, ($p<0.05$). Analisis ini menunjukkan wujudnya hubungan positif di antara taraf perkahwinan dengan faktor ketelitian.

Manakala ujian t digunakan bagi mengkaji perbezaan faktor ketelitian antara usahawan yang menjalankan perniagaan 5 hingga 10 tahun dan usahawan yang menjalankan perniagaan lebih dari 10 tahun ke atas, analisis menunjukkan bahawa usahawan yang menjalankan perniagaan lebih dari 10 tahun mempunyai skor min faktor ketelitian lebih tinggi sedikit berbanding dengan usahawan yang menjalankan perniagaan 5 hingga 10 tahun. Skor min bagi usahawan yang menjalankan perniagaan antara 5 hingga 10 tahun ialah sebanyak 4.35 (S.P=.56) dan skor min bagi usahawan yang menjalankan perniagaan lebih dari 10 tahun ialah sebanyak 4.54 (S.P=.52).

Analisis ujian t seterusnya menunjukkan bahawa nilai p adalah 0.45 dan lebih besar dari nilai alpha yang digunakan (0.05). Oleh itu, hipotesis nol yang menyatakan tidak terdapat perbezaan yang signifikan terhadap faktor ketelitian dengan tempoh menjalankan perniagaan adalah diterima. Keputusan yang dapat dibuat dari analisis ini ialah

sememangnya faktor ketelitian dengan tempoh menjalankan perniagaan adalah sama.

Keputusan ujian t adalah seperti yang ditunjukkan di dalam jadual 4.30 di bawah:

Jadual 4.30 Ujian T Di Antara Tempoh Menjalankan Perniagaan Dan Faktor Ketelitian

Tempoh Menjalankan Perniagaan	Bilangan	Min	Sisihan Piawai	Nilai T	Signifikan
5- 10 tahun	113	4.35	.56	-2.59	.45
Lebih 10 tahun	93	4.54	.52		

4.5.3 Perbezaan Demografi Dengan Faktor Akhlak Usahawan Terhadap Pekerja

Bahagian ini melaporkan keputusan mengenai ujian hipotesis 3a, iaitu meninjau sama ada wujudnya hubungan antara taraf perkahwinan dengan faktor akhlak usahawan terhadap pekerja.

Bagi mengkaji hubungan antara taraf perkahwinan dengan faktor akhlak usahawan terhadap pekerja, ujian pekali *Spearman Rho* digunakan. Berdasarkan ujian pekali *Spearman Rho* membuktikan terdapat hubungan signifikan di antara taraf perkahwinan dengan faktor akhlak usahawan terhadap pekerja. Keputusan ujian pekali *Spearman Rho* adalah seperti yang ditunjukkan di dalam rajah 4.31 di bawah:

Jadual 4.31 Hubungan Antara Taraf Perkahwinan Dengan Faktor Akhlak Usahawan Terhadap Pekerja

Hubungan taraf perkahwinan dengan faktor akhlak usahawan terhadap pekerja	n	Pekali Spearman Rho	Nilai P
	206	.276**	.000

Nilai pekali yang diperolehi adalah $Rho=.276^{**}$ dan nilai signifikan adalah $p=0.000$, ($p<0.01$). Analisis ini menunjukkan wujudnya hubungan positif di antara taraf perkahwinan dengan faktor akhlak usahawan terhadap pekerja.

4.5.4 Perbezaan Demografi Dengan Faktor Jihad Harta

Bahagian ini melaporkan keputusan mengenai ujian hipotesis 4a, iaitu meninjau sama ada terdapat hubungan antara taraf perkahwinan dengan faktor jihad harta. Bagi mengkaji perbezaan taraf perkahwinan dengan faktor akhlak usahawan terhadap pekerja, ujian pekali *Spearman Rho* digunakan. Berdasarkan ujian pekali *Spearman Rho* membuktikan tidak terdapat hubungan signifikan di antara taraf perkahwinan dengan faktor jihad harta. Keputusan ujian pekali *Spearman Rho* adalah seperti yang ditunjukkan di dalam rajah 4.32 di bawah:

Jadual 4.32 Hubungan Antara Taraf Perkahwinan Dengan Faktor Jihad Harta

Hubungan taraf perkahwinan dengan faktor jihad harta	n	Pekali Spearman Rho	Nilai P
	206	.131	.061

Nilai pekali yang diperolehi adalah $Rho=.131$ dan nilai signifikan adalah $p=0.61$, ($p,0.01$). Analisis ini menunjukkan wujudnya hubungan negatif yang lemah di antara taraf perkahwinan dengan faktor jihad harta.

4.5.5 Perbezaan Demografi Dengan Faktor Jihad Manusiawi

Bahagian ini melaporkan keputusan mengenai ujian hipotesis 5a dan 5b iaitu meninjau sama ada wujud perbezaan di antara modal perniagaan dan purata keuntungan dengan faktor jihad manusiawi. Bagi mengkaji perbezaan faktor jihad manusiawi di antara modal perniagaan, ujian ANOVA satu hala digunakan. Manakala ujian t digunakan bagi mengkaji perbezaan faktor jihad manusiawi dan purata keuntungan.

Bagi mengkaji perbezaan modal perniagaan dengan faktor jihad manusiawi, ujian ANOVA satu hala digunakan. Keputusan ujian ANOVA satu hala membuktikan usahawan yang mempunyai modal perniagaan RM500,000 ke atas memiliki skor min yang paling tinggi iaitu sebanyak 4.47 (S.P=.50) berbanding dengan usahawan yang mempunyai modal

RM101,000 hingga RM500,000 yang mempunyai skor min sebanyak 4.18 (S.P=.55) dan usahawan yang memiliki modal bawah dari RM100,000 yang mempunyai skor min sebanyak 4.03 (S.P=.59). Keputusan lengkap ujian ANOVA bagi tahap modal perniagaan dengan faktor jihad manusiawi adalah seperti yang ditunjukkan di dalam jadual 4.33 di bawah:

Jadual 4.33 Taburan Jihad Manusiawi Mengikut Modal Perniagaan

Modal Perniagaan	Bilangan (n)	Skor Min	Sisihan Piawai
Bawah RM100,000	118	4.03	.59
RM101,000-RM500,000	42	4.18	.55
RM501,000 ke atas	46	4.47	.50
Jumlah	206	4.16	.59

Keputusan kajian menunjukkan bahawa terdapat perbezaan yang signifikan dalam faktor jihad manusiawi mengikut modal perniagaan. Ini bermakna faktor jihad manusiawi berbeza antara modal perniagaan [$F (2.203) = 10.35; P<0.00$]. Keputusan lengkap adalah seperti yang ditunjukkan di dalam jadual 4.34 di bawah:

Jadual 4.34 Ujian ANOVA Faktor Jihad Manusiawi Berdasarkan Modal Perniagaan

Umur	Jumlah Kuasa Dua	Darjah Kebebasan	Min Kuasa Dua	Nilai F	Signifikan
Antara kumpulan	6.63	2	3.32	10.35	.00
Dalam kumpulan	65.05	203	.32		
Jumlah	71.681	205			

Walau bagaimanapun, skor min bagi usahawan Muslim yang memiliki modal bawah RM100,000 dengan usahawan yang memiliki modal antara RM101,000 hingga RM500,000 tidak berbeza secara signifikan. Walaupun keputusan ANOVA sehala tersebut adalah signifikan secara statistik, perbezaan sebenar skor min antara kumpulan adalah

sederhana. Kesan saiz yang digunakan menggunakan Eta kuasa dua adalah 0.09.⁶ Keputusan lengkap perbezaan min tahap modal perniagaan dengan faktor jihad manusawi adalah seperti di dalam jadual 4.35 di bawah:

Jadual 4.35 Keputusan Ujian Post Hoc Turkey Faktor Jihad Manusawi Berdasarkan Modal Perniagaan

Modal Perniagaan	Perbezaan Min	Ralat Piawai	Signifikan
Bawah RM100,000	-.15	.10	.29
RM101,000-RM500,000			
RM101,000-RM500,000	-.29	.12	.04
RM501,000 ke atas			
RM501,000 ke atas	.45	.10	.00
Bawah RM100,000			

Manakala ujian t digunakan bagi mengkaji perbezaan faktor jihad manusawi antara usahawan yang mempunyai keuntungan perniagaan bawah RM100,000 dan usahawan yang mempunyai RM101,000 dan ke atas, analisis menunjukkan bahawa usahawan yang memiliki keuntungan RM101,000 dan ke atas mempunyai skor min faktor jihad manusawi lebih tinggi berbanding dengan usahawan yang memiliki keuntungan bawah dari RM100,000. Skor min bagi usahawan yang memiliki keuntungan RM101 ke atas ialah sebanyak 4.39 (S.P=.55), manakala skor min bagi usahawan yang memiliki keuntungan perniagaan bawah dari RM100.000 ialah sebanyak 4.04 (S.P=.55).

Analisis ujian t seterusnya menunjukkan bahawa nilai p adalah 0.00, lebih kecil dari nilai alpha yang digunakan (0.05). Oleh itu, hipotesis yang menyatakan terdapat perbezaan yang signifikan terhadap faktor jihad manusawi dengan purata keuntungan adalah diterima. Keputusan ujian t adalah seperti yang ditunjukkan di dalam jadual 4.36.

⁶ Cohen, J., *Applied Multiple Regression/Correlation Analysis For The Behavioral Sciences*, 176.

Jadual 4.36 Ujian T Di Antara Purata Keuntungan Perniagaan Dan Faktor Jihad Manusia

Tempoh Menjalankan Perniagaan	Bilangan	Min	Sisihan Piawai	Nilai T	Signifikan
Bawah RM100,000	117	4.04	.60	-3.24	.00
RM101,000 ke atas	89	4.39	.55	-3.28	

4.5.6 Perbezaan Demografi Dengan Faktor Kemandirian Memulakan Perniagaan

Bahagian ini melaporkan keputusan mengenai ujian hipotesis 6a iaitu meninjau sama ada terdapat perbezaan purata keuntungan dengan faktor kemandirian memulakan perniagaan. Ujian t digunakan bagi mengkaji perbezaan purata keuntungan dengan faktor kemandirian memulakan perniagaan. Analisis menunjukkan bahawa usahawan yang memiliki keuntungan kurang daripada RM100,000 mempunyai skor min faktor kemandirian lebih tinggi berbanding dengan usahawan yang memiliki keuntungan RM101,000 ke atas. Skor min bagi usahawan yang memiliki keuntungan kurang RM100,000 ialah sebanyak 3.04 (S.P=.08) manakala skor bagi usahawan yang mempunyai keuntungan RM101,000 dan ke atas ialah sebanyak 2.81 (S.P=1.02).

Analisis ujian t seterusnya menunjukkan bahawa nilai p adalah 0.08 lebih besar dari nilai alpha yang digunakan (0.05). Oleh itu, hipotesis nol yang menyatakan tidak terdapat perbezaan yang signifikan terhadap faktor kemandirian memulakan perniagaan dengan purata keuntungan adalah diterima. Keputusan ujian t adalah seperti yang ditunjukkan di dalam jadual 4.37 di bawah:

Jadual 4.37 Ujian T Di Antara Purata Keuntungan Perniagaan Dan Faktor Kemandirian Memulakan Perniagaan

Purata Keuntungan	Bilangan	Min	Sisihan Piawai	Nilai T	Signifikan
Bawah RM100,000	117	3.04	.08	1.75	.08
RM101,000 ke atas	89	2.81	1.02	1.72	

4.5.7 Perbezaan Demografi Dengan Faktor Kemandirian Mengembangkan Perniagaan

Bahagian ini melaporkan keputusan mengenai ujian hipotesis 7a dan 7b iaitu meninjau sama ada wujud hubungan antara taraf perkahwinan dengan faktor kemandirian mengembangkan perniagaan dan perbezaan modal perniagaan dengan faktor kemandirian mengembangkan perniagaan.

Bagi mengkaji hubungan taraf perkahwinan dengan faktor kemandirian mengembangkan perniagaan, ujian pekali *Spearman Rho* digunakan. Berdasarkan ujian pekali *Spearman Rho* membuktikan tidak terdapat hubungan signifikan di antara taraf perkahwinan dengan faktor kemandirian mengembangkan perniagaan. Keputusan ujian pekali *Spearman Rho* adalah seperti yang ditunjukkan di dalam rajah 4.38.

Jadual 4.38 Hubungan Antara Taraf Perkahwinan Dengan Faktor Kemandirian Mengembangkan Perniagaan

Hubungan taraf perkahwinan dengan faktor Kemandirian Mengembangkan perniagaan	n	Pekali Spearman Rho	Nilai P
	206	.021	.761

Nilai pekali yang diperolehi adalah $Rho=.021$ dan nilai signifikan adalah $p=.761$, ($p<0.05$). Analisis ini menunjukkan tidak terdapat hubungan di antara taraf perkahwinan dengan faktor kemandirian mengembangkan perniagaan.

Manakala bagi mengkaji perbezaan tahap modal perniagaan dengan faktor kemandirian mengembangkan perniagaan, ujian ANOVA satu hala digunakan. Keputusan ujian ANOVA satu hala membuktikan usahawan yang mempunyai modal perniagaan RM500,000 ke atas memiliki skor min yang paling tinggi iaitu sebanyak 4.44 (S.P=.55) berbanding dengan usahawan yang mempunyai modal RM101,000 hingga RM500,000 yang mempunyai skor min sebanyak 4.26 (S.P=.47) dan bagi usahawan yang memiliki

modal kurang daripada RM100,000 yang mempunyai skor min sebanyak 4.03 (S.P=.58). Keputusan lengkap ujian ANOVA bagi modal perniagaan dengan faktor kemandirian mengembangkan perniagaan adalah seperti yang ditunjukkan di dalam jadual 4.39 di bawah:

Jadual 4.39 Taburan Faktor Kemandirian Mengembangkan Perniagaan Mengikut Modal Perniagaan

Modal Perniagaan	Bilangan (n)	Skor Min	Sisihan Piawai
Bawah RM100,000	118	4.03	.58
RM101,000-RM500,000	42	4.26	.47
RM501,000 ke atas	46	4.37	.55
Jumlah	206	4.15	.57

Keputusan kajian menunjukkan bahawa terdapat perbezaan yang signifikan dalam faktor kemandirian mengembangkan perniagaan mengikut taraf modal perniagaan. Ini bermakna faktor kemandirian mengembangkan perniagaan berbeza antara modal perniagaan [$F (2.203) = 7.38; P<0.00$]. Keputusan lengkap adalah seperti yang ditunjukkan di dalam jadual 4.40 di bawah:

Jadual 4.40 Ujian ANOVA Faktor Kemandirian Mengembangkan Perniagaan Berdasarkan Modal Perniagaan

Umur	Jumlah Kuasa Dua	Darjah Kebebasan	Min Kuasa Dua	Nilai F	Signifikan
Antara kumpulan	4.51	2	2.26	7.38	.00
Dalam kumpulan	62.02	203	.31		
Jumlah	66.53	205			

Walau bagaimanapun, skor min bagi usahawan Muslim yang memiliki modal RM101,000 hingga RM500,000 tidak berbeza secara signifikan. Walaupun keputusan ANOVA sehala tersebut adalah signifikan secara statistik, perbezaan sebenar skor min antara kumpulan adalah sederhana. Kesan saiz yang digunakan menggunakan Eta kuasa

dua adalah 0.07⁷. Keputusan lengkap skor min faktor kemandirian mengembangkan perniagaan dengan modal perniagaan adalah seperti yang ditunjukkan di dalam jadual 4.41 di bawah:

Jadual 4.41 Keputusan Ujian Post Hoc Turkey Faktor Kemandirian Mengembangkan Perniagaan Berdasarkan Modal Perniagaan

Modal Perniagaan	Perbezaan Min	Ralat Piawai	Signifikan
Bawah RM100,000	-.24	.10	.05
RM101,000-RM500,000			
RM101,000-RM500,000	-.10	.12	.65
RM501,000 ke atas			
RM501,000 ke atas	.34	.10	.00
Bawah RM100,000			

4.6 Perbezaan Demografi Dengan Pencapaian Usahawan

Bahagian ini melaporkan keputusan mengenai hipotesis 8 yang meninjau sama ada terdapat perbezaan demografi umur, tempoh menjalankan perniagaan dan modal perniagaan dengan pencapaian usahawan.

Bagi mengkaji perbezaan tahap umur dengan pencapaian usahawan, ujian ANOVA satu hala digunakan. Keputusan ujian ANOVA satu hala membuktikan usahawan yang berumur 61 tahun ke atas mempunyai skor min yang paling tinggi iaitu sebanyak 4.24 (S.P=.59) berbanding dengan usahawan yang berumur 41 hingga 50 tahun yang mempunyai skor min sebanyak 4.09 (S.P=.61), usahawan yang berumur 51 hingga 60 tahun yang mempunyai skor min sebanyak 3.89 (S.P=50), usahawan yang berumur 31 hingga 40 tahun yang mempunyai skor min sebanyak 3.78 (S.P=66) dan usahawan yang berumur bawah 30 tahun yang mempunyai skor min sebanyak 3.73 (S.P=62). Keputusan lengkap ujian ANOVA bagi tahap umur dengan pencapaian usahawan adalah seperti yang ditunjukkan di dalam jadual 4.42:

⁷ Cohen, J., *Applied Multiple Regression/Correlation Analysis For The Behavioral Sciences*, 176.

Jadual 4.42 Taburan Pencapaian Usahawan Mengikut Umur

Umur	Bilangan (n)	Skor Min	Sisihan Piawai
Bawah 30 tahun	29	3.73	.62
31-40 tahun	36	3.78	.66
41-50 tahun	87	4.09	.61
51-60 tahun	41	3.89	.50
61 tahun ke atas	13	4.24	.59
Jumlah	206	3.96	.61

Keputusan kajian menunjukkan bahawa terdapat perbezaan yang signifikan pencapaian usahawan mengikut umur. Ini bermakna pencapaian usahawan berbeza mengikut umur [$F(2.203)=3.35$; $P<0.01$]. Keputusan lengkap adalah seperti yang ditunjukkan di dalam jadual 4.43 di bawah:

Jadual 4.43 Ujian ANOVA Pencapaian Usahawan Berdasarkan Umur

Umur	Jumlah kuasa dua	Darjah kebebasan	Min kuasa dua	Nilai F	Signifikan
Antara kumpulan	5.36	2	1.34	3.75	.01
Dalam kumpulan	71.83	203	.36		
Jumlah	77.19	205			

Walau bagaimanapun, skor min bagi umur usahawan Muslim tidak berbeza secara signifikan. Walaupun keputusan ANOVA sehala tersebut adalah signifikan secara statistik, perbezaan sebenar skor min antara kumpulan adalah sederhana. Kesan saiz yang digunakan menggunakan Eta kuasa dua adalah 0.07^8 . Keputusan lengkap perbezaan skor min pencapaian usahawan berdasarkan umur adalah seperti yang ditunjukkan di dalam jadual 4.44.

Manakala ujian t digunakan bagi mengkaji perbezaan pencapaian usahawan yang menjalankan perniagaan 5 hingga 10 tahun dan usahawan yang menjalankan perniagaan lebih dari 10 tahun ke atas, analisis menunjukkan bahawa usahawan yang menjalankan

⁸Cohen, J., *Applied Multiple Regression/Correlation Analysis For The Behavioral Sciences*, 176.

perniagaan lebih dari 10 tahun mempunyai skor min pencapaian lebih tinggi berbanding dengan usahawan yang menjalankan perniagaan 5 hingga 10 tahun. Skor min usahawan yang menjalankan perniagaan lebih dari 10 tahun ialah sebanyak 4.11 (S.P=.51). Manakala skor min bagi usahawan yang menjalankan perniagaan 5 hingga 10 tahun ialah sebanyak 3.83 (S.P=.66).

