

ELEMEN KEROHANIAN DALAM KEUSAHAWANAN ISLAM: KAJIAN TERHADAP USAHAWAN BERJAYA DI NEGERI KELANTAN (SPIRITUAL ELEMENTS IN ISLAMIC ENTREPRENEURSHIP: A RESEARCH TOWARDS SUCCESSFUL ENTREPRENEUR IN KELANTAN)

MOHD ZAIN MUBARAK¹*, ASYRAF HJ AB. RAHMAN² DAN MOHD RAFI YAACOB²

¹Fakulti Keusahawanan dan Perniagaan, Universiti Malaysia Kelantan, Kelantan, ²Pusat Pengajian Pembangunan Sosial dan Ekonomi, Universiti Malaysia Terengganu, Terengganu.

*Corresponding author: mzain@umk.edu.my

Abstrak: Kerohanian merupakan aspek penting dalam konteks keusahawanan Islam. Malah isu pencapaian usahawan Melayu yang dikaitkan dengan sikap juga dilihat berkait rapat dengan nilai keagamaan sebagai salah satu jalan penyelesaian. Namun tidak banyak kajian yang meneliti aspek ini secara mendalam khususnya terhadap usahawan berjaya. Justeru, kajian ini bertujuan untuk meneroka aspek kerohanian dengan mengenal pasti apakah ciri-ciri berkaitan dan kepentingannya dari sudut motivasi dan pencapaian yang membawa kepada kejayaan dalam keusahawanan. Melalui kaedah temu bual mendalam (*in-depth interview*) dan analisis tema yang dilakukan, hasil kajian mendapati ciri-ciri dan amalan kerohanian mempengaruhi motivasi usahawan membina keyakinan dan ketahanan diri, berpegang kepada prinsip akhlak dan turut membantu kepada aspek pengurusan yang lebih cekap dan bertanggungjawab sehingga membawa kepada kejayaan dalam perusahaan yang diceburi.

Kata kunci: Usahawan Muslim, nilai kerohanian, komuniti Melayu.

Abstract: Spirituality becomes one of the important aspects in the Islamic entrepreneurship. In fact, the Malay entrepreneur's achievement that associated with their attitude as one of the influential factors in many extents, is derived from internal religious values as a final solution. However, there is little studies that discusses the issue extensively in the context of the entrepreneurs' success. This study therefore, will explore spiritual aspects and its attributes for motivation and achievement leading to success in the entrepreneurial activities. Through an in-depth interview and thematic analysis, the study found that spirituality and its attributes have a great impact to the entrepreneur's motivation, developing self confidence, commitment to the ethical principles, besides assisting towards effective management and responsibility which finally leading to the success in the entrepreneurial activities.

Keywords: Muslim entrepreneurs, spiritual values, Malay community.

Pengenalan

Elemen kerohanian (*spirituality*) telah mendapat tempat dan popular dalam kajian Barat antaranya seperti mengaitkan kerohanian dengan tempat kerja (Fornaciari, 2004 dan Kale & Shrivastava, 2003), keusahawanan (Jackson & Konz, 2006) kepimpinan (Fry, 2003) dan keagamaan (Saroglou & Garcia, 2008). Kajian-kajian ini melihat kedudukan dan peranan kerohanian menurut perspektif Barat dalam mempertingkatkan aspek pengurusan dan juga aspek kemanusiaan seperti kepuasan bekerja, kreativiti, produktiviti dan juga motivasi. Dalam konteks Islam, kerohanian adalah merupakan pengakuan tauhid terhadap Allah SWT untuk seseorang itu mengorak langkah

serta hidup mengikut kehendak dan arahnya (Nasr, 1987).

Konsep kerohanian berkait rapat dengan Islam kerana segala aspek kehidupan seseorang Muslim bergantung kepadanya memandangkan tujuan penciptaan manusia ialah untuk beribadat kepada Allah SWT (Rulindo *et al.*, 2011). Lantaran itu dalam Islam tidak ada pemisah antara aspek keduniaan dan kerohanian kerana keyakinan dan ketaatan terhadap Allah SWT berlaku dalam semua sudut kehidupan. Falsafah keusahawanan Islam berpandukan kepada falsafah ekonomi itu sendiri yang mana perniagaan adalah berasaskan kepada *Rabbani* atau bercirikan ketuhanan (al-Qaradhawi, 2001) sekaligus mewujudkan hubungan atau

pengaruh elemen kerohanian dalam kegiatan keusahawanan.

Kajian ini memfokuskan kepentingan nilai kerohanian terhadap kejayaan usahawan yang merujuk kepada ciri-ciri dalaman berasaskan keimanan kepada Allah SWT yang membentuk sikap dan amalan tertentu khususnya dalam konteks keusahawanan. Kerohanian iaitu *perihal rohani, sifat-sifat rohani dan rohaniah* (Kamus Dewan, 2010) berasal daripada perkataan *roh* (روح) dalam bahasa Arab yang merujuk kepada sesuatu yang dihembus oleh Allah SWT ke dalam badan manusia seperti yang disebut dalam surah al-Hijr ayat 28-29 yang bermaksud;

“Dan (ingatkanlah peristiwa) ketika Tuhanmu berfirman kepada malaikat: Sesungguhnya Aku hendak menciptakan manusia dari tanah liat yang kering, yang berasal dari tanah kental yang berubah warna dan baunya. Kemudian apabila Aku sempurnakan kejadiannya, serta Aku tiupkan padanya roh dari (ciptaan) Ku, maka hendaklah kamu sujud kepadaNya.”

