

PRINSIP-PRINSIP KUALITI KE ARAH MELAHIRKAN USAHAWAN MUSLIM YANG BERJAYA*

Siti Arni Basir**

Bharudin Che Pa***

Raja Hisyamudin Raja Sulong****

ABSTRACT

Since entrepreneurship involves business risks, business profit and loss have been given attention by entrepreneurs. It is important for Muslim entrepreneurs to apply quality principles to sustain their business. This is to ensure that consumer interest is protected. This article focuses on quality principles Muslim entrepreneurs must practice to be successful in their business. This article aims to discuss the definition of an entrepreneur, entrepreneurship theories and the vital role of entrepreneurs in developing countries. It will also discuss market freedom, managing greediness and self-reliance, establishing business network and the economic struggle matters that must be adhered by Muslim entrepreneurs.

* Draf awal artikel ini telah dibentangkan pada Seminar Keusahawanan Islam II Peringkat Kebangsaan 2008, anjuran Jabatan Syariah dan Pengurusan, Akademi Pengajian Islam, Universiti Malaya, pada 15.10.2008.

** Lecturer, Department of Siasah Syar'iyah, Academy of Islamic Studies, University of Malaya, sitiarni@um.edu.my

*** Senior Lecturer, Department of Siasah Syar'iyah, Academy of Islamic Studies, University of Malaya, bharudin@um.edu.my

**** Ph.D candidate, Department of Siasah Syar'iyah, Academy of Islamic Studies, University of Malaya, r_hisyamudin@um.edu.my

Keywords: *quality principles, Muslim entrepreneurs, developing countries, entrepreneurship theories*

PENGENALAN

Bidang perniagaan adalah bidang yang sangat mencabar. Ia melibatkan aktiviti-aktiviti pengemblengan sumber pengeluaran, pengurusan organisasi dan pengambilan risiko. Ianya memerlukan iltizam dan daya juang yang tinggi. Justeru, untuk memastikan usahawan Muslim dapat bertahan dalam perniagaan dan mengamalkan sifat-sifat yang baik, artikel ini mencadangkan agar mereka mematuhi prinsip-prinsip kualiti. Prinsip-prinsip kualiti hendaklah dipatuhi agar usahawan Muslim mampu memenuhi bukan sahaja standard pengguna dan rakyat terbanyak, malahan juga memenuhi tuntutan syariat.

DEFINISI USAHAWAN

Ahli-ahli sarjana melihat daripada pelbagai perspektif sama ada perspektif ekonomi, pengurusan atau pun kemanusiaan untuk mendefinisikan usahawan dan keusahawanan. Perkataan usahawan berasal daripada perkataan Perancis '*entrepren*' yang bermaksud "*menanggung*". Cantillom, seorang berbangsa Irish mendefinisikan usahawan sebagai individu yang membeli faktor-faktor pengeluaran pada harga tertentu dan membuat ciptaan baru, menjualnya pada masa hadapan dengan harga yang tidak pasti. Akibat daripada ketidakpastian ini, usahawan akan menanggung risiko, sama ada ia menanggung kerugian atau mendapat keuntungan.¹

Beberapa dekad kemudian, Say menjelaskan fungsi keusahawanan dalam konteks yang lebih luas dengan memasukkan unsur-unsur penyeliaan dan pengurusan untuk mendefinisikan keusahawanan; usahawan bukan sahaja dirujuk kepada aktiviti ekonomi yang mementingkan keuntungan tetapi aktiviti pengurusan yang bertujuan memaksimumkan keuntungan². Menurut Steinhoff & Burgess, usahawan adalah individu yang mengorganisasikan, mengurus dan menanggung risiko³. Usahawan akan menggembelng tenaga dan bekerja keras untuk mencapai cita-cita perniagaannya dan mereka akan merasai kepuasan

¹ Kilby, P. (1971), *Enterpreneurship and Economic Development*. New York: The Free Press, h. 56

² *Ibid*, h. 58.

³ Steinhoff, S.D. and Burgess, J.F. (1993), *Small Business Management Fundamentals*, New York: McGrawHill, h. 455.

di atas kejayaan yang dicapai. Justeru itu, usahawan adalah individu yang menanggung risiko di segi kewangan, material dan sumber tenaga manusia dalam usaha mencari peluang perniagaan.

Keuntungan yang diperolehi seorang usahawan adalah berasaskan konsep pulangan, ganjaran kepada pengurusan yang cekap dan pampasan kepada risiko yang dihadapi dan perolehan keuntungan adalah penting bagi menjamin usahawan mampu meneruskan perniagaannya. Untuk memastikan usahawan mendapat keuntungan, pendapatan dari jualan mestilah melebihi perbelanjaan.

Casson pula mendefinisikan usahawan adalah seorang yang mempunyai kepakaran dalam proses pembuatan keputusan tentang penyelarasan bahan-bahan mentah yang terhad⁴. Manakala Farid menyatakan usahawan adalah individu yang memiliki tenaga dan semangat tinggi, lebih bertoleransi daripada orang lain terhadap risiko dan ketidakpastian, mendambakan autonomi dan kecekalan mencapai matlamat di sebalik pelbagai cabaran dan kekurangan sumber⁵. Menurut Morrison, gelagat atau perlakuan yang dipamerkan oleh usahawan termasuklah⁶:

1. Mencipta pekerjaan untuk diri sendiri dan ahli keluarga.
2. Mengurang atau mengelakkan pengangguran dan bertindakbalas terhadap persekitaran ekonomi.
3. Mencari penyelesaian terhadap masalah-masalah.
4. Berusaha mencapai matlamat dalaman seperti kebebasan, mengawal kehidupan dan gaya hidup fleksibel.
5. Mengatasi masalah yang menjadi halangan untuk maju dalam dunia korporat.

Kesimpulannya, usahawan adalah golongan yang berdikari, mementingkan autonomi dan bercita-cita tinggi untuk mencapai objektif perniagaan. Usahawan juga adalah golongan yang mempunyai kemahiran dan kepakaran, bukan hanya untuk menguruskan harta dan sumber sendiri, tetapi juga sumber orang lain.

⁴ Casson, M. (1982), *The Entrepreneur*, Oxford: Martin Robertson and Company Ltd, h.76.

⁵ Farid, M. (2007), "Entrepreneurship in Egypt and The US Compared", *Journal of Management Development*, vol. 26(5), hh. 428-440.

⁶ Morrison, A. (2006) "A Contextualisation of Entrepreneurship", *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, vol. 12(4), hh. 192-209.

Teori Pembangunan Keusahawanan

Teori pembangunan keusahawanan boleh dilihat daripada dua dimensi iaitu pendekatan psikologi dan pendekatan sosiologi. Pendekatan psikologi digunakan oleh Schumpeter dan McClelland manakala pendekatan sosiologi digunakan oleh Weber dan Cochran.

Menurut Schumpeter penyertaan individu dalam bidang keusahawanan didorong oleh faktor-faktor peribadi⁷. Contohnya, individu yang menjadi usahawan mempunyai tujuan untuk mengaut keuntungan dan mencari kuasa di mana fenomena ini wujud dalam setiap etnik masyarakat. Keinginan usahawan ini didorong oleh ciri-ciri khusus seperti kebolehan rasa hati untuk meramal peluang-peluang masa hadapan, mempunyai keupayaan berfikir secara luar biasa dan kebolehan untuk melakukan sesuatu yang berlawanan dengan norma-norma masyarakat. Keupayaan usahawan untuk bergerak aktif dalam masyarakat didorong oleh kebolehan mereka untuk menghadapi halangan-halangan sosial⁸.

McClelland yang menyokong pendapat Schumpeter menyatakan bahawa usahawan didorong kemahuan untuk mencapai sesuatu (*the need for achievement*) di mana beliau memasukkan unsur-unsur zaman kanak-kanak yang menekankan faktor-faktor kecemerlangan, keibuan, berdikari dan dominasi bapa yang rendah⁹. Kajian beliau mendapati bahawa kanak-kanak di negara yang mengalami pertumbuhan ekonomi yang pesat lebih cenderung untuk menerima pendapat orang lain berbanding dengan kanak-kanak di negara membangun. Kajian beliau juga menunjukkan bahawa kehendak untuk pencapaian individu terbentuk pada zaman kanak-kanak; justeru, dorongan terhadap minat untuk melakukan sesuatu pekerjaan boleh dilakukan pada masa tersebut.

