

FAKTOR SIKAP DAN KEJAYAAN USAHAWAN ASNAF: AMALAN KEROHANIAN ISLAM SEBAGAI PENYEDERHANA

ATTITUDE AND SUCCESS OF ASNAF ENTREPRENEURS: ISLAMIC SPIRITUAL PRACTICE AS MODERATORS

Faizah Binti Zakaria¹ and Azhar Bin Harun²

¹ Pusat Pengajian Kerajaan Universiti Utara Malaysia (UUM), Malaysia,
(E-Mail: Hasriza5242@Yahoo.Com)

² Pensyarah (Prof Madya Dr), Pusat Pengajian Kerajaan Universiti Utara (UUM), Malaysia,
(E-Mail: a_harun@Uum.edu.my)

Article history

Received date : 25-2-2020

Revised date : 26-2-2020

Accepted date : 9-3-2020

Published date : 23-3-2020

To cite this document:

Zakaria, F., & Harun, A. (2020). Faktor Sikap dan Kejayaan Usahawan Asnaf: Amalan Kerohanian Islam Sebagai Penyederhana. *Journal of Islamic, Social, Economics and Development (JISED)*, 5 (28), 39 – 48

Abstrak: Artikel ini membincangkan tentang konsep hubungan faktor dengan kejayaan usahawan asnaf dan amalan kerohanian Islam dimasukkan sebagai faktor penyederhana. Seterusnya, konsep ini akan digunakan untuk cadangan kajian akan datang bagi melihat hubungan pembolehubah-pembolehubah ini di dalam satu model. Berdasarkan sorotan karya, factor sikap usahawan mempunyai hubungan dengan kejayaan perniagaan usahawan asnaf. Manakala dapatan daripada kajian literatur berkenaan amalan kerohanian Islam, mendapati amalan kerohanian Islam dapat mempengaruhi hubungan faktor-faktor kejayaan dan kejayaan usahawan asnaf.

Kata kunci: Zakat; usahawan asnaf, zakat produktif, fakir dan miskin, faktor kejayaan, Sikap usahawan, amalan kerohanian Islam

Abstract: This article discusses the concept of the relationship in attitude between the success of asnaf entrepreneurs and Islamic spiritual practices included as a moderating factor. This concept will be used for future research to look at the relationship of these variables in one model. Based on the work highlights, the entrepreneurial attitude factor is related to the success of the entrepreneurial business. While findings from the literature review on Islamic spiritual practice, it is found that Islamic spiritual practice can influence the relationship of factors of success and success of asnaf entrepreneurs.

Keywords: (Zakat; Entrepreneurship, Productive Charity, Poor and Needy, Success Factors, Entrepreneurial Attitude, Islamic Spiritual Practice

Pengenalan

Fenomena global dalam membangunkan ekonomi sesebuah negara melalui aktiviti keusahawanan (Andersson, Danilovic, & Huang, 2015) menjadi perhatian pengkaji-pengkaji kerana bidang keusahawanan kini semakin meningkat dan meluas mengikut perkembangan semasa. Bidang keusahawanan masih relevan untuk dibincangkan kerana berpotensi menyumbang kepada pembangunan sosioekonomi dan produktiviti negara dan merupakan antara cabang penjana pendapatan melalui pendekatan sosial untuk negara keluar daripada perangkap pendapatan pertengahan (middle-income trap) (Mohd Abd Wahab Fatoni et.all (2008); Suhaili, 2012. Malahan tidak boleh dinafikan bahawa kebanyakan negara menjadikan bidang keusahawanan sebagai sektor perusahaan dalam menjana ekonomi negara (Gunto dan Alias, 2013; Rodriguez Gutierrez dan Tejada, 2015; Stefanovic, Prokic, dan Rankovic, 2010; Zulkifli dan Rosli, 2013). Dalam konteks Malaysia, bidang keusahawanan merupakan komponen penting dan strategik dalam memacu ekonomi negara untuk mencapai status negara maju dan makmur pada tahun 2030 (Dasar Keusahawanan Negara, 2019). Pertumbuhan ekonomi yang mampan telah dirancarkan melalui aktiviti keusahawanan yang inovatif dan kreatif disamping daya saing yang tinggi di pasaran tempatan dan antarabangsa.

Dalam konteks keusahawanan bagi masyarakat beragama Islam pula, institusi zakat di Malaysia turut bersama-sama menjadikan golongan asnaf fakir dan miskin sebagai sebahagian daripada usahawan bagi memenuhi kehendak pasaran untuk terus kekal dan berjaya (Hisrich, Langanfox, & Grant, 2007). Golongan fakir dan miskin ini diasah bakat dan kebolehan mereka untuk menjadi seorang usahawan melalui program pembangunan ekonomi asnaf. Program pembangunan ekonomi ini dilaksanakan bertujuan untuk mentransformasikan diri individu dalam kelompok asnaf melalui platform keusahawanan dengan mengetengahkan bidang perniagaan secara kecil-kecilan melalui bantuan sokongan berupa modal perniagaan, modal pusingan, kursus kemahiran dan sebagainya. Melalui program ini, keupayaan sendiri mereka dilonjakkan ke suatu tahap yang lebih tinggi supaya mereka dapat menjalankan perniagaan mereka setanding dengan usahawan-usahawan yang lain.