Ayat ini menerangkan hakikat kejadian manusia daripada unsur jasmani (unsur tanah) dan rohani (tiupan Ilahi) yang mengangkat martabat manusia ke tahap mulia yang menghubungkannya dengan Allah dalam memenuhi fitrah kejadian dan keperluan sistem hidup menurut ketetapan-Nya (Qutb, 2000). Akar umbi kerohanian adalah keimanan yang diterjemahkan dalam bentuk amal ibadat seperti solat, puasa, zakat dan haji (Nasr, 1987) beserta dengan ilmu pengetahuan dan kepatuhan yang diamalkan di dalam kehidupan selari dengan tuntutan syarak (al-Harran, 2004). Justeru, kerohanian dalam Islam mampu menghasilkan Muslim yang lengkap, menyembah Allah SWT dan menjadi manusia yang berguna kepada masyarakat melalui kebaikan yang dilakukannya (Hawwa, 2004). Kerohanian juga merujuk kepada aplikasi paradigma tauhid yang mewujudkan hubungan yang harmoni

di antara dunia dan akhirat dalam konteks perniagaan (Beekun, 1997).

Keusahawanan dalam konteks Islam merupakan suatu ibadah dalam memenuhi keperluan hidup yang seimbang dari sudut duniawi dan ukhrawi. Selain kepentingan keusahawanan dalam memenuhi kemaslahatan hidup, usahawan yang jujur dan amanah dalam perniagaan mereka pula mempunyai kedudukan yang mulia di sisi Allah SWT berdasarkan hadith Rasulullah SAW (Muslim, 1994 & Abi Isa, 1999);

تُطْلَقُ لِأَمْرِ رُحَمَاءِ نَبِيِّنَا وَوَلَدِهِ

“Peniaga yang jujur dan amanah akan bersama nabi-nabi, para siddiqin dan para syuhada’”

(Riwayat Muslim & Tirmidzi)

Islam melihat usahawan Muslim sebagai individu yang mengambil tanggungjawab untuk memenuhi keperluan masyarakat dengan mengharap akan memperoleh dua keuntungan iaitu di dunia dan di akhirat (Ab. Aziz, 2010). Konsep usahawan Islam menekankan integrasi dengan unsur-unsur kerohanian kerana Islam pada hakikatnya berfungsi secara menyeluruh dalam setiap pekerjaan atau gaya hidup (Che Zarrina & Solahuddin, 2011) dalam memenuhi tuntutan sebagai khalifah di muka bumi. Justeru, usahawan Muslim tidak sepatutnya melihat keusahawanan dalam konteks material, fizikal dan akal manusia sahaja tanpa melihat kepada aspek kerohanian atau ketuhanan (Syukri Salleh, 1999) yang menjangki kerangka pelaksanaan malah motivasi keusahawanan Islam itu sendiri. Firman Allah SWT dalam surah al-Talaq ayat 2-3 yang bermaksud;

“...dan sesiapa yang bertaqwa kepada Allah (dengan mengerjakan suruhan-Nya dan meninggalkan larangan-Nya), nescaya Allah akan mengadakan baginya jalan keluar (dari segala perkara yang menyusahkannya), serta memberinya rezeki dari jalan yang tidak terlintas di hatinya. Dan (ingatlah), sesiapa berserah diri

bulat-bulat kepada Allah, maka Allah cukuplah baginya (untuk menolong dan menyelamatkannya). Sesungguhnya Allah tetap melakukan segala perkara yang dikehendakinya. Allah telahpun menentukan kadar dan masa bagi berlakunya tiap-tiap sesuatu.”

Ayat ini merupakan nas umum bertujuan mewujudkan persepsi keimanan yang betul dalam hati manusia berhubung dengan kehendak dan perencanaan Allah SWT (Qutb, 2000). Keimanan sebagai salah satu sumber motivasi dalam Islam (Zulkarnain & Isa, 2011) dan konsep motivasi dalam Islam yang dilihat sebagai semangat yang dicetuskan oleh perintah dan berpusatkan ketuhanan (Khaliq, 2011) memberi kekuatan atau keyakinan terhadap pertolongan Allah SWT dalam semua aspek kehidupan termasuk kegiatan keusahawanan. Penghayatan konsep tawakkal pula meningkatkan daya usaha, mengawal jiwa dan nafsu manusia agar bersikap syukur, qana'ah (mencukupi) dalam mengejar kebendaan serta sentiasa mengingati kekuasaan dan ketentuan Allah SWT melebihi segalanya. Malah kualiti dan prestasi yang cemerlang dalam apa jua pekerjaan diberi penekanan oleh Islam (Jabnoun, 1994) melalui sumber wahyu antaranya hadith riwayat al-Baihaqi dalam al-Suyuti (2000);