Weber yang memelopori pendekatan sosiologi pula menyatakan bahawa usahawan adalah individu yang mencetuskan inovasi berdasarkan ciri-ciri rasionaliti sebuah syarikat perniagaan¹⁰. Menurut Weber nilai-nilai keagamaan yang universal seperti kejujuran menjadi faktor yang penting

⁷ Schumpeter, J.A. (1971), "The Theory Of Economic Development", in Kilby, P. (ed), *Entrepreneurship and Economic Development*, New York: The Free Press, h.126.

⁸ Swayne, C. and Tucker, W. (1973), *The Effective Entrepreneur*, New Jersey: General Learning Press, h. 126.

⁹ McClelland, D. (1961), *The Achieving Society*, New Jersey: Princeton, h. 101.

¹⁰ Kilby (1971), *op. cit.*, h. 70.

dalam menggerakkan aktiviti keusahawanan. Kepercayaan dalam kehidupan beragama ini melahirkan sikap tekun dan bertanggungjawab dalam bekerja dan menjadi pendorong kepada pengumpulan aset-aset yang produktif. Menurutnyanya, dalam Protestant, terdapat kepercayaan tentang kepentingan kerajinan dan kerja keras untuk memakmurkan bumi ciptaan tuhan. Paradigma Weber ini kemudian dikenali sebagai *“the development ethnic and the spirit of religion”*.

Jika Weber menekankan aspek-aspek keagamaan Cochran pula menekankan kepada aspek individu yang menjadi model dalam menerangkan pembentukan usahawan¹¹. Beliau mengutarakan *‘Tradisi Parsonian’* menyatakan bahawa tiga elemen utama dalam pembangunan usahawan iaitu nilai-nilai kebudayaan, faktor jangkaan dan dorongan masyarakat. Justeru itu, usahawan bukanlah individu yang memiliki keupayaan luar biasa tetapi berperanan untuk mewakili masyarakat di mana proses pembentukan mereka turut dipengaruhi oleh zaman kanak-kanak dan budaya masyarakat. Prestasi seseorang usahawan akan ditentukan oleh beberapa faktor iaitu sikap individu terhadap perniagaan dan tanggapan masyarakat. Perubahan-perubahan yang berlaku dalam masyarakat, teknologi dan nilai akan mewujudkan keperluan-keperluan baru sama ada tanggungjawab keusahawanan menjadi lebih kreatif atau pun tidak mengalami apa-apa perubahan.

Kesimpulannya, perbincangan terhadap teori yang telah dikemukakan menjelaskan pembentukan budaya keusahawanan dipengaruhi oleh faktor psikologi dan sosiologi. Teori pembangunan keusahawanan menunjukkan bahawa pembentukan budaya keusahawanan merupakan proses evolusi yang memerlukan sokongan pentadbiran mahu pun infrastruktur daripada pelbagai pihak.

Peranan Usahawan di Negara-negara Membangun

Dengan sifat negara membangun yang agak ketinggalan dalam pelbagai bidang, peranan utama usahawan adalah untuk membangun dan memajukan teknologi dengan membuat pelaburan bagi tujuan pembangunan dan penyelidikan. Hansen membahagikan pelaburan kepada dua iaitu pelaburan autonomi dan pelaburan suntikan/galakan¹². Menurut Hansen, pelaburan suntikan diperlukan

¹¹ Cochran, T.C. (1971), “The Entrepreneur In Economic Change”, in Kilby, P. (ed), *Entrepreneurship And Economic Development*, New York: The Free Press, h. 78.

¹² Kent, C.A. (1982), “Entrepreneurship in Economic Development,” in Kent, C.A., Sexton, D.L. and Vesper, K.H. (eds.), *Encyclopedia of Entrepreneurship*, New York: The Free Press, h. 90.

untuk meningkatkan pendapatan manakala pelaburan autonomi diperlukan untuk projek inovasi. Melalui pelaburan autonomi, Hansen menjelaskan peranan usahawan; jika inovasi yang dijalankan usahawan ini mampu membantu dalam meneroka peluang-peluang ekonomi, pelaburan akan mempertingkatkan pelaburan aggregate yang menjamin gunatenaga penuh dan pertumbuhan ekonomi berterusan.

Pelaburan autonomi sebenarnya menunjukkan kepentingan projek pembangunan dan penyelidikan untuk memperbaiki tingkat teknologi. Berbanding dengan pelaburan secara langsung, pelaburan autonomi ini memerlukan kos yang tinggi dan menghasilkan pulangan dalam jangka masa panjang. Faktor ini mungkin menjadi penyebab mengapa kebanyakan negara-negara membangun kurang memberi tumpuan kepada aktiviti-aktiviti penyelidikan dan pembangunan.

Usahawan di negara-negara membangun menghadapi persekitaran yang berbeza dengan usahawan negara maju. Cabaran utama usahawan di negara membangun adalah untuk menyerap teknologi dari negara maju dalam keadaan kekurangan maklumat dan pasaran yang tidak menentu. Di negara membangun, usahawan menjadi penghubung di antara unit-unit sosial yang kecil seperti individu dan keluarga dengan negara. Kekurangan modal tempatan dan sistem pentadbiran kurang cekap di negara membangun menjadi justifikasi kepada peranan pelabur asing yang menyalurkan modal dan polisi-polisi galakan yang digubal oleh kerajaan.

Di negara-negara membangun, ekonomi dikategorikan kepada dua sektor utama, iaitu; i) pertanian dan industri kecil, dan ii) perladangan, pengangkutan, pembuatan, petroleum dan perlombongan. Sistem ekonominya pula berbeza dengan negara maju iaitu dengan tingkat harga yang kaku, dan permintaan dan penawaran yang kurang anjal.

Dengan corak perindustrian yang amat kuat dipengaruhi oleh nilai-nilai tradisional di negara membangun, usahawan perlu mempertingkatkan taraf mereka sejajar dengan pertambahan ilmu pengetahuan, perkembangan teknologi dan proses pemodenan yang berlaku. Seperti yang telah dinyatakan, peranan utama usahawan di negara-negara membangun adalah menyerap teknologi baru daripada pelabur-pelabur asing di mana ianya melibatkan aktiviti-aktiviti berikut¹³:

¹³ Broehl, W. (1982), "Entrepreneuership In The Less Developed World" in Kent, C.A., Sexton, D.L. and Vesper, K.H. (eds.), *Encyclopedia of Entrepreneurship*, New Jersey: Prentice Hall, hh. 103-112.

1. Menghasilkan barangan baru atau barangan sedia ada dengan kualiti baru.
2. Menggunakan kaedah pengeluaran baru.
3. Menemui pasaran baru.
4. Menemui sumber-sumber bahan mentah baru.
5. Mewujudkan organisasi baru dalam industri seperti mengeluarkan syarikat daripada kumpulan monopoli.

Melalui konsep peranan pembaharuan teknologi yang dimainkan oleh usahawan inilah, Schumpeter menjelaskan peranan utama usahawan di negara-negara membangun adalah untuk menjalankan inovasi di mana inovasi tersebut berbeza dengan inovasi yang berlaku di negara maju¹⁴. Inovasi di negara membangun sebenarnya telah lama dijalankan di negara-negara maju. Inovasi di negara membangun adalah berbentuk khusus, iaitu pengubahsuaian konsep inovasi di negara maju dengan mengambilkira faktor-faktor halangan dan dorongan.

Sesetengah pengkaji menyatakan inovasi di negara membangun sebagai proses meniru (*imitation*). Schumpeter menggunakan perkataan tukang tiru (*imitator*) bagi mereka yang menjalankan inovasi dalam ekonomi sebagai langkah kedua di negara maju tetapi menjadi langkah pertama di negara membangun¹⁵.

Pengubahsuaian (*adaptation*) dengan mengambilkira faktor persekitaran terhadap inovasi ini dinamakan sebagai inovasi meta (*meta-innovation*) yang bermaksud pengorganisasian¹⁶. Untuk memastikan inovasi-meta dijalankan dengan berkesan, maklumat ekonomi amat diperlukan. Tetapi sudah menjadi fenomena di negara membangun, jaringan maklumatnya amat dipengaruhi unsur-unsur politik.

Dalam keadaan masyarakat di mana ikatan kekeluargaan dan nepotisme memainkan peranan penting dalam sesebuah perniagaan dan dalam keadaan pengetahuan teknikal yang lemah, usahawan akan cuba menubuhkan sistem jaringan yang menjadi sumber maklumat untuk menformulakan idea inovasi.