Kejayaan usahawan asnaf secara dasarnya dikesan melalui potensi dan sikap yang dimiliki oleh mereka. Ini kerana bukan semua usahawan asnaf berjaya mendaki sehingga ke puncak kerana keusahawanan ini bukanlah membentuk usahawan segera tetapi ia adalah usaha dan kesungguhan yang dibina dalam diri setiap usahawan itu sendiri. Usahawan yang berjaya adalah usahawan memiliki sikap seperti berani mengambil risiko, pemikiran kreatif dan inovatif, bijak menghidu peluang, berkeyakinan tinggi, berpandangan jauh, berorientasikan perancangan serta mampu menerima teguran dan kritikan membina (Sanep Ahmad, 2012). Ini kerana sikap usahawan yang sentiasa bersedia selain sukakan cabaran dan berdikari sangat menyumbang terhadap kejayaan usahawan dalam perniagaan mereka (Nurulhayah Muhammad dan Muhammad Hafizuddin Abu, 2016). Justeru itu, pelbagai pendekatan dilakukan melalui aktiviti keusahawanan asnaf bagi memastikan perniagaan asnaf kekal berjaya sehingga mereka pula menjadi pembayar zakat.

Permasalahan Kajian

Teori sikap yang dibangunkan oleh Ajzen dan Fishbein (1997) telah mencadangkan faktor dalaman dan faktor luaran boleh mempengaruhi kejayaan usahawan dalam menjalankan aktiviti keusahawanan. Teori ini menunjukkan bahawa prestasi individu bagi tingkah laku tertentu di tentukan pada asasnya oleh kehendak individu (niat) untuk melakukan tingkah laku berkenaan. Kombinasi sikap, perilaku dan norma subjektif menghasilkan niat untuk berperilaku. Pengkaji

Bahadur Ali dan Naimatullah (2015) dalam kajiannya menyatakan tingkah laku mempunyai satu korelasi yang tinggi di antara niat keusahawanan dan sikap usahawan IKS. Teori ini meramalkan tingkah laku yang disengajakan, kerana tingkah laku boleh dibincangkan dan dirancang dengan beranggapan bahawa perilaku manusia berlaku dalam keadaan yang sedar dan mempertimbangkan segala informasi yang tersedia.

Oleh itu, majoriti pengkaji terdahulu seperti Tamizharasi & Panchanatham 2010; Gibson, Walker & Harris 2010; Iberkleid 2010). Robinson et al. 1991; Mohd Hizam & Usman, 2016; Mahani Amat dan Suraiya Ishak, 2019, mendapati faktor sikap memberi kesan yang signifikan kepada kejayaan usahawan. Walaupun begitu, pengkaji seperti Gibson, Walker & Haris 2010; Mohd Noor & Samsuri 2008 dalam kajian mereka mendapati pengukuran untuk menentukan orientasi keusahawanan adalah tidak signifikan apabila personaliti usahawan dijadikan ukuran untuk melihat kecenderungan usahawan dalam sesuatu perkara. Dapatan yang bercampur-campur ini menjadikan sikap sebagai satu pembolehubah yang menarik untuk dikaji di dalam kerangka kajian di kalangan usahawan asnaf.

Selain itu, bidang perniagaan merupakan satu bidang yang memerlukan seseorang individu mempunyai pengetahuan, sikap terhadap kecenderungan perilaku dan tahap kesedaran kecenderungan perilaku, kemahiran serta ketahanan fizikal dan mental bagi menghadapi segala bentuk masalah yang mungkin timbul dalam dunia perniagaan (Mohd Noor Mohd Shariff dan Samsuri Samsudin, 2008, Mahani Amat dan Suraiya Ishak, 2019). Faktor PSiKKIT (P (Pengetahuan), Si (Sikap), K (Kesedaran), K (Kewangan), I (Jaringan Institusi); dan T (Teknologi) signifikan dalam membentuk sikap positif dikalangan usahawan dalam menghasilkan pembungkusan produk yang berinovatif bagi meningkatkan prestasi pasaran dengan lebih strategik (Mahani dan Suraiya Ishak,2019).

Amalan atau tingkah laku seseorang usahawan adalah dipengaruhi oleh niat atau kecenderungan untuk melaksanakannya. Walaupun begitu, faktor seperti kekurangan sumber kewangan, kurangnya jaringan institusi dan kekurangan teknologi akan menyebabkan amalan keusahawanan menjadi menurun.