Jadual 4.44 Keputusan Ujian Post Hoc Turkey Pencapaian Usahawan Berdasarkan Umur

Umur	Perbezaan Min	Ralat Piawai	Signifikan
Bawah 30 tahun 31-40 tahun	-.052	.15	1.0
31-40 tahun 41-50 tahun	-.31	.12	.07
41-50 tahun 51-60 tahun	.20	.11	.40
51-60 tahun 61 tahun ke atas	-.35	.19	.36
61 tahun ke atas bawah 30 tahun	.51	.20	.09

Analisis ujian t seterusnya menunjukkan bahawa nilai p adalah 0.02 dan lebih kecil dari nilai alpha yang digunakan (0.05). Oleh itu, hipotesis yang menyatakan tidak terdapat perbezaan yang signifikan terhadap pencapaian dengan umur usahawan adalah diterima. Keputusan ujian t adalah seperti yang ditunjukkan di dalam jadual 4.45 di bawah:

Jadual 4.45 Ujian T Di Antara Tempoh Menjalankan Perniagaan Dan Pencapaian Usahawan

Tempoh Menjalankan Perniagaan	Bilangan	Min	Sisihan Piawai	Nilai T	Signifikan
5- 10 tahun	113	3.83	.66	-3.30	.02
Lebih 10 tahun	93	4.11	.51	-3.39	

Selain itu, bagi mengkaji perbezaan tahap modal perniagaan dengan pencapaian usahawan, ujian ANOVA satu hala digunakan. Keputusan ujian ANOVA satu hala membuktikan usahawan yang mempunyai modal perniagaan RM500,000 ke atas memiliki skor min yang paling tinggi iaitu sebanyak 4.24 (S.P=.60) berbanding dengan usahawan yang mempunyai modal RM101,000 hingga RM500,000 yang mempunyai skor min sebanyak 3.99 (S.P=.56) dan usahawan yang memiliki modal kurang daripada RM100,000

yang mempunyai skor min sebanyak 3.87 (S.P=.61). Keputusan ujian ANOVA satu hala tahap modal perniagaan dan pencapaian usahawan berjaya adalah seperti yang ditunjukkan di dalam jadual 4.46 di bawah:

Jadual 4.46 Taburan Pencapaian Usahawan Mengikut Modal Perniagaan

Modal Perniagaan	Bilangan (n)	Skor Min	Sisihan Piawai
Bawah RM100,000	118	3.87	.61
RM101,000-RM500,000	42	3.99	.56
RM501,000 ke atas	46	4.24	.60
Jumlah	206	4.0	.61

Keputusan kajian menunjukkan bahawa terdapat perbezaan yang signifikan pencapaian usahawan mengikut modal perniagaan. Ini bermakna pencapaian usahawan berbeza antara modal perniagaan [$F (2.203) = 6.45; P<0.00$]. Keputusan lengkap adalah seperti yang ditunjukkan di dalam jadual 4.47 di bawah:

Jadual 4.47 Ujian ANOVA Pencapaian Usahawan Berdasarkan Modal Perniagaan

Umur	Jumlah Kuasa Dua	Darjah Kebebasan	Min Kuasa Dua	Nilai F	Signifikan
Antara kumpulan	4.61	2	2.30	6.45	.00
Dalam kumpulan	72.58	203	.36		
Jumlah	77.19	205			

Walau bagaimanapun, skor min bagi usahawan Muslim yang memiliki modal bawah RM100,000 dengan usahawan yang memiliki modal perniagaan RM101,000 hingga RM500,000 tidak berbeza secara signifikan. Walaupun keputusan ANOVA sehala tersebut adalah signifikan secara statistik, perbezaan sebenar skor min antara kumpulan adalah sederhana. Kesan saiz yang digunakan menggunakan Eta kuasa dua adalah 0.06⁹. Keputusan lengkap pencapaian usahawan berdasarkan modal perniagaan adalah seperti yang ditunjukkan di dalam jadual 4.48.

⁹ Cohen, J., *Applied Multiple Regression/Correlation Analysis For The Behavioral Sciences*, 176.

Jadual 4.48 Keputusan Ujian Post Hoc Turkey Pencapaian Usahawan Berdasarkan Modal Perniagaan

Modal Perniagaan	Perbezaan Min	Ralat Piawai	Signifikan
Bawah RM100,000	-.03	.11	.96
RM101,000-RM500,000			
RM101,000-RM500,000	-.34	.13	.02
RM501,000 ke atas			
RM501,000 ke atas	.37	.10	.00
Bawah RM100,000			

Berdasarkan ujian ANOVA, pekali *Spearman Rho* dan ujian t, membuktikan hipotesis nul yang dicadangkan di dalam kajian ini sebahagiannya diterima dan sebahagian lagi ditolak. Hipotesis nul yang ditolak membuktikan terdapat perbezaan dan hubungan signifikan di antara demografi usahawan dengan faktor kejayaan usahawan dan pencapaian usahawan Muslim di Malaysia.

4.7 Analisis Kolerasi

Bagi mendapat gambaran mengenai perhubungan linear di antara pemboleh ubah kajian ini, pengiraan kolerasi Pearson telah dilakukan. Ujian kolerasi ini akan melaporkan keputusan mengenai hipotesis 8, 9, 10, 11 dan 12 yang meninjau sama ada wujud hubungan positif dan signifikan di antara faktor-faktor kejayaan usahawan dengan pencapaian usahawan. Hasil penemuan menunjukkan pemboleh ubah tidak bersandar berkolerasi secara positif dan signifikan dengan pemboleh ubah bersandar.

4.7.1 Hubungan Personaliti Dengan Pencapaian Usahawan.

Bahagian ini melaporkan keputusan mengenai hipotesis 9a dan 9b iaitu menguji hubungan antara faktor personaliti usahawan Muslim yang terdiri daripada faktor ketakwaan dan ketelitian dengan pencapaian usahawan Muslim di Malaysia. Hipotesis 9a dan 9b ialah untuk menguji samada terdapat hubungan positif dan signifikan antara faktor personaliti

dengan pencapaian usahawan. Untuk menguji hubungan pemboleh ubah ini, kolerasi Pearson digunakan.

Nilai kolerasi antara faktor ketakwaan ($r=26^{**}$, $p<0.00$) dan ketelitian ($r=.25^{**}$, $p<0.00$) dengan pencapaian usahawan Muslim berjaya di Malaysia adalah positif dan signifikan. Ini bermakna faktor ketakwaan dan faktor ketelitian mempunyai hubungan positif dan signifikan dengan pencapaian usahawan Muslim berjaya di Malaysia. Jadual 4.49 di bawah menunjukkan analisis kolerasi ke atas hipotesis yang dikemukakan.

Jadual 4.49 Analisis Kolerasi Hubungan Personaliti Usahawan Dengan Pencapaian Usahawan

Pemboleh ubah	Pencapaian Usahawan	
	Nilai r	Signifikan
Ketakwaan	.26**	.00
Teliti	.25**	.00

** $p<0.01$

4.7.2 Hubungan Akhlak Usahawan Dengan Pencapaian Usahawan

Bahagian ini melaporkan keputusan mengenai hipotesis 10a iaitu menguji hubungan antara faktor akhlak usahawan dengan pencapaian usahawan Muslim di Malaysia yang terdiri daripada faktor akhlak usahawan terhadap pekerja dengan pencapaian usahawan Muslim berjaya di Malaysia. Hipotesis 10a ialah untuk menguji samada terdapat hubungan positif dan signifikan antara faktor akhlak usahawan dengan pencapaian usahawan. Untuk menguji hubungan pemboleh ubah ini, kolerasi Pearson digunakan.

Nilai kolerasi antara faktor akhlak usahawan terhadap pekerja ($r=.25^{**}$, $p<0.00$) dengan pencapaian usahawan Muslim berjaya di Malaysia adalah positif dan signifikan. Ini bermakna faktor akhlak usahawan terhadap pekerja mempunyai hubungan positif dan signifikan dengan pencapaian usahawan Muslim di Malaysia. Jadual 4.50 menunjukkan analisis kolerasi ke atas hipotesis yang dikemukakan.

Jadual 4.50 Analisis Kolerasi Hubungan Akhlak Usahawan Terhadap Pekerja Dengan Pencapaian Usahawan

Pemboleh ubah	Pencapaian Usahawan	
	Nilai r	Signifikan
Akhhlak usahawan terhadap pekerja	.25**	.00

**p<0.01

4.7.3 Hubungan Jihad Perniagaan Dengan Pencapaian Usahawan.

Bahagian ini melaporkan keputusan mengenai hipotesis 11a dan 11b iaitu menguji hubungan antara jihad perniagaan yang terdiri daripada faktor jihad harta dan faktor jihad manusia dengan pencapaian usahawan Muslim di Malaysia. Hipotesis 11a dan 11b ialah untuk menguji samada terdapat hubungan positif dan signifikan antara faktor jihad perniagaan dengan pencapaian usahawan. Untuk menguji hubungan pemboleh ubah ini, kolerasi Pearson digunakan.

Nilai kolerasi antara faktor jihad harta ($r=.28^{**}$, $p<0.00$) dan jihad manusia ($r=.39^{**}$, $p<0.00$) dengan pencapaian usahawan adalah signifikan. Ini bermakna faktor jihad harta dan faktor jihad manusia mempunyai hubungan positif dan signifikan dengan pencapaian usahawan Muslim berjaya di Malaysia. Jadual 4.51 di bawah menunjukkan analisis kolerasi ke atas hipotesis yang dikemukakan.

Jadual 4.51 Analisis Kolerasi Hubungan Jihad Perniagaan Dengan Pencapaian Usahawan

Pemboleh Ubah	Pencapaian Usahawan	
	Nilai r	Signifikan
Jihad harta	.28**	.00
Jihad manusia	.39**	.00

**p<0.01

4.7.4 Hubungan Kemandirian Perniagaan Dengan Pencapaian Usahawan.

Bahagian ini melaporkan keputusan mengenai hipotesis 12a dan 12b iaitu menguji hubungan antara kemandirian perniagaan yang terdiri daripada faktor kemandirian

memulakan perniagaan dan faktor kemandirian untuk mengembangkan perniagaan dengan pencapaian usahawan Muslim di Malaysia. Hipotesis 12a dan 12b ialah untuk menguji samada terdapat hubungan positif dan signifikan antara kemandirian dengan pencapaian usahawan. Untuk menguji hubungan pemboleh ubah ini, kolerasi Pearson digunakan.

Nilai kolerasi antara faktor kemandirian memulakan perniagaan dan faktor kemandirian mengembangkan perniagaan dengan pencapaian usahawan Muslim adalah signifikan. Ini bermakna faktor kemandirian memulakan perniagaan dan faktor kemandirian mengembangkan perniagaan mempunyai hubungan yang positif dan signifikan dengan pencapaian usahawan Muslim di Malaysia. Jadual 4.52 di bawah, menunjukkan analisis kolerasi ke atas hipotesis yang dikemukakan.

Jadual 4.52 Analisis Kolerasi Hubungan Kemandirian Perniagaan Dengan Pencapaian Usahawan

Pemboleh ubah	Pencapaian Usahawan	
	Nilai P	Signifikan
Kemandirian memulakan perniagaan	.18**	.01
Kemandirian mengembangkan perniagaan	.23**	.01

**p<0.01

4.8 Analisis Regresi Linear

Bagi memperincikan keputusan kajian bagi hipotesis 9, 10, 11 dan 12. Analisis regresi linear dilakukan untuk memeriksa pengaruh personaliti, akhlak, jihad perniagaan dan kemandirian perniagaan ke atas pencapaian usahawan Muslim di Malaysia.

4.8.1 Analisis Regresi Linear Hubungan Personaliti Usahawan Dengan Pencapaian Usahawan.

Jadual 4.53 di bawah, menunjukkan analisis varians ke atas hipotesis 9a dan 9b yang mana Nilai F =10.91 yang signifikan ($p = 0.00, \leq 0.05$). Ini bermakna terdapat hubungan positif dan signifikan di antara faktor kejayaan usahawan dengan pencapaian usahawan.

Jadual 4.53 Analisis (ANOVA) Hubungan Personaliti Usahawan Dengan Pencapaian Usahawan

Sumber	SS	DF	MS	Nilai F	P
Antara kumpulan	7.41	2	3.70	10.91	.00
Dalam kumpulan	67.25	198	.34		
Jumlah	74.66	200			

Ujian seterusnya adalah untuk menunjukkan hasil penemuan personaliti usahawan dengan pencapaian usahawan. Bagi faktor ketakwaan ($\beta=.191; p<.012$) dan faktor ketelitian ($\beta=.180; p<.02$) mempunyai hubungan positif dan signifikan dengan pencapaian usahawan seperti yang dihipotesiskan. Justeru, penemuan ini menyokong hipotesis 9a dan 9b pada tahap $p<.05$. Analisis mengenai personaliti dan pencapaian usahawan ditunjukkan di dalam jadual 4.54 di bawah.

Jadual 4.54 Analisis Regresi Hubungan Personaliti Usahawan Dan Pencapaian Usahawan

Personaliti Usahawan	Std Beta	T	Sig F
Faktor Ketakwaan	.18	2.39	.02
Faktor Ketelitian	.19	2.53	.01

4.8.2 Analisis Regresi Linear Hubungan Akhlak Usahawan Dengan Pencapaian Usahawan.

Jadual 4.55, menunjukkan analisis varians ke atas hipotesis 10a yang mana nilai F =13.97 yang signifikan ($p = 0.00, \leq 0.05$). Ini bermakna terdapat hubungan positif dan signifikan di antara akhlak usahawan dengan pencapaian usahawan.

Jadual 4.55 Analisis (ANOVA) Hubungan Akhlak Usahawan Dengan Pencapaian Usahawan

Sumber	SS	DF	MS	Nilai F	P
Antara kumpulan	4.90	1	4.90	13.97	.00
Dalam kumpulan	69.76	199	.35		
Jumlah	74.66	200			

Jadual 4.56 di bawah menunjukkan hasil penemuan akhlak usahawan terhadap pekerja dengan pencapaian usahawan. Bagi faktor akhlak usahawan terhadap pekerja ($\beta=.26$; $p<.00$) mempunyai hubungan positif dan signifikan dengan pencapaian usahawan yang seperti yang dihipotesiskan. Analisis mengenai akhlak usahawan dan pencapaian usahawan seperti yang ditunjukkan di dalam jadual 4.56 di bawah:

Jadual 4.56 Analisis Regresi Hubungan Akhlak Usahawan Dengan Pencapaian Usahawan

Akhlak Usahawan	Std Beta	T	Sig F
Faktor akhlak usahawan terhadap pekerja	.26	3.74	.00

4.8.3 Analisis Regresi Linear Hubungan Jihad Perniagaan Dengan Pencapaian Usahawan.

Jadual 4.57 di bawah, menunjukkan analisis varians ke atas hipotesis 11a dan 11b yang mana nilai $F=17.39$ yang signifikan ($p = 0.00, \leq 0.05$). Ini bermakna terdapat hubungan positif dan signifikan di antara jihad perniagaan dengan pencapaian usahawan.

Jadual 4.57 Analisis (ANOVA) Hubungan Jihad Perniagaan Dengan Pencapaian Usahawan

Sumber	SS	DF	MS	Nilai F	P
Antara kumpulan	11.15	2	5.58	17.39	.00
Dalam kumpulan	63.51	198	.32		
Jumlah	74.66	200			

Berdasarkan jadual 4.58 di bawah, menunjukkan hasil penemuan butiran faktor jihad perniagaan dengan pencapaian usahawan. Bagi jihad harta ($\beta=.16$; $p<.04$) dan jihad manusia ($\beta=.28$; $p<.00$) mempunyai hubungan positif dan signifikan dengan pencapaian usahawan seperti mana yang dihipotesiskan. Justeru, penemuan ini menyokong hipotesis

11a dan 11b pada tahap $p<.05$. Analisis regresi antara jihad perniagaan dengan pencapaian usahawan ditunjukkan di dalam jadual 4.58 di bawah:

Jadual 4.58 Analisis Regresi Hubungan Jihad Perniagaan Dengan Pencapaian Usahawan

Jihad Perniagaan	Std Beta	t	Sig F
Faktor Jihad harta	.16	2.105	.04
Faktor Jihad manusiaawi	.28	3.73	.00

4.8.4 Analisis Regresi Linear Hubungan Kemandirian Perniagaan Dengan Pencapaian Usahawan.

Jadual 4.59 dibawah, menunjukkan analisis varians ke atas hipotesis 12a dan 12b yang mana nilai $F=9.01$ yang signifikan ($p=0.00, \leq 0.05$). Ini bermakna terdapat hubungan positif dan signifikan di antara kemandirian perniagaan dengan pencapaian usahawan.

Jadual 4.59 Analisis (ANOVA) Hubungan Signifikan Hubungan Kemandirian Perniagaan Dengan Pencapaian Usahawan

Sumber	SS	DF	MS	Nilai F	P
Antara kumpulan	6.23	2	3.11	9.01	.00
Dalam kumpulan	68.431	198	.346		
Jumlah	74.659	200			

Berdasarkan jadual 4.60, menunjukkan hasil penemuan kemandirian perniagaan dengan pencapaian usahawan. Bagi kemandirian memulakan perniagaan ($\beta=.14; p<.05$) dan kemandirian mengembangkan perniagaan ($\beta=.26; p<.00$) mempunyai hubungan positif dan signifikan dengan pencapaian usahawan seperti yang dihipotesiskan. Justeru, penemuan hipotesis 12a dan 12b menyokong hipotesis kajian pada tahap $p<.05$. Analisis regresi antara kemandirian perniagaan dengan pencapaian usahawan ditunjukkan di dalam jadual 4.60 di bawah:

Jadual 4.60 Analisis Regresi Hubungan Kemandirian Perniagaan Dengan Pencapaian Usahawan

Faktor kemandirian	Std Beta	T	Sig F
Faktor kemandirian memulakan perniagaan	.14	2.0	.047
Faktor kemandirian mengembangkan perniagaan	.26	3.74	.00

Berdasarkan analisis kolerasi dan regresi terhadap hipotesis nul yang dicadangkan di dalam kajian ini, ditolak sepenuhnya. Oleh itu, hipotesis nul yang ditolak membuktikan terdapat hubungan positif antara faktor kejayaan usahawan dan pencapaian usahawan Muslim di Malaysia.

4.9 Rumusan Kajian Kuantitatif

Hasil daripada analisis faktor mengenai faktor-faktor kejayaan dan pencapaian usahawan Muslim di Malaysia menunjukkan, daripada 12 faktor yang dicadangkan di dalam kajian ini, hanya tinggal 7 faktor sahaja yang kekal iaitu faktor ketakwaan mempunyai 4 butiran, ketelitian 4 butiran, akhlak usahawan 5 butiran, jihad harta 2 butiran, jihad manusawi 4 butiran, kemandirian memulakan perniagaan 2 butiran dan kemandirian mengembangkan perniagaan 8 butiran.

Manakala hasil analisis ANOVA, pekali *spearman Rho* dan ujian t yang digunakan untuk mengenalpasti perbezaan dan hubungan antara demografi usahawan dengan faktor kejayaan dan pencapaian usahawan Muslim di Malaysia di dalam hipotesis nul 1, 2, 3, 4, 5, dan 7 sebahagiannya di tolak. Oleh itu, hipotesis nul yang ditolak membuktikan terdapat perbezaan signifikan di antara demografi usahawan dengan faktor-faktor kejayaan usahawan dan pencapaian usahawan di Malaysia. Ringkasan penemuan perbezaan demografi usahawan dengan faktor kejayaan dan pencapaian usahawan Muslim di Malaysia adalah seperti di dalam jadual 4.61 di bawah:

Jadual 4.61 Perbezaan Demografi Usahawan Dengan Faktor Kejayaan Dan Pencapaian Usahawan Muslim Di Malaysia

Hipotesis	Penemuan Kajian
H1 Tidak terdapat perbezaan signifikan di antara demografi usahawan dengan faktor ketakwaan	Ditolak

H1a Tidak terdapat perbezaan signifikan di antara umur usahawan dengan faktor ketakwaan	Ditolak
H1b Tidak terdapat perbezaan signifikan di antara taraf perkahwinan dengan faktor ketakwaan	Ditolak
H2 Tidak terdapat perbezaan signifikan di antara demografi usahawan dengan faktor ketelitian	Diterima sebahagian
H2a Tidak terdapat perbezaan signifikan di antara taraf perkahwinan dengan faktor ketelitian	Ditolak
H2b Tidak terdapat perbezaan signifikan di antara tempoh menjalankan perniagaan dengan faktor ketelitian	Diterima
H3 Tidak terdapat perbezaan signifikan di antara demografi usahawan dengan faktor akhlak usahawan terhadap pekerja	Ditolak
H3a Tidak terdapat perbezaan signifikan di antara taraf perkahwinan dengan faktor akhlak usahawan terhadap pekerja	Ditolak
H4 Tidak terdapat perbezaan signifikan di antara demografi usahawan dengan faktor jihad harta	Ditolak
H4a Tidak terdapat perbezaan signifikan di antara taraf perkahwinan dengan faktor jihad harta	Diterima
H5 Tidak terdapat perbezaan signifikan di antara demografi usahawan dengan faktor jihad manusawi	Ditolak
H5a Tidak terdapat perbezaan signifikan di antara modal perniagaan dengan faktor jihad manusawi	Ditolak
H5b Tidak terdapat perbezaan signifikan di antara purata keuntungan dengan faktor jihad manusawi	Ditolak
H6 Tidak terdapat perbezaan signifikan di antara demografi usahawan dengan faktor kemandirian memulakan perniagaan	Ditolak
H6a Tidak terdapat perbezaan signifikan di antara purata keuntungan dengan faktor kemandirian memulakan perniagaan	Ditolak
H7 Tidak terdapat perbezaan signifikan di antara demografi usahawan dengan faktor kemandirian mengembangkan perniagaan	Ditolak
H7a Tidak terdapat perbezaan signifikan di antara taraf perkahwinan dengan faktor kemandirian mengembangkan perniagaan	Diterima
H7b Tidak terdapat perbezaan signifikan yang di antara modal perniagaan	Ditolak

dengan faktor kemandirian mengembangkan perniagaan	
H8 Tidak terdapat perbezaan signifikan di antara demografi usahawan dengan pencapaian usahawan	Diterima sebahagian
H8a Tidak terdapat perbezaan signifikan di antara umur usahawan dengan pencapaian usahawan	Ditolak
H8b Tidak terdapat perbezaan signifikan di antara tempoh menjalankan perniagaan dengan pencapaian usahawan	Diterima
H8c Tidak terdapat perbezaan signifikan di antara modal perniagaan dengan pencapaian usahawan.	Ditolak