Kesukaran untuk mendapatkan maklumat yang tepat ini menyebabkan wujudnya keberkesanan-X ("*X-efficiency*") iaitu satu keadaan di mana fungsi pengeluaran tidak mencapai tahap keberkesanan optimum. Keadaan ini mungkin disebabkan usahawan tidak bersungguh-sungguh untuk mencari

¹⁴ Schumpeter (1971), *op.cit.*, h.74.

¹⁵ *Ibid*, h. 81.

¹⁶ Broehl (1982), *op.cit.*, h. 111.

maklumat dan teknik-teknik pengeluaran baru. Liebshtein mencadangkan pengetahuan berkenaan fungsi pengeluaran dan mengenalpasti pasaran sebagai faktor yang akan menghasilkan usahawan berjaya. Menurutnya lagi, ciri asas seorang usahawan ialah kepekaan kepada maklumat yang menjadi asas kepada inovasi.

Kejayaan usahawan melaksanakan projek perniagaan bukan hanya bergantung kepada faktor ekonomi, tetapi juga dipengaruhi faktor politik. Organisasi perniagaan sama ada yang baru ditubuhkan atau yang melalui pengubahsuaian hendaklah diuruskan dengan cekap agar dapat mencapai objektif dan berdaya saing dalam memenuhi tuntutan persekitaran; sekiranya usahawan gagal memenuhi tuntutan persekitaran, kemungkinan organisasi perniagaan gagal adalah besar.

Usahawan di negara membangun perlu memiliki semangat yang tinggi. Di samping usaha membangunkan perniagaan untuk tujuan peribadi, mereka sewajarnya menjalankan fungsi sebagai agen pembangunan ekonomi yang berkesan.

ISLAM DAN PRINSIP KUALITI

Islam adalah cara hidup yang begitu sempurna yang merangkumi kehidupan beragama dan kehidupan duniawi¹⁷. Islam sebagai cara hidup juga memberi perhatian yang serius terhadap segala aspek kehidupan manusia. Ini ditegaskan oleh sarjana Islam terkenal, al-Bureay

*“Since Islam is a comprehensive code of life, it treats the most minor, simple and detailed issues in the private and public life of the individual with the same seriousness that it considers the complex issues of modern economic and technological development.”*¹⁸

Islam sebagai cara hidup sudah pasti mempengaruhi segenap lapangan kehidupan termasuklah aspek sosial, ekonomi dan pentadbiran. Metle daripada kajiannya mendapati bahawa Islam mempengaruhi budaya rakyat Kuwait yang kemudiannya mempengaruhi budaya kerja kaum wanita Kuwait¹⁹. Tayeb pula

¹⁷ Al-Habshi, S.O. (1996 a), “The Role Of Ethics In Economics And Business”, in Sadeq, AbulHasan and Ahmad, A.Khaliq (eds.), *Quality Management from Islamic Perspective*, Kuala Lumpur: Leeds Publications, h. 12.

¹⁸ Al-Bureay, M. (1985), *Administrative Development: An Islamic Perspective*, London: Kegan Paul International, h. 59.

¹⁹ *Ibid.*

percaya bahawa di negara yang kebanyakan rakyatnya adalah Muslim, Islam melalui budaya sesebuah negara akan mempengaruhi organisasi²⁰.

Setakat ini, beberapa kajian mengenai pengaruh Islam terhadap pekerjaan dan etika kerja Islam telah dijalankan. Antaranya, etika Islam²¹, Islam, wanita dan pekerjaan di kalangan masyarakat Arab²², etika kerja Islam di kalangan para pengurus di Kuwait²³ dan kajian teori mengenai etika kerja Islam²⁴. Manakala Harahap pula telah menjalankan kajian mengenai nilai-nilai Islam dalam pekerjaan²⁵.

Manakala kajian-kajian terdahulu pula terfokus kepada pengurusan kualiti konvensional seperti yang dijalankan oleh Douglas & Coleman²⁶, Williams²⁷, Magd²⁸ and Zaramdini²⁹. Ahmad & Ahmad³⁰, (1996) dan Al-Habshi³¹ telah mengkaji pandangan Islam terhadap kualiti yang dikemukakan pengkaji-pengkaji dari barat.

-
- ²⁰ Tayeb, M. (1997), "Islamic Revival In Asia And Human Resource Management", *Employee relations*, vol. 19(4), hh. 352-364.
- ²¹ Yousef, D.A. (2000), "The Islamic Work Ethics As A Mediator Of The Relationship Between Of Control, Role Conflict And The Role Ambiguity", *Journal of Managerial Psychology*, vol. 15(4), hh. 45-60.
- ²² Sidani, Y. (2005), "Women, Work And Islam In Arab Societies", *Women in Management Review*, vol. 20(7), hh. 55-70.
- ²³ Ali, A.J. and Al-Kazemi, A.A. (2007), "Islamic Work Ethic In Kuwait", *Cross Cultural Management*, vol. 14(2), hh. 93-104.
- ²⁴ Ali, A.J. and Al-Owaidan, A. (2008), "Islamic Work Ethic", *Cross Cultural Management*, vol. 15(1), hh. 5-19.
- ²⁵ Harahap, S.S. (2003), "The Disclosure Of Islamic Values", *Managerial Finance*, vol. 29 (7), hh. 70-89.
- ²⁶ Douglas, A. and Coleman, S., (2003), "What Next for ISO 9000 Companies?", *The TQM Magazine*, vol. 15(2), hh. 88-92.
- ²⁷ Williams, J.A. (2004), "The Impact of Motivating Factors on Implementation of ISO 9001:2000 Registration Process", *Management Research News*, vol. 27(1), hh. 74-84.
- ²⁸ Magd, H.A.E. (2006), "An Investigation of ISO 9000 Adoption in Saudi Arabia", *Managerial Auditing Journal*, vol. 21(2), hh. 132-147.
- ²⁹ Zaramdini, W. (2007), "An Empirical Study of the Motives and Benefits of ISO 9000 Certification", *International Journal of Quality & Reliability Management*, vol. 24(5), hh. 472-491.
- ³⁰ Ahmad, K. and Ahmad, S. (1996), "Islamic Values In Management" in Sadeq, AbulHasan and Ahmad, A.Khaliq (eds.), *Quality Management from Islamic Perspective*. Kuala Lumpur: Leeds Publications., h. 67.
- ³¹ Al-Habshi, S.O. (1996a), *op.cit*, h. 78.

Melihat kepada senario di Malaysia pada hari ini, usahawan Muslim Malaysia yang berjaya dan telah mencapai taraf jutawan adalah seperti Tan Sri Syed Mokhtar AlBukhari dari Yayasan AlBukhari (RM2.15 bil) dan Tan Sri Mustapha Kamal Abu Bakar dari MK Land (RM1.64 bil). Manakala ramai lagi usahawan Muslim di Malaysia masih berada di tahap kurang memuaskan, yang mana antara sebabnya adalah sikap negatif. Usahawan Muslim mestilah membuang sikap negatif dan mengamalkan budaya yang betul jika mereka ingin maju dalam dunia perniagaan. Usahawan Muslim sebenarnya beruntung kerana agama Islam itu sendiri menjadi garis panduan untuk menempa kejayaan dan mendapat keberkatan dari dunia perniagaan.³²

Daripada sorotan terhadap kajian lepas didapati bahawa kajian mengenai prinsip-prinsip kualiti yang diadun dengan semangat Islam belum pernah dijalankan. Dalam masa yang sama, usahawan Muslim di Malaysia menghadapi pelbagai halangan di dalam menjalankan perniagaan mereka. Justeru, artikel ini akan membincangkan prinsip-prinsip kualiti yang perlu dipatuhi oleh usahawan Muslim yang mana pematuhan kepada prinsip-prinsip tersebut akan membuahkan natijah yang baik kepada usahawan itu sendiri dan masyarakat.

Konsep Kualiti Dalam Islam

Kualiti bermaksud penjaan barangan dan perkhidmatan yang memberi kepuasan kepada pelanggan³³. Manakala menurut Hassan, konsep kualiti dalam Islam adalah bersifat lebih menyeluruh³⁴. Islam melihat kualiti sebagai suatu proses yang membawa kepada perubahan positif yang menekankan prestasi cemerlang dalam segenap lapangan kehidupan manusia. Matlamat pengeluaran barangan dan perkhidmatan berkualiti bukanlah untuk memenuhi keperluan pelanggan sahaja, tetapi lebih penting lagi adalah untuk memenuhi tuntutan atau keperluan individu, organisasi dan masyarakat.

³² Rencana Ekonomi, E/usahawan melayu-yadim.htm, di akses pada 10.1.09

³³ Peter, K.J. (1998), "Managing Service Quality", *Total Service Quality Management*, vol. 29(1), hh. 6-12.