Dalam konteks usahawan-usahawan asnaf di bawah bimbingan institusi zakat, bantuan kewangan, sokongan dalam bentuk bimbingan, latihan dan khidmat nasihat sangat penting untuk memasuki pasaran yang mencabar kerana mereka adalah usahawan yang berlatarbelakangkan kemiskinan dan kedaifan sebelum terlibat dalam bidang perniagaan yang bidang ini telahpun dikuasai oleh peniaga-peniaga lain. Namun masalah utama kebanyakan golongan ini adalah untuk mengekalkan sikap keusahawanan dalam diri mereka dalam menjalankan perniagaan. Bersikap positif sangat penting kerana faktor dalam yang inginkan perubahan akan mendesak diri untuk mencapai kejayaan dalam perniagaan dan berupaya memecahkan kemelut kemiskinan melalui usaha mereka sendiri. Lantaran itu, apabila berlaku kegagalan maka ia akan dikaitkan dengan sikap iaitu kekurangan motivasi diri dalam menjalankan perniagaan. Program keusahawanan di bawah bantuan zakat ini adalah antara program yang telah diketengahkan oleh pihak institusi zakat bagi menangani masalah ini.

Justeru, kajian ini ingin melihat dan membentuk kefahaman yang mendalam terhadap sikap usahawan yang berjaya di kalangan asnaf fakir dan miskin. Oleh itu, persoalan kajian yang digariskan sebagai panduan kajian ini adalah seperti adakah pembolehubah sikap mempunyai hubungan dalam kejayaan usahawan asnaf dalam bidang perniagaan. Persoalan kedua adakah

amalan kerohanian Islam mempunyai kesan dalam menyederhanakan hubungan antara pembolehubah sikap dan kejayaan usahawan asnaf?

Secara umumnya objektif kajian adalah untuk mengenal pasti pembolehubah sikap dalam mempengaruhi kejayaan usahawan asnaf dalam bidang perniagaan. Objektif yang kedua adalah untuk mengenal pasti amalan kerohanian Islam sebagai penyederhana hubungan antara pembolehubah sikap dan kejayaan usahawan asnaf. Adalah relevan untuk mengetengahkan elemen sikap usahawan asnaf yang berjaya dengan penglibatan mereka dalam program pembangunan ekonomi asnaf ini agar pendekatan orientasi sikap positif ini dapat mengurangkan kegagalan usahawan asnaf yang juga terlibat di dalam program keusahawanan ini.

Sorotan Karya

Kejayaan Usahawan Asnaf

Berdasarkan beberapa kajian lepas telah menunjukkan pencapaian bantuan zakat keusahawanan meningkatkan prestasi ekonomi asnaf (Khairul Azhar Meerangani dan Ummi Khasidah Zaham Azman, 2019). Selain itu, jangkauan peserta dan jumlah peserta yang dikeluarkan dari senarai asnaf juga meningkat setiap tahun. Pengkaji Azman et al. (2016) menyatakan bahawa kesan bantuan zakat ke atas kemiskinan yang dihadapi oleh asnaf dapat dikurangkan setelah menyertai program pembangunan ekonomi asnaf. Hasil kajian mendapati usahawan asnaf telah dapat mengeluarkan diri mereka dari kelompok asnaf kerana berjaya meningkatkan pendapatan hasil perniagaan yang diusahakan dan seterusnya bersama-sama menyumbang dalam merangsang ekonomi negara.

Usahawan asnaf diklasifikasikan sebagai kelompok asnaf fakir dan miskin yang melalui proses transformasi menerusi platform keusahawanan. Asnaf yang memiliki potensi dan berkeinginan yang tinggi untuk berubah dengan mengubah taraf ekonomi dan kualiti hidup akan diberikan bantuan dan bimbingan oleh institusi zakat bagi membolehkan mereka bergelar seorang usahawan (Sanep, 2012; Dayang Shobihah et al. (2020).

Nurul Shahriza et al. (2018) dalam kajian mengenai Skim Bantuan Jayadiri Di Lembaga Zakat Negeri Kedah (LZKN) menyatakan bahawa asnaf yang berjaya dalam menjalankan perniagaan atas bantuan Lembaga Zakat ini telah menyumbang kepada peningkatan dalam pendapatan mereka. Kejayaan ini adalah diukur berdasarkan prestasi ekonomi peserta bantuan zakat keusahawanan yang terlibat secara langsung. Selain itu, faktor-faktor lain seperti potensi zakat sebagai mekanisme untuk meningkatkan kesejahteraan penerima zakat khususnya dari sudut ekonomi juga merupakan elemen penting dalam mencapai kejayaan kerana dana zakat tersebut telah digunakan dengan cara yang efektif. (Mahyuddin, 2012, Mahyuddin, 2011, Maymunah et al. 2011).

Selain itu, kejayaan usahawan dalam konteks pembolehubah sikap sebagai elemen penentu telah memberi kesan perubahan dalam pembolehubah bersandar iaitu pendapatan. Norizatun, Abdul Halim dan Woon (2011) dalam kajian mereka mendapati bahawa terdapat korelasi positif ketara antara sikap dan keuntungan perniagaan usahawan wanita. Sikap yang sesuai diperlukan untuk mencapai matlamat yang dikehendaki kerana pembolehubah sikap adalah merujuk kepada tingkah laku dan bagaimana orang yang berkelakuan atau dirinya sendiri. Begitu juga sekiranya sikap negatif dan perasaan negatif terdapat didalam diri seseorang itu maka ianya boleh menghalang kemajuan projek dan membawa kepada kegagalan projek