الْحَيُّ إِلهٌ لَمْ يَلِدْ وَلَمْ يُولَدْ

“Sesungguhnya Allah mencintai seseorang yang apabila ia mengerjakan sesuatu pekerjaan, ia melaksanakannya dengan bersungguh-sungguh”

(Riwayat al-Baihaqi)

Pernyataan dan perbincangan di atas menunjukkan kepentingan elemen kerohanian dalam kerangka keusahawanan Islam. Namun begitu agak sukar menemukan kajian yang melihat perkara ini secara khusus dan mendalam mengenai realiti peranan kerohanian dalam konteks motivasi dan pencapaian usahawan berjaya masa kini. Selain aspek kemahiran keusahawanan atau *entrepreneurial*

skills, isu kelemahan usahawan Melayu kini yang merujuk kepada aspek sikap juga dilihat berkait rapat dengan elemen kerohanian terutamanya dalam memperkukuhkan nilai jati diri usahawan.

Justeru, kajian ini meneroka dan mendalami ciri-ciri dan amalan kerohanian usahawan Melayu terpilih di negeri Kelantan. Latar belakang masyarakat negeri Kelantan yang terkenal dengan budaya enterpris dan komitmen terhadap nilai keagamaan, kejayaan usahawan mereka di dalam dan di luar negeri antara faktor yang menarik kajian memfokuskan kepada usahawan berjaya di negeri ini. Di samping itu, sebagai kaum majoriti, usahawan Melayu di Kelantan juga kini dapat dilihat mampu bersaing dengan kaum lain dari sudut pemilikan perniagaan di bandar dan luar bandar.

Kajian Mengenai Kerohanian dalam Keusahawanan

Kajian konseptual dan juga empirikal yang telah dijalankan mendapati dimensi kerohanian dalam keusahawanan adalah seperti *Kepercayaan, Ibadah, Taubat* (Mohsen, 2007; Kamil, 2011 dan Zulkarnain & Isa, 2011) *Tawakkal, Qana'ah, Ikhlas, Sabar, Zikir, Risalah* dan *Akhirat* (Zulkarnain & Isa, 2011). Manakala Ilhaamie & Yazilawati (2012) dalam kajiannya mendapati wujudnya hubungan signifikan antara ketaqwaan dan kepimpinan Islam dengan kejayaan atau pencapaian usahawan Muslim dalam keusahawanan. Namun sukar untuk menemui kajian yang melihat aspek kerohanian secara mendalam dalam kalangan usahawan berjaya. Justeru, kajian ini mendalami apakah ciri-ciri dan amalan kerohanian serta kepentingannya terhadap kejayaan usahawan Melayu pelbagai sektor dan tahap perusahaan di negeri Kelantan.

Metodologi

Kajian ini dilakukan ke atas usahawan berjaya terpilih di Kelantan mewakili perusahaan mikro, kecil, sederhana dan besar dalam dua sektor utama iaitu perkilangan/pembuatan dan juga

perkhidmatan. Kedua-dua sektor ini dipilih kerana ia merupakan sektor popular yang diceburi para usahawan. Skop definisi usahawan dalam kajian ini ialah mereka yang mengasas dan membangunkan syarikat dari awal sehingga berkembang maju mengikut tahap masing-masing. Kriteria usahawan berjaya dari sudut pemilihan informan adalah berdasarkan kepada kelangsungan perniagaan tidak kurang daripada 10 tahun, peningkatan jualan dan perkembangan perniagaan, bilangan pekerja, reputasi syarikat di mata masyarakat dan agensi berkaitan keusahawanan. Mengambil kira aspek ketepuan data (*saturation of data*) di mana tiada lagi maklumat baru diperolehi daripada informan dan juga pendekatan strata dari sudut tahap serta bidang perusahaan, keseluruhan informan yang terlibat dalam kajian ini adalah seramai 10 orang. Proses pengumpulan data kajian ini dilakukan bermula Jun 2012 sehingga Mac 2013.

Data dikumpul melalui temu bual mendalam (*in-depth interview*) berdasarkan protokol temu bual berkaitan latar belakang diri dan perniagaan, cabaran dan masalah serta amalan atau pendekatan yang membawa kepada kejayaan perniagaan. Proses kutipan dan analisis data melalui temu bual dalam kajian ini melibatkan tujuh langkah seperti yang dinyatakan oleh Kvale (1996) iaitu *thematizing* (skop tema yang ingin diperolehi), *designing* (soalan dalam protokol temubual dan nota catatan), *interviewing* (proses temubual), *transcribing* (transkrip temu bual dalam teks verbatim), *analyzing* (membaca transkrip dan mengenal pasti tema), *verifying* (mengesahkan kredibiliti data) dan *reporting* (menulis laporan). Pendekatan analisis tema (*thematic analysis*) terhadap data temu bual digunakan bagi mendapatkan bentuk ciri-ciri kerohanian dan kepentingannya kepada usahawan berjaya.

Dapatan dan Perbincangan

Profil Informan

Informan kajian seramai 10 orang di mana lapan daripadanya adalah lelaki dan dua perempuan. Mereka terdiri daripada pelbagai

peringkat umur yang dikategorikan kepada tiga kumpulan iaitu 35-44 tahun, 45-54 tahun dan 55-64 tahun. Majoriti informan adalah terdiri daripada kumpulan 35-44 tahun iaitu seramai lima orang (50%), diikuti dengan kumpulan 45-54 tahun seramai tiga orang (30%) dan kumpulan 55-64 tahun seramai dua orang (20%).