³⁴ Hassan (1996), "An Islamic Approach to Quality and Productivity", in Sadeq A.H. and Ahmad, A.K. (eds.), *Quality Management from Islamic Perspective*, Kuala Lumpur: Leeds Publications., h. 189.

Al-Habshi menegaskan bahawa manusia adalah ciptaan Allah yang paling agung³⁵. Manusia diciptakan secara berperingkat-peringkat dan kejadian manusia mengandungi unsur fizikal dan spiritual. Allah S.W.T. berfirman yang maksudnya:

“Yang menciptakan tiap-tiap sesuatu dengan sebaik-baiknya, dan dimulakanNya kejadian manusia berasal dari tanah. Kemudian Ia menjadikan keturunan manusia itu dari sejenis pati, iaitu daripada air (benih) yang sedikit dipandang orang. Kemudian Ia menyempurnakan kejadiannya, serta meniupkan padanya roh CiptaanNya. Dan Ia mengurniakan kepada kamu pendengaran dan penglihatan serta hati (akal fikiran), supaya kamu bersyukur, tetapi amatlah sedikit kamu bersyukur.”

(Surah al-Sajdah, 32: 7-9)

Manusia dengan segala kelebihan yang dikurniakan Allah S.W.T. hendaklah berupaya melakukan pekerjaan pada tahap kualiti yang paling tinggi. Al-Habshi menegaskan bahawa hasil kerja yang berkualiti hanya lahir daripada individu yang juga memiliki kualiti diri yang tinggi³⁶. Dalam erti kata lain, individu yang memiliki keimanan, ketakwaan dan sifat-sifat yang baik akan lebih berupaya menghasilkan atau menampilkan perkhidmatan terbaik. Justeru individu atau pekerja yang lemah hendaklah berusaha memperbaiki diri agar usaha menghasilkan barangan dan perkhidmatan berkualiti menjadi lebih mudah. Pandangan al-Habshi tentang kualiti ini boleh dikaitkan dengan pandangan Ali yang berhujah bahawa iman sebenarnya adalah adalah kualiti dalaman manusia³⁷. Iman yang terletak dihati mestilah dizahirkan melalui amalan dan perbuatan manusia dalam menjalankan kegiatan seharian.

Yusof al-Qaradhawi pula menegaskan bahawa kualiti hendaklah diberi keutamaan berbanding kuantiti³⁸. Bagi beliau, jumlah ummah yang ramai tidak akan memberi makna jika mereka tidak berkualiti. Sejarah Islam telah memaparkan bagaimana bilangan kecil tentera Islam dalam peperangan

³⁵ Al-Habshi, S.O. (1996 b), “Quality And Productivity Consciousness: An Islamic Approach”, in Sadeq, AbulHasan and Ahmad, A.Khaliq (eds.), *Quality Management from Islamic Perspective*, Kuala Lumpur: Leeds Publications, hh. 157-159.

³⁶ *Ibid.*

³⁷ Ali, M.Y. (2006), “Al-Tawhid And Its Effects On Man’s Life”, *Jurnal Usuluddin*, bil. 23-24, h. 8.

³⁸ Yusof al-Qaradhawi (2001), *Fiqh Keutamaan*, Kuala Lumpur: Angkatan Belia Islam Malaysia (ABIM), h. 58.

Badar tidak menghalang pihak Islam untuk memenangi peperangan tersebut. Ini adalah kerana walaupun jumlah tentera Islam pada waktu itu kecil bilangannya, tetapi mereka mengamalkan pengurusan berkualiti di mana mereka memiliki takwa yang tinggi, mengamalkan kerja berpasukan dan taat kepada arahan ketua.

Tegasnya, konsep kualiti dalam Islam adalah lebih menyeluruh. Penekanan kualiti dalam Islam tidak hanya terfokus kepada pelanggan sahaja, tetapi juga merangkumi keperluan organisasi dan masyarakat secara amnya. Islam juga mementingkan kualiti atau sifat mulia yang ada dalam diri individu yang mana kualiti ini berpaksikan kepada keimanan kepada Allah S.W.T. Islam juga amat mementingkan individu dan ummah yang berkualiti kerana ciri ini menjadi pra-syarat kepada ummah untuk mencapai kejayaan. Hassan menggariskan 4 elemen untuk mencapai kualiti dan kecemerlangan dalam pengurusan iaitu³⁹:

1. Pekerja berkualiti
2. Kepimpinan berkesan
3. Pengurusan baik
4. Struktur organisasi bersesuaian.

PRINSIP-PRINSIP KUALITI USAHAWAN MUSLIM

Kartha telah menggariskan 8 prinsip yang perlu dipatuhi untuk mencapai pengurusan berkualiti⁴⁰. 8 prinsip tersebut adalah fokus kepada pelanggan, kepimpinan, penyertaan semua pegawai dan pekerja, pendekatan proses, pendekatan sistem, pembaikan berterusan, pembuatan keputusan berasaskan fakta dan faedah kepada pembekal.

Sadeq pula menggariskan 4 langkah untuk menerapkan kesedaran terhadap kualiti iaitu misi yang jelas, ihsan, kepimpinan berkesan, syura dan penghapupayaan (*empowerment*)⁴¹. Organisasi perniagaan yang tidak dapat memenuhi standard kualiti pelanggan tidak akan bertahan lama⁴². Justeru bagi usahawan Muslim, mereka perlu mematuhi beberapa prinsip kualiti

³⁹ Hassan (1996), *op.cit*, h. 193.

⁴⁰ Kartha, G.P. (2004), "A Comparison of ISO 9000:2000 Quality Standards, QS9000, ISO/TS 16949 and Baldrige", *The TQM Magazine*, vol. 16(5), hh. 331-340.

⁴¹ Sadeq, A.H. (1996), "Quality Management in The Islamic Framework", in Sadeq A.H. and Ahmad, A.K. (eds.), *Quality Management from Islamic Perspective*, Kuala Lumpur: Leeds Publications, h. 90.

⁴² Hassan (1996), *op.cit*, h. 98.

yang berikut agar ia dapat membantu mereka mengamalkan sifat baik dan membantu mereka dalam mencapai matlamat perniagaan.

1. Usahawan Muslim Beroperasi Melalui Kuasa Pasaran

Pasaran bebas dan perniagaan adalah digalakkan dalam Islam⁴³. Nabi Muhammad S.A.W. sendiri terlibat secara aktif dalam perniagaan hampir sepanjang hayatnya⁴⁴. Baginda melibatkan diri dalam perniagaan sebelum mengahwini Saidatina Khadijah r.a. di mana baginda mengikuti rombongan perniagaan bapa saudaranya, Abu Talib ke Yaman dan Sham⁴⁵. Perniagaan dalam Islam adalah aktiviti yang sangat digalakkan kerana ia 90 peratus punca rezeki⁴⁶. Ini sebagaimana yang diterangkan dalam Hadith Rasulullah S.A.W. yang bermaksud:

*“Usaha yang paling baik sekali ialah usaha seseorang dengan tangannya, dan semua jual beli yang diredhai oleh Tuhannya”.*⁴⁷

Hashim pula menegaskan bahawa Islam tidak anti pasaran dan anti kekayaan⁴⁸. Beliau memberi contoh di mana tindakan Rasulullah S.A.W. ketika harga barangan di pasaran melambung. Baginda meminta supaya para sahabat yang pakar memperbaiki keadaan tersebut; sebagai pemerintah, Rasulullah tidak campur tangan. Hashim menambah lagi di zaman kegemilangan kerajaan Islam Turki Uthmaniah, bilangan tenokrat dan birokrat yang mentadbir kerajaan tidak lebih 350 orang, ini kerana urusan ekonomi diterajui oleh masyarakat peniaga sahaja.

Farid pula mendapati bahawa di Mesir, faktor ekonomi pasaran dan teknologi mula mempengaruhi pembentukan nilai dan kepercayaan individu,

⁴³ Farid, M. (2007), *op.cit*, h. 429.

⁴⁴ Attia, A., Marta, J.K.M., Singhapakdi A., Vitell, S.J. (2004), “Some Important Factors Underlying Ethical Decisions Of Middle-Eastern Marketers”, *International Marketing Review*, vol. 21(1), hh. 53-67.

⁴⁵ Noor, I., (1999), *Prophet Muhammad’s Leadership*. Kuala Lumpur: Utusan Publication & Distributors.