tersebut (Modesto dan Tichapondwa, 2009). Oleh itu, sikap positif dikalangan usahawan asnaf sangat penting dalam menentukan kejayaan dan pencapaian asnaf dalam aktiviti perniagaan mereka. Terdapat kajian yang menyatakan usahawan asnaf yang mengalami kegagalan dalam aktiviti keusahawanan adalah kerana sikap kebergantungan penerima zakat terhadap institusi zakat sepenuhnya (Rosbi, 2011). Sikap asnaf yang sentiasa mahu dibantu dan keengganan mereka untuk berdikari adalah antara punca kegagalan mereka (Ahmad Shahir et al., 2010). Kebanyakan mereka lebih selesa menerima bantuan kewangan berkala dalam jangka pendek dan kurang keinginan serta keyakinan diri untuk keluar daripada kepompong kemiskinan (Khairul Azhar Meerangani dan Ummi Khasidah Zaham Azman, 2019). Oleh itu, dapat disimpulkan bahawa kejayaan usahawan asnaf adalah kerana mereka bersikap positif dalam menjalankan perniagaan di mana seterusnya telah memberi kesan positif ke atas pendapatan yang diperolehi serta menyumbang kepada keuntungan perniagaan yang lebih tinggi (Norizatun, Abdul Halim dan Woon, 2011).

Faktor Sikap

Fisbein dan Ajzen (1975) menyatakan sikap adalah suatu gejala psikologi yang tidak dapat dilihat secara keseluruhannya melalui perlakuan. Sikap hanya dapat dilihat melalui perlakuan yang ditunjukkan tetapi segala yang tersirat di dalam individu itu sebagai dorongannya untuk bertindak dan melakukan sesuatu. Ia juga mengatakan bahawa sikap bukannya dilahirkan tetapi diperoleh daripada pengalaman lepas yang dipelajari dan berkecenderungan untuk membawa suatu perlakuan pada masa depan. Ostrom (1969) pula menyatakan sikap terdiri daripada kepercayaan perasaan dan kecenderungan bertindak terhadap sesuatu objek dan keadaan.

Menurut Robinson et al. (1991) untuk mengukur sikap yang spesifik perlu ada model pengukuran yang spesifik. Beliau berpendapat bahawa teori sikap telah banyak digunakan dalam penyelidikan dan ianya mampu memberikan kebaikan sama ada dalam bentuk teori dan praktikal dalam kajian mengenai keusahawanan. Menurut Robinson et al. lagi untuk mengukur sikap individu perlu merentasi empat sub-skala orientasi iaitu keperluan kepada pencapaian (merujuk kepada usaha individu memulakan dan mengembangkan perniagaan), inovasi (sejauh mana kaedah inovatif digunakan dalam aktiviti perniagaan), kawalan personal (sejauh mana individu mengawal dan mempengaruhi perjalanan dan hasil perniagaan) dan penghargaan diri (keyakinan diri dan kompetensi yang dilihat dalam hal ehwal perniagaan). Menurut Mohd Noor dan Samsuri (2008), Mohd Noor dan Mohammad Basir (2009) dan Zaidatul Akmaliah dan Afsaneh Bagheri, (2013) setiap sub-skala ini mempunyai komponen sikap iaitu afektif, kognitif dan konatif. Afektif yang dimaksudkan ialah perasaan positif atau negatif ke arah objek, manakala kognitif ialah kepercayaan dan pemikiran yang seseorang individu mempunyai suatu objek sikap, dan konatif atau kelakuan pula ialah hasrat kelakuan dan perpindahan kelakuan dalam cara yang diberikan ke arah objek.

Dalam konteks sikap keusahawanan, Crant (1996) merujuk sikap keusahawanan sebagai pertimbangan atau kecenderungan individu untuk mempunyai, menubuhkan dan menjalankan perniagaan. Beliau menambah bahawa sikap turut diandaikan sebagai ramalan tingkah laku manusia. Sehubungan itu, Mohd Noor dan Samsuri (2008) serta Mohd Noor dan Mohammad Basir (2009) bersetuju bahawa pendekatan sikap adalah lebih sesuai diaplikasikan di dalam kajian-kajian keusahawanan. Ini kerana pengukuran pembolehubah sikap boleh direka bentuk dan diukur dengan menggunakan soalan-soalan yang khusus bagi melihat hubungan set tingkah laku tertentu (Mohd Noor & Samsuri 2008) untuk mengukur tahap orientasi sikap keusahawanan seseorang individu.