Seterusnya, analisis korelasi dan regresi linear digunakan untuk mengenalpasti hubungan antara faktor-faktor kejayaan usahawan yang terdiri daripada faktor personaliti usahawan, akhlak usahawan, jihad perniagaan dan kemandirian perniagaan dengan pencapaian usahawan Muslim di Malaysia di dalam hipotesis nul 9, 10, 11 dan 12 ditolak sepenuhnya. Oleh itu, hipotesis nul yang ditolak membuktikan terdapat perhubungan positif yang signifikan di antara personaliti, akhlak usahawan, jihad perniagaan dan kemandirian perniagaan dengan pencapaian usahawan Muslim di Malaysia. Ringkasan penemuan kajian adalah seperti di dalam jadual 4.62 di bawah:

Jadual 4.62 Hubungan Faktor-Faktor Kejayaan Dan Pencapaian Usahawan Muslim Di Malaysia

Hipotesis	Penemuan Kajian
H9 Tidak terdapat hubungan signifikan yang positif di antara personaliti usahawan dengan pencapaian usahawan.	Ditolak
H9a Tidak terdapat hubungan signifikan yang positif antara faktor ketakwaan dengan pencapaian usahawan.	Ditolak
H9b Tidak terdapat hubungan signifikan yang positif antara faktor ketelitian dengan pencapaian usahawan.	Ditolak
H10 Tidak terdapat hubungan signifikan yang positif antara akhlak	Ditolak

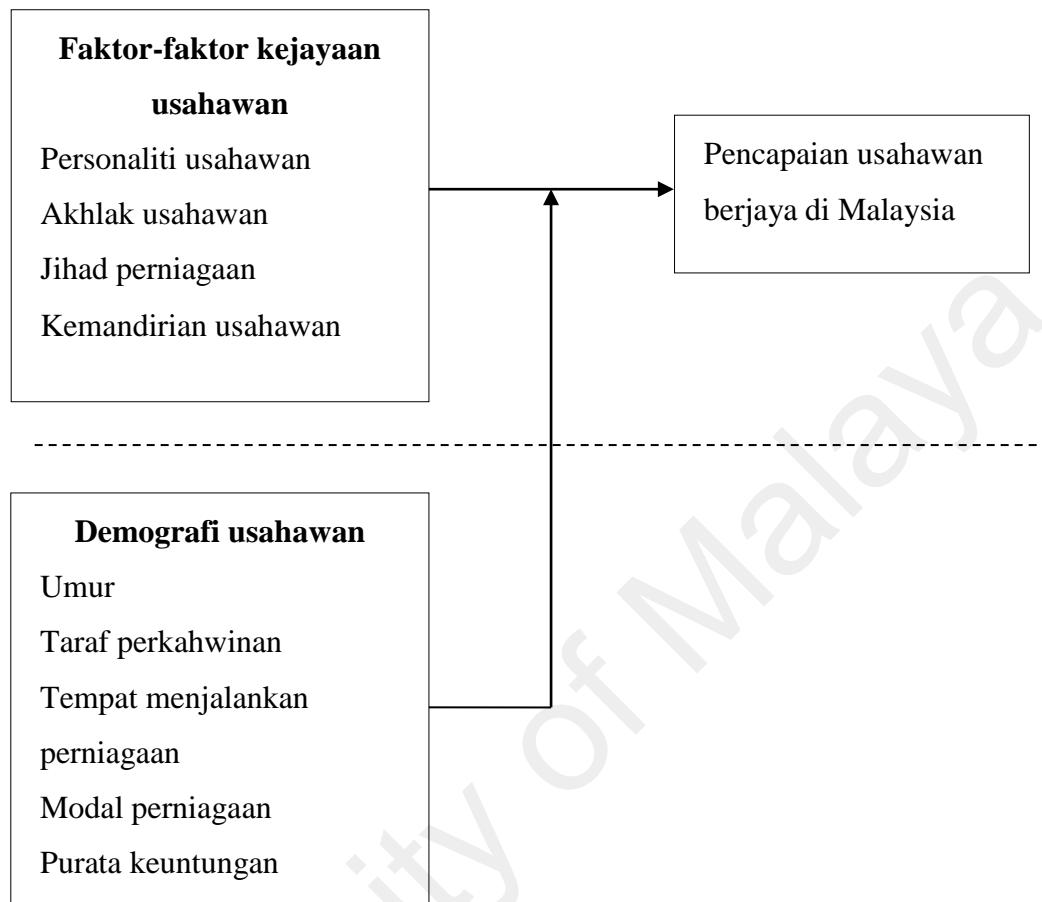
usahawan dengan pencapaian usahawan.	
H10a Tidak terdapat hubungan signifikan yang positif antara faktor akhlak usahawan terhadap pekerja dengan pencapaian usahawan.	Ditolak
H11 Tidak terdapat hubungan signifikan yang positif antara jihad perniagaan dengan pencapaian usahawan.	Ditolak
H11a Tidak terdapat hubungan signifikan yang positif antara faktor jihad harta dengan pencapaian usahawan.	Ditolak
H11b Tidak terdapat hubungan signifikan yang positif antara faktor jihad manusawi dengan pencapaian usahawan.	Ditolak
H12 Tidak terdapat hubungan signifikan yang positif antara kemandirian perniagaan dengan pencapaian usahawan.	Ditolak
H12a Tidak terdapat hubungan signifikan antara faktor kemandirian memulakan perniagaan dengan pencapaian usahawan.	Ditolak
H12b Tidak terdapat hubungan signifikan antara faktor kemandirian mengembangkan perniagaan dengan pencapaian usahawan.	Ditolak

4.10 Model Hubungan Faktor Kejayaan Usahawan Dengan Pencapaian Usahawan

Muslim di Malaysia

Rajah 4.1, menunjukkan model hubungan faktor kejayaan usahawan dengan pencapaian usahawan Muslim di Malaysia. Model di bawah adalah berdasarkan kepada keputusan hipotesis kajian. Keputusan hipotesis 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7 dan 8 menolak hipotesis nol (H_0) dan menerima hipotesis alternatif (H_a). Oleh itu kajian ini jelas membuktikan terdapat perbezaan signifikan di antara demografi usahawan dengan faktor kejayaan dan pencapaian usahawan. Kajian ini membuktikan perbezaan demografi usahawan mempengaruhi faktor-faktor kejayaan dan pencapaian usahawan Muslim di Malaysia. Seterusnya, keputusan hipotesis 9, 10, 11 dan 12 juga menolak hipotesis nol (H_0) dan menerima hipotesis alternatif (H_a). Kajian ini membuktikan faktor-faktor kejayaan usahawan mempengaruhi pencapaian usahawan Muslim di Malaysia.

Rajah 4.1 Model Hubungan Faktor Kejayaan Usahawan Dengan Pencapaian Usahawan Muslim di Malaysia



Model di atas adalah berdasarkan kepada keputusan hipotesis kajian. Keputusan hipotesis 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7 dan 8 di atas jelas membuktikan terdapat perbezaan signifikan di antara demografi usahawan dengan faktor kejayaan dan pencapaian usahawan. Kajian ini membuktikan perbezaan demografi usahawan mempengaruhi faktor-faktor kejayaan dan pencapaian usahawan Muslim di Malaysia. Seterusnya, keputusan hipotesis 9, 10, 11 dan 12 menolak hipotesis nol (H_0) dan menerima hipotesis alternatif (H_a). Kajian ini membuktikan faktor-faktor kejayaan usahawan mempengaruhi pencapaian usahawan Muslim di Malaysia.

4.11 Analisis Dan Penemuan Kajian Kualitatif

Kajian berbentuk kualitatif dengan saiz sampel yang kecil ($n=10$) adalah bertujuan untuk mendapatkan hasil triangulasi berdasarkan kepada dapatan kajian daripada temu bual yang dilakukan terhadap usahawan Muslim di Malaysia. Dapatan kajian yang menggunakan metod kualitatif ini dapat memberikan gambaran, maklumat, penerangan, interpretasi dan pemahaman mendalam bagi menjawab persoalan-persoalan kajian yang telah dibentuk khusus dalam kajian ini. Jadual 4.63 di bawah mengandungi nama usahawan yang di temu bual bersama dengan kod usahawan.

Jadual 4.63 Senarai Usahawan Berjaya Di Malaysia Yang Telah Di Temu Bual Oleh Pengkaji

Kod	Nama Usahawan	Nama Syarikat
U1	Dato' Aliff Syukri bin Kamarzaman	D'Herbs Healthy Sdn Bhd
U2	Datuk Husammudin Haji Yaacob	Kumpulan Media Karangkraf Sdn Bhd
U3	Dr Tengku Asmadi	MAP Training and Consultancy
U4	Haji Muhammad Khanafi Haji Hussin	Al-Ansar Properties SdnBhd
U5	Mohd Harees bin Masian	Info-Trex Sdn Bhd
U6	Haji Mohammad Sahar bin Mat Din	Bulatan Mekar Sdn Bhd
U7	En Ridzwan Shoib	Kolej Kejururawatan Murni
U8	En Romli Ishak	Granulab (M) Sdn Bhd
U9	Datuk Samsul bin Husin	Century Software Sdn Berhad
U10	Ustaz Wan Akshah Wan Abdul Hamid	SNB Kasih Training & Consultancy

Untuk memudahkan proses analisis, penggunaan kod U1 sehingga kod U10 digunakan untuk menggantikan nama responden. Bilangan responden ialah seramai 10 orang yang dianggap memadai untuk tujuan kualitatif ini. Di samping itu, pemilihan responden juga adalah berdasarkan kepada kerelaan dan kesanggupan kesemua usahawan ini untuk melibatkan diri di dalam kajian ini.

4.11.1 Latar Belakang Usahawan Muslim

Jadual 4.64, menunjukkan latar belakang usahawan Muslim di Malaysia yang telah ditemu bual oleh pengkaji. Kesemua usahawan yang ditemu bual adalah lelaki. Majoriti (80

peratus) usahawan berjaya berumur di antara 41 hingga 50 tahun. Kesemua usahawan yang ditemui bual telah mendirikan rumahtangga. Dari segi tahap pendidikan, majoriti (90 peratus) memiliki ijazah.

Jadual 4.64 Latar Belakang Usahawan Muslim Di Malaysia

Demografi		Bilangan	Peratusan
Jantina	Lelaki	10	100%
	Bawah 40 tahun	1	10%
	41-50 tahun	8	80%
	51-60 tahun	1	10%
Umur	Berkahwin	10	100%
	STPM/ A-LEVEL	1	10%
	Degree	6	60%
Taraf Pendidikan	Master/PhD	3	30%

4.11.2 Pencapaian Usahawan Muslim Di Malaysia

Jadual 4.65 menunjukkan latar belakang perniagaan usahawan Muslim di Malaysia.

Jadual 4.65 Latar Belakang Perniagaan Usahawan Muslim Di Malaysia

Profil Perniagaan		Bilangan	Peratusan
Tempoh menjalankan perniagaan	6-9 tahun	3	30%
	Lebih dari 10 tahun	7	70%
	Peruncitan	4	40%
	Pembinaan	2	20%
	Pendidikan	1	10%
	Perkhidmatan	1	10%
	Lebih dari satu perniagaan	2	20%
Jenis perniagaan	Mengasaskan sendiri perniagaan	10	100%
	Simpanan	7	70%
	Bantuan agensi kerajaan	1	10%
Cara mendapatkan modal perniagaan	Lebih dari satu sumber di atas	2	20%
	Pasaran tempatan	7	70%
	Pasaran tempatan dan luar negara	3	30%
Pasaran produk/perkhidmatan	RM10 juta- RM99 juta	8	80%
	RM100 juta- RM999 juta	1	10%
	RM1 billion ke atas	1	10%
Aset perniagaan			

Majoriti (70%) usahawan yang berjaya adalah mereka yang telah menjalankan perniagaan melebihi 10 tahun ke atas. Sebanyak 50 peratus terlibat di dalam peruncitan dan dua puluh memiliki lebih daripada satu perniagaan. Keseluruhan usahawan mengasaskan perniagaan mereka sendiri dan majoriti (70%) menggunakan wang simpanan sendiri untuk bermula. Majoriti (60%) usahawan memasarkan produk atau perkhidmatan mereka di pasaran tempatan dan juga luar negara. Manakala majoriti (80%) usahawan memiliki aset perniagaan di antara RM10 juta hingga RM 100 juta.

4.12 Analisis Tema Faktor-Faktor Kejayaan Usahawan Muslim Di Malaysia

Kajian ini adalah untuk menganalisis tema faktor kejayaan usahawan Muslim di Malaysia yang terdiri daripada faktor personaliti usahawan, akhlak usahawan, jihad perniagaan dan kemandirian perniagaan. Faktor personaliti usahawan, faktor jihad perniagaan dan juga faktor kemandirian perniagaan mempunyai sub-tema, manakala faktor akhlak usahawan Muslim tidak mempunyai sub-tema. Tema bagi faktor personaliti usahawan terdiri daripada faktor ketakwaan, faktor ketelitian, faktor disiplin dan faktor kepimpinan. Manakala tema bagi faktor jihad perniagaan pula adalah jihad melawan hawa nafsu, jihad di dalam menuntut ilmu, jihad di dalam mencari dan memberi harta dan seterusnya, jihad manusawi dan tema bagi faktor kemandirian terdiri daripada faktor kemandirian memulakan perniagaan dan kemandirian mengembangkan perniagaan. Tema faktor-faktor kejayaan usahawan ini dianalisis berdasarkan kepada kekerapan jawapan responden terhadap tema kajian sebagaimana berikut:

4.12.1 Tema Personaliti Usahawan Muslim

Terdapat empat tema di dalam kajian faktor personaliti usahawan Muslim. Empat tema tersebut terdiri daripada faktor ketakwaan, faktor ketelitian, faktor disiplin, dan faktor kepimpinan.

A) Faktor Ketakwaan

Butiran faktor ketakwaan usahawan Muslim dalam kajian ini merangkumi solat lima waktu, suka bersedekah, seorang yang menepati janji, sabar di dalam menerima ujian, sentiasa peka dengan dosa, sentiasa memohon taubat kepada Allah, mengamalkan solat malam, boleh menahan marah, mudah memaafkan orang lain, merendah diri dan melazimi membaca al-Quran. Huraian tema faktor ketakwaan adalah seperti di dalam jadual 4.66 di bawah.

Jadual 4.66 Tema Faktor Ketakwaan Usahawan Muslim

Ketakwaan	Usahawan										Jumlah
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Solat lima waktu		✓	✓		✓	✓			✓	✓	6
Bersedekah		✓	✓		✓	✓			✓	✓	5
Bersabar dengan ujian					✓			✓	✓	✓	4
Peka dengan dosa						✓			✓	✓	3
Membaca al-quran			✓			✓		✓			3
Mengamalkan solat malam			✓						✓		2
Merendah diri	✓										1

Hasil daripada temu bual mendapati enam orang usahawan mengatakan wajib solat lima waktu, enam orang mengatakan sebagai seorang usahawan bersedekah juga penting, empat orang mengatakan seorang usahawan mestilah bersabar menghadapi ujian, dua orang

usahawan menjawab usahawan mestilah peka dengan dosa, dua orang usahawan mengamalkan solat malam, seorang usahawan mempunyai sikap merendah diri dan seorang usahawan lagi membiasakan diri dengan membaca al-Quran.

Walau bagaimanapun, terdapat beberapa butiran untuk faktor ketakwaan yang tidak disebut oleh usahawan antaranya menepati janji, sentiasa bertaubat kepada Allah SWT, boleh menahan marah serta butiran mudah memaafkan orang lain.

B) Faktor Ketelitian

Butiran tema faktor ketelitian usahawan Muslim di Malaysia merangkumi merancang perniagaan, merancang jadual harian, menyusun jadual harian mengikut keperluan, melakukan kerja dengan teliti dan berhati-hati, boleh dipercayai, bertanggungjawab dan sentiasa berfikir panjang sebelum mengambil sesuatu keputusan.

Hasil daripada temu bual mendapati seorang usahawan menjawab merancang jadual harian adalah perlu sebagai seorang usahawan dan majoriti usahawan majoriti usahawan menjawab seorang usahawan perlu melakukan kerja dengan teliti dan berhati-hati.

Walau bagaimanapun, terdapat beberapa butiran ketelitian yang tidak disebut oleh usahawan antaranya merancang perniagaan, menyusun jadual harian mengikut keperluan, boleh dipercayai, bertanggungjawab dan sentiasa berfikir panjang sebelum mengambil sesuatu keputusan. Huraian tema faktor ketelitian adalah seperti di dalam jadual 4.67 di bawah:

Jadual 4.67 Tema Faktor Ketelitian Usahawan Muslim

Ketelitian	Usahawan										Jumlah
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Merancang jadual harian										✓	1
Melakukan kerja dengan teliti dan berhati-hati	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	10

C) Faktor Disiplin

Butiran faktor disiplin usahawan Muslim merangkumi menggunakan masa dengan baik, tidak menangguhkan kerja, menyiapkan kerja dalam tempoh masa yang ditetapkan, tidak menggunakan duit syarikat untuk kepentingan peribadi dan membelanjakan harta mengikut keperluan.

Hasil daripada temu bual mendapati enam orang menjawab, seorang usahawan berjaya menggunakan masa dengan baik, dua orang usahawan menjawab, tidak menangguhkan kerja, tiga orang usahawan menjawab, menyiapkan kerja dalam masa yang ditetapkan, seorang usahawan berjaya menjawab, tidak menggunakan duit syarikat untuk kepentingan peribadi dan sebanyak dua orang usahawan menjawab membelanjakan harta mengikut keperluan. Huraian tema faktor disiplin adalah seperti di dalam jadual 4.68 di bawah:

Jadual 4.68 Tema Faktor Disiplin Usahawan Muslim

Disiplin	Usahawan										Jumlah
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Menggunakan masa sebaik mungkin	✓	✓	✓	✓					✓	✓	6
Tidak menangguhkan kerja					✓	✓					2
Menyiapkan kerja dalam tempoh masa yang ditetapkan							✓	✓			2
Tidak menggunakan duit syarikat untuk keperluan peribadi							✓				1
Membelanjakan harta mengikut keperluan		✓							✓		2

D) Faktor Kepimpinan

Butiran tema faktor kepimpinan usahawan Muslim merangkumi mempunyai hubungan yang rapat dengan orang bawahan, berpandangan jauh melebihi orang bawahan, sentiasa berkomunikasi dengan orang bawahan, amanah dan jujur, menjaga agama dan pemimpin yang mengajak orang bawahan melakukan kebaikan dan mencegah melakukan kemungkarhan. Huraian tema faktor kepimpinan adalah seperti di dalam jadual 4.69 di bawah.

Jadual 4.69 Tema Faktor Kepimpinan Usahawan Muslim

Disiplin	Usahawan										Jumlah
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Mempunyai hubungan yang rapat dengan orang bawahan			✓			✓				✓	3
Berpandangan jauh melebihi orang bawahan				✓			✓	✓			3
Sentiasa berkomunikasi dengan orang bawahan	✓										2
Menjaga agama						✓			✓		1
Mengajak orang bawahan melakukan kebaikan dan mencegah mereka melakukan kemungkarhan		✓	✓		✓						3

Berdasarkan kepada jadual di atas, hasil kajian mendapati, tiga orang usahawan menjawab, seorang usahawan mesti mempunyai hubungan yang rapat dengan orang bawahan. Seramai tiga orang usahawan menjawab, seorang usahawan mestilah berpandangan jauh melebihi orang bawahan, seorang usahawan menjawab, seorang

usahawan juga perlu sentiasa berkomunikasi dengan orang bawahan, dua orang usahawan menjawab, usahawan perlu menjaga agamanya dan seramai tiga orang usahawan menjawab, usahawan berjaya ialah mengajak orang bawahan mereka melakukan kebaikan dan mencegah mereka melakukan kemungkaran.

Walau bagaimanapun, terdapat satu butiran yang tidak diperkatakan oleh usahawan iaitu usahawan berjaya mestilah bersikap jujur dan amanah.

4.12.2 Tema Akhlak Usahawan Muslim

Akhlik usahawan berjaya merangkumi faktor akhlak usahawan terhadap pekerja dan faktor akhlak usahawan terhadap pelanggan.