⁴⁶ Al-Habshi, S.O. (1998), “Knowledge Based Organization”, in Al-Habshi S.O. and Hassan, N. (eds.), *Islam, Knowledge And Ethics*, Kuala Lumpur: Institute of Islamic Understanding Malaysia, h. 65.

⁴⁷ Al-Ghazālī (1990), Syed Ahmad Semait (terj.), *Bimbingan Mu’min*, Singapura: Pustaka Nasional Pte. Ltd., h. 242.

⁴⁸ *Majalah al-Islam* (Ogos 2008/Syaaban 1429H), Kuala Lumpur: Utusan Karya, h. 46.

maka kerajaan yang lebih terbuka, perubahan dalam hubungan kuasa dan budaya adalah diperlukan untuk membolehkan individu merebut peluang yang ada di pasaran⁴⁹. Proses perubahan ke arah pasaran bebas memerlukan penglibatan daripada kerajaan, masyarakat dan pentadbir awam.

Farid juga mendapati bahawa peluang keusahawanan terhasil daripada interaksi positif antara individu dan persekitaran yang sesuai dengan usahawan⁵⁰. Justeru, beliau mengesyorkan persekitaran ekonomi dan sosial sepatutnya menyokong kepada inovasi, menggalakkan pengambilan risiko dan menyediakan sumber untuk memajukan keusahawanan. Justeru, berdasarkan hujah-hujah di atas, adalah perlu usahawan Muslim beroperasi melalui kuasa pasaran agar bidang keusahawanan dapat diuruskan secara lebih efektif.

2. Menghindari Sikap Tamak

Farid menegaskan bahawa Islam tidak menggalakkan sifat tamak dan sifat “mengutamakan kepentingan sendiri” seperti yang dipercayai oleh pelopor kapitalis barat, Adam Smith⁵¹. Beliau menegaskan lagi bahawa usahawan Muslim hendaklah mencari titik keseimbangan antara motif menjana keuntungan individu dengan tanggungjawab yang perlu dilunaskan kepada masyarakat. Metwally menyokong pendapat ini dengan mengatakan bahawa Islam memerangi sifat mengumpulkan kekayaan yang berpusat pada segelintir orang sahaja⁵².

Golongan yang mengutamakan kepentingan sendiri tanpa mengambil kira kepentingan orang lain adalah termasuk dari kalangan orang-orang yang tamak dan bakhil sebagaimana firman Allah:

وَلَا تَحْسَبَنَّ الَّذِينَ يَبْخُلُونَ بِمَا آتَاهُمُ اللَّهُ مِنْ فَضْلِهِ هُوَ خَيْرًا لَهُمْ بَلْ هُوَ
شَرٌّ لَهُمْ سَيُطَوَّقُونَ مَا بَخُلُوا بِهِ يَوْمَ الْقِيَامَةِ ۗ وَاللَّهُ مِيرَاثُ السَّمَوَاتِ
وَالْأَرْضِ ۗ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ خَبِيرٌ ﴿١٨﴾

⁴⁹ Farid, M.(2007), *op.cit*, h. 435.

⁵⁰ *Ibid.*, h. 438.

⁵¹ *Ibid*, h. 30.

⁵² Metwally, M.M. (1997), “Economic Consequences Of Applying Islamic Principles In Muslim Societies”, *International Journal of Social Economics*, vol. 24(7/8/9), hh. 941-957.

“Dan jangan sekali-kali orang-orang yang bakhil dengan harta benda yang telah dikurniakan Allah kepada mereka dari kemurahannya - menyangka bahawa keadaan bakhilnya itu baik bagi mereka. Bahkan ia adalah buruk bagi mereka. Mereka akan dikalungkan (diseksa) dengan apa yang mereka bakhilkan itu pada hari kiamat kelak. Dan bagi Allah jualah hak milik segala warisan (isi) langit dan bumi. Dan (ingatlah), Allah Maha Mengetahui dengan mendalam akan segala yang kamu kerjakan. (Mukjizat) yang nyata dan dengan (korban) yang katakan, maka membunuh mereka, jika kamu orang-orang yang benar (dalam apa yang kamu dakwakan itu)?”

(Surah Āli ‘Imrān, 3:180)

Firman Allah S.W.T. lagi:

مَا آفَاءَ اللَّهِ عَلَىٰ رَسُولِهِ مِنْ أَهْلِ الْقُرَىٰ فَلِلَّهِ وَلِلرَّسُولِ وَلِذِي الْقُرْبَىٰ
وَالْيَتَامَىٰ وَالْمَسْكِينِ وَابْنِ السَّبِيلِ كَىٰ لَا يَكُونَ دُولَةً بَيْنَ الْأَغْنِيَاءِ مِنْكُمْ
وَمَا آتَاكُمُ الرَّسُولُ فَخُذُوهُ وَمَا نَهَاكُمْ عَنْهُ فَانْتَهُوا ۚ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۖ إِنَّ اللَّهَ

شَدِيدُ الْعِقَابِ ﴿٧﴾

“Apa yang Allah kurniakan kepada RasulNya (Muhammad) dari harta penduduk negeri, bandar atau desa dengan tidak berperang, maka adalah ia tertentu bagi Allah, dan bagi Rasulallah, dan bagi kaum kerabat (Rasulallah), dan anak-anak yatim, dan orang-orang miskin, serta orang-orang musafir (yang keputusan). (ketetapan yang demikian) supaya harta itu tidak hanya beredar di antara orang-orang kaya dari kalangan kamu. Dan apa jua perintah yang dibawa oleh Rasulallah (s.a.w) kepada kamu maka terimalah serta amalkan, dan apa jua yang dilarangNya kamu melakukannya maka patuhilah laranganNya. Dan bertaqwalah kamu kepada Allah; Sesungguhnya Allah amatlah berat azab seksaNya (bagi orang-orang yang melanggar perintahNya).”

(Surah al-Ḥasyr, 59:7)

Pegangan menghindari sikap tamak adalah penting kerana fungsi usahawan bukan hanya untuk mengumpul kekayaan, tetapi lebih penting lagi memberi khidmat kepada masyarakat. Dalam konteks ini, usahawan bukan hanya

simbol kekayaan, tetapi mereka adalah agen kepada agihan pendapatan negara; iaitu pembahagian kekayaan negara yang merata sifatnya, dapat dinikmati oleh semua kelompok masyarakat, termasuklah orang-orang miskin. Jika ideologi kapitalisme meletakkan kepentingan individu usahawan di tempat utama, sistem ekonomi Islam pula meletakkan golongan tidak berkemampuan atau miskin sebagai agenda utama. Rasulullah S.A.W bersungguh-sungguh menyeru agar umat Islam mengamalkan sikap pemurah untuk mencegah sikap ketidakadilan dan sikap tamak semasa menjalankan urusan perniagaan.⁵³

Usahawan-usahawan besar umpamanya tidak boleh menekan peniaga-peniaga kecil dengan membolot semua peluang perniagaan. Dalam kajian ilmu sains politik, peranan usahawan kecil dan sederhana adalah penting untuk kestabilan masyarakat dan negara kerana melalui mereka inilah, agihan kekayaan negara dapat dijalankan secara lebih adil⁵⁴. Di United Kingdom, didapati bahawa kewujudan pasar raya-pasar raya besar seperti ASDA, Morrison dan Tesco telah merencatkan pertumbuhan usahawan-usahawan kecil kerana mereka menguasai sebahagian besar pasaran dan mempunyai kuasa menetapkan harga⁵⁵.

Usahawan juga tidak boleh menaikkan harga barang keperluan sesuka hati. Dalam situasi kekusutan ekonomi yang melanda banyak negara pada hari ini, kebanyakan usahawan menaikkan harga barang tanpa belas kasihan. Fenomena ini akan menindas golongan yang miskin. Tetapi sistem kapitalis telah melazimkan seruan berjimat cermat kepada golongan sedia miskin tetapi kurang seruan kepada golongan usahawan agar mereka menunaikan tanggungjawab dengan tidak menaikkan harga barang. Nampaknya, tuntutan tanggungjawab atau liabiliti dalam dunia kapitalis ditujukan kepada golongan yang tidak mampu dan ini tidak sepatutnya berlaku⁵⁶.

Di Malaysia, harga makanan utama sering mengalami kenaikan harga apabila menjelangnya musim perayaan.⁵⁷ Sikap peniaga yang suka mengambil kesempatan di atas kesempitan pengguna mestilah dihentikan kerana ia akan menyukarkan pengguna membuat persediaan menyambut perayaan. Peniaga

⁵³ Nurhidayah Abdullah (2007). "Good Faith and Fair Dealing in Hire Purchase Contract in Malaysia", *Jurnal Syariah*, 15 (2), h. 111.