Manakala Pengkaji McClelland (1961) menjelaskan bahawa terdapat dua sumber utama yang membentuk kecenderungan individu untuk menyertai bidang keusahawanan iaitu faktor dalaman dan faktor luaran. Faktor dalaman terdiri daripada keinginan untuk mencapai sesuatu, latar belakang pendidikan dan pengalaman. Ketiga-tiga faktor dalaman yang disebutkan oleh McClelland (1961) tersebut sebenarnya menerangkan tentang pembentukan sikap dalam diri seseorang yang akhirnya mendorong ke arah keusahawanan, malahan Ab. Aziz dan Zakaria (2004) menambah sekiranya sikap yang dibentuk positif maka ia dapat membantu menjadikan usahawan itu akan lebih bersedia untuk berhadapan dengan sebarang kemungkinan dalam usaha menggiatkan operasi keusahawanan. Adamu, Kedah dan Osman-gani (2011) pula mengatakan terdapat tiga sumber dorongan dalaman usahawan yang dilihat semakin pudar. Tiga sumber tersebut adalah impian dan keinginan untuk mengasaskan sebuah empayar perniagaan, kehendak untuk menakluk (dorongan untuk lebih berjaya jika dibandingkan dengan orang lain) dan terakhir mencipta kegembiraan setelah berhasil melaksanakan sesuatu (meraikan tenaga dan kepintaran). Kesan dorongan ini boleh terjadi secara dari dalam diri atau daripada persekitaran. Carsrud, A., & Brännback, M. (2011) mengatakan sikap yang telah didorong dari dalam diri atau persekitaran akan menghasilkan kualiti pengalaman dan tahap prestasi individu yang berbeza. Oleh itu, membina perasaan positif dan orientasi secara umum akan menghasilkan peluang kejayaan yang lebih baik. Dorongan terhadap pencapaian juga adalah salah satu contoh dorongan dalaman (Jordaan, 2014) dalam membentuk sikap keusahawanan yang menepati kehendak ajaran Islam. Ciri-ciri usahawan Islam yang dihasilkan melalui sikap keusahawanan positif adalah seperti kebebasan, kejujuran, berilmu dan berkemahiran serta akauntabiliti mengikut garis panduan ajaran Islam di mana ia menjadi pegangan seseorang usahawan Islam (Buerah & Hussin 2011).

H1: Sikap mempunyai hubungan yang signifikan dengan kejayaan usahawan asnaf

Amalan Kerohanian Islam

Pengkaji Hisrich, Langan-fox dan Grant (2007), menyatakan faktor kejayaan usahawan masih belum cukup untuk menerangkan pencapaian dan kejayaan usahawan. Mereka menyarankan bahawa faktor penyederhana perlu dimasukkan di dalam melihat hubungan faktor kejayaan usahawan dan kejayaan usahawan. Faktor kerohanian keagamaan dicadangkan supaya dijadikan pembolehubah penyederhana dalam melihat hubungan kejayaan usahawan dan kejayaan usahawan (Pengkaji Zulkifli dan Rosli, 2013). Dalam kaitan penampilan sikap ini, Islam mengingatkan agar setiap individu Muslim termasuk usahawan perlu melengkapkan diri dengan nilai dan etika Islam sepanjang masa dan ketika. Ini kerana berbeza dengan kelompok usahawan lain, usahawan beragama Islam terikat dengan roh dan etika perundangan syariah agar sentiasa dipatuhi disamping menjalankan perniagaan yang halal secara menyeluruh dalam setiap aspek kehidupan (Mohammad Noorizzuddin & Wan Rasyidah 2006). Mohammad Noorizzuddin dan Wan Rasyidah (2006) menambah sifat-sifat yang baik dan kewajipan-kewajipan asas dalam agama perlu diwujudkan dalam diri selain perlu diamalkan setiap masa bagi menampilkan sikap seorang usahawan Islam. Sewajarnya sebagai seorang usahawan Islam, identiti usahawan Islam hendaklah selari dengan ajaran yang telah digariskan dalam agama.

Kerohanian Islam terdiri daripada kepercayaan terhadap agama, melakukan ajaran agama, saling menghormati dan meningkatkan pengetahuan melalui bahan bacaan keagamaan. Antara perkara-perkara praktikal kebiasaan seorang muslim adalah seperti berdoa, berpuasa, mengelakkan minuman beralkohol, menjaga cara pakaian dan gaya rambut (Tiliouine dan

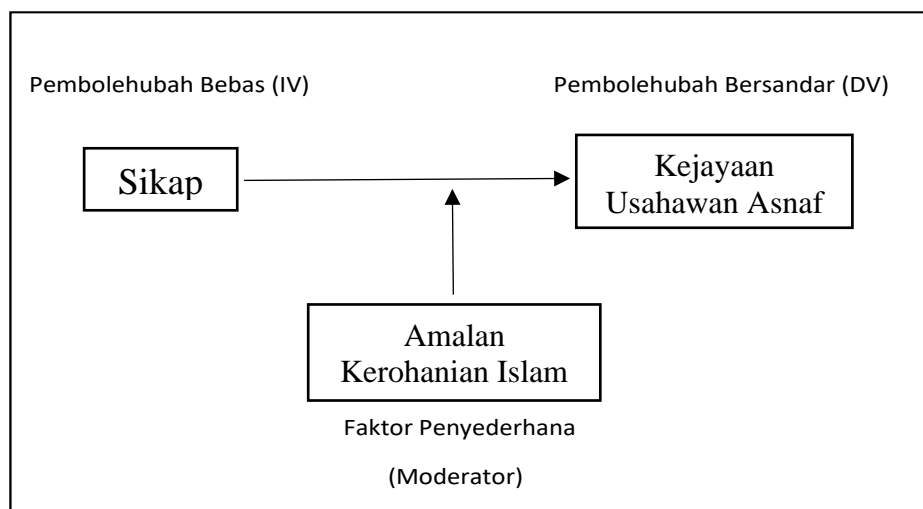
Belgoumidi, 2009). Kajian emperikal lalu menyarankan bahawa kajian dalam bidang keusahawanan ini perlu dibuat mengikut agama yang dianuti oleh usahawan, kerana setiap agama dikatakan mempunyai pengaruh yang berlainan (Zulkifli & Rosli, 2013)