A) Tema Faktor Akhlak Usahawan Terhadap Pekerja

Butiran faktor akhlak usahawan terhadap pekerja merangkumi memberi upah yang berpatutan kepada pekerja, pekerja berpuas hati dengan upah yang diterima, tidak membebankan pekerja dengan perkara yang tidak mampu dilakukan, membayar kerja lebih masa kepada pekerja, memberikan bonus kepada pekerja, menyediakan intensif kepada pekerja, mengambil berat keselesaan di tempat kerja dan mengambil berat kebersihan di tempat kerja.

Hasil temu bual mendapati, seorang usahawan menjawab, beliau membayar kerja lebih masa kepada pekerja dan seorang usahawan menjawab, beliau mengambil berat keselesaan di tempat kerja.

Walau bagaimanapun, butiran memberi upah yang berpatutan kepada pekerja, tidak membebangkan pekerja dengan perkara yang tidak mampu dilakukan, memberi bonus kepada pekerja dan mengambil berat tentang kebersihan di tempat kerja tidak dijawab oleh

usahawan. Huraian tema faktor akhlak usahawan terhadap pekerja adalah seperti di dalam jadual 4.70 di bawah:

Jadual 4.70 Tema Faktor Akhlak Usahawan Terhadap Pekerja

Akhlak Usahawan Terhadap Pekerja	Usahawan										Jumlah
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Membayar kerja lebih masa kepada pekerja					✓						1
Mengambil berat keselesaan di tempat kerja	✓										1

B) Tema Akhlak Usahawan Terhadap Pelanggan

Butiran tema faktor akhlak usahawan terhadap pelanggan merangkumi sentiasa tersenyum ketika berhadapan dengan pelanggan, berbuat baik kepada pelanggan, bersopan santun kepada pelanggan, sentiasa jujur dengan pelanggan, tidak menjual produk haram kepada pelanggan, tidak melakukan jual beli yang mencurigakan, tidak menerima dan memberi rasuah.

Hasil temu bual mendapati seramai dua orang usahawan mengatakan usahawan perlu berbuat baik kepada pelanggan, tiga orang menjawab, seorang usahawan mestilah sentiasa bersikap jujur terhadap pelanggan mereka dan tiga orang usahawan menjawab, mereka tidak menerima dan memberi rasuah.

Walau bagaimanapun, butiran sentiasa tersenyum ketika berhadapan dengan pelanggan, bersopan santun kepada pelanggan, tidak menjual produk haram kepada pelanggan dan tidak melakukan jual beli yang mencurigakan tidak dijawab oleh usahawan. Huraian tema faktor akhlak usahawan terhadap pelanggan adalah seperti di dalam jadual 4.71.

Jadual 4.71 Tema Faktor Akhlak Usahawan Terhadap Pelanggan

Akhlak Usahawan Terhadap Pelanggan	Usahawan										Jumlah
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Berbuat baik kepada pelanggan	✓									✓	2
Sentiasa jujur dengan pelanggan						✓	✓				2
Tidak menerima dan memberi rasuah					✓			✓			2

4.12.3 Tema Jihad Perniagaan Usahawan Muslim

Bagi tema jihad perniagaan merangkumi jihad melawan hawa nafsu, jihad ilmu, jihad harta dan jihad manusiaawi.

A) Tema Faktor Jihad Melawan Hawa Nafsu

Butiran tema faktor jihad melawan hawa nafsu merangkumi tidak berjudi, tidak minum arak, tidak menyimpan perempuan simpanan, mengingati jasa kedua ibubapa, menziarahi kedua ibubapa, tidak melupakan ahli keluarga dan bukan seorang yang panas baran dan suka bertengkar.

Hasil daripada temu bual mendapati seorang usahawan menjawab, beliau tidak berjudi. Manakala empat orang usahawan menjawab, mereka tidak menyimpan perempuan simpanan dan seorang usahawan menjawab, dia mengingati jasa kedua ibubapa mereka.

Walau bagaimanapun, butiran tidak minum arak, menziarahi kedua ibu bapa, tidak melupakan ahli keluarga dan bukan seorang yang panas barang dan suka bertengkar tidak dijawab oleh usahawan. Huraian tema faktor jihad melawan hawa nafsu seperti di dalam jadual 4.72.

Jadual 4.72 Tema Faktor Jihad Melawan Hawa Nafsu

Jihad Melawan Nafsu	Usahawan										Jumlah
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Tidak berjudi										✓	1
Tidak menyimpan perempuan simpanan	✓	✓		✓				✓			4
Mengingati jasa kedua ibubapa	✓										1

B) Tema Faktor Jihad Ilmu

Butiran tema jihad ilmu merangkumi usahawan suka menghadiri majlis ilmu, mengadakan majlis ilmu kepada pekerja, memberi kursus dan seminar kepada pekerja, menghantar pekerja mengikuti kursus dan latihan, mengadakan penyelidikan dan kajian terhadap produk dan perkhidmatan yang disediakan. Huraian tema faktor jihad ilmu adalah seperti di dalam jadual 4.73 di bawah:

Jadual 4.73 Tema Faktor Jihad Ilmu

Jihad Melawan Ilmu	Usahawan										Jumlah
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Menghadiri majlis ilmu			✓			✓	✓			✓	4
Mengadakan majlis ilmu kepada pekerja							✓				1
Memberi kursus dan seminar kepada pekerja dan orang awam	✓		✓	✓	✓	✓	✓	✓		✓	8
Menghantar pekerja mengikuti kursus dan latihan		✓							✓		2

Hasil temu bual mendapati, empat orang usahawan menjawab, mereka suka menghadiri majlis ilmu, seorang usahawan menjawab, dia mengadakan majlis ilmu kepada

pekerja, seramai lapan orang usahawan menjawab, mereka memberi kursus dan seminar kepada pekerja mereka dan dua usahawan menjawab mereka menghantar pekerja mereka mengikuti kursus dan latihan.

Walau bagaimanapun, butiran mengadakan penyelidikan dan kajian terhadap produk dan perkhidmatan yang disediakan tidak dijawab oleh usahawan.

C) Tema Faktor Jihad Harta

Butiran tema faktor jihad harta merangkumi mencari harta untuk keperluan diri sendiri, mencari harta untuk keperluan keluarga, bertanggungjawab menyediakan makanan, pakaian, tempat tinggal kepada ahli keluarga, sentiasa menunaikan kewajipan membayar zakat dan melaksanakan tanggungjawab sosial.

Hasil temu bual mendapati seorang usahawan menjawab, dia mencari harta untuk keperluan diri sendiri. Manakala seorang usahawan menjawab, dia mencari harta untuk keperluan keluarga. Selain itu, seorang usahawan menjawab, dia bertanggungjawab menyediakan makanan, pakaian, tempat tinggal kepada ahli keluarga. Seterusnya, empat orang usahawan menjawab, mereka sentiasa menunaikan kewajipan membayar zakat dan empat orang usahawan menjawab, mereka melaksanakan tanggungjawab sosial. Huraian tema faktor jihad harta adalah seperti di dalam jadual 4.74.

D) Tema Faktor Jihad Manusiawi

Butiran tema faktor jihad manusia merangkumi menyediakan peluang pekerjaan kepada masyarakat, menjalinkan hubungan yang baik dengan pelanggan dan pembekal, membina hubungan yang baik dengan institusi latihan yang terlibat dengan produk dan perkhidmatan, menjalinkan hubungan yang baik dengan usahawan lain, menjalinkan hubungan yang baik

dengan agensi kerajaan yang ada kaitannya dengan perniagaan, memberikan sumbangan dari aspek masa kepada masyarakat dan memberi sumbangan dari aspek tenaga kepada masyarakat.

Jadual 4.74 Tema Faktor Jihad Harta

Jihad Harta	Usahawan										Jumlah
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Mencari harta untuk keperluan diri sendiri					√						1
Mencari harta untuk keperluan keluarga							√				1
Bertanggungjawab menyediakan makanan, pakaian, tempat tinggal kepada ahli keluarga								√			1
Sentiasa menunaikan kewajipan membayar zakat	√	√						√		√	4
Melaksanakan tanggungjawab sosial				√		√		√		√	4

Hasil temu bual mendapati seramai lima orang usahawan menjawab, mereka menyediakan peluang pekerjaan kepada masyarakat. Manakala empat orang usahawan menjawab, mereka menjalinkan hubungan yang baik dengan pelanggan dan pembekal. Selain itu, seorang usahawan menjawab, mereka membina hubungan yang baik dengan institusi latihan yang terlibat dengan produk atau perkhidmatan. Lima orang usahawan menjawab, mereka menjalinkan hubungan yang baik dengan usahawan lain dan lima orang usahawan menjawab, mereka memberi sumbangan dari aspek masa kepada masyarakat.

Walau bagaimanapun, butiran menjalinkan hubungan yang baik dengan agensi kerajaan dan memberi sumbangan dari aspek masa tidak dijawab oleh usahawan. Huraian mengenai tema faktor jihad manusiawi adalah seperti di dalam jadual 4.75 di bawah:

Jadual 4.75 Tema Faktor Jihad Manusiawi

Jihad Manusiawi	Usahawan										Jumlah
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Menyediakan peluang pekerjaan kepada masyarakat	√	√					√	√	√		5
Menjalinkan hubungan yang baik dengan pelanggan dan juga pembekal	√	√			√	√					4
Membina hubungan yang baik dengan institusi latihan yang terlibat dengan produk atau perkhidmatan	√										1
Menjalinkan hubungan yang baik dengan usahawan lain			√	√			√	√	√		5
Memberikan sumbangan dari aspek masa kepada masyarakat			√	√		√	√		√	√	6

4.12.4 Tema Kemandirian Perniagaan

Tema Kemandirian perniagaan merangkumi tema faktor kemandirian memulakan perniagaan dan tema faktor kemandirian mengembangkan perniagaan.

A) Tema Faktor Kemandirian Memulakan Perniagaan

Tema faktor kemandirian memulakan perniagaan merangkumi mengawal aliran tunai secara teliti, tidak menaikan gaji pekerja, tidak membayar bonus kepada pekerja, berbincang dengan pihak yang memberikan kredit untuk menstrukturkan balik pinjaman, mengambil tindakan memberhentikan pekerja untuk mengurangkan kos, membaiki kelemahan saya sendiri ketika menghadapi masalah dengan pekerja, memberikan penghargaan kepada pekerja yang rajin, memfokuskan kembali kualiti masa, membuat perubahan dan pembaharuan produk, melakukan kerja secara bersungguh-sungguh.

Hasil temu bual mendapati seorang usahawan menjawab, dia akan mengawal aliran tunai ketika menghadapi tahap kemandirian dalam perniagaan. Manakala seorang usahawan menjawab, dia akan mengambil tindakan memberhentikan pekerja. Selain itu, dua orang usahawan menjawab, mereka akan mengambil tindakan membaiki kelemahan hubungan dengan pekerja. Seterusnya, seorang usahawan menjawab, mereka akan memberikan penghargaan kepada pekerja yang rajin. Manakala seorang usahawan menjawab, mereka akan memfokuskan kembali kualiti masa kepada perniagaan yang dijalankan. Selain itu, tiga orang usahawan menjawab, mereka akan membuat perubahan dan pembaharuan kepada produk mereka dan seorang usahawan menjawab, dia akan melakukan kerja bersungguh-sungguh ketika menghadapi kemandirian di dalam perniagaannya.

Walau bagaimanapun, butiran tidak menaikan gaji pekerja, tidak membayar bonus kepada pekerja dan menstrukturkan balik pinjaman tidak dijawab oleh usahawan. Huraian tema faktor kemandirian memulakan perniagaan adalah seperti di dalam jadual 4.76.

Jadual 4.76 Tema Faktor Kemandirian Memulakan Perniagaan

Kemandirian Memulakan Perniagaan	Usahawan										Jumlah
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Mengawal aliran tunai	√										1
Memberhentikan pekerja					√						1
Membaiki kelemahan hubungan dengan pekerja	√									√	2
Memberi penghargaan kepada pekerja yang rajin	√										1
Memfokuskan kualiti masa								√			1
Membuat perubahan dan pembaharuan produk	√	√	√						√		4
Melakukan kerja secara bersungguh-sungguh		√									1

B) Tema Faktor Kemandirian Mengembangkan Perniagaan

Tema faktor kemandirian mengembangkan perniagaan merangkumi pelanggan berpuas hati dengan produk atau perkhidmatan yang ditawarkan, mempunyai kewangan yang cukup untuk mengembangkan perniagaan, mempunyai kemampuan dari aspek pekerja mahir, sikap usahawan itu sendiri membuatkan dia mampu untuk mengembangkan perniagaan dan tenaga kerja yang ada membuatkan usahawan mampu untuk mengembangkan perniagaan.

Hasil temu bual mendapati hanya dua butiran sahaja yang dijawab oleh usahawan iaitu seorang usahawan menjawab, pelanggan dia berpuas hati dengan produk atau perkhidmatan yang ditawarkan. Selain itu, seorang lagi usahawan menjawab sikap yang ada padanya yang membuatkan dia mampu untuk mengembangkan perniagaannya. Manakala

butiran mempunyai kewangan yang cukup untuk mengembangkan perniagaan dan mempunyai kemampuan dari aspek pekerja mahir, tidak dijawab oleh usahawan. Huraian tentang tema faktor kemandirian mengembangkan perniagaan adalah seperti di dalam jadual 4.77 di bawah:

Jadual 4.77 Tema Faktor Kemandirian Mengembangkan Perniagaan

Kemandirian Mengembangkan Perniagaan	Usahawan										Jumlah
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Pelanggan berpuas hati dengan produk atau perkhidmatan yang ditawarkan	✓										1
Memiliki jiwa keusahawanan yang tinggi untuk mengembangkan perniagaan	✓										1

4.13 Analisis Kajian Kualitatif

Hasil analisis tema faktor-faktor kejayaan usahawan Muslim di Malaysia, pengkaji mendapati bahawa usahaan Muslim memiliki faktor-faktor kejayaan seperti yang telah digariskan di dalam kajian ini. Faktor kejayaan usahawan merangkumi faktor personaliti usahawan, akhlak usahawan, jihad perniagaan dan kemandirian perniagaan. Huraian mengenai tema faktor-faktor kejayaan adalah seperti di dalam jadual 4.78.

4.78 Ringkasan Penemuan Kajian Kualitatif

Tema Faktor-Faktor Kejayaan Usahawan		Bilangan Informan
Faktor Ketakwaan		
Solat lima waktu.		6
Bersedekah.		5
Bersabar dengan ujian		4
Peka dengan dosa		3
Membaca al-quran		3

	Mengamalkan solat malam	2
	Merendah diri	1
Faktor Ketelitian		
	Merancang jadual harian	1
	Melakukan kerja dengan teliti	10
Faktor Disiplin		
	Menggunakan masa dengan baik	6
	Tidak menangguhkan kerja	2
	Menyiapkan kerja dalam masa yang ditetapkan	2
	Membelanjakan harta mengikut keperluan	1
	Tidak menggunakan duit syarikat untuk keperluan peribadi	2
Faktor Kepimpinan		
	Mempunyai hubungan yang rapat dengan orang bawahan	3
	Berpandangan jauh melebihi orang bawahan	3
	Mengajak orang bawahan melakukan kebaikan dan mencegah mereka melakukan kejahanan	1
	Menjaga agama	2
	Sentiasa berkomunikasi dengan orang bawahan	3
Akhlak Usahawan	Faktor Akhlak Usahawan Terhadap Pekerja	
	Membayar kerja lebih masa kepada pekerja	1
	Mengambil berat keselesaan di tempat kerja	1
	Faktor Akhlak Usahawan Terhadap pelanggan	
	Tidak menerima dan memberi rasuah	2
	Sentiasa jujur dengan pelanggan	2
Jihad Perniagaan	Faktor Jihad Melawan Hawa Nafsu	
	Tidak menyimpan perempuan simpanan	1
	Tidak berjudi	4

	Mengingati jasa kedua ibubapa	1
Faktor Jihad Ilmu		
	Memberi seminar atau kursus kepada pekerja	8
	Suka menghadiri majlis ilmu	4
	Menghantar pekerja mengikuti kursus atau latihan	2
	Mengadakan majlis ilmu kepada pekerja	1
Faktor Jihad Harta		
	Menunaikan kewajipan membayar zakat	4
	Melaksanakan tanggungjawab sosial	4
	Mencari harta untuk keperluan sendiri	1
	Mencari harta untuk keperluan keluarga	1
	Bertanggungjawab menyediakan makan, pakai tempat tinggal kepada ahli keluarga	1
Faktor Jihad Manusia		
	Menyediakan peluang pekerjaan kepada masyarakat	5
	Menjalinkan hubungan yang baik dengan usahawan lain	5
	Memberikan sumbangan dari aspek masa kepada masyarakat	6
	Menjalinkan hubungan yang baik dengan pelanggan dan pembekal	4
	Menjalinkan hubungan yang baik dengan institusi latihan yang terlibat dengan produk atau perkhidmatan	1
Kemandirian Perniagaan	Faktor Kemandirian Memulakan Perniagaan	
	Membuat perubahan dan pembaharuan produk	4
	Membaiaki kelemahan hubungan dengan pekerja	2
	Mengawal aliran tunai	1
	Memberhentikan pekerja	1
	Memberi penghargaan kepada pelanggan	1

	Memfokuskan kembali kualiti masa	1
	Bersungguh-sungguh melakukan kerja	1
Faktor Kemandirian Mengembangkan Perniagaan		
	Pelanggan berpuas hati dengan produk atau perkhidmatan yang ditawarkan	1
	Memiliki jiwa keusahawanan yang tinggi untuk mengembangkan perniagaan	1

Daripada analisis yang dilakukan, dapatan kajian kualitatif membuktikan, terdapat hubungan di antara demografi usahawan dengan faktor kejayaan usahawan dan pencapaian usahawan muslim di Malaysia. Selain itu, dapatan kajian kualitatif juga membuktikan terdapat hubungan tema faktor-faktor kejayaan usahawan di Malaysia yang terdiri daripada faktor personaliti usahawan, akhlak usahawan, jihad perniagaan dan kemandirian perniagaan dengan pencapaian usahawan Muslim di Malaysia.

4.14 Rumusan Kajian Kuantitatif Dan Kualitatif

Kajian faktor-faktor kejayaan usahawan Muslim ini merangkumi dua metodologi kajian iaitu kajian kuantitatif dan juga kajian kualitatif. Kajian kuantitatif adalah untuk melihat dimensi faktor-faktor kejayaan usahawan Muslim di Malaysia. Manakala kajian kualitatif pula adalah untuk melihat tema faktor-faktor kejayaan usahawan Muslim di Malaysia. Selain itu, kedua-dua metod kajian ini juga melihat hubungan di antara demografi usahawan dengan faktor kejayaan usahawan dan pencapaian usahawan serta melihat hubungan di antara faktor-faktor kejayaan usahawan dengan pencapaian usahawan Muslim di Malaysia.

Model kaedah campuran QUAN-Qual diguna pakai dalam kajian ini yang mana metod kuantitatif akan digunakan terlebih dahulu untuk menguji hipotesis kajian dan

setelah itu disusuli dengan metod kualitatif untuk mengetahui corak kajian. Justeru, rumusan bagi kajian kuantitatif dan kualitatif terbahagi kepada tiga bahagian iaitu daptan kajian kuantitatif dan kualitatif mengenai faktor-faktor kejayaan usahawan, hubungan demografi usahawan dengan faktor-faktor dan pencapaian usahawan serta hubungan faktor-faktor kejayaan dan pencapaian usahawan Muslim di Malaysia.

4.14.1 Dapatan Kajian Kuantitatif Dan Kualitatif Faktor-Faktor Kejayaan Usahawan Muslim Di Malaysia

Dapatan kajian kuantitatif dan kualitatif mengenai dimensi dan tema faktor-faktor kejayaan usahawan Muslim di Malaysia adalah seperti yang ditunjukkan di dalam jadual 4.79. Berdasarkan kepada jadual tersebut, dimensi bagi faktor personaliti usahawan terdiri daripada faktor ketakwaan dan juga ketelitian, manakala tema bagi faktor personaliti usahawan terdiri daripada faktor ketakwaan, ketelitian, disiplin dan juga kepimpinan.

Selain itu, dimensi bagi faktor akhlak usahawan terdiri daripada satu faktor sahaja iaitu faktor akhlak usahawan terhadap pekerja, berbeza dengan tema bagi faktor akhlak usahawan yang terdiri daripada dua faktor iaitu faktor akhlak usahawan terhadap pekerja dan faktor akhlak usahawan terhadap pelanggan.

Seterusnya, dimensi bagi faktor jihad perniagaan terdiri daripada dua faktor iaitu faktor jihad harta dan jihad manusiaawi, berbeza dengan tema bagi faktor jihad perniagaan yang terdiri daripada faktor jihad melawan hawa nafsu, jihad ilmu, jihad harta dan juga jihad manusiaawi.

Manakala dimensi dan tema bagi faktor kemandirian perniagaan mempunyai persamaan iaitu terdapat dua faktor di dalam bahagian ini. Faktor tersebut terdiri daripada faktor kemandirian memulakan perniagaan dan kemandirian mengembangkan perniagaan.