⁵⁴ Siti Arni, B. (1997), "Masalah-Masalah Yang Dihadapi Oleh Usahawan Bumiputera Dalam Sektor Industri Kecil Dan Sederhana (IKS) di Selangor dan Wilayah Persekutuan Kuala Lumpur", (Tesis Sarjana, Universiti Malaya), h. 55.

⁵⁵ Six O'clock News, British Broadcasting Corporation (BBC), Disember 2006.

⁵⁶ Al Islam (Ogos 2008/Syaaban 1429H), *op.cit*, h. 35.

⁵⁷ Zalina, Z. (2007), "Isu-isu Terkini Tentang Pengguna di Malaysia", *Jurnal Syariah*, 15 (2), h. 54.

hendaklah menunaikan tanggungjawab sosial dengan tidak mengenakan harga barangan yang terlalu tinggi kepada pengguna. Tanggungjawab sosial bukan hanya terhad kepada usahawan kecil dan sederhana, tetapi juga organisasi korporat. Keprihatinan Johor Corporation dalam menunaikan tanggungjawab korporat dan tanggungjawab sosial boleh dijadikan contoh. Johor Corporation merupakan satu-satunya badan perusahaan awam yang berupaya membayar dividen secara langsung dan membawa manfaat kewangan kepada kerajaan negeri Johor sebagai pemiliknya. Semenjak 1990, Johor Corporation telah mengambil keputusan dasar untuk menyumbang 10% dari keuntungannya kepada kerajaan negeri.⁵⁸ Johor Corporation juga menerusi Masjid An-Nur Kotaraya telah mengadakan kerjasama dengan Majlis Agama Islam Johor (MAIJ) untuk menubuhkan Klinik Waqaf An-Nur. Johor Corporation juga telah mewakafkan Lot 85, 86 dan 87 Tingkat 3, Plaza Kotaraya bersebelahan Masjid An-Nur sebagai tapak klinik dialisis dengan pembangunan kos keseluruhan sebanyak RM425,160.20.⁵⁹

3. Memantapkan Sikap Berdikari

Dalam keadaan parti politik Melayu yang telah berpecah kepada beberapa parti, masyarakat Islam di Malaysia perlu memikirkan sistem pemasyarakatan dan perekonomian yang tidak terlalu bergantung kepada pemerintah⁶⁰. Ini adalah selaras dengan kehendak Islam yang menyarankan campur tangan minimum kerajaan dalam perniagaan.

Adalah menimbulkan kekhuatiran jika usahawan Muslim mendapat projek atau kontrak segera kerana perolehan secara mudah ini akan menjadikan usahawan tidak mahu berfikir, hilang semangat juang dan tidak mahu berdikari. Usahawan Muslim perlu belajar daripada usahawan Cina yang mana mereka berdikari dalam menjalankan perniagaan; hasilnya mereka memiliki semangat juang yang tinggi sehingga mampu bertahan dan kembali berkembang selepas krisis ekonomi⁶¹.

⁵⁸ Siti Arni, B. (2001), "Pengurusan Organisasi Dari Perspektif Islam", *Jurnal Syariah*, 9 (1), h. 72.

⁵⁹ Siti Mashitoh Mahamood (2007), "Pembentukan Dana Wakaf Menurut Perspektif Syariah dan Undang-Undang Serta Aplikasinya di Malaysia", *Jurnal Syariah*, 15 (2), h. 71.

⁶⁰ *Ibid*

⁶¹ Hashim, M.A. (1996), *Membujur Lalu.....: Suatu Pengalaman Orang Melayu Dalam Pengurusan*. Kuala Lumpur: Utusan Publications and Distributors Sdn. Bhd., h. 45.

London adalah pusat utama masyarakat minoriti Muslim Britain, terutamanya mereka yang berbangsa Arab, Asia mahu pun Algeria. Kawasan perniagaan di Edgware Road yang terletak tengah-tengah kota London adalah tumpuan para peniaga di mana hampir kesemua kedai dan premis perniagaan di sini dimiliki oleh golongan Muslim⁶². Fenomena ini membuktikan bahawa usahawan Muslim mampu bertahan dalam perniagaan walaupun tidak mendapat bantuan daripada kerajaan.

Pengurangan pergantungan kepada kerajaan juga akan menyuburkan ketelusan dalam mendapatkan peluang-peluang perniagaan. Ketelusan merupakan isu penting kepada para usahawan kerana Farid mendapati bahawa ketelusan membantu dalam mencipta persekitaran yang merangsang sifat keusahawanan kerana ketelusan akan mengurangkan ketidakpastian dan memperteguhkan keupayaan usahawan⁶³.

Tegasnya, Islam amat menggalakkan umatnya berdikari dalam apek ekonomi dan meneruskan kehidupan sebagaimana hadith Rasulullah S.A.W. dari al-Miqdam r.a. yang bermaksud:

“Sebaik-baik makanan yang dimakan oleh seseorang itu ialah hasil dari pekerjaan tangannya sendiri, sesungguhnya Nabi Allah Daud a.s. makan sesuatu dari hasil pekerjaan yang dilakukannya sendiri.”⁶⁴

4. Bekerjasama (Organisasi) dan Menubuhkan Jaringan

Usahawan Jepun, jika mereka berseorangan mereka kelihatan seperti khinzir yang bersikap individualistik. Tetapi, apabila mereka bertiga, mereka akan jadi seperti seekor naga yang besar. Orang Jepun sangat mementingkan kerja secara berorganisasi; mereka menyusun perniagaan menjadi organisasi yang besar seperti Mitsubishi, Matshushita, Honda dan sebagainya. Individu lain dan pihak bank dijemput untuk membesarkan syarikat. Ini telah menjamin kelangsungan syarikat walaupun pengasas syarikat telah meninggal dunia⁶⁵.

Usahawan Muslim diseru untuk menjalin kerjasama antara mereka untuk menubuhkan organisasi perniagaan yang besar. Usahawan Muslim hendaklah

⁶² Ahmed, A. (2008), “Marketing of Halal Meat in The United Kingdom”, *British Food Journal*, vol. 110(7), hh. 655-670.

⁶³ Farid, M.(2007), *op.cit*, 441.

⁶⁴ Al-Bukhārī (2000), *Ṣaḥīḥ al-Bukhārī*, Bab Pekerjaan Seseorang Dan Hasil Usahanya, hadith no. 2072, Kaherah: Dār al-Hadith, h. 120.

⁶⁵ Al-Islam (Ogos 2008/Syaaban 1429H), *op.cit*, h. 36.

bekerja secara berpasukan kerana ia akan menjana kekuatan. Ini bersesuaian dengan firman Allah:

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا لَا تُحِلُّوْا شَعِيْرَ اللّٰهِ وَلَا الشَّهْرَ الْحَرَامَ وَلَا الْهَدْيَ وَلَا
الْقُلُوْبَ وَلَا ءَامِيْنَ الْبَيْتِ الْحَرَامِ يَبْتَغُوْنَ فَضْلًا مِّنْ رَبِّهِمْ وَرِضْوَانًا وَّإِذَا حَلَلْتُمْ
فَأَصْطَادُوا وَلَا تَجْرِمُنَّكُمْ شَفَاٰنُ قَوْمٍ اَنْ صَدُوْكُمْ عَنِ الْمَسْجِدِ الْحَرَامِ
اَنْ تَعْتَدُوْا وَتَعَاوَنُوْا عَلٰى الْبِرِّ وَالْتَقَوْا ۗ وَلَا تَعَاوَنُوْا عَلٰى الْاِثْمِ وَالْعُدُوْنِ
وَآتَّقُوا اللّٰهَ ۗ اِنَّ اللّٰهَ شَدِيْدُ الْعِقَابِ ﴿٥﴾

“Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu ingat halal membuat sesuka hati mengenai syiar-syiar agama Allah, dan mengenai bulan-bulan yang dihormati, dan mengenai binatang-binatang yang dihadiahkan (ke Makkah untuk korban), dan mengenai kalong-kalong binatang hadiah itu, dan mengenai orang-orang yang menuju ke Baitullah al-Haram, yang bertujuan mencari limpah kurnia dari Tuhan mereka (dengan jalan perniagaan) dan mencari keredaanNya (dengan mengerjakan ibadat haji di Tanah Suci); dan apabila kamu telah selesai dari ihram maka bolehlah kamu berburu. Dan jangan sekali-kali kebencian kamu kepada suatu kaum kerana mereka pernah menghalangi kamu dari Masjid al-Haram itu - mendorong kamu menceroboh. dan hendaklah kamu bertolong-tolongan untuk membuat kebajikan dan bertaqwa, dan janganlah kamu bertolong-tolongan pada melakukan dosa (maksiat) dan pencerobohan. Dan bertaqwalah kepada Allah, kerana Sesungguhnya Allah Maha berat azab seksaNya (bagi sesiapa yang melanggar perintahNya).”