Pengkaji-pengkaji Hisrich, Langan-Fox, dan Grant (2007) mendapati amalan kerohanian boleh dikaji sebagai moderator di dalam sesuatu kajian. Justeru itu, dalam konteks mendedahkan pengaruh hubungan di antara amalan kerohanian (spiritual) dan keusahawanan kajian lanjutan berkaitan amalan kerohanian Islam adalah sesuai untuk dikaji. Faktor amalan kerohanian Islam juga dilihat kurang dikaji dan terdapat saranan supaya dijalankan kajian terhadap pembolehubah tersebut sebagai penyederhana.

Usahawan Islam berjaya adalah dengan mengamalkan kerohanian Islam menurut pandangan Buerah (2007) adalah sifat seperti amanah, kejujuran, keadilan dan ihsan. Nilai dan etika usahawan Islam merupakan aspek penting dalam mengukur dan menentukan sikap keusahawanan Islam agar selari dengan ajaran Islam. Tambahan lagi, konsep keberkatan dalam rezeki yang diperolehi adalah suatu yang menjadi tali panduan dalam menjalani urusan kehidupan (Nadratun, 2018).

Oleh yang demikian, adalah penting diletakkan suatu penilaian sikap keusahawanan menurut perspektif Islam khususnya dalam aspek akidah (kewajipan asas), akhlak (nilai-nilai murni) dan persaudaraan (ihsan). Untuk itu, bagi tujuan kajian ini pengkaji meletakkan aspek sikap etika Muslim yang merupakan ciri-ciri pembangunan modal insan yang berteraskan Islam yang melibatkan aspek kefardhuan, kebenaran, amanah, tanggungjawab dan persaudaraan

Ha1: Amalan kerohanian Islam mempunyai kesan penyederhanaan antara sikap dan kejayaan usahawan asnaf



Kerangka Kajian

Kesimpulan

Setelah kajian literatur dibuat membincangkan tentang faktor sikap dan kejayaan usahawan asnaf fakir dan miskin dibawah bantuan keusahawanan asnaf, didapati faktor sikap mempunyai hubungan dengan kejayaan usahawan asnaf dan amalan agama memberikan kesan sebagai penyederhana. Berdasarkan sorotan karya, gabungan peranan penyederhana amalan agama

kepada hubungan antara faktor sikap dan kejayaan usahawan asnaf boleh digabungkan di dalam satu rangka kajian (Rajah 1.0). Hubungan yang wujud dapat memberi implikasi dalam meningkatkan kejayaan sesebuah firma usahawan. Ia disokong oleh sebahagian besar kajian terdahulu yang telah menunjukkan hubungan yang positif dan signifikan terhadap orientasi sikap dalam meningkatkan kejayaan usahawan. Didapati hubungan keagamaan juga adalah positif sebagai penyederhana. Oleh itu, cadangan kepada pengkaji-pengkaji akan datang supaya mengkaji amalan agama di dalam kajian berhubung kejayaan usahawan Islam.