Jadual 4.79 Dapatan Kajian Kuantitatif Dan Kualitatif Faktor- Faktor Kejayaan Usahawan Muslim Di Malaysia

Faktor Kejayaan Usahawan		Kuantitatif	Kualitatif
Personaliti usahawan	Ketakwaan	√	√
	Ketelitian	√	√
	Disiplin	✗	√
	Kepimpinan	✗	√
Akhlak usahawan	Akhlek usahawan terhadap pekerja	√	√
	Akhlek usahawan terhadap pelanggan	✗	√
Jihad Perniagaan	Jihad melawan hawa nafsu	✗	√
	Jihad ilmu	✗	√
	Jihad harta	√	√
	Jihad manusawi	√	√
Kemandirian Perniagaan	Kemandirian memulakan perniagaan	√	√
	Kemandirian mengembangkan perniagaan	√	√

4.14.2 Dapatan Kajian Kuantitatif Dan Kualitatif Perbezaan Demografi Usahawan Dengan Faktor Kejayaan Usahawan Muslim Di Malaysia

Dapatan kajian kuantitatif dan kualitatif mengenai hubungan demografi usahawan dengan faktor kejayaan usahawan Muslim di Malaysia seperti yang ditunjukkan dalam jadual 4.80. Berdasarkan jadual tersebut, umur dan taraf perkahwinan mempunyai perbezaan hubungan dengan faktor ketakwaan. Manakala dapatan kajian kualitatif menunjukkan bahawa umur, taraf perkahwinan, tempoh menjalankan perniagaan dan purata keuntungan usahawan mempunyai perbezaan hubungan dengan ketakwaan seseorang usahawan Muslim di Malaysia.

Jadual 4.80 Dapatan Kajian Kuantitatif dan Kualitatif Perbezaan Demografi Usahawan Dengan Faktor Kejayaan Usahawan Muslim

Demografi	Faktor Kejayaan Usahawan	Kuantitatif	Kualitatif
Umur	Ketakwaan	√	√
Taraf perkahwinan		√	√
Modal perniagaan		×	×
Tempoh menjalankan perniagaan		×	√
Purata keuntungan		×	√
Umur	Ketelitian	×	√
Taraf perkahwinan		√	√
Modal perniagaan		×	×
Tempoh menjalankan perniagaan		√	√
Purata keuntungan		×	√
Umur	Akhlak pekerja	×	√
Taraf perkahwinan		√	√
Modal perniagaan		×	×
Tempoh menjalankan perniagaan		×	√
Purata keuntungan		×	√
Umur	Jihad harta	×	√
Taraf perkahwinan		×	√
Modal perniagaan		×	×
Tempoh menjalankan perniagaan		×	√
Purata keuntungan		×	√
Umur	Jihad manusawi	×	√
Taraf perkahwinan		×	√
Modal perniagaan		√	×
Tempoh menjalankan perniagaan		×	√
Purata keuntungan		√	√
Umur	Kemandirian memulakan perniagaan	×	√
Taraf perkahwinan		×	√
Modal perniagaan		×	×
Tempoh menjalankan perniagaan		×	√
Purata keuntungan		√	√
Umur	Kemandirian mengembangkan perniagaan	×	√
Taraf perkahwinan		×	√
Modal perniagaan		√	×
Tempoh menjalankan perniagaan		×	√
Purata keuntungan		×	√

Berdasarkan jadual 4.80, umur dan taraf perkahwinan mempunyai perbezaan hubungan dengan faktor ketakwaan. Manakala dapatan kajian kualitatif menunjukkan bahawa umur, taraf perkahwinan, tempoh menjalankan perniagaan dan purata keuntungan usahawan mempunyai perbezaan hubungan dengan ketakwaan seseorang usahawan Muslim di Malaysia.

Manakala bagi faktor ketelitian, hasil dapatan kajian kuantitatif mendapati, taraf perkahwinan dan tempoh menjalankan perniagaan mempunyai perbezaan hubungan dengan faktor ketelitian. Manakala hasil dapatan kajian kualitatif menunjukkan bahawa umur, taraf perkahwinan, tempoh menjalankan perniagaan dan purata keuntungan usahawan mempunyai perbezaan hubungan dengan ketelitian seseorang usahawan Muslim di Malaysia.

Seterusnya, bagi faktor akhlak usahawan terhadap pekerja, hasil dapatan kajian kuantitatif mendapati, taraf perkahwinan mempunyai perbezaan hubungan dengan akhlak usahawan terhadap pekerja. Manakala dapatan kajian kualitatif mendapati menunjukkan bahawa umur, tempoh menjalankan perniagaan dan purata keuntungan usahawan mempunyai perbezaan hubungan dengan akhlak usahawan terhadap pekerja.

Selain itu, bagi faktor jihad harta, hasil dapatan kajian kuantitatif mendapati, taraf perkahwinan mempunyai perbezaan hubungan dengan jihad harta. Manakala dapatan kajian kualitatif mendapati, umur, taraf perkahwinan, tempoh menjalankan perniagaan dan purata keuntungan usahawan mempunyai perbezaan hubungan dengan jihad harta usahawan Muslim di Malaysia.

Seterusnya, bagi faktor jihad manusawi, hasil dapatan kajian kuantitatif mendapati, modal perniagaan mempunyai perbezaan hubungan dengan jihad manusawi. Manakala hasil dapatan kajian kualitatif menunjukkan bahawa umur, taraf perkahwinan, tempoh

menjalankan perniagaan dan purata keuntungan usahawan mempunyai perbezaan hubungan dengan jihad manusiawi usahawan Muslim di Malaysia.

Manakala, bagi faktor kemandirian memulakan perniagaan, hasil dapatan kajian mendapati, purata keuntungan mempunyai perbezaan hubungan dengan faktor kemandirian memulakan perniagaan. Manakala bagi kajian kualitatif menunjukkan bahawa umur, taraf perkahwinan, tempoh menjalankan perniagaan dan purata keuntungan mempunyai perbezaan hubungan dengan kemandirian memulakan perniagaan bagi usahawan Muslim di Malaysia.

Seterusnya, bagi faktor kemandirian mengembangkan perniagaan, dapatan kajian kuantitatif mendapati, taraf perkahwinan dan modal perniagaan mempunyai perbezaan hubungan dengan faktor kemandirian mengembangkan perniagaan. Manakala bagi kajian kualitatif, dapatan kajian menunjukkan bahawa umur, taraf perkahwinan, tempoh menjalankan perniagaan dan purata keuntungan mempunyai perbezaan hubungan dengan kemandirian mengembangkan perniagaan bagi usahawan Muslim di Malaysia.

4.14.3 Dapatan Kajian Kuantitatif Dan Kualitatif Perbezaan Demografi Usahawan Dengan Pencapaian Usahawan Muslim Di Malaysia.

Dapatan kajian kuantitatif dan kualitatif mengenai hubungan demografi usahawan dengan pencapaian usahawan Muslim di Malaysia adalah seperti yang ditunjukkan dalam rajah 4.81. Kajian kuantitatif menunjukkan bahawa terdapat perbezaan hubungan di antara umur dan modal perniagaan dengan pencapaian usahawan Muslim di Malaysia. Manakala bagi kajian kualitatif, dapatan kajian menunjukkan bahawa umur, taraf perkahwinan, tempoh menjalankan perniagaan dan purata keuntungan mempunyai hubungan dengan pencapaian usahawan Muslim Di Malaysia.

Jadual 4.81 Dapatan Kajian Kuantitatif Dan Kualitatif Mengenai Perbezaan Demografi Usahawan Dengan Pencapaian Usahawan Muslim

Demografi	Pencapaian Usahawan	Kuantitatif	Kualitatif
Umur	Pencapaian usahawan	√	√
Taraf perkahwinan		×	√
Modal perniagaan		√	×
Tempoh menjalankan perniagaan		×	√
Purata keuntungan		×	√

Berdasarkan jadual di atas, kajian kuantitatif menunjukkan bahawa terdapat perbezaan hubungan di antara umur dan modal perniagaan dengan pencapaian usahawan Muslim di Malaysia. Manakala bagi kajian kualitatif, dapatan kajian menunjukkan bahawa umur, taraf perkahwinan, tempoh menjalankan perniagaan dan purata keuntungan mempunyai hubungan dengan pencapaian usahawan Muslim di Malaysia.

4.14.4 Dapatan Kajian Kuantitatif Dan Kualitatif Hubungan Faktor Kejayaan Usahawan Dengan Pencapaian Usahawan Muslim di Malaysia

Dapatan kajian kuantitatif dan kualitatif mengenai hubungan faktor-faktor kejayaan usahawan dengan pencapaian usahawan Muslim di Malaysia adalah seperti yang ditunjukkan di dalam jadual 4.82. Bagi faktor personaliti usahawan, kajian kuantitatif menunjukkan bahawa faktor ketakwaan dan ketelitian mempunyai hubungan dengan pencapaian usahawan Muslim di Malaysia. Manakala hasil dapatan kajian kualitatif menunjukkan bahawa ketakwaan, ketelitian, disiplin dan kepimpinan mempunyai hubungan dengan pencapaian usahawan Muslim di Malaysia.

Jadual 4.82 Dapatan Kajian Kuantitatif Dan Kualitatif Mengenai Hubungan Faktor Kejayaan Usahawan Dengan Pencapaian Usahawan Muslim

Faktor Kejayaan Usahawan		Kuantitatif	Kualitatif
Personaliti usahawan	Ketakwaan	✓	✓
	Ketelitian	✓	✓
	Disiplin	✗	✓
	Kepimpinan	✗	✓
Akhlak usahawan	Akhlek usahawan terhadap pekerja	✓	✓
	Akhlek usahawan terhadap pelanggan	✗	✓
Jihad Perniagaan	Jihad melawan hawa nafsu	✗	✓
	Jihad ilmu	✗	✓
	Jihad harta	✓	✓
	Jihad manusiaawi	✓	✓
Kemandirian Perniagaan	Kemandirian memulakan perniagaan	✓	✓
	Kemandirian mengembangkan perniagaan	✓	✓

Selain itu, bagi faktor akhlak usahawan, hasil kajian kuantitatif menunjukkan bahawa akhlak usahawan terhadap pekerja mempunyai hubungan dengan pencapaian usahawan Muslim di Malaysia. Manakala hasil dapatan kajian kualitatif menunjukkan akhlak usahawan terhadap pekerja dan akhlak usahawan terhadap pelanggan mempunyai hubungan dengan pencapaian usahawan Muslim di Malaysia.

Manakala bagi faktor jihad perniagaan, hasil kajian kuantitatif menunjukkan bahawa jihad harta dan jihad manusiaawi mempunyai hubungan dengan pencapaian usahawan Muslim di Malaysia. Manakala hasil dapatan kajian kualitatif menunjukkan, jihad melawan hawa nafsu, jihad ilmu, jihad harta dan jihad manusiaawi mempunyai hubungan dengan pencapaian usahawan Muslim di Malaysia.

Seterusnya, bagi faktor kemandirian perniagaan, hasil kajian kuantitatif menunjukkan bahawa kemandirian memulakan perniagaan dan kemandirian mengembangkan perniagaan mempunyai hubungan dengan pencapaian usahawan Muslim

di Malaysia. Dapatan kajian kuantitatif mempunyai persamaan dengan dapatan kajian kualitatif yang menunjukkan bahawa, kemandirian memulakan perniagaan dan kemandirian mengembangkan perniagaan mempunyai hubungan dengan pencapaian usahawan Muslim di Malaysia.

4.15 Kesimpulan

Bahagian ini melapurkan keputusan kajian statistik, inferensi dan juga hasil kajian temu bual. Taburan dan kekerapan data dilihat melalui julat skor, kekerapan dan peratusan. Perbezaan hubungan demografi dengan faktor kejayaan usahawan dan pencapaian usahawan ditinjau dengan menggunakan kaedah ANOVA, ujian t dan juga pekali *Spearman Rho*. Analisis kolerasi dan regresi hierarki digunakan untuk mengkaji hubungan faktor kejayaan usahawan ke atas pencapaian usahawan Muslim di Malaysia. Di samping itu, bagi menyokong kajian ini, analisis kandungan temu bual digunakan untuk melihat tema faktor-faktor kejayaan usahawan, hubungan demografi dengan faktor-faktor kejayaan usahawan dan pencapaian usahawan Muslim di Malaysia. Hasil daripada menggunakan metod campuran ini, dimensi dan tema faktor-faktor kejayaan usahawan telah dikenalpasti. Hasil kajian ini juga membuktikan terdapat perbezaan hubungan demografi dengan faktor kejayaan usahawan dan pencapaian usahawan serta hubungan di antara faktor-faktor kejayaan usahawan dan pencapaian usahawan Muslim di Malaysia. Hasil penemuan kajian berbentuk campuran ini telah memperkuatkan data dan hujah bagi menjawab persoalan dan objektif kajian.

BAB 5

PERBINCANGAN DAN KESIMPULAN

Bab ini mengandungi rumusan penemuan tesis dan perbincangan mengenai penemuan tersebut merangkumi perbincangan dapatan kajian, implikasi kajian, batasan kajian dan saranan kajian pada masa akan datang.

5.1 Perbincangan Dapatan Kajian

Dapatan kajian ini telah menjawab objektif kajian sebagaimana yang telah disarankan di dalam kajian ini dan huraianya adalah sebagaimana berikut:

1. Mengkaji profil, latar belakang perniagaan dan pencapaian usahawan Muslim di Malaysia. Hasil analisis kuantitatif menunjukkan, usahawan Muslim berjaya di Malaysia majoritinya berumur 40 tahun ke atas, telah mendirikan rumahtangga dan tahap pendidikan tertinggi sekurang-kurangnya adalah ijazah. Manakala dari aspek latar belakang perniagaan pula, majoriti usahawan berjaya telah menjalankan perniagaan mereka melebihi lima tahun, mereka mengasaskan perniagaan mereka sendiri, majoriti usahawan memulakan perniagaan mereka dengan modal kurang daripada RM100,000 dan 44 peratus usahawan mendapatkan modal perniagaan daripada duit simpanan sendiri. Majoriti usahawan menjalankan perniagaan mereka di bandar. Majoriti usahawan memasarkan produk atau perkhidmatan di pasaran tempatan sahaja, sebanyak 62 peratus usahawan memiliki kurang daripada 100 orang pekerja dan sebanyak 57 peratus usahawan mempunyai purata keuntungan sebulan kurang daripada RM100,000. Manakala hasil analisis kualitatif mendapati, majoriti usahawan yang ditemui bual berumur 41 hingga 50 tahun dan kesemuanya adalah

lelaki. Majoriti usahawan berkahwin dan pendidikan tertinggi sekurang-kurangnya adalah ijazah pertama.

2. Memeriksa tahap personaliti usahawan, akhlak usahawan, jihad perniagaan, kemandirian perniagaan serta pencapaian usahawan Muslim di Malaysia. Faktor personaliti usahawan terdiri daripada ketakwaan, ketelitian, disiplin dan memiliki sifat kepimpinan. Manakala faktor akhlak usahawan terdiri daripada akhlak usahawan terhadap pekerja dan akhlak usahawan terhadap pelanggan. Bagi faktor jihad perniagaan terdiri daripada jihad melawan hawa nafsu, jihad mencari dan memberi ilmu, jihad mencari dan memberi harta dan juga jihad manusiawi. Seterusnya, faktor yang terakhir ialah faktor kemandirian perniagaan yang terdiri daripada kemandirian memulakan perniagaan dan kemandirian mengembangkan perniagaan. Keseluruhan usahawan memiliki tahap faktor kejayaan yang tinggi. Manakala dari aspek pencapaian usahawan, keseluruhan usahawan memiliki tahap pencapaian usahawan yang tinggi.

3. Menyelidik dimensi dan tema faktor-faktor kejayaan usahawan Muslim di Malaysia. Dimensi bagi faktor personaliti usahawan terdiri daripada faktor ketakwaan dan juga ketelitian, manakala tema bagi faktor personaliti usahawan terdiri daripada faktor ketakwaan, ketelitian, disiplin dan juga kepimpinan. Selain itu, dimensi bagi faktor akhlak usahawan terdiri daripada satu faktor sahaja iaitu faktor akhlak usahawan terhadap pekerja, manakala tema bagi faktor akhlak usahawan terdiri daripada faktor akhlak usahawan terhadap pekerja dan faktor akhlak usahawan terhadap pelanggan. Seterusnya, dimensi bagi faktor jihad perniagaan terdiri daripada dua faktor iaitu faktor jihad harta dan jihad manusiawi. Manakala tema bagi faktor jihad perniagaan terdiri daripada faktor jihad melawan hawa nafsu, jihad ilmu, jihad harta dan juga jihad manusiawi. Selain itu, dimensi

dan tema bagi faktor kemandirian perniagaan adalah sama iaitu faktor kemandirian memulakan perniagaan dan kemandirian mengembangkan perniagaan.

4. Meneliti perbezaan demografi usahawan dengan faktor kejayaan usahawan dan pencapaian usahawan Muslim di Malaysia. Hasil kajian membuktikan terdapat perbezaan umur dan taraf perkahwinan dengan faktor ketakwaan. Manakala dapatan kajian kualitatif menunjukkan bahawa umur, taraf perkahwinan, tempoh menjalankan perniagaan dan purata keuntungan usahawan mempunyai perbezaan hubungan dengan ketakwaan seseorang usahawan Muslim di Malaysia.

Manakala bagi faktor ketelitian, hasil dapatan kajian kuantitatif mendapati, taraf perkahwinan dan tempoh menjalankan perniagaan mempunyai perbezaan hubungan dengan faktor ketelitian. Manakala hasil dapatan kajian kualitatif menunjukkan bahawa umur, taraf perkahwinan, tempoh menjalankan perniagaan dan purata keuntungan usahawan mempunyai perbezaan hubungan dengan ketelitian seseorang usahawan Muslim di Malaysia.

Seterusnya, bagi faktor akhlak usahawan terhadap pekerja, hasil dapatan kajian kuantitatif mendapati, taraf perkahwinan mempunyai perbezaan hubungan dengan akhlak usahawan terhadap pekerja. Manakala dapatan kajian kualitatif mendapati menunjukkan bahawa umur, tempoh menjalankan perniagaan dan purata keuntungan usahawan mempunyai hubungan dengan akhlak usahawan terhadap pekerja.

Selain itu, bagi faktor jihad harta, hasil dapatan kajian kuantitatif mendapati, taraf perkahwinan tidak mempunyai perbezaan hubungan dengan jihad harta. Manakala dapatan kajian kualitatif mendapati, umur, taraf perkahwinan, tempoh menjalankan perniagaan dan purata keuntungan usahawan mempunyai perbezaan hubungan dengan jihad harta usahawan Muslim di Malaysia.

Seterusnya, bagi faktor jihad manusiawi, hasil dapatan kajian kuantitatif mendapati, modal perniagaan mempunyai perbezaan hubungan dengan jihad manusiawi. Manakala hasil dapatan kajian kualitatif menunjukkan bahawa umur, taraf perkahwinan, tempoh menjalankan perniagaan dan purata keuntungan usahawan mempunyai perbezaan hubungan dengan jihad manusiawi usahawan Muslim di Malaysia.

Manakala, bagi faktor kemandirian memulakan perniagaan, hasil dapatan kajian mendapati, purata keuntungan mempunyai perbezaan hubungan dengan faktor kemandirian memulakan perniagaan. Manakala bagi kajian kualitatif menunjukkan bahawa umur, taraf perkahwinan, tempoh menjalankan perniagaan dan purata keuntungan mempunyai perbezaan hubungan dengan kemandirian memulakan perniagaan bagi usahawan Muslim di Malaysia.

Seterusnya, bagi faktor kemandirian mengembangkan perniagaan, dapatan kajian kuantitatif mendapati modal perniagaan mempunyai perbezaan hubungan dengan faktor kemandirian mengembangkan perniagaan. Manakala bagi kajian kualitatif, dapatan kajian menunjukkan bahawa umur, taraf perkahwinan, tempoh menjalankan perniagaan dan purata keuntungan mempunyai perbezaan hubungan dengan kemandirian mengembangkan perniagaan bagi usahawan Muslim di Malaysia.

Selain itu, kajian ini juga memfokuskan kepada hubungan demografi usahawan dengan pencapaian usahawan Muslim di Malaysia. Kajian kuantitatif menunjukkan bahawa terdapat perbezaan hubungan di antara umur dan modal perniagaan dengan pencapaian usahawan Muslim di Malaysia. Manakala bagi kajian kualitatif, dapatan kajian menunjukkan bahawa umur, taraf perkahwinan, tempoh menjalankan perniagaan dan purata keuntungan mempunyai perbezaan hubungan dengan pencapaian usahawan Muslim Di Malaysia.

5. Menganalisis hubungan di antara tahap personaliti usahawan, akhlak usahawan, jihad perniagaan dan kemandirian perniagaan dengan pencapaian usahawan Muslim di Malaysia.