Kesemua informan mempunyai pengalaman dalam perusahaan yang diceburi tidak kurang daripada 10 tahun. Data yang diperolehi menunjukkan majoriti informan iaitu lima orang mempunyai pengalaman antara 10-15 tahun, empat orang pula berpengalaman antara 16-20 tahun dan seorang mempunyai pengalaman selama 45 tahun. Sementara itu dari segi kategori perniagaan, dua orang dalam perusahaan mikro, seorang dalam perusahaan kecil, empat dalam perusahaan sederhana dan tiga dalam perusahaan besar. Kesemua informan pula mewakili jenis perusahaan yang seimbang iaitu lima daripada sektor perkilangan/pembuatan dan lima daripada sektor perkhidmatan. Manakala dari segi pekerja, dua informan (usahawan mikro) mempunyai lima orang pekerja, empat informan mempunyai antara 20-50 orang pekerja, dua informan mempunyai antara 51-70 pekerja dan dua informan mempunyai antara 200-250 orang pekerja. Ringkasan profil informan dapat dilihat pada Jadual 1.

Ciri-ciri dan Amalan Kerohanian

Berdasarkan temu bual mendalam dan analisis tema yang dilakukan, hasil kajian menemukan lima tema utama berkaitan ciri-ciri dan amalan kerohanian dalam kalangan usahawan berjaya iaitu *Yakin Kuasa Allah*, *Tawakkal*, *Akhlak*, *Amalan* dan *Qana'ah*. Setiap tema utama ini mempunyai beberapa subtema yang menjelaskan lagi kedudukan ciri-ciri kerohanian ini dari perspektif informan.

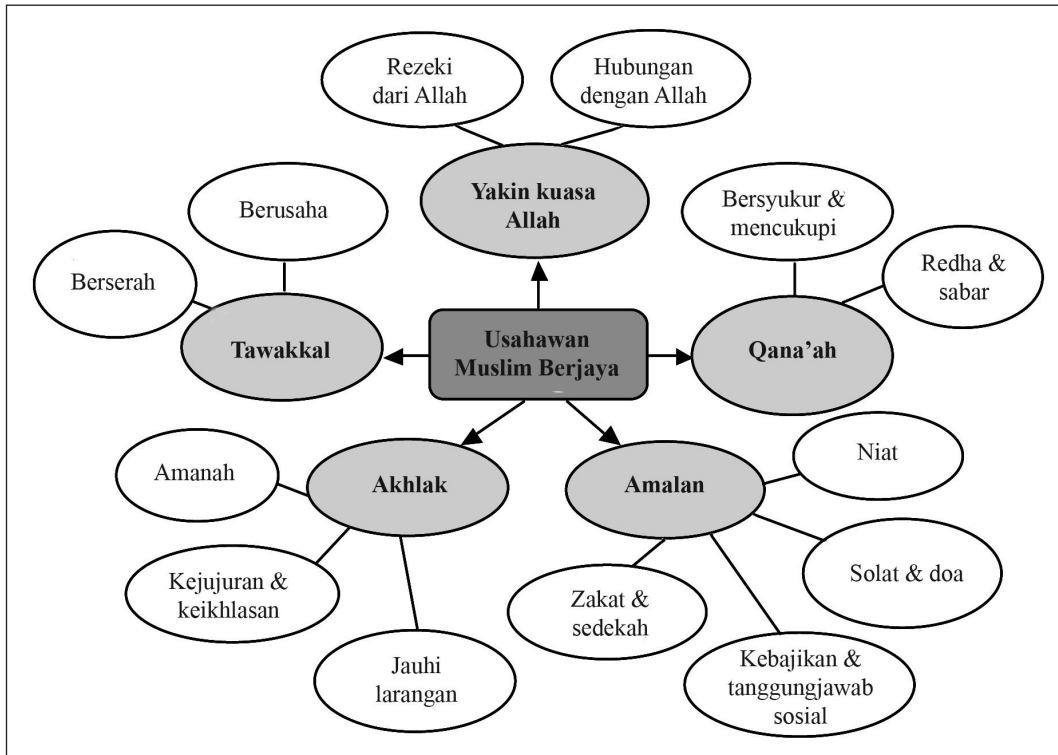
Keyakinan kuasa Allah ini mempunyai dua subtema iaitu percaya bahawa kurniaan rezeki adalah daripada-Nya semata-mata, dan ini membawa kepada pentingnya hubungan dalam konteks hamba dengan Tuhannya.