Rujukan

- Ab. Aziz Yusof & Zakaria Yusof. 2004. Prinsip Keusahawanan. Edisi Kedua. Petaling Jaya: Prentice Hall.
- Adamu, I. M., Kedah, Z., & Osman-Gani, A. (2011). Entrepreneurial motivation, performance and commitment to social responsibility: A conceptual analysis on the influence of Islamic religiosity. In 10th international conference of the academy of HRD (Asia chapter).
- Ahmad Shahir Makhtar & Adibah Abdul Wahab. (2010). Pengurusan Zakat di Negeri Selangor: Isu dan Cabaran. Seminar Konvensyen Kebangsaan Perancangan dan Pengurusan Harta Dalam Islam. Jabatan Syariah dan pengajian Islam, Universiti Kebangsaan Malaysia.
- Ajzen, L., & Fishbein, M. (1997). Attitudes behavior relations: A theoretical analysis and review of empirical research. *Psychology Bulletin*, 84, 888-918.
- Andersson, S., Danilovic, M., & Hanjun, H. (2015). Faktor kejayaan dalam syarikat-syarikat global Barat dan Cina yang dilahirkan. *iBusiness*, 7 (1), 25-38.
- Azman A.R, Mohamad Yazis Ali Basah, Mohammad Noorizzuddin Nooh, Mahdhir Abdullah, Ahmad Anis Mohd Fauzi & Mohd Faez Abu Bakar. (2016). Program usahawan bagi memperkasakan ekonomi golongan asnaf: pemantauan dari aplikasi MyEma. *Jurnal Pengurusan dan Penyelidikan Fatwa*, Vol. 7 2016 eISSN: 0127- 8886
- Bahadur Ali, S., & Naimatullah, S. (2015). Developing attitudes and intentions among potential 101 entrepreneurs. *Journal of Enterprise Information Management*, 28(2), 304-322.
- Buerah Tunggak. 2007. Budaya Niaga Usahawan Bumiputera dan Implikasinya ke Atas Pendidikan dan Pembangunan Keusahawanan Muslim. Tesis Ijazah Doktor Falsafah, Fakulti Pendidikan, Universiti Teknologi Malaysia, Skudai, Johor.
- Buerah Tunggak, Hussin Salomon & Baharin Abu 2011, Keperluan Latihan dan Pendidikan Berterusan ke arah Pembangunan Usahawan Muslim Berteraskan Nilai Islam Di Malaysia, *Jurnal teknologi*, 55 (Sains Sosial), Mei 2011:121-144
- Carsrud, A., & Brännback, M. (2011). Entrepreneurial motivations: what do we still need to know?. *Journal of Small Business Management*, 49(1), 9-26.
- Crant, J. M. (1996). The proactive personality scale as a predictor of entrepreneurial intentions. *Journal of small business management*, 34, 42-49.
- Dasar Kusahawanan Nasional 2030. (2019). Kementerian Pembangunan Usahawan.
- Dayang Shobihah Abang Abai, Mohd Daud Awang, Ahmad Nasir Mohd Yusoff, Arfah Ab. Majid, Hadi Hamli. (2020). Bentuk Bantuan Modal Agihan Zakat Asnaf dan Pencapaian Usahawan Asnaf di Malaysia: Kajian Empirikal. *Malaysian Journal of Social Sciences and Humanities*, Volume 5, Issue 1, (page 93-99),
- Fishbein, M. dan I. Ajzen. (1975). *Belief, Attitude, Intention and Behavior: An introduction to Theory and Research*. Addison-Wesley, reading, MA.
- Gunto, M., & Alias, M. H. (2013). SMEs Development in Malaysia : Lessons For Libya. *Persidangan Kebangsaan Ekonomi Malaysia Ke VIII (PERKEM)VIII, JILID, 3, 1521–1530.*

- Gibson, S. G., Walker, P., Harris, M., & Harris, D. (2010, February). Investigating the entrepreneurial attitudes of African Americans: A study of young adults. In 2010 Small Business Institute National Conference (Vol. 34, pp. 101-111).
- Gibson, S. G., Walker, P., Harris, M., & Harris, D. (2010, February). Investigating the entrepreneurial attitudes of African Americans: A study of young adults. In 2010 Small Business Institute National Conference (Vol. 34, pp. 101-111).
- Hisrich, R., Langan-fox, J., & Grant, S. (2007). Entrepreneurship Research and Practice - A call to Action for Psychology. *American Psychologist*.
- Hoyos-ruperto, M. De, Romaguera, J. M., Carlsson, B., & Lyytinen, K. (2013). Networking :A Critical Success Factor for Entrepreneurship, 13(2008), 55–72.
- Iberkleid, D. A. (2010). Entrepreneurial Attitudes Towards Design Patterns. Master Thesis, School of Information and Library Science, University of North Carolina, United States.
- Jordaan, A. J. (2014). Entrepreneurial Self-Efficacy, Intrinsic Motivation, and Entrepreneurial Intention as Antecedents of Nascent Necessity-Entrepreneur Business Start-up Behaviour South Africa: A Longitudinal Study, (April).
- Khairul Azhar Meerangani dan Ummi Khasidah Zaham Azman. (2019). Keberkesanan program pembangunan ekonomi asnaf oleh Lembaga Zakat Selangor Volume 8 Issue 2, Page 14-24 e-Academia Journal, Universiti Teknologi MARA Terengganu
- Nadratun Nafisah Abdul Wahab, Muhammad Nasri Md Hussain dan Abdullah Abdul Ghani. (2017). Faktor motivasi dan kejayaan firma usahawan: amalan agama sebagai penyederhana. *Journal of Global Business and Social Entrepreneurship (GBSE)* Vol. 3: no. 5 page 28–35
- Nurul Shahariza Abu Hassan, Roslida Zalila Ahmad Rusli, Siti Hafsha Albasri, Rahayati Ahmad. (2018). Keberkesanan Skim Bantuan Jayadiri Terhadap Asnaf Di Lembaga Zakat Negeri Kedah (LZNK). *International Journal of Muamalat*, Vol.2, Issue. 1 ISSN: 2590-4337
- Noor Syafinas Muda. (2014). Keberkesanan Agihan Zakat Kepada Asnaf Fakir Dan Miskin: Kajian Kes Bantuan Jayadiri, Jabatan Zakat Negeri Kedah. tesis USM.
- Norizatun Azmin Mohd. Nordin, Abdul Halim Abdul Hamid and Chong Chin Woon. (2011). Factors affecting profitability of women entrepreneurs business in Malaysia. *Annual Summit on Business and Entrepreneurial Studies Proceeding*, 972-985
- Mahani Amat, Suraiya Ishak.(2019). Faktor PSiKKIT: Pendorong inovasi pembungkusan dalam kalangan Industri Kecil dan Sederhana berasaskan perusahaan makanan Malaysian *Journal of Society and Space* 15 issue 3 (90-103)
- Mahyuddin Abu Bakar & Abdullah Abd Ghani. (2011) .Toward Achieving the Quality of Life in the Management of Zakat Distribution to the Rightful Recipients (The Poor and Needy). *International Journal of Business and Social Science*, 2 (4), 237-245. [
- Mahyuddin Abu Bakar. (2012). Hubungan Antara Agihan Zakat dan Kualiti Hidup Asnaf Fakir dan Miskin. Tesis Ph.D. Sintok : Universiti Utara Malaysia
- Maymunah Ismail, Siti Mariam Ali, Maizatul Saadiah Mohamad. (2011). Prestasi Zakat dan Agihan Zakat di Negeri Melaka.
- Mc Clelland, D.C. (1965). Achievement motivation can be developed. *Harvard Business Review*, 43(6): 6-25.
- Modesto, S. T., & Tau, D. R. (2009). Introducing distance education. *Virtual University for the small states of the commonwealth*