Hasil kajian membuktikan terdapat hubungan yang signifikan di antara faktor-faktor kejayaan usahawan dengan pencapaian usahawan di Malaysia samada dari aspek kuantitatif mahupun kualitatif. Di antara faktor-faktor kejayaan usahawan yang dikaji dalam kajian ini antaranya faktor personaliti, akhlak usahawan, jihad perniagaan dan faktor kemandirian perniagaan. Bagi faktor personaliti, hasil kajian kuantitatif menunjukkan terdapat hubungan yang signifikan di antara faktor ketakwaan dan ketelitian dengan pencapaian usahawan Muslim di Malaysia. Manakala hasil kajian kualitatif menunjukkan terdapat hubungan di antara faktor ketakwaan, ketelitian, disiplin dan kepimpinan dengan pencapaian usahawan Muslim di Malaysia.

Seterusnya, bagi faktor akhlak usahawan, hasil kajian kuantitatif membuktikan terdapat hubungan yang signifikan di antara faktor akhlak usahawan terhadap pekerja dengan pencapaian usahawan Muslim di Malaysia. Manakala hasil kajian kualitatif menunjukkan terdapat hubungan di antara faktor akhlak usahawan terhadap pekerja dan faktor akhlak usahawan terhadap pelanggan dengan pencapaian usahawan Muslim di Malaysia.

Selain itu, bagi faktor jihad perniagaan, hasil kajian kuantitatif membuktikan terdapat hubungan yang signifikan di antara jihad harta dan jihad manusia dengan pencapaian usahawan Muslim di Malaysia. Manakala hasil kajian kualitatif menunjukkan terdapat hubungan di antara jihad melawan hawa nafsu, jihad ilmu, jihad harta dan jihad manusia dengan pencapaian usahawan Muslim di Malaysia.

Seterusnya, bagi faktor kemandirian perniagaan, hasil kajian kuantitatif dan kualitatif adalah sama iaitu terdapat hubungan yang signifikan di antara faktor memulakan perniagaan dan faktor mengembangkan perniagaan dengan pencapaian usahawan Muslim di Malaysia.

5.2 Implikasi Kajian

Kajian ini merupakan kajian pertama yang cuba menghubungkan faktor-faktor kejayaan usahawan yang terdiri daripada faktor kejayaan usahawan dari perspektif Islam dan juga barat dengan pencapaian usahawan khususnya usahawan Muslim berjaya di Malaysia. Hasil penemuan kajian ini telah memberi implikasi secara teori, praktikal dan metodologi seperti yang dibincangkan dengan lebih lanjut di bawah:

5.2.1 Implikasi Teori

Dapatan kajian ini telah memberi sokongan empirikal kepada teori maqasid al-syariah yang mana faktor-faktor kejayaan usahawan Muslim perlu memenuhi prinsip maqasid syariah yang mengandungi lima perkara iaitu menjaga agama (*āddīn*), menjaga jiwa (*ānnāfs*), menjaga akal (*āl-‘āql*), menjaga keturunan (*ānnāsāb*) dan akhirnya, menjaga harta (*āl-māl*). Pada asalnya, menjaga agama merangkumi faktor ketakwaan dan faktor kepimpinan, menjaga nyawa terdiri daripada faktor jihad melawan hawa nafsu, menjaga akal merangkumi faktor disiplin dan jihad ilmu, menjaga maruah terdiri dari faktor akhlak terhadap pekerja, akhlak terhadap pelanggan dan jihad manusawi dan menjaga harta terdiri daripada faktor ketelitian, jihad harta, kemandirian memulakan perniagaan dan juga kemandirian mengembangkan perniagaan. Hasil kajian kuantitatif dan kualitatif membuktikan kesemua faktor yang dikaji memenuhi prinsip maqasid syariah iaitu menjaga

agama merangkumi faktor ketakwaan dan faktor kepimpinan, menjaga nyawa terdiri daripada faktor jihad melawan hawa nafsu, menjaga akal merangkumi faktor disiplin dan jihad ilmu, menjaga maruah terdiri dari faktor akhlak terhadap pekerja, akhlak terhadap pelanggan dan jihad manusawi dan menjaga harta terdiri daripada faktor ketelitian, jihad harta, kemandirian memulakan perniagaan dan juga kemandirian mengembangkan perniagaan. Kaedah *Change Assessment and Scoring Tool* (CAST) telah digunakan di dalam kajian ini bagi mengukur keberkesanan faktor-faktor kejayaan usahawan Muslim di Malaysia. Kaedah CAST ini merupakan salah satu kaedah kajian yang diguna pakai oleh Birtha Mikkelsen (2005) di dalam membuat kajian yang berkait dengan pembangunan manusia. Menerusi kaedah CAST ini, keberkesanan faktor-faktor kejayaan usahawan Muslim di Malaysia dibahagikan kepada tiga kategori iaitu kategori rendah, sederhana dan tinggi. Pencapaian terbaik ialah di antara nilai 3.5 hingga 5.0 yang memberi maksud purata majoriti usahawan Muslim yang dikaji memiliki faktor-faktor kejayaan usahawan pada tahap tinggi. Bagi kategori pencapaian sederhana pula ialah di antara nilai 1.8 hingga 3.4 yang memberi maksud purata majoriti usahawan Muslim yang dikaji memiliki faktor-faktor kejayaan pada tahap sederhana. Manakala bagi kategori pencapaian rendah ialah di antara nilai 0 hingga 1.7 yang memberi maksud purata majoriti usahawan Muslim yang dikaji memiliki faktor-faktor kejayaan pada tahap lemah. Keputusan analisis menunjukkan majoriti usahawan memiliki faktor-faktor kejayaan usahawan pada tahap tinggi iaitu di antara nilai 3.5 hingga 3.62, hanya dua faktor yang berada pada tahap sederhana iaitu faktor jihad nafsu yang mempunyai nilai sebanyak 3.3 dan faktor akhlak usahawan terhadap pekerja yang mempunyai nilai sebanyak 3.4. Ini menunjukkan usahawan yang dikaji memiliki faktor-faktor kejayaan usahawan dan ianya bertepatan dengan prinsip Maqasid al-

Syariah iaitu untuk menjaga agama, nyawa, akal, keturunan dan maruah serta untuk menjaga harta.

Manakala dapatan kajian ini juga telah memberi sokongan empirikal kepada teori motivasi pencapaian oleh Mc Clelland (1985) yang mana tujuan utama usahawan menjalankan perniagaan untuk berjaya di dalam perniagaan yang diceburi. Namun demikian, pendorong utama usahawan Muslim menjalankan perniagaan adalah untuk mendapat kejayaan hidup di dunia dan juga akhirat. Faktor penggerak untuk usahawan Muslim berjaya di dalam perniagaan adalah keperluan kepada pencapaian. Keperluan kepada pencapaian ini mendorong usahawan Muslim kepada bertingkah laku baik. Ukuran tingkah laku usahawan berjaya diukur dengan menggunakan skor min. Hampir keseluruhan tingkah laku usahawan berjaya di Malaysia mempunyai skor min yang tinggi iaitu antara 3.5 hingga 3.62 melainkan akhlak usahawan yang mempunyai skor min yang sederhana iaitu antara 3.14 hingga 3.57. Ini membuktikan usahawan Muslim berjaya di Malaysia melakukan tingkah laku yang terbaik untuk mencapai kejayaan di dalam perniagaan yang diceburi.

Seterusnya, dapatan kajian ini telah memberi sokongan empirikal kepada teori faktor-faktor kejayaan usahawan Muslim yang terdiri daripada faktor personaliti usahawan, akhlak usahawan, jihad perniagaan dan kemandirian perniagaan. Personaliti usahawan terdiri daripada faktor ketakwaan, ketelitian, kepimpinan dan disiplin. Manakala akhlak usahawan terdiri daripada akhlak usahawan terhadap pekerja dan akhlak usahawan terhadap pelanggan. Seterusnya, jihad perniagaan terdiri daripada jihad melawan hawa nafsu, jihad mencari dan memberi ilmu, jihad mencari dan memberi harta dan jihad manusiawi dan akhirnya, kemandirian perniagaan terdiri daripada kemandirian memulakan perniagaan dan kemandirian mengembangkan perniagaan. Walau bagaimanapun, selepas dilakukan analisis

faktor, dapatan kajian kuantitatif hanya menyokong sebahagian faktor sahaja, namun dapatan kajian kualitatif telah menyokong keseluruhan faktor-faktor kejayaan usahawan di Malaysia. Justeru, dapatan kajian kualitatif berperanan memperkuatkan sebahagian data atau bukti yang diperolehi daripada dapatan kajian kuantitatif. Justeru, sokongan data ini berperanan untuk meningkatkan kefahaman bagi sesuatu penelitian terhadap data dan fakta yang dimiliki.

5.2.2 Implikasi Praktikal

Merujuk kepada implikasi praktikal, kajian ini mempunyai tiga implikasi praktikal. Pertama model yang dihasilkan di dalam kajian ini boleh dijadikan rujukan kepada para usahawan yang belum berjaya di dalam perniagaan dan mereka yang berminat untuk menjadi usahawan. Untuk berjaya di dalam perniagaan yang diceburi, seorang usahawan perlu memfokuskan kepada menjaga hubungan dengan Allah dan juga menjaga hubungan sesama manusia. Para usahawan Muslim perlu memiliki sifat ketakwaan, mempunyai ketelitian di dalam melakukan perniagaan, mempunyai disiplin di dalam melakukan kerja dan juga memiliki sifat kepimpinan untuk memimpin organisasi perniagaan. Selain itu, seorang usahawan Muslim perlu memiliki akhlak yang baik samada terhadap pekerja mahupun terhadap pelanggan. Seterusnya, seorang usahawan Muslim perlu memiliki semangat jihad yang tinggi di dalam perniagaan yang diceburi, semangat jihad tersebut merangkumi jihad di dalam melawan hawa nafsu, jihad di dalam mencari dan memberi ilmu, jihad di dalam mencari dan memberi harta dan seterusnya, jihad di dalam berbuat baik sesama manusia yang dikenali sebagai jihad manusawi. Di dalam menjalankan perniagaan, sudah pasti usahawan akan menghadapi tahap kemandirian di dalam perniagaan yang diceburi. Tahap kemandirian yang perlu dihadapi oleh usahawan adalah tahap kemandirian memulakan

perniagaan dan tahap kemandirian untuk mengembangkan perniagaan. Faktor-faktor kejayaan ini sekiranya diamalkan akan menjadikan usahawan berjaya di dalam perniagaan yang diceburi.

Kedua, faktor-faktor kejayaan usahawan yang dikaji berada pada tahap yang amat baik. Ini membuktikan keseluruhan usahawan yang dikaji memiliki faktor-faktor kejayaan usahawan yang tinggi. Oleh itu, faktor-faktor kejayaan usahawan ini boleh dijadikan sebagai modul pelajaran untuk diajar kepada golongan yang berminat untuk menceburkan diri di dalam perniagaan. Untuk berjaya di dalam perniagaan, bukanlah tertakluk kepada mengejar kekayaan harta semata-mata dengan mengabaikan hubungan dengan Allah dan juga mengabaikan akhlak terhadap manusia. Sebagai seorang usahawan Muslim, amalan faktor-faktor kejayaan yang terdiri daripada faktor personaliti usahawan, akhlak usahawan, jihad perniagaan dan kemandirian perniagaan yang mana keseluruhan faktor beroreantasikan prinsip maqasid al-syariah merupakan faktor utama untuk berjaya di dalam perniagaan yang diceburi.

Ketiga, hasil kajian menunjukkan faktor-faktor kejayaan usahawan mempunyai hubungan positif dan signifikan dengan pencapaian usahawan. Justeru, faktor-faktor kejayaan boleh dijadikan motivasi dan model kepada para usahawan yang belum lagi berjaya di dalam perniagaan yang diceburi. Berdasarkan kepada keputusan kajian, untuk berjaya di dalam perniagaan yang diceburi, para usahawan perlu mempunyai sifat ketakwaan, ketelitian, disiplin, memiliki kepimpinan, mempunyai akhlak yang baik terhadap pekerja dan pelanggan, mempunyai semangat juang yang tinggi untuk melawan hawa nafsu, mencari dan memberi ilmu, mencari dan memberi harta serta berjihad di dalam melakukan hubungan yang baik sesama manusia. Selain itu, seorang usahawan perlu tabah

di dalam menghadapi tahap kemandirian di dalam perniagaan mereka samada kemandirian ketika memulakan perniagaan ataupun kemandirian ketika mengembangkan perniagaan.

5.2.3 Implikasi Metodologi

Kajian ini memberi penambahan pengetahuan berkenaan faktor-faktor kejayaan usahawan Muslim yang masih kurang diselidiki dengan menggabungkan dua kaedah kajian iaitu kaedah kuantitatif dan juga kualitatif atau dikenali dengan kaedah campuran (*mixed method*). Tujuan kaedah campuran ini dibentuk adalah untuk menghasilkan fenomena kajian yang kukuh. Ini adalah kerana kaedah campuran ini dapat memantapkan sokongan terhadap sesuatu objektif kajian berbanding dengan menggunakan satu kaedah kajian sahaja. Justeru, kajian mengenai faktor-faktor kejayaan usahawan dan pencapaian usahawan merupakan kajian pertama yang telah menggabungkan kedua-dua metod ini. Selepas analisis faktor dilakukan, hasil kajian kuantitatif membuktikan faktor-faktor kejayaan usahawan terdiri daripada tujuh faktor yang merangkumi faktor ketakwaan, ketelitian, akhlak usahawan terhadap pekerja, jihad harta, jihad manusiaawi, kemandirian memulakan perniagaan dan kemandirian mengembangkan perniagaan. Manakala selepas analisis tema dilakukan, hasil dapatan kajian kualitatif menyokong kajian kuantitatif yang mana faktor kejayaan usahawan Muslim terdiri daripada dua belas faktor utama iaitu faktor ketakwaan, ketelitian, disiplin, kepimpinan, akhlak usahawan terhadap pekerja, akhlak usahawan terhadap pelanggan, jihad melawan hawa nafsu, jihad ilmu, jihad harta, jihad manusiaawi, kemandirian memulakan perniagaan dan kemandirian mengembangkan perniagaan. Justeru, penemuan kajian ini telah membuktikan kepentingan amalan faktor-faktor kejayaan usahawan kepada usahawan Muslim yang berminat untuk menjalankan

perniagaan. Penemuan kajian ini juga membuktikan dapatan kajian kualitatif telah menyokong dapatan kajian kuantitatif.

5.3 Batasan Kajian

Secara umumnya, terdapat dua batasan di dalam kajian ini. Kajian ini memfokuskan kepada faktor-faktor kejayaan usahawan di dalam kepelbagaiannya yang diceburi. Kajian ini tidak memfokuskan kepada sesuatu bidang perniagaan. Ini kerana kajian hubungan faktor kejayaan yang merangkumi faktor personaliti usahawan, akhlak usahawan, jihad perniagaan dan kemandirian perniagaan dengan pencapaian usahawan terhadap usahawan Muslim di Malaysia merupakan kajian yang masih baru. Ini mungkin menyebabkan beberapa faktor-faktor kejayaan di dalam penemuan signifikan, seperti yang telah dihipotesiskan tidak dapat diperolehi.

Kedua, kajian ini hanya memfokuskan kepada usahawan Muslim yang mempunyai pencapaian di dalam perniagaan mereka. Kajian ini tidak mengkaji perbezaan amalan faktor-faktor kejayaan usahawan di antara usahawan yang sudah berjaya dan usahawan yang belum berjaya.

5.4 Saranan Kajian Pada Masa Akan Datang

Berdasarkan kepada hasil penemuan dan batasan kajian, beberapa cadangan boleh diberikan di sini. Kajian ini perlu diteruskan di masa akan datang, memandangkan beberapa faktor kejayaan yang dikaji merupakan teori yang masih baru diperkenalkan di dalam kajian ini. Justeru, besar kemungkinan kesan daripada kajian ini akan menjadi lebih stabil dan lebih mudah diukur sama ada secara objektif maupun subjektif di masa hadapan nanti.

Selain itu, kajian terhadap faktor-faktor kejayaan usahawan perlu dilakukan dengan memfokuskan kepada satu jenis perniagaan sahaja. Dengan demikian, ia akan memberi bukti tentang pengaruh faktor-faktor kejayaan usahawan dengan lebih mendalam dan jelas lagi.

Seterusnya, kajian ini tidak memfokuskan kepada usahawan yang masih belum berjaya di dalam perniagaan mereka. Justeru, kajian di masa hadapan perlu memfokuskan kepada amalan faktor-faktor kejayaan usahawan terhadap golongan usahawan yang masih belum berjaya untuk mengenal pasti perbezaan di antara amalan faktor-faktor kejayaan di antara usahawan yang berjaya dengan usahawan yang belum berjaya.

Kajian akan datang boleh melibatkan reaksi dan respon usahawan yang lebih besar untuk mengetahui sejauh mana mereka mengaplikasikan faktor-faktor kejayaan usahawan di dalam perniagaan mereka. Justeru, perlaksanaan faktor-faktor kejayaan usahawan dapat diukur dengan lebih tepat lagi memandangkan mereka merupakan golongan individu yang merasai kesan langsung daripada perlaksanaan tersebut.

5.5 Kesimpulan

Berdasarkan kepada penemuan ujian hipotesis, kerangka teori mengenai faktor-faktor kejayaan usahawan telah dibina di dalam kajian ini. Kejayaan seorang usahawan tidak bergantung kepada usaha mereka di dalam mengejar kekayaan dunia semata-mata, tetapi apa yang lebih penting adalah keseimbangan mereka di dalam mengejar kekayaan di dunia untuk mendapat ganjaran di hari akhirat kelak. Kajian rentas terhadap 201 usahawan dan kajian temu bual terhadap 10 orang usahawan Muslim berjaya di Malaysia telah membuktikan bahawa mereka mengamalkan faktor-faktor kejayaan usahawan yang telah disarankan di dalam kajian ini. Ini kerana pemboleh ubah ini mempunyai hubungan yang

positif dan signifikan dengan pencapaian usahawan berjaya di Malaysia dan keseluruhan faktor kejayaan usahawan Muslim, mempunyai tema seperti yang ditemui di dalam kajian ini. Akhir sekali, penemuan kajian ini amat penting kepada para usahawan yang ingin berjaya di dalam perniagaan yang diceburi dan juga kepada orang awam yang berminat untuk menceburkan diri di dalam bidang perniagaan. Justeru, pelbagai pihak boleh mengambil dan menjadikan model kajian ini sebagai modul pengajaran dan rujukan untuk melahirkan usahawan berjaya di masa akan datang.

BIBLIOGRAFI

- Āl-Qūrā' nūl Kārīm, Selangor, Penerbit Karya Bestari, 2013.
- A. J Buys dan P.N Mbewana, "Key Success Factor for Business Incubator In South Africa. The Godisa Case Study," *South Africa Journal and Science* 103 (2007): 356.
- A.B. Ibrahim and J.R Goodwin, "Perceived Causes of Success in Small Business," *American Journal of Business* (1987): 41.
- A.H Fatimah Salwa, A. Mohamad-Azahari dan B. Joni-Tamkin, "An Empirical Evidence from Malaysia: What Makes The Muslim Entrepreneurs Succeed?" *International Journal of Economics and Finance* 5. no 7 (2012): 94-103
- Ab Aziz Yusof, *Pendidikan Keusahawanan Dalam Konteks Pembangunan Negara*. Kuala Lumpur, Dewan Bahasa dan Pustaka, 2009.
- Ab Rahman, Asyraf Hj, Fadzli Adam dan Nizaita Omar, *Islam dan Ekonomi*. Kuala Terengganu, Penerbit Universiti Malaysia Terengganu, 2008.
- Abbas J. Ali, "The Islamic Work Ethic in Arabic," *The Journal of Psychology* 126 no. 5 (2001), 507.
- Abdul Aziz Yusof dan Fadhilah Yusof, *Keusahawanan dalam Konteks Islam Hadhari*. Puchong Selangor: Penerbit Scholar Press, 2006.
- Ābdūl Ḥālīm Māhmūd, *Āl Jihād fī āl-Īslām*. Qāhīrāh, Dār āl-Mā'rifāh, t.t.
- Ābdūl Hāmīd Yūnūs, *Dāīrāh āl-Mā'arif*, Mīsr, ās Š 'āb, t.t.
- Abdul Haq al-Ansari, *The Ethical Philosophy of Miskawaih*, India, The Aligarh Muslim University Press, 1964.
- Abdul Rachman, "Strategi Keusahawanan Islam: Kajian Terhadap Peniaga Kecil Di Kechamatan Neglasari, Kota Tenggarang, Indonesia." tesis master Jabatan Syariah Pengurusan, Akademi Pengajian Islam, Universiti Malaya, Kuala Lumpur, 2011.
- Abdul Sami' al-Miri, *Perniagaan dalam Islam*, Kuala Lumpur: Dewan Bahasa dan Pustaka, 1993.
- Abdullah Hassan dan Ainon Mohd, *Komunikasi untuk Pemimpin*, Selangor: PTS Publications dan Distributors Sdn Bhd, 2005.
- Ābī Īsā Mūhāmmād bīn Īsā bīn Sārwāh, *Sūnān Tīrmīdī*. No 1956. J.4, Mīsr, Dārūl Hādīt, 1956.
- Ābīd Tāufiq āl-Hāshīmī, *Tūrūq Tādrīs ād-Dīn*, Cet.2. Bīrūt, Muā'sāsāh āl-Rīsālāh, 1974.