(Surah al-Mā'idah, 5: 2)

Suatu bentuk kerjasama yang sangat digalakkan oleh syariat Islam ialah mengamalkan sistem permesyuaratan dalam setiap pekerjaan. Dalam bidang perniagaan misalnya para peniaga hendaklah bermesyuarat dalam menentukan harga barang berdasarkan perkembangan pasaran. Ini sejajar dengan tuntutan Islam yang yang mengesyorkan sistem syura⁶⁶.

⁶⁶ Ibid.

وَالَّذِينَ اسْتَجَابُوا لِرَبِّهِمْ وَأَقَامُوا الصَّلَاةَ وَأَمْرُهُمْ شُورَىٰ بَيْنَهُمْ وَمِمَّا رَزَقْنَاهُمْ

يُنْفِقُونَ

“Dan juga (lebih baik dan lebih kekal bagi) orang-orang yang menyahut dan menyambut perintah Tuhannya serta mendirikan sembahyang dengan sempurna; dan urusan mereka dijalankan secara bermesyuarat sesama mereka; dan mereka pula mendermakan sebahagian dari apa yang Kami beri kepadanya.”

(Surah al-Syūrā, 42: 38)

Rasulullah juga bersabda jika ada tiga orang Muslim, salah seorang hendaklah dilantik menjadi imam atau ketua. Hadith Rasulullah S.A.W. yang bermaksud:

“Dari Abu ‘Abdullāh Ibn Amr r.a. bahawa Nabi S.A.W. bersabda: Tidak halal bagi tiga orang yang berada dalam suatu perjalanan di bumi ini, melainkan mereka melantik seorang di antara mereka itu sebagai ketua (penguasa).”⁶⁷

Hashim mencadangkan mana-mana individu yang berniat menceburkan diri dalam perniagaan hendaklah bekerja terlebih dahulu untuk mencari pengalaman dan membina jaringan perniagaan⁶⁸. Jaringan perniagaan juga boleh dibina dengan memanfaatkan kewujudan dewan perniagaan seperti Dewan Perniagaan Islam Malaysia (DPIM). Jaringan perniagaan ini adalah potensi yang boleh digembleng untuk mencari rakan kongsi dalam perniagaan.

Terdapat 56 negara Islam di dunia dan jumlah yang besar ini telah menghasilkan kuasa ekonomi yang kuat.⁶⁹ Usahawan Muslim juga mesti berani menjalin hubungan dan meneroka pasaran di peringkat antarabangsa yang menyediakan potensi yang sangat besar. Contohnya, dengan mengenali rakan perniagaan antarabangsa di kalangan negara *Organisation Islamic Countries* (OIC), usahawan Muslim boleh memasarkan produk halal. OIC merupakan

⁶⁷ Muḥammad, M.A. (2000), *Nayl al-Awtār*, Kaherah: Maktabah Kulliyat al-Azhariyyah, j. 10, h. 243.

⁶⁸ Hashim, M.A. (2008), “Kesan Minda Gajah Sarkas”, dari Laman web Institut Perguruan Islam, Selangor (www.ipislam.edu.my/index.php/artikel/read/290/kesan-minda-gajah-sarkas), diakses pada 5 Ogos 2008.

⁶⁹ Atikullah Abdullah (2007), “Penetapan Syarat Dalam Akad Perniagaan: Kedudukan dan Garis Panduannya Menurut Fiqh Islam”, *Jurnal Syariah*, 15 (1), h. 75.

antara segmen pasaran terbesar dunia. Islam mempunyai pengikut seramai 1300 juta, iaitu 25% daripada jumlah penduduk dunia. OIC pula ditubuhkan apada 1969 dengan matlamatnya untuk mendorong kerjasama di antara negara-negara Islam dalam bidang ekonomi, politik dan budaya⁷⁰. Pasaran produk bukan hanya untuk negara Islam, tetapi juga meliputi negara Eropah yang mempunyai 10 juta penduduk beragama Islam⁷¹.

5. Jihad Ekonomi

Dunia perniagaan menghidangkan ruang yang mencabar hawa nafsu, terutamanya umat Islam kerana ia melibatkan aktiviti menghimpun kekayaan dan peluang untuk menggunakan jalan singkat sehingga menghalalkan segala kaedah seperti menipu dan merosakkan alam sekitar. Justeru, usahawan Muslim hendaklah mencari jalan menjalankan perniagaan yang selari dengan kehendak Islam dengan menghindarkan diri daripada sifat tamak haloba, rakus dan elemen individualistik sehingga merosakkan akhlak dan peribadi⁷². Islam berpandangan bahawa segala sumber alam adalah kurniaan Allah s.w.t. Ianya hendaklah diuruskan dengan amanah dan cekap untuk memastikan sumber-sumber tersebut menghasilkan output maksimum⁷³.

9/10 punca rezeki adalah daripada perniagaan⁷⁴. Selain daripada punca rezeki, keusahawanan adalah wadah untuk jihad ekonomi. Usahawan Muslim hendaklah menganggap bidang keusahawanan sebagai wadah untuk melaksanakan jihad ekonomi, iaitu berniaga untuk kepentingan bangsa dan agama. Ini akan menepis tanggapan berniaga untuk kepentingan peribadi. Usahawan Muslim hendaklah menganggap perniagaan sebagai wadah jihad ekonomi dan mereka disarankan agar selalu bersolat, berpuasa dan zakat untuk menghilangkan keraguan dalam diri dalam menjalankan perniagaan⁷⁵.

⁷⁰ Hossain, M.Z., Bhatti, M.I. and Hoque, M.Z. (2005), "Econometric Analysis Of Marketing Potential Of OIC Countries", *Managerial Auditing Journal*, vol. 20 (2), hh. 198-207.

⁷¹ Vermeir, I., Bonne, K., Bergeaud-Blackler, F., Verbeke, W. (2007), "Determinants Of Halal Meat Consumption In France", *British Food Journal*, vol. 109(5), hh. 367-386.

⁷² Hashim, M.A. (1996), *op.cit*, h. 167.

⁷³ Metwally, M.M. (1997), *op.cit*, h. 950.

⁷⁴ Al-Habshi, S.O. (1996 a), *op.cit*, h. 20.

⁷⁵ Hashim, M.A. (1996), *op.cit*, h.175.

Tidak ada percanggahan di antara Islam dan perniagaan. Altinay & Altinay⁷⁶ dalam kajiannya terhadap golongan peniaga berbangsa Turki di UK mendapati bahawa Islam tidak menjadi faktor penghalang dalam perniagaan.

KESIMPULAN

Beberapa prinsip kualiti usahawan Muslim telah digariskan dalam artikel ini. Prinsip-prinsip tersebut hendaklah difahami dan diamalkan oleh usahawan Muslim dalam usaha mereka mencapai kejayaan dalam perniagaan. Usahawan Muslim bukan hanya bermotifkan keuntungan dan kepuasan diri, tetapi lebih penting lagi mempunyai tanggungjawab kepada ummah. Usahawan Muslim tidak boleh hanya mengejar kekayaan, tetapi mereka juga hendaklah memastikan kepentingan ummah terpelihara, tidak merosakkan alam sekitar, tidak tamak, menjauhi rasuah dan bersikap amanah.

RUJUKAN

- Ahmad, K. and Ahmad, S. (1996), "Islamic Values In Management" in Sadeq, AbulHasan and Ahmad, A.Khaliq (eds.), *Quality Management from Islamic Perspective*. Kuala Lumpur: Leeds Publications.
- Ahmed, A. (2008), "Marketing Of Halal Meat In The United Kingdom", *British Food Journal*, vol. 110(7).
- Al-Bukhārī (2000), *Ṣaḥīḥ al-Bukhārī*, Kaherah: Dar al-Ḥadīth.
- Al-Bureay, M. (1985), *Administrative Development: An Islamic Perspective*, London: Kegan Paul International.
- Al-Ghazālī (1990), Syed Ahmad Semait (terj.), *Bimbingan Mu'min*, Singapura: Pustaka Nasional Pte. Ltd.
- Al-Habshi, S.O. (1996 a), "The Role Of Ethics In Economics And Business", in Sadeq, AbulHasan and Ahmad, A.Khaliq (eds.), *Quality Management from Islamic Perspective*, Kuala Lumpur: Leeds Publications.
- Al-Habshi, S.O. (1996 b), "Quality And Productivity Consciousness: An Islamic Approach", in Sadeq, AbulHasan and Ahmad, A.Khaliq (eds.),

⁷⁶ Altinay, E. dan Altinay, L. (2008), "Factors Influencing Business Growth", *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, vol. 14(1), hh. 24-26.