- Mohd Abd Wahab Fatoni bin Mohd Balwi, Ahmad Sufyan bin Che Abdullah, Adibah Abd Halim, & Norhalyani Mohamad. (2008). Pembangunan Pengusaha Asnaf Melalui Bantuan Dana Dan Latihan Lembaga Zakat Selangor : Satu Sorotan. Seminar Kepengusahaan Islam II Peringkat Kebangsaan.
- Mohd Hizam, H., & Usman, Y. (2016). Special issue on economics and management studies in Malaysia the goal attainment and future direction of business among SME Entrepreneurs. *Acta Universitatis Danubius*, 12(3), 5-17. Retrived from <https://www.researchgate.net>
- Mohd Noor Mohd Shariff & Samsuri Samsudin. 2008. Keusahawanan peladang di Lembaga Kemajuan Pertanian Muda (MADA): Kajian dari sudut pendekatan sikap. *International Journal of Management Studies* 15(1): 161–180.
- Mohammad Noorizzuddin Nooh & Wan Rasyidah Wan Nawang. 2006. Usahawan Muslim: Isu dan cabaran. Seminar Pembudayaan & Pendidikan Keusahawanan Remaja, anjuran Fakulti Pendidikan, Universiti Kebangsaan Malaysia, 28 Februari, Bangi, Selangor.
- Nurulhayah, Muhammad dan Muhammad Hafizuddin Abu. (2016). Faktor yang mendorong kejayaan usahawan perusahaan kecil dan sederhana (PKS) MARA di Daerah Melaka Tengah." *Journal of Business Innovation* 1. No 2 : 31.
- Ostrom, T. M. (1969). The relationship between the affective, behavioral, and cognitive components of attitude. *Journal of experimental social psychology*, 5(1), 12-30.
- Rodríguez-Gutiérrez, M. J., & Tejada, P. M. and P. (2015). Entrepreneurial Orientation and Performance of SMEs in the Services Industry. *Journal of Organizational Change Management*.
- Robinson, P. B., Stimpson, D. V., Huefner, J. C. & Hunt, H. K. 1991. An attitude approach to the prediction of entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice* 15(4): 13-31.
- Rosbi Abdul Rahman & Sanep Ahmad. (2011). Strategi Pembangunan Keusahawanan Asnaf Fakir dan Miskin Melalui Bantuan Modal Zakat, Dalam *Jurnal Pengurusan* 33(2011), 37-44, Universiti Kebangsaan Malaysia
- Sanep Ahmad. (2012). Membangun Keusahawanan Asnaf: Analisis Konsep Model Pemindahan Teknologi. Prosiding, Persidangan Kebangsaan Kebangsaan Ekonomi Malaysia ke-7.
- Stefanovic, I., Prokic, S., & Rankovic, L. (2010). Motivational and Success Factors of Entrepreneurs: the Evidence from a Developing Country. *Zb. Rad. Ekon. Fak. Rij*, 28, 251–270.
- Tiliouine, H., & Belgoumidi, A. (2009). An Exploratory Study of Religiosity, Meaning in Life and Subjective Wellbeing in Muslim Students from Algeria. *Applied Research in Quality of Life*, 4(1), 109–127.
- Tamizharasi, G., & Panchanatham, N. (2010). Entrepreneurial attitudes among entrepreneurs in small and medium enterprises. *International Journal of Innovation, Management and Technology*, 1(4), 354.
- Zaidatol Akmaliah Lope Pihie & Afsaneh Bagheri. (2013). Role of university entrepreneurship programs in developing students' entrepreneurial leadership competencies: perspectives from Malaysian undergraduate students. *Journal of Education for Business*, 88(1), 51-61.
- Zulkifli, R., & Rosli, M. (2013). Entrepreneurial Orientation and Business Success of Malay Entrepreneurs: Religiosity as Moderator. *Ijhssnet.Com*, 3(10), 264–275.
- Rohani M.M., & Yusoff, A. S. (2015). Tahap Kesiediaan Pelajar Dalam Penggunaan Teknologi, Pedagogi, Dan Kandungan (TPACK) Dalam Pembelajaran Kurikulum di IPT. *Proceeding of the 3rd International Conference on Artificial Intelligence and Computer Science*, Pulau Pinang.