Abu Bakar Hamed dan Syarifah Md Yusof, "Jaringan Usahawan Holistik: Strategi Usahawan Menuju al-falah." Kertas Kerja Seminar Keusahawanan II Peringkat Kebangsaan 2008. Anjuran Syariah Dan Pengurusan, Akademi Pengajian Islam Universiti Malaya, Kuala Lumpur, 15 Oktober 2008.

Ābū Bākār Ğābīr āl-Jāzā‘īrī, *Mīnhāğ āl-Mūslīm*, Qāhīrāh, Dār āl-Fīkrī āl-‘Ārābī, 1964.

Ābū Hāmīd Mūhāmmād ‘Ībn Mūhāmmād ‘Ībn Mūhammād āl-Ğāzālī, *āl-Mūstāfā Mīn ‘Ilm āl-Ūsūl*, Bīrūt, Dār āl-İhyā’ āl-Tūrāt āl-‘Ārābī, 1993.

Ābū Īshāq Ībrāhīm ībn Mūsā ībn Mūhāmmād āl-Lākmī āl-Şātībī, *āl-Mūwāfāqāt fī Ūsūl āl-Şārī‘ah*, j.2, c.3 ed. āl-Şīh ‘ābd Allāh Dārrāz, Bīrūt, Dār āl-Mā’rīfāh, 1997.

Ābū Īshāq Ibrāhīm ‘Ībn Mūsā ‘Ībn Mūhāmmād āl-Lākmī āl-Şātībī, *āl-Mūwāfāqāt fī Ūsūl āl-Şārī‘ah*, 1995.

Adnan Alias, Humam Hj Mohammed dan Mohd Adlan Ibrahim, *Keusahawanan Islam*. Petaling Jaya, Prentice Hall Pearson Malaysia Sdn Bhd, 2002.

Āhmād Bīn Mūhāmmād ībn Mīskāwāyh, *Tāħdīb āl-Āħlāq wā Tāħħir āl-‘A’rāq*. Bīrūt, Māktābāh āl-Tāqāfāh ād-Dīnīāh, 2001

Āhmād ār-Rāysūnī, *Nazāriyyāt āl Māqāsid ‘ind āl-Īmām āl-Şātībī*, Bīrūt, āl Mā’hād āl-‘Ālāmī lī āl-Fīkr al-Īslāmī, 1995.

Ahmad Sarji Bin Abdul Hamid, "Penerapan Nilai Dan Budaya Kerja Cemerlang Dalam Pentadbiran Awam Malaysia," dalam *Koleksi Ucapan-Ucapan dalam Tahun 1992*. Kuala Lumpur, Institut Tadbiran Awan Negara, 1992

Ahmad Warson Munawwir, *Kamus al-Munawwir*, Edisi 14, Surabaya, Pustaka Progresif, 1997.

Aida Idris, "A Profile of Inovative Women Entrepreneurs," *International Business Research* 1. no. 2 (2008): 3-10

Āl Būħārī, *Sāħīħ āl Būħārī*, Bīrūt, Āl Maktābāh āl-Tāqāfīyāh, t.t.

Āl-Bāihāqī āl-Kūbrā, Juz 7, Mākkāh, Māktābāh Dār āl-Bāz, 1999.

Alan Hakinson, David Bartlett dan Bertrand Ducheneaut, "The Key Factors in The Small Profiles of Small-Medium Enterprise Owner-Managers that Influences Business Performance: The UK (Rennes) SME Survey 1995-1997, An International Research Project UK Survey," *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research* 3, no. 4 (1997), 168-175.

Āl-Fāīrūz ‘Ābādī, *āl-Qāmūs āl Mūhīt*, Bīrūt, Dār āl-Kūtūb āl ‘īlmīāh, 1997.

- Alina Zapalska, "A Profile of Women Entrepreneurs and Enterprise In Poland," *Journal of Small Business Management* (1997):76-83.
- Alisson, PD., Multiple Regression: A Premier. Carllifornia, Pine Forge Press, 1999.
- Arbaough, J. B., & Sexton, D.L, "New Firm Growth and Development: A Replication and Extension of Reynolds Research," *Journal of Enterprising Culture* 4, no. 1 (1996): 19-36.
- As Hornby, *Oxford Advanced Leaner's Dictionary*,8 Edition. Oxford University Press, 1998.
- Ashton M.C. dan Lee K. "A Theoretical Basis For The Major Dimensions Of Personality," *European Journal of Personality* 15, (2001), 327.
- Asmadi Mohamed Naim, *Maqasid Syariah Dan Pemikiran Pengurusan Islam*. Sintok, Universiti Utara Malaysia, 2003.
- Azrina Abu Bakar, *Psikologi Personaliti Individu*, Shah Alam, Karisma Publication Sdn Bhd, 2009.
- Babbie, E., *The Practice of Social Research*, Edition11. Victoria: Thomson Wadsworth, 2007.
- Barbara Schneider, "The Human Face Workplace Flexibility," *The Annals of The American Academy of Political and Social Science* 638, (2011),103-112.
- Bachtiar S. Bachri, Meyakinkan Validitas Data Melalui Triangulasi Pada Penelitian Kualitatif, *Jurnal Teknologi Pendidikan Universiti Negeri Surabaya* 10, no 1 (2010), 46-58
- Bhashah Abu Bakar, *Kaedah Analisis Data Penyelidikan Ilmiah*, Kuala Lumpur: Utusan Publications and Distributors Sdn Bhd. 2007.
- Berkay Ozcan, "Only The Lonely? The Influence of The Spouse on The Transition to Self-Employment," *Small Business Economy* 37 (2011): 465-492.
- Bernhardt, K. *Discipline and Child Guidance*. New York: Mc Graw Hill, 1984.
- Boardman C.M., J.W., dan Ratliff, R.L., "Small Business Growth Characteristics," *American Journal of Business* 5, no. 4, (1981): 33-45.
- Brian Headd, "Business Success: Factors Leading to Surviving and Closing Successfully," Discussion Paper Washington DC: Economic Planning and Coordination, Center for Economic Studies, 2000.
- Britta Mikkelsen, *Methods for Development Work and Research*, 2nd Edition, India:Sage Publication, 2005.

Brockhaus, R.H, "Risk Taking Propensity of Entrepreneurs," *Academy of Management Journal* 23, no 3 (1980): 509-520.

Buerah Tunggak, Hussin Salamon dan Baharin Abu, "Keperluan Latihan dan Pendidikan Berterusan ke Arah Pembangunan Usahawan Muslim Berteraskan Nilai Islam di Malaysia," *Jurnal Teknologi* 55 (2011): 121-144.

Burn. R.B. *Introduction to Research Methods*. Melbourne: Logman, 1995.

Cao Yu dan Chen Xiao-Hong. "The Research About The Issues of Firm Survival by Life Table -An Empirical Research Based on The Samples of Hunan's Firms," Kertas Kerja 2008 International Conference on Management Science & Engineering (15th) USA: Long Beach 2008).

Chea Peou, "Relationship Between Entrepreneur Value, Firm Financing, Firm Management, Market Practices And Growth Performance Of Small-Medium Enterprises In Cambodia". tesis kedoktoran, Sintok, Universiti Utara Malaysia, Sintok, 2009.

Cheryl L. Adkins, Steven A. Samaras, Sally W. Gilfillan dan Wayne E. Mcwee. "The Relationship Between Owner Characteristics, Company Size, and The Work-Family Culture And Policies Of Women-Owned Business" *Journal of Small Business Management* 51 no.2 (2013): 196-214.

Chung-Hua Shen And Yuan Chang, "Ambition Versus Conscience, Does Corporate Social Responsibility Pay Off? The Application of Matching Methods," *Journal Of Business Ethics* 88 (2009), 133-153.

Coakes, S.J dan Steed, L.G., *SPSS Analysis without Anguish*. Brisbane, John Wiley & Sons Australia, Ltd, 2001.

Cohen, J., *Applied Multiple Regression/Correlation Analysis For The Behavioral Sciences*, 2nd Edition. New York: Erlbaum, 1988.

Crawford, G., "An Analysis of Management Factors That May Contribute to The Success or Failure of Selected Small Retailing" tesis kedoktoran, USA, University of Arkansas, 1974.

Cynthia Mathieu, "Personality and Job Satisfaction: The Role of Narcissism" *Personality and Individual Differences* 55 (2013): 650-654.

D. J Storey and P. Wynarczyk, "The Survival and Non Survival Of Micro Firms in The UK," *Review of Industrial Organizational* 11, (1996): 211-229.

Daniel Zainal Abidin. *Tip-Tip Cemerlang daripada Al-Quran*. Selangor, PTS Publication & Distributors Sdn Bhd, 2009.

Darwish A. Yousef, "Islamic Work Ethic: A Moderator between Organizational Commitment and Job Satisfaction in a Cross-Cultural Context," *Personal Review* 30, no 2 (2001): 152-169.

Das K., "Flexibly Together: Surviving and Growing In A Garment Cluster, Ahmadabad, India" *The Journal of Entrepreneurship* 5, no. 2 (1996): 153-177.

Dato' Dr Ismail Ibrahim, "Etika Kepimpinan dalam Islam," Kertas Kerja Kepimpinan Serantau. Kuala Lumpur, 14-15 Jun 1999.

David S. Evans, "The Relationship between Firm Growth, Size and Age: Estimates For 100 Manufacturing Industries". *The Journal of Industrial Economics* Vol XXXV. June (1987): 567-580.

Donald F. Kuratko and Richard M. Hodgetts, "Entrepreneurship Theory, Process and Practice." Seventh Edition. USA: Thomson South-Western.

Dorothea Schafer dan Oleksandr Talavera, "Small Business Survival and Inheritance: Evidence from Germany," *Small Business Economic* 32 (2009): 95-109.

Dr Rohi Baalbaki, *Al-Mawrid*, Beirut, Dar El-Ilm Lilmalayin, 2001.

Dr. Mahfodz Mohamed, *Jenayah dalam Malaysia: Satu Kajian Ilmiah Mengenai Hukum-Hukum Hudud*. Kuala Lumpur, Nurin Enterprise, 1987.

Drucker P.F, *What is a business? Marketing and Advertising*. New York, Mc Graw Hill, 1963.

"40 Richest Malaysians," *Malaysian Business*, 16 Februari 2010.

Eysenck. H.J, *The Structure of Human Personality*. Boston, Houghton Mifflin, 1970.

Flannery, Thomas P, H.Ofrich, David A, Platten dan Paul E, *People Performance And Pay-Dynamic Compensation for Changing Organizations*. New York, The Free Press, 1996.

Gay, LR, Geoffrey E.Mills dan Peter Airasian, *Educational Research: Competencies for Analysis and Applications*, Columbus: Pearson Merill Prentice Hall, 2009.

Georgious Fotopoulos & Helen Louri, "Location and Survival of New Entry," *Small Business Economics* 14. (2000): 311-321.

Glesne, Corrine and Alan Peshkin, *Becoming Qualitative Researchers: An Introduction*. New York. Logman, 1992.

Gould-Williams, J., "The Importance of Human Resource Practices and Workplace Trust In Achieving Superior Performance: A Study of Public Sector Organizations," *International Journal Of Human Resource Management* 14, No.1 (2003). 28-37.

Guilford, J.P., *Fundamental of Statistic in Psychology and Education*. New York, Mc Graw Hill, 1956.

Gunasegaran A/L Karuppantan, “Kepuasan Bekerja oleh Pekerja Am Rendah di Sekolah Menengah Wilayah Persekutuan.” tesis master pengurusan, Kuala Lumpur, Universiti Malaya, 1998.

Habibah Elias dan Noran Fauziah Yaakub, *Psikologi Personaliti*. Kuala Lumpur, Dewan Bahasa dan Pustaka, 1997.

Hailani Muji Tahir, *Baitul Mal: Institusi Kewangan Islam*. Kajang: Sincer Press, 1982.

Hair, J.F, Black, W.C., Babin, Anderson, R.E & Tatham, R.L, *Multivariate Data Analysis, 6th Edition*. New Jersey: Pearson International Edition, 2006.

Hans Wehr, *A Dictionary of Modern Written Arabic*. New York: Ithaca, 1976.

Hatun Ufuk dan Ozlen Ozgen, “The Profile of Women Entrepreneurs: A Sample from Turkey,” *International Journal of Consumer Studies*, 25 (2001): 299-308.

Hendrickson, U.L.and Psarouthakis, J., *Managing the growing firm*. USA: Prentice-Hall, Inc, 1992.

Hidayati Karim,“Personaliti Muslimah: Kajian Terhadap Ayat 32 Dan 33 Surah Al Ahzab” Latihan Ilmiah, Jabatan al-Quran dan Hadis, Jabatan Pengajian Usuluddin, Akademi Pengajian Islam, Universiti Malaya, 2004.

Hough L.M dan Ones D.S, “The Structure, Measurement, Validity and Use of Personality Variables In Industrial. Work and Organizational Psychology” dalam *Handbook of Work Psychology*.New York: Sage, 2001.

Hough L.M, “The ‘Big Five’ Personality Variables-Construct Confusion: Description versus Prediction,” *Human Performance* 5, (1992): 139-151.

Moon H (2001). “The Two Faces Of Conscientiousness: Duty and Achievement-Striving Within Evaluation Of Commitment Dilemmas,” *Journal of Applied Psychology*, 86 (2001): 533-540.

Howard H, Frederick dan Donald F Kuratko, *Entreprenuership: Theory, Process and Practice*. 2nd Asia-Pacific Editor, Australia, Cangage Learning, 2010.

Hull C.J., “Comment on Technology Strategy in Small And Medium-Sized Firms,” dalam *The Economics of Small Firms: A European Challenge*, ed. Z.J Acs and D.B Audretsch, Dordrech, Kluwer Academic Publishers, 1990.

Humphry Hung, “Formation and Survival of New Ventures,”*International Small Business Journal* 24, (2002): 359-378.

Hurtz, G.M dan Donovan, J.J. "Personality and Job Performance: The Big Five Revisited" *Journal of Applied Psychology* 85 (2000): 869-879.

Ian Richard Netton, *A Popular Dictionary of Islam*. London: Curzon Press, 1992.

Ībn Qāyyīm, *Zād āl-Mā'ād fī Hādyī āl-Hāirāt*. Bīrūt: al-Mūassasah al-Rīsalah, 1996

Ībnū Mānzūr, *Līsān āl-'Arab*, Vol.3. Mīsr, Mū'asasah al-Mīṣrīah al-'Ammāh, 1956.

Ībrāhīm Mūṣṭafā, *Mū'jām āl-Wāṣit*, Bīrūt, Māktābāh al-Islāmīah, t.t

Idris Zakaria, "Kepimpinan Negara: Persamaan Pemikiran Plato, Al-Farabi dan Ibnu Sina," *Pemikir*, Oktober-Disember (Kuala Lumpur: Utusan Melayu (Malaysia) Berhad, 1996)

Ilhaamie Abdul Ghani Azmi, "Amalan Pengurusan Sumber Manusia Berteraskan Kompetensi dan kualiti Perkhidmatan Dalam Organisasi Awam di Malaysia: Kesalingbergantungan Tugasan Sebagai Penyederhana" tesis kedoktoran, Universiti Sains Malaysia, Pulau Pinang, 2008.

Īmām Abū Hūsīn Muṣlīm bīn Āl-Hāg, *Ṣāḥīḥ Muṣlīm*, Bīrūt, Dār al-Kūtub 'Ilmīyah, 1998.

Īmām al-Ğāzālī, *Īhyā' 'Ulūmūddīn, Tāhqāq wā Tāhrīg Ahmād 'Abdūrrāzāq āl-Bākri*, Mīsr, Dārūl Sālām, 2005.

Īmām al-Hāfiẓ Āhmād bīn 'Ālī bīn Hājār al-Āshālānī, *Fāthūl Bārī*, Dāmšiq, Dārūl Fāihā, 2000.

Imam Syamsuddin ad-Damasyqi Asy-Syafi'I, *70 Golongan Penghuni Neraka*. Jakarta, Penerbitan CV Cendikia Sentra Muslim, 2003.

'Ismā'il al-Ḩāsānī, *Nādārīyāt āl-Māqāsīd 'Ind al-Īmām Mūhāmmād āl-Tāhir 'Ibn 'Aśūr* Virginia. International Institute of Thought, 1995.

Jackson. S.L, *Research Methods and Statistic: A Critical Thinking Approach*. Edisi ke-2 Carifonia, Thomson Wadsworth, 2006.

Jālāl ād-Dīn al-Fārīsī, *āl-Jīhīd Ā'lā Mārāhīl Tātāwwūr al-Kāffāh āl Wāṭānī*, Tīhrān, al-Māktābāh āt-Tīgārīyah, 1982.

Jāmīl Sālībā, *āl-Mū'jām āl-Fālsāfī*, J.4, Bīrūt, Dār al-Kītāb al-Lūbnānī, 1982.

Jeffrey H. Greenhaus dan Nicholas J. Beutell, "Sources of Conflict Between Work and family Roles" *Academy of Management Review* Vol 10, no 1 (1985):76-88.

Johan Graafland, Corrie Mazereeuw and Aziza Yahya, "Islam and Socially Responsible Business Conduct: An Empirical Study of Dutch Entrepreneurs," *Business Ethics: A European Review* 15, no. 4 (2006), 390-406.

Johan Wiklund dan Dean Shepherd, "Entrepreneurial Orientation and Small Business Performance: A Configurational Approach," *Journal of Business Venturing* 20 (2004): 71-91.

John W.Creswell, *Research Design Qualitative, Quantitative and Mixed Methods Approaches*, 2nd Edition. USA, Sage Publications. Inc., 2003.

Josef Bruderl, Peter Preisendorfer dan Rolf Ziegler, "Survival Chances of Newly Founded Business Organizations," *American Sociological Review* 57, (1992), 227-242.

Kam, B.C., "The Mechanics of Sustaining an Enterprise," *Journal of Enterprising Culture* 2, no.1, (1994): 601-615.

Kamus Dewan Edisi Ketiga, Kuala Lumpur, Dewan Bahasa dan Pustaka, 2000.

Kathryn Watson, Sandra Hogarth-Scott and Nicholas Wilson, "Small Business Start-Ups: Success Factor and Support Implications," *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research* 4, no.3 (1998): 217-238.

Khairul Fadli, "Peranan Pendakwah dalam Pembangunan Ekonomi Masyarakat Medan Indonesia" tesis master, Akademi Pengajian Islam, 2011.

Khled M.K Alhyazat, "The Role of Islamic Work Ethics In Developing Organizational Citizenship Behavior at The Jordanian Press Foundation," *Journal of Islamic Marketing*. 3, no. 2 (2012): 139-154.

Kotler, P. & Cox, K., *Marketing, Management and Strategy*, 4th Ed. New Jersey-Englewood Cliffs, Prentice Hall, 1998.

Kyambalesa H., *Successful in Managing a Small Business*. UK: Ashgate Publishing Ltd, 1994.

Laporan Tahunan 2011" laman Sesawang *Suruhanjaya Syarikat Malaysia*, dicapai 23 Mei 2011,http://www.ssm.com.my/sites/default/files/annual_report/Laporan_Thnan_SS_M_201.pdf

Leech, N.L., Barrett, K.C dan Morgan, G.A., *SPSS for Intermediate Statistics: Use and Interpretation*, Ed. ke-2. New Jersey, Lawrence Erlbaum Associates, Publisher, 2005.

Liangrong Zu and Lina Song, "Determinants of Managerial Values: On Corporate Social Responsibility: Evidence from China," *Journal of Business Ethics* 88 (2009): 105-117.

Lisa K. Gundry dan Harold P. Welsch, "The Ambitious Entrepreneur: High Growth Strategies of Women-Owned Enterprises," *Journal of Business Venturing* 16 (2001): 453-470.

Lūis M‘alūf, *āl-Mūnjīd*, Bīrūt, āl Māktābāh āl-Ḥūlūkīāh, t.t.

Lūis Mā'lūf, *āl-Mūnġīd Fī āl-Lūgāh Wā āl-Ā'lām*, Bīrūt, Dār āl- Māšrīq, 1986.

Ma’arof Redzuan, Abd Razak Abd Rahim dan Nurfazreen Aina Muhamad Nasharudin, “Pembentukan Keupayaan Individu dalam Kalangan Usahawan Wanita Industri Kecil,” *Akademia* 82, no.1 (2012): 57-64.

Maharati Yaghoob, “The Relationship between Personal Qualities of Entrepreneurs and Their Success in Small Industries: An Empirical Study in Iranian Culture,” *China-USA Business Review* 10, no. 7 (2011): 551-565.