Quality Management from Islamic Perspective, Kuala Lumpur: Leeds Publications.

- Al-Habshi, S.O. (1998), "Knowledge Based Organization", in Al-Habshi S.O. and Hassan, N. (eds.), *Islam, Knowledge And Ethics*, Kuala Lumpur: Institute of Islamic Understanding Malaysia.
- Ali, A.J. and Al-Kazemi, A.A. (2007), "Islamic Work Ethic In Kuwait", *Cross Cultural Management*, vol. 14(2).
- Ali, A.J. and Al-Owaihian, A. (2008), "Islamic Work Ethic", *Cross Cultural Management*, vol. 15(1).
- Ali, M.Y. (2006), "Al-Tawhid And Its Effects On Man's Life", *Jurnal Usuluddin*, bil. 23-24.
- Altinay, E. dan Altinay, L. (2008), "Factors Influencing Business Growth", *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, vol. 14(1).
- Atikullah Abdullah (2007), "Penetapan Syarat Dalam Akad Perniagaan: Kedudukan dan Garis Panduannya Menurut Fiqh Islam", *Jurnal Syariah*, 15 (1), hh. 15-28.
- Attia, A., Marta, J.K.M., Singhapakdi A., Vitell, S.J. (2004), "Some Important Factors Underlying Ethical Decisions Of Middle-Eastern Marketers", *International Marketing Review*, vol. 21(1).
- Broehl, W. (1982), "Entrepreneurship In The Less Developed World" in Kent, C.A., Sexton, D.L. and Vesper, K.H. (eds.), *Encyclopedia of Entrepreneurship*, New Jersey: Prentice Hall.
- Casson, M. (1982), *The Entrepreneur*, Oxford: Martin Robertson and Company Ltd.
- Cochran, T.C. (1971), "The Entrepreneur In Economic Change", in Kilby, P. (ed), *Entrepreneurship And Economic Development*, New York: The Free Press.
- Douglas, A. and Coleman, S. (2003), "What Next For ISO 9000 Companies?", *The TQM Magazine*, vol. 15(2).
- Farid, M. (2007), "Entrepreneurship In Egypt And The US Compared", *Journal of Management Development*, vol. 26(5).
- Harahap, S.S. (2003), "The Disclosure Of Islamic Values", *Managerial Finance*, vol. 29(7).

- Hashim, M.A. “Kesan Minda Gajah Sarkas”, dari Laman web Institut Perguruan Islam, Selangor (www.ipislam.edu.my/index.php/artikel/read/290/kesan-minda-gajah-sarkas), diakses pada 5 Ogos 2008.
- Hashim, M.A. (1996), *Membujur Lalu.....: Suatu Pengalaman Orang Melayu Dalam Pengurusan*. Kuala Lumpur: Utusan Publications and Distributors Sdn. Bhd.
- Hassan, M. (1996), “An Islamic Approach to Quality and Productivity”, in Sadeq A.H. and Ahmad, A.K. (eds.), *Quality Management from Islamic Perspective*, Kuala Lumpur: Leeds Publications.
- Hossain, M.Z., Bhatti, M.I. and Hoque, M.Z. (2005), “Econometric Analysis Of Marketing Potential Of OIC Countries”, *Managerial Auditing Journal*, vol. 20(2).
- Kartha, G.P. (2004), “A Comparison of ISO 9000:2000 Quality Standards, QS9000, ISO/TS 16949 and Baldrige”, *The TQM Magazine*, vol. 16(5).
- Kent, C.A. (1982), “Entrepreneurship in Economic Development”, in Kent, C.A., Sexton, D.L. and Vesper, K.H. (eds.), *Encyclopedia of Entrepreneurship*, New York: The Free Press.
- Kilby, P. (1971), *Entrepreneurship and Economic Development*. New York: The Free Press.
- Majalah al-Islam*, Ogos 2008/Syaaban 1429H, Kuala Lumpur: Utusan Karya.
- Magd, H.A.E. (2006), “An Investigation of ISO 9000 Adoption in Saudi Arabia”, *Managerial Auditing Journal*, vol. 21(2).
- McClelland, D. (1961), *The Achieving Society*, New Jersey :Princeton.
- Metle, M.K. (2002), “The Influence Of Traditional Culture On Attitudes Towards Work Among Kuwaiti Women Employees In The Public Sector”, *Women In Management Review*, vol. 17(6).
- Metwally, M.M. (1997), “Economic Consequences Of Applying Islamic Principles In Muslim Societies”, *International Journal of Social Economics*, vol. 24(7/8/9).
- Morrison, A. (2006), “A Contextualisation Of Entrepreneurship”, *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, vol. 12(4).
- Muhammad, M.A. (2000), *Nayl al-Awṭār*, j. 10, Ḳaherah: Maktabah Kulliyat al-Azhariyyah.

- Noor, I. (1999), *Prophet Muhammad's Leadership*. Kuala Lumpur: Utusan Publication & Distributors.
- Nurhidayah Abdullah (2007), "Good Faith and Fair Dealing in Hire Purchase Contract in Malaysia", *Jurnal Syariah*, 15 (2), 99-120.
- Peter, K.J. (1998), "Managing Service Quality", *Total Service Quality Management*, vol. 29(1).
- Rencana Ekonomi, E/usahawan melayu-yadim.htm, diakses pada 10.1.09
- Sadeq, A.H. (1996), "Quality Management in the Islamic Framework", in Sadeq A.H. and Ahmad, A.K. (eds.), *Quality Management from Islamic Perspective*, Kuala Lumpur: Leeds Publications .
- Schumpeter, J.A. (1971), "The Theory Of Economic Development", in Kilby, P.(ed), *Enterpreneurship and Economic Development*, New York: The Free Press.
- Sidani, Y. (2005), "Women, Work And Islam In Arab Societies", *Women in Management Review*, vol. 20(7).
- Siti Arni, B. (1997), "Masalah-Masalah Yang Dihadapi Oleh Usahawan Bumiputera Dalam Sektor Industri Kecil Dan Sederhana (IKS) Di Selangor Dan Wilayah Persekutuan Kuala Lumpur," (Tesis Sarjana, Universiti Malaya).
- Siti Arni, B. (2001), "Pengurusan Organisasi Dari Perspektif Islam", *Jurnal Syariah*, 9 (1).
- Siti Mashitoh Mahamood (2007), "Pembentukan Dana Wakaf Menurut Perspektif Syariah dan Undang-Undang Serta Aplikasinya di Malaysia", *Jurnal Syariah*, 15 (2), 61-83.
- Six Oclock News, British Broadcasting Corporation (BBC), Disember 2006.
- Steinhoff, S.D. and Burgess, J.F. (1993), *Small Business Management Fundamentals*, New York: McGrawHill.
- Swayne, C. and Tucker, W. (1973), *The Effective Entrepreneur*, New Jersey: General Learning Press.
- Tayeb, M. (1997), "Islamic Revival In Asia And Human Resource Management", *Employee relations*, vol. 19(4).
- Vermeir, I., Bonne, K., Bergeaud-Blackler, F., Verbeke, W. (2007), "Determinants Of Halal Meat Consumption In France", *British Food Journal*, vol. 109(5).

- Williams, J.A. (2004), "The Impact Of Motivating Factors On Implementation Of ISO 9001:2000 Registration Process", *Management Research News*, vol. 27(1).
- Yousef, D.A. (2000), "The Islamic Work Ethics As A Mediator Of The Relationship Between Of Control, Role Conflict And The Role Ambiguity", *Journal of Managerial Psychology*, vol. 15(4).
- Yusof al-Qaradhawi (2001), *Fiqh Keutamaan*, Kuala Lumpur: Angkatan Belia Islam Malaysia (ABIM).
- Zalina Zakaria (2007), "Isu-isu Terkini Tentang Pengguna di Malaysia", *Jurnal Syariah*, 15(2), 45-60.
- Zaramdini, W. (2007), "An Empirical Study of the Motives and Benefits of ISO 9000 Certification", *International Journal of Quality & Reliability Management*, vol. 24(5).