Jadual 1: Taburan Dapatan Profil Informan

Profil Diri	IN1	IN2	IN3	IN4	IN5	IN6	IN7	IN8	IN9	IN10
<i>Jantina</i>										
Lelaki			X	X	X	X	X	X	X	X
Perempuan	X	X								
<i>Umur</i>										
35 - 44 tahun			X		X	X	X			X
45 - 54 tahun	X	X		X						
55 - 64 tahun								X	X	
<i>Pendidikan</i>										
SRP								X	X	
SPM	X	X								X
Diploma							X			
Sarjana Muda				X	X	X				
Sarjana			X							
Profil Syarikat										
<i>Kategori</i>										
Mikro	X	X								
Kecil				X						
Sederhana			X			X		X		X
Besar					X		X		X	
<i>Jenis/Sektor</i>										
Perkilangan/ pembuatan	X	X	X	X				X		
Perkhidmatan					X	X	X		X	X
<i>Pengalaman</i>										
10 – 15 tahun	X	X	X		X					X
16 – 20 tahun				X		X	X		X	
> 45 tahun								X		
<i>Jum. Pekerja</i>										
5	X	X								
20 - 50			X	X	X					X
51 - 70						X		X		
200 - 250							X		X	
<i>Jualan Setahun</i>										
RM	120 ribu	180 ribu	15 juta	8 juta	17 juta	3 juta	30 juta	4 juta	24 juta	600 ribu

Konsep tawakkal digambarkan melalui dua subtema iaitu berusaha dengan sedaya upaya dan kemudiannya berserah kepada ketentuan

Allah SWT. Akhlak pula merujuk kepada tiga subtema iaitu menyempurnakan amanah khususnya dalam skop usahawan, kejujuran



Rajah 1: Dapatan Ciri-ciri & Amalan Kerohanian Usahawan Berjaya

dan keikhlasan dalam menjalankan urus niaga serta menjauhi segala bentuk perkara yang dilarang oleh agama.

Sementara itu, tema amalan dalam skop fardu ain dan kifayah merujuk beberapa subtema iaitu niat yang betul menjalankan perniagaan, doa dan solat yang mencerminkan hubungan dengan Allah SWT, mengeluarkan zakat dan bersedekah serta menyempurnakan tanggungjawab sosial atau perkara kebajikan. Tema terakhir iaitu qana'ah mempunyai dua subtema iaitu bersyukur atau mencukupi dengan apa yang diperoleh dan reda terhadap ketentuan Ilahi dengan kesabaran. Rajah 1 menunjukkan ringkasan dan kedudukan tema serta subtema dapatan kajian sebagai ciri-ciri dan amalan kerohanian usahawan berjaya.

Kepentingan Ciri-ciri dan Amalan Kerohanian Terhadap Pencapaian Usahawan

Tema ciri-ciri kerohanian seperti yang ditunjukkan dalam Rajah 1 secara umumnya

mempengaruhi aspek motivasi (kesedaran kerohanian) dan pencapaian (akhlak, amalan) yang membantu kepada pencapaian dan kejayaan informan dalam perniagaan.

i. Motivasi

Informan mempunyai keyakinan tinggi bahawa rezeki adalah kurniaan daripada Allah SWT yang mewujudkan suatu ikatan erat dalam konteks antara hamba dengan Pencipta. Ia menjadi asas penting dalam membentuk sikap dan motivasi usahawan kerana informan memahami segala anugerah dan ketetapan-Nya setelah berusaha sedaya mungkin. Keyakinan berasaskan keimanan ini dilihat membantu dari sudut psikologi untuk mereka menghadapi pelbagai cabaran dan masalah dalam dunia perniagaan seperti mana digambarkan melalui kenyataan di bawah;

“Masalah tu sentiasa ada, kadang-kadang tu buat tak tahu je. Macam

persaingan tu rezeki masing-masing la. Tuhan dah letak rezeki kita, rezeki dia. Yang penting kita usaha.” (IN1)

“Rezeki milik Allah SWT belaka. Rezeki masing-masing. Sebab apabila Allah nak bagi seseorang tu, tak ada manusia tak ada kuasa boleh halang, bila Allah nak tarik pun tak ada kuasa boleh halang, saya pegang macam tu je.” (IN9)

Keyakinan ini membina kekuatan dan motivasi kepada informan berpandukan konsep tawakkal yang bukan sahaja dari segi berusaha dan berserah kepada Allah SWT, malah ia turut mendukung ciri-ciri berdikari dan etika informan dalam perniagaan. Sebagai contoh, perkara ini boleh dilihat pada kenyataan IN5 di bawah;

“...cuma dari segi saya tawakkal (berserah), itu mungkin lah kita lebih. Tawakkal tu yang mustahak sekali kalau berniaga ni. Kalau berniaga asyik nak guna orang dalam, orang lain tolong kira, rasuah ke apa tak usah la, bergantung kepada orang. Kita kalau boleh boleh, kalau tak boleh tak boleh la. Kita masuk tender ke apa, tak dapat terima je lah, ada la tu nanti..” (IN5)

Sikap yang lahir dari kesedaran kerohanian ini juga penting menjadikan informan tabah dan cekat. Mereka reda dengan apa jua dugaan atau jatuh bangun dalam dunia perniagaan dan tidak mudah berputus asa. Hasilnya mereka dapat melalui segala kepayahan dan memperoleh kejayaan. Pengalaman yang dilalui oleh IN4 menceritakan hal ini;