Mahmoud Yasin, “Entrepreneurial Effectiveness And Achievement In Arab Culture: New Evidence To Rekindle Interest In Old Predictor,” *Journal Of Business Research* 3 (1996): 69-77.

Mājmā’ āl-Lūgāh āl-‘Ārābīāh, *M‘ūjām āl-Wāṣīṭ*, J.1, Cet.2, Mīṣr, Dār āl-M‘ārīf, 1972.

Mannan, A.M., *Growth and Development of Small Enterprise: Case of Bangladesh*. UK, Ashgate Publishing Co. 1993.

Marshall, R., Leong, D., Choo, J., Koh, S., & Thay, P., “Critical Success Factor for Singapore Companies Operating in The Peoples’ Republic of China,” *Journal of Enterprising Culture* 3, no.1 (1995): 85-101.

Maryam Pawan Ahmad, “Hubungan antara Majikan dengan Pekerja,” dalam *Pengurusan Perniagaan Islam*, Shah Alam, Percetakan Hizbi Sdn Bhd, 1991.

Maxwell Scott E., Kelly, Ken, Rausch, Joseph R, “Sample Size Planning for Statistical Power and Accuracy in Parameter Estimation,” *Annual Review of Psychology* 59, (2008): 537-551.

Mc Clelland, D.C., *Human Motivation*. New York, Cambridge University Press, 1987.

Mc Clelland, D.C., *The Achieving Society*. New York, D Van Nostrand Reinhold, 1996.

Merriem. S.B, *Qualitative Research and Case Study Application in Education*, 2nd Edition. San Francisco, Jossey-Bass, 1998.

Michael D.Fetters, Leslie A. Curry and John W. Creswell. Achieving Integration in Mixed Methods Designs- Principles and Practices, *Health Services Research* 48. No 6 (2013), 2134-2152

Mīftāh Mūhāmmād ‘Ābdūl ‘Āzīz, *Āl-Qūra ’n wā ‘Ilm Ānnāfs*, Bāgāzī, Jāmī’āh Qāizūn, 1997.

Miles, J. dan Shevlin, M., *Applying Regression and Correlation: A Guide for Students and Researchers*. California, Sage Publications Ltd, 2001.

Mīqdād Yāljān, *Āl-Īttījāh āl-Āhlāqī fī āl-Islām*, Mīsr, Māktābāh Tāhrījī, 1973.

Mohamad Noorizuddin Noah dan Hisham Sabri, "Konsep Penjenamaan Struktur Pemakanan Milik IKS Muslim" makalah, Seminar Keusahawanan Islam Peringkat Kebangsaan, Jabatan Syariah dan Pengurusan, Akademi Pengajian Islam, Universiti Malaya, 6 September 2005.

Mohd Ali Abu Bakar. *Kewajipan Muslim*. Kota Bharu: Syarikat Jaffar Rawas, 2000.

Mohd Azhar Abd Hamid, Azmi Shah Suratman & Muhamad Fauzi Othman, "Senario Pendidikan Moral Masyarakat Melayu Zaman Teknologi Komunikasi Maklumat ICT: Trend, Hala Tuju Dan Model Pendidikan Keluarga Islam," *Jurnal Teknologi* 35 (2001): 45-70.

Mohd Fadilah Kamsah dan Muhammad Zakaria, *Langkah Bijak Usahawan Terbilang*. Kuala Lumpur, Telaga Biru Sdn Bhd, 2008.

Mohd Hassan Mohd Osman, "Faktor-Faktor Yang Telah Mendorong Graduan Dan Alumni Universiti Teknologi Malaysia Menceburti Bidang Keusahawanan." Vot Penyelidikan, Universiti Teknologi Malaysia, Johor, 2007.

Mohd Majid Koting. *Kaedah Penyelidikan Pendidikan*. Kuala Lumpur, Dewan Bahasa dan Pustaka, 1990.

Mohd Rosli Mohamad dan Mohamed Aslam Gulam Hassan, *Pembangunan Ekonomi Malaysia Era Globalisasi*. Kuala Lumpur. Penerbit Universiti Malaya, 2003.

Mohd Sheth Mohd Yussof, "Ciri Usahawan Muslim" dalam Majalah *Al A'mal*, no 1. (1995), 73.

Mohd Yusoff Abdullah, *Teknik Ikhtiar Hidup*. Kuala Lumpur, Dewan Bahasa dan Pustaka, 1995.

Morgan, G.A, Leech, N.L., Cloeckner, G.W dan Barret, K.C., *SPSS for Introductory Statistic: Use and Interpretation*, Edition 2. New Jersey, Lawrence Erlbaum Assosiates Publisher, 2004.

Mount, M.K., Barrick, M.R dan Strauss, J.P, "Validity of Observer Ratings of The Big Five Personality Factors" *Journal of Applied Psychology* April (1994): 272-283.

Muhamad Ali Hashim, "Jihad Bisnes: Satu Pendekatan Strategik Ke Arah Pemerkasaan Ekonomi Ummah," Kertas Kerja Kongres Ekonomi Islam ke 3. Kuala Lumpur: Dewan Perniagaan Islam Malaysia 2009.

Muhammad Abi Sofian, Shaladin Muda dan Wan Abdul Aziz Wan Mohd Amin, "The Measurement of Entrepreneurial Personality and Business Performance In Terengganu Creative Industry," *International Journal of Business Management* 6, no 6 (2010):183-192.

- Muhammad Ali Haji Hashim, *Bisnes Satu Cabang Jihad, Pembudayaan Bisnes untuk Survival*. Kuala Lumpur, Utusan Publication & Distributors Sdn Bhd, 2007.
- Muhammad Bin Jusoh, "Disiplin dan Kesungguhan Bekerja dalam Islam." Al-Risalah Sempena Musabaqah Membaca Al-Quran, 1982.
- Mūḥāmmād Ḥāir Ḥāiqāl, *āl-Jīhād Wā āl-Qūtāl*, Jil 1, Bīrūt, Dār āl-Bāyārīq, 1993.
- Muhammad Najetullah Sidiqi, *Pemikiran Ekonomi Islam: Suatu Tinjauan Penulisan Semasa*, terj. Mohd Amin bin Abdullah. Kuala Lumpur, Dewan Bahasa dan Pustaka, 1989.
- Muhammad Nejatullah Siddiqi, *Perusahaan Ekonomi dalam Islam*, terj. Md Sharit Bharuddin dan Akibah Abu Hassan. Kuala Lumpur, Dewan Bahasa dan Pustaka, 1988.
- Mūhāmmād Šādīd, *āl-Jīhād fī āl-Īslām*, Bīrūt, Mūāssāsāh āl-Rīsālāh, 1982.
- Munir Ba'albaki, *Kamus Mawrid- A Modern English-Arabic Dictionary*, Beirut- Lebanon, 1982.
- Murphy, K.R., "Is The Relationship Between Cognitive Ability and Job Performance Stable Over Time?" *Human Performance* 2 (1989):183-200.
- Mustafa Hj. Daud, *Etika Pengurusan*. Kuala Lumpur, Utusan Publication & Distributors, 1996.
- Musthafa Muhammad at-Thahhan, *Peribadi Muslim Tangguh*, terj. Marsumi Sasaky. Jakarta, Pustaka al-Kauthar.
- Nazir M. *Metod Penelitian*. Jakarta. Ghalia, 1984.
- Noor Mohammad, *Merancang dan Memulakan Perniagaan. Analisis Diri, Peluang Perniagaan dan Pasaran*. Kuala Lumpur, Mas'adah Malaysia Sdn Bhd, 1990.
- Norhani Binti Bakri, "Hubungan Majikan-Pekerja Wanita: Kajian Kes Di Taman Asuhan Kanak-Kanak (Taska) di Kuala Lumpur dan Selangor "tesis master, Kuala Lumpur: Jabatan Antropologi dan Sosiologi Universiti Malaya, 1992.
- Nūr āl-Dīn Mūḥtār āl-Ḥādīmī, *āl-Ījtīhād āl-Māqāṣīd*, Qātār, T.P, 1998.
- Pallant, J., *SPSS Survival Manual*, Crows Nest, Allen & Unwin, 2001.
- Patton. M.Q., *Qualitative Evaluation and Research Methods*. London, Sage Publication, 1990.
- Paul Dunne and Alan Hughes, "Age, Size, Growth and Survival: UK Companies In The 1980s" *The Journal of Industrial Economics* XLII (1994):115-138.

Paul Procter, *Logman Dictionary of Contemporary English*. Britain, Logman Group Limited, 1979.

Peter F. Drucker, "The Discipline of Innovation," *Harvard Business Review* (1995): 95-104.

Pi Shen Seet dan Noor Hazlina Ahmad, "Singapore Female Entrepreneurs-Are They Different?" *International Journal Entrepreneurship and Small Business* 5, (2008): 3-15.

Punung Arwan Sentaso, "Dispensi Perkahwinan Dalam Usia Muda Dan Akibatnya Di Kabupaten Sleman Tahun 1998-1999" skripsi. Yogyakarta: Fakulti Syariah, Institusi Islam Negeri Sunan Kalijaga, 2001.

Rafiq M., "Ethnicity and Enterprise: A Comparison of Muslim and Non-Muslim Owned Asian Business in Britain," *New Community* 19, no. 1 (1992): 43-60.

Richard K. Caputo dan Arthur Dolinsky, "Women's Choice to Pursue Self-Employment: The Role of Financial and Human Capital of Household Members," *Journal of Small Business Management*, July (1998): 8-17.

Rimba Kusumadilaga, "Pengaruh Corporate Sosial Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating" tesis master, Fakultti Ekonomi Universitas Deponogoro Semarang, Indonesia, 2010.

Robbert N. Lussier dan Sanja Pfeifer, "A Comparison of Business Success Versus Failure Variables between U.S And Central Eastern Europe Croatia Entrepreneur," *Entrepreneurship Theory and Practice*. Summer (2000), 59-67.

Robert N Luisser, "A Business Success versus Failure Prediction Model for Service Industries," *Journal of Business and Entrepreneurship* Oct, no 8,(1996): 23-34.

Robertson, I.T dan Kinder, A., Personality and Job Competencies: The Creation Related Validity of Some Personality Variables. *Journal of Occupational and Organizational Psychology* 59 (1993): 45-47.

Rosdi Abd Rahman, Sanep Ahmad, "Pengukuran Keberkesanan Agihan Zakat: Perspektif Maqasid al-Syariah." Kertas Kerja 7th International Conference-The Tawhidi Epistemology: Zakat dan Waqf Economy. Bangi, 2010.

Rosli Mahmood, Azrain Nasryrah Mustapa, Rosli Mohd Saad, Mohamad Yusop Mohd Jani, Norria Zakaria, Syahrina Abdullah, Ahmad Khairi Yahya, Hoe Chee Hee, Shamsul Huda Abd. Rani, Muhammad Shukri Bakar, Shiza Sa'atar, Lily Julienti Abu Bakar, Habshah Bakar, "*Prinsip-Prinsip Keusahawanan, Pendekatan Gunaan.*" Singapore, Cengage Learning, 2010.

Ross, C.E., "Reconceptualizing Marital Status as a Continuum of Social Attachement," *Journal of Marriage and The Family* 57 (1995): 129-140.

Rūhī Bā‘ālbākī, *āl-Māwrid*, Bīrūt, Dārūl āl-‘Ilmī Līlmālāyīn, 2001.

“Siaran Khas Penyiasatan Tenaga Buruh Usahawan Di Malaysia”, Siri 4 Bil 1/2009, Jabatan Perangkaan Malaysia November 2009.

Saat Sulaiman, *Usahawan Kaya Wang, Kaya Iman*. Selangor, PTS Milineum, 2010.

Sabhita Marican, *Penyelidikan Sains Sosial Pendekatan Pragmati*. Selangor, Edusystem Sdn.Bhd, 2006.

Sāīd Hāwā, *Ǧūndūllāh Tāḥtīān*, Qāhīrāh, Māhtābāh Wāḥbāh, 1995.

Salkind.N.J, *Exploring Research*, Edisi Ke-6, New Jersey, Pearson Prentice Hall, 2006.

Şālīh ‘Ābd āl-‘Azīz bīn Mūhāmmād bīn Ībrāhīm ās-Šīh ed. *Māusū‘at al-Hādīt ās-Šārīf: āl-Kūtūb ās-Sittāh*, Rīyād, Dār ās-Sālām, 2008.

Šāms ‘āl-Dīn Ābī ‘Ābd Āllāh Mūhāmmād ‘Ībn Bākr āl-Zār‘ī ‘Ībn Qāyīm āl-Ğāuzīāh, *āl-‘Ālām āl-Mūwāqī’īn Ār Rāb āl-‘Ālāmīn*, ed. Mūhāmmād ‘Ābd āl-Sālīm Ībrāhīm Bīrūt, Dār āl-Kūtūb āl-‘Ilmīāh, 1996.

Sapsford, R Dan Jupp, V, *Data Collection and Analysis*, Edition 2, London, Sage Publication, 2006.

Şāf āl-Dīn Ābū āl-Hāsān ‘Ālī ‘Ībn ‘Ābī ‘Ālī ‘Ībn Mūhāmmād āl-‘Āmīdī, *āl-İhkām fī ‘Ūsūl āl-İhkām*, Lūbnān, Dār āl-Kūtūb āl-‘Ilmīāh, 1980.

Sekaran, U, *Research Methods for Business: A Skill Building Approach*, 4th Edition, USA, John Willey & Sons. Inc, 2003.

Shahadan, F., Berma, M., Zin, M.R., & Mahbar, Z “The Growth Constrain Of Small and Medium Enterprise in Malaysia: Myth or Reality?” Proceeding of the International Conference on Small and Medium Scale Enterprise, 1988.

Shalit SS dan Shankar U, “The Measurement of Firm Size,” *The Review of Economics and Statistic* 6, (1977); 11-21.

Sheikh Abdullah Basmeih, *Tafsir Pimpinan Ar-Rahman kepada Pengertian Al-Quran (30 Juzuk)*, Mushaf Malaysia, Rasm Uthmani. Kuala Lumpur: DarulFikir

Sheikh Abdul Munir Bin Sheikh Abdul Rahim, “Etika Kepimpinan Menurut Islam: Satu Kajian di Kalangan Pemimpin Melayu Peringkat Negeri, di Pahang Darul Makmur,” tesis master, Jabatan Siasah Syariiyah. Akademi Pengajian Islam Universiti Malaya, 2008.

Sheikh Muhammad Zakariyya al-Kandahlawi, *Kelebihan Perniagaan dan Pencarian Nafkah Hidup dalam Islam*. Kuala Lumpur, Darul Nu’mān, 1994.

Singgih Santoso, *Latihan SPSS Statistic Multivariat*. Jakarta, Penerbit PT Elexmedia Komputindo, 2002.

Siti Arni Basir, Bharudin Che Pa dan Raja Hisyamudin Raja Sulong, "Prinsip-Prinsip Kualiti Ke Arah Melahirkan Usahawan Muslim Yang Berjaya," *Jurnal Syariah* 17 no. 2 (2009): 327-234.

Smith, AM. "The Effect of Human Resource Practices on Firm Performance in India," *Human Resource Development Index* 6, no 1 (2000): 101-112.

Sodri Ariffin dan Ahmad Shafee Sabaruddin," Keusahawanan: Rahsia Ke Puncak Kejayaan," Selangor, Pearson Malaysia Sdn Bhd. 2002.

Sohinah Mohd Zain (Marketing and Business Development Division, Companies Commisions of Malaysia), dalam emel kepada Penulis, 25 Mei 2010.

Soura R. Ezzedeen dan Kristen Grossnickle Ritchey, "The Man behind The Woman: A Qualitative Study of Spousal Support Received and Valued by Executive Women" *Journal of Family Issues* 29, no. 9 (2008): 1107-1135.

Stewart G.L, "Trait Bandwich and Stages of Job Performance:Assessing Differential Effects for Conscientiousness and Its Sub-Traits," *Journal of Applied Psychology* 84 (1999): 959- 978.

Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian*. Jakarta, Rineka Cipta, 2006.

Suraidi Salleh, "Hubungan Antara Keinginan Pencapaian, Lokus Kawalan, Pengambilan Risiko Dan Jaringan Sosial Dengan Kejayaan Usahawan Amanah Ikhtiar Malaysia Di Kelantan" tesis Master, Selangor, Universiti Putra Malaysia, 2005.

Susan Linz and Anastasia Semykina, "Job Satisfaction, Expectations and Gender: Beyond The European Union," *International Journal Of Manpower* 34, no.6 (2013): 584-615.

Tabachinick, B.G and Fidell L.S., *Using Mutivariate Statistics*, 4 edition. Boston, MA, Allyn and Bacon, 2001.

Taylor, M.P., "Survival of The Fittest? An Analysis of Self-Employment Duration in Britain," *Economic Journal* 109 no. 454 (1999): 140-155.

Teunku Iskandar Dr, *Kamus Dewan*. Edisi Baru. Kuala Lumpur, Dewan Bahasa dan Pustaka, 1989.

Thuaibah @ Suaibah Abu Bakar, Azlah Md Ali, Rozeyta Omar, Hishamuddin Md Som dan Syaharizatul Noorizwan Muktar, "Penglibatan Kaum Wanita dalam Aktiviti Keusahawanan di Negeri Johor: Kajian Terhadap Faktor-Faktor Kritikal Kejayaan dan Kegagalan Pengendalian Perniagaan" Vot penyelidikan 75087, Universiti Teknologi Malaysia, 2007.

‘Umār Mūhāmād āt-Ṭūmī ās-Šāibānī Mūhāmmad, *Fālsāfāh āt-Tārbīāh āl-Īslāmīāh*. Tārāblūs, Ās-Šārīkāt āl-‘Āmmāh līnnāsr wā āl-Tāuzī’ wā āl-‘Āilān, 1975.

Waite, P.O, “Exploring Preadolescent Attitudes towards Obesity. Dissertation Abstract International: Section B,”*The Sciences and Engineering* 56 (1995), 3509- 3524.

Walley, N and B. Whitehead, “It’s Not Easy Being Green” *Harvard Business Review* 72 (1994): 2-7.

Wan Liz Ozman Wan Omar dan Sulzari Mohamed, *Memperkasakan Usahawan: Panduan Lengkap Pengurusan Perniagaan Dan Penjanaan Usahawan*. Kuala Lumpur, Utusan Publication & Distributors Sdn Bhd, 2002.

Wan Sabri Wan Hussin, “Nilai Dan Etika Islam Dalam Perniagaan: Amalan dan Tanggapan Masyarakat Malaysia,” tesis kedoktoran, Kuala Lumpur, Institut Pengajian Siswazah, Universiti Malaya, 2001.

Wan Yu Chen, Calvin S. Wong dan Hui-Ying Hsu. A Study of The Entrepreneurship of Taiwanese Youth By The Chinese Entrepreneur Aptitude Scale, *Journal Of Technology Management In China* 5, no 1 (2010): 20-34.

Wong Shiet Ching, “Hubungan Sumber Tekanan dengan Kesan Tekanan dan Pengaruh Perbezaan Individu Ke Atas Hubungan Tersebut dalam Kalangan Pengurus Swasta” tesis kedoktoran, Fakulti Sains Sosial dan Kemanusiaan, Universiti Kebangsaan Malaysia, 2010.

Ya Fen Tseng, Yen-Chun Jim Wu, Wen-Hsiung Wu dan Chun Yu Chen, “Exploring Corporate Social Responsibility Education. The Small and Medium-Sized Enterprise Viewpoint,” *Management Decision* 48 no.10 (2010): 1514-1528.

Yin, R.K, *Case Study Research: Design and Methods*. 2nd Ed. Calif, Sage, Thousand Oak, 1994.

Yuji Honjo, “Business Failure of New Firms: An Empirical Analysis Using A Multiplicative Hazards Model,” *International Journal of Industrial Organization* 10 (2000): 557-574.

Yūsūf āl-Qārāḍāwī, *āl-Sūnnāh Māṣdārān lī āl-M’ārīfāh wā āl-Hādārāh*, Qāhīrāh, Dār āl-Šūrūq, 1997.

Yūsūf āl-Qārāḍāwī, *Fiqh Kenegaraan*, terj. Arsil Ibrahim. Kuala Lumpur: ABIM, 1999.

Yūsūf āl-Qārāḍāwī, *Māqdāl lī Dīrāsāt āl-Šār’īāh āl-Īslāmīāh*, Bīrūt, Mūāsāsāh āl-Rīsālāh, 1993.

Yūsūf āl-Qārāḍāwī, *Peranan Nilai dan Akhlak dalam Ekonomi Islam*, terj. Mufti Labib dan Arsil Ibrahim. Kuala Lumpur, Blue T. Sdn Bhd, 1998.

Zaidatol Akmaliah Lope Pihie dan Habibah Elias, “Keupayaan Usahawan Bumiputera Melaksanakan Kemahiran Keusahawanan: Satu Kajian,” *Pertanika Jurnal Sosiologi Science dan Humanity* 12, no 1(2004): 61-70.

University of Malaya