“... saya waktu tu dah kosong, semua bermasalah, ditipu, semua rakan kongsi bermasalah. Tapi saya dapat bangkit balik dan alhamdulillah daripada satu kilang saya dah ada dua kilang. Ini dengan keberkatan Tuhan bagi rezeki sebab kita redha apa yang Tuhan bagi, kita ni kena tawakkal, kita

tak boleh nak kata keburukan yang kita dapat tu. Macam saya katakan tadi kita kena redha dengan Tuhan. Dan selepas tu, Tuhan bagi kepada saya lebih banyak sebenarnya, lebih banyak dari rezeki saya dahulu, sekarang ni lebih banyak.” (IN4)

Motivasi hasil daripada kesedaran kerohanian ini penting dalam membentuk sikap usahawan cemerlang berasaskan kepercayaan (kerohanian), malah turut mempengaruhi pencapaian melalui penghayatan mereka tentang akhlak dan amalan untuk berjaya, apatah lagi dalam konteks usahawan Muslim. Respon R5 menggambarkan situasi ini;

“Mula-mula sekali suis kita dengan Allah, tekan suis tu dulu, lepas tu Dia tunjuk la jalan kat kita. Sebab pengalaman saya bila ada masalah ke, ada penyelesaian dia. Penting sekali itu lah, ilmu dalam bisnes memang penting, tapi kalau awak commit dengan Allah, Dia akan bantu. Itu je formula.” (IN5)

ii. Pencapaian

Informan kajian membuktikan bahawa akhlak dan amalan dalam konteks usahawan Muslim penting terhadap kelangsungan serta perkembangan perniagaan yang mereka jalankan. Akhlak yang berasaskan kepada kesedaran kerohanian menyuluh kepada nilai keberkatan dalam menjalankan perniagaan. Aspek kejujuran dan keikhlasan sebagai contoh, dapat mengawal standard kualiti produk, etika peniaga dan juga reputasi syarikat di mata pelanggan. IN2 dan IN6 menyebut;

“..apa-apa pun kena jujur, baru berkat. Timbangan tu kalau nak curi sikit orang tak tau kan? Tapi tak boleh. Kebersihan buat kerja, dia begini, macam mana kita buat untuk kita makan, macam tu la kita buat untuk orang (untuk jual).” (IN2)

“Letak harga biar munasabah tidak membebankan sangat, tak tipu orang, kejujuran kita dengan customer, barang tu ok atau boleh pakai lagi ke, contoh. Boleh pakai pakai, kalau betul rosak baru kita tukar. Walaupun dari segi nak untung kita kata boleh, tapi tipu la. Makan duit tipu ni faham sendiri la kan. Bila begitu orang dengan sendiri akan menilai kita. Kita boleh cakap, kempen macam mana pun, boleh tipu, dia akan tukar, tapi adakah duit kita dapat tu betul?” (IN6)

Selain itu, dalam skop akhlak ini kajian mendapati aspek amanah yang dihayati oleh informan menjadikan perniagaan mereka berdaya maju dan turut membantu dalam aspek pengurusan kewangan yang cekap dan bertanggungjawab. Sebagai mana contoh, perkara ini digambarkan oleh IN8 melalui kenyataan di bawah;

“Nak berjaya, saya pesan kat anak-anak, tolong jaga amanah. Amanah ni maksud saya rekod kita, janji kita dengan orang. Kalau barang kena siap seminggu, seminggu mesti siap... sama jugak dengan bank, rekod u dengan bank, jaga payment. Hak orang kena selesai, amanah ni nombor satu. Dia merangkumi semua, hutang dengan orang, kita berurusan dengan orang..” (IN8)

Kenyataan IN8 di atas dan majoriti informan yang lain menunjukkan kepentingan amanah yang turut membantu kepada aspek pengurusan perniagaan lebih cekap dan bertanggungjawab. Selain itu, informan juga komited dan berpegang kepada prinsip untuk tidak terlibat dengan unsur yang dilarang oleh syarak sekalipun ia dapat meningkatkan jualan syarikat. Walaupun begitu, tindakan IN7 tidak menjejaskan jualan syarikat malah perniagaan beliau terus berkembang maju dan kukuh.

“Salah satu sebab kita tak tumpu agensi tertentu sebabnya mereka minta duit kopi. Biasa kalau dia mari macam tu kita tak buat...sebab itu kita tak dapat banyak bisnes daripada mereka ni.” (IN7)

“...saya percaya macam ni, kalau kita jauh daripada maksiat, jauh daripada benda-benda haram, InsyaAllah murah rezeki, saya percaya begitu...” (IN7).

Kajian ini juga mendapati kepentingan dan signifikannya amalan fardhu ain dan fardhu kifayah dalam kalangan informan. Mereka mengambil berat soal hubungan dengan Allah SWT melalui amal ibadat yang menjadi tanggungjawab sebagai usahawan Muslim. Kenyataan IN1, IN9 dan IN10 di bawah antara contoh berkaitan hal ini;

“Kena usaha, jangan serah bulat-bulat, kita ikhtiar dan doa. Solat jangan tinggal, minta doa hari-hari, tak sempat buat waktu siang buat waktu malam.” (IN1)

“...kita orang Islam berniaga, solat Dhuha jangan tinggal lah. Dhuha tu murah rezeki, kalau kita ada kesempatan ke dia jadi lapang, saya pegang itu lah, dia beri kekuatan kepada kita.” (IN9)

“Bila Tuhan tunjuk begitu saya baru nampak apa itu rezeki sebenarnya. Jadi lepas tu alhamdulillah, solat tidak tinggal, dan rasa hidup tu berkat...” (IN10)

Sementara itu, antara amalan yang sinonim dengan informan ialah zakat dan sedekah. Apa yang kajian ini peroleh selain kewajipan berzakat, amalan bersedekah menjadi suatu kemestian kepada informan mengikut kemampuan dan pendekatan masing-masing. Dalam hal ini, informan menyedari peranan zakat dan sedekah dalam menyubur dan memberi keberkatan

kepada perniagaan mereka seperti mana diungkapkan oleh IN5;

“Sedekah ni, lagi kurang bisnes lagi banyak sebenarnya saya bersedekah, Alhamdulillah rezeki datang. Bila kurang bisnes, kita banyakkkan sedekah rezeki dia bertambah. Dia macam tu. Kena yakin lah. Memang sedekah ni saya tak pernah miss..” (IN5)

Malah ia turut menjadi suatu inspirasi atau kayu ukur untuk informan terus berusaha memajukan perniagaan mereka ke tahap yang lebih baik. IN4 sebagai contoh menceritakan hal ini;

“saya hari-hari niat, minta dengan Tuhan, bagi rezeki banyak, saya nak bantu fakir miskin, anak yatim.. cita-cita nak buat masjid, dah ada sumbangan sedekah tapi kalau boleh nak yang nampak, bukan nak menunjuk tidak, tapi sekurang-kurangnya rasa puas hati berniaga 19 tahun ni. Dah ada tapi tak memadai lagi buat saya...” (IN4)

Justeru, kajian ini melihat keseimbangan pencapaian perniagaan dengan amalan kebajikan yang dilakukan oleh informan mencari keberkatan dalam perniagaan dan memenuhi tanggungjawab kepada masyarakat. Perkara ini dikongsi oleh informan antaranya melalui kenyataan IN10 dan IN3 di bawah;

“Saya ada ambil budak tahfiz, biaya sampai habis belajar. Orang susah ada jugak saya bantu tiap-tiap bulan. Duit ni tak boleh duduk dengan kita saja. Bila kita beri, Tuhan balas balik, banyak berlaku begitu. Susah nak cakap tapi banyak saya dah alami” (IN10)

“Ini memang antara kepuasan saya sebab benda ni kalau kita tak sampaikan kepada orang lain, Tuhan tak bagi kita yang baru. Ilmu ni kita kena sampaikan macam dakwah

tabligh punya prinsip lah. Kita bagi pada orang lain apa kita ada, Tuhan bagi yang baru untuk kita. Kadang-kadang orang fikir kita melahirkan competitor, tapi sebenarnya bukan begitu” (IN3)

Berdasarkan dapatan dan perbincangan di atas jelas menunjukkan bahawa aspek kerohanian mempunyai peranan penting terhadap kejayaan usahawan Muslim. Informan kajian yang mewakili usahawan berjaya pelbagai tahap dan sektor perusahaan menunjukkan mereka mempunyai kekuatan dalam aspek kerohanian yang bukan sahaja membentuk kerangka akhlak usahawan tetapi juga kecemerlangan dalam aspek perniagaan.

Kesimpulan

Kajian telah menunjukkan bahawa aspek kerohanian memainkan peranan penting terhadap motivasi dan pencapaian usahawan. Kerohanian yang berkait rapat dengan unsur dalaman berasaskan keimanan kepada Allah SWT telah membentuk sikap positif dan turut mempengaruhi tindakan usahawan dalam kegiatan keusahawanan. Secara umumnya hasil kajian mempunyai persamaan dengan kajian-kajian sebelumnya dari sudut dimensi kerohanian dalam keusahawanan. Walau bagaimanapun, kajian ini telah dapat memperincikan lagi ciri-ciri kerohanian usahawan berjaya melalui lima tema utama dan 13 subtema yang berkait secara langsung dengan kegiatan mereka dalam keusahawanan. Tema dan subtema berkaitan ciri-ciri dan amalan kerohanian mempengaruhi motivasi usahawan membina keyakinan dan ketahanan diri, berpegang kepada prinsip akhlak dan turut membantu kepada aspek pengurusan yang lebih cekap dan bertanggungjawab sehingga membawa kepada kejayaan dalam perusahaan yang diceburi. Ciri-ciri dan amalan kerohanian ini penting sebagai panduan usahawan meletakkan landasan dalam kegiatan keusahawanan yang berjaya mengikut kerangka Islam. Namun begitu informan yang terhad dalam kalangan usahawan berjaya di

negeri Kelantan sahaja merupakan limitasi terhadap kajian dan boleh dikembangkan dalam konteks yang lebih meluas. Selain itu, kajian lanjutan mengenai hubungan antara ciri-ciri kerohanian dengan pencapaian usahawan dilihat mungkin dapat memberikan hasil dari sudut yang berbeza dan membantu kepada aspek pembangunan usahawan.

Rujukan

- Ab. Aziz Yusof. (2010). *Pengenalan Kepada Keusahawanan Islam*. Kuala Lumpur: Scholarmind Publishing.
- Abi Isa & Muhammad bin Isa bin Surah. (1999). *Al-Jami' al-Sahih wa huwa Sunan al-Tirmidzi*. Kitab al-Buyu', Bab Ma Ja'a fi al-Tujjar wa Tasmiyah al-Nabi. Juz.3. Kaherah. Dar al-Hadith.
- Al-Harran, Saad. (2004). *For Today's Social Ills Islam Is The Solution*. Kuala Lumpur: A. S. Noordeen.
- Al-Suyuti & Abd. Al-Rahman bin Bakr. (2000). *Jam' al-Jawaami'; al-Jami' al-Kabir fi al-Hadith wa al-Jami' al-Saghir wa Zawa'idhuhu*. Jil.1. Beirut. Dar al-Kutub al-Ilmiyyah.
- Al-Qaradawi, Yusuf (2001). *Dawr al-Qiyam wa-al-Akhlaq fi al-Iqtisad al-Islami*, Kaherah: Maktabah Wahbah.
- Beekun & Rafik Issa. (1997). *Business Ethics In Islam*. Kuala Lumpur. Herndon Va. IIUM.
- Che Zarrina Saari & Solahuddin Abdul Hamid. (2011). Reconstructing Entrepreneur's Development Based on al- Quran and al-Hadith. *International Journal of Business and Social Science*, 2(19): 110-116.
- Fornaciari, C. J. & Lund Dean, K. (2004). Diapers to Car Keys; The State of Spirituality, Religion and Work Research. *Journal of Management, Spirituality & Religion*, 1(12): 7-33.
- Fry, L. W. (2003). Toward A Theory of Spiritual Leadership. *The Leadership Quarterly*, 14: 693-727.
- Hawwa, S. (2004). *Tarbiyatuna al-Ruhyah*. Kaherah. Dar al-Salam.
- Ilhaamie Abdul Ghani Azmi & Yazilawati Yaacob. (2012). *Entrepreneur's Personality From Islamic Perspective; A Study of Succesful Muslim Entrepreneurs in Malaysia*. Kertas Kerja dibentangkan di International Conference On Economic Business Research. Phnom Penh. Disember 2012.
- Jabnoun & Naceur. (1994). *Islam and Management*. Kuala Lumpur: Institut Kajian Dasar.
- Jackson, J. J., & Konz, G. N. P. (2006). Spirituality and Entrepreneurship. *Journal of Management, Spirituality and Religion*, 3(3): 242-57.
- Kale, S. H. & Shrivastava, S. (2003). The Enneagram System for Enhancing Workplace Spirituality. *Journal of Management Development*, 22(4): 308-328.
- Kamil, N. M, Al-Kahtani, A. H., & Sulaiman, M. (2011). The Components of Spirituality in The Business Organizational Context; The Case of Malaysia. *Asian Journal of Business and Management Sciences*, 1(2): 166-180.
- Kamus Dewan*. (2010). Kuala Lumpur. Dewan Bahasa dan Pustaka.
- Khaliq, A. (2011). Leadership Motivation from the Islamic Perspective, In K. Ahmad, R. Islam, & Y. Ismail, (Eds.). *Issues In Islamic Management*, (252-266) IIUP Press.
- Kvale, S. (1996). *Interviews: An Introduction to Qualitative Research Interviewing*. Thousand Oaks. California: Sage.
- Muhammad Syukri Salleh (1999). *Usahawan Islam; Erti & Strategi*. Kertas kerja dibentangkan dalam Seminar Usahawan Islam. USM. 5 Oktober 1999.
- Muslim bin Hajjaj al-Qusyairi. (1994). *Sahih Muslim*. Kitab al-Iman, Bab Qawl al-Nabi man Ghashan fa laysa minna. Jil.1. Beirut: Dar al-Ma'rifah.

- Mohsen, N. R. M. (2007). *Leadership from the Quran, Operationalization of Concepts and Empirical Analysis; Relationship Between Taqwa, Trust and Business Leadership Effectiveness*) Tesis PhD), Universiti Sains Malaysia, Malaysia.
- Nasr, S. H. (1987). *Islamic Spirituality*. London: Routledge & Kegan Paul.
- Qutb, Sayyid. (2000). *Fi Zilal al-Quran*. Jil.9, Terj. Yusoff Zaki Yacob. Kota Bharu: Pustaka Aman Press.
- Rulindo, R., Hidayat, S. E & Mardhatillah, A. (2011). The Importance of Spirituality for Successful Entrepreneurs, In K. Ahmed, R. Islam, & Y. Ismail, (Eds.), *Issues in Islamic Management*. IIUP Press.
- Saroglou, V., & Garcia A. M. (2008). Individual Differences In Religion and Spirituality; An Issue of Personality Traits and Values. *Journal for the Scientific Study of Religion*, 47(1): 83-101. Singapore: John Wiley & Sons.
- Zulkarnain Kedah & Isa Mohammed Adamu. (2011). Spirituality in Entrepreneurship from Islamic Perspective. In A. A. M. Osman & M. S. Suhaimi (Eds.), *Spirituality in Management From Islamic Perspective*. Selangor: IIUM Press.