

Jaringan Usahawan Holistik: Strategi Usahawan Menuju Al-Falah¹

**Abu Bakar Hamed (Ph.D)² dan Syarifah Md Yusof³
Kolej Perniagaan**

Universiti Utara Malaysia

Abstrak

***K**epentingan memahami konsep jaringan usahawan amat penting dalam dunia perniagaan kontemporari kerana jaringan usahawan menjadi satu strategi untuk usahawan mencapai kejayaan dalam perniagaan mereka. Namun kebanyakan skop penulisan semasa tentang jaringan keusahawanan dan kejayaan usahawan terhad ruang lingkungannya. Lazimnya perbincangan jaringan usahawan hanya memfokuskan kepada jaringan perniagaan dengan pihak berkepentingan secara langsung dan tidak langsung dengan perniagaan seperti pelanggan, pembekal, pembiaya, pekerja, kerajaan dan beberapa pihak lain. Manakala kejayaan yang ingin dicapai hanya tertumpu kepada kejayaan material iaitu keuntungan semata-mata. Dengan kata lain, kejayaan hanya terhad kepada ruang lingkup kehidupan di dunia sahaja. Dari perspektif Islam, kejayaan di dunia dan akhirat atau al-falah sepatutnya menjadi matlamat usahawan bagi mendorong kejayaan perniagaan. Usahawan boleh mengeksploitasi jaringan usahawan sebagai strategi mencapai al-falah. Kertas kerja ini seterusnya akan membincangkan jaringan usahawan menyeluruh meliputi jaringan diri usahawan dengan Pencipta sebagai asas kepada jaringan-jaringan usahawan seterusnya. Jaringan tersebut akan menjadi panduan kepada aktiviti jaringan perniagaan bagi memajukan perniagaan usahawan. Seterusnya dengan asas hubungan dengan Pencipta dan kemajuan perniagaan, usahawan dapat mewujudkan jaringan yang lebih harmoni dan bertanggungjawab dengan masyarakat dan alam seagat.*

¹ Kertas kerja dibentangkan di Seminar Keusahawanan Islam II peringkat kebangsaan 2008, anjuran Jabatan Syariah dan Pengurusan, Akademi Pengajian Islam Universiti Malaya, Kuala Lumpur pada 15 Oktober 2008.

² Penarah dan Prof. Madya di Kolej Perniagaan, Universiti Utara Malaysia, Sintok, Kedah. Penulis boleh dihubungi melalui email: abh@uum.edu.my

³ Pensyarah di Kolej Perniagaan, Universiti Utara Malaysia, Sintok, Kedah. Penulis boleh dihubungi melalui email: syarifah@uum.edu.my

1.0 Pengenalan

Secara amnya, jaringan usahawan dapatlah ditakrifkan sebagai semua hubungan yang dibentuk (wujud) dan dikekalkan oleh seseorang usahawan dengan masyarakat di sekelilingnya (Abu Bakar, 1995). Hubungan ini antara lain adalah penting bagi membantu penubuhan perniagaan usahawan dan seterusnya perkembangan perniagaan mereka (Ab Aziz, 2003). Hubungan usahawan dengan pihak-pihak tertentu seperti keluarga, rakan, pembekal, kerajaan dan lain-lain akan memberi banyak faedah seperti mendapat sokongan dari segi sumber-sumber tertentu seperti kewangan, peralatan, maklumat, sokongan, bantuan dan peluang kepada usahawan.

Perspektif jaringan usahawan yang dipelopori barat memperlihatkan entiti perniagaan sebagai fokus utama. Jaringan yang diwujudkan bermatlamatkan membantu pertumbuhan perniagaan yang lebih baik serta menjamin perkembangan perniagaan yang lebih meluas (Ab Aziz, 2003). Umpamanya jaringan premier berkaitan dengan jaringan peribadi usahawan (Abu Bakar, 1995). Jaringan premier merujuk kepada jaringan tidak formal yang melibatkan hubungan personal secara langsung dan bersemuka antara usahawan dengan pihak tertentu. Pihak-pihak ini termasuklah ibu bapa, rakan-rakan, keluarga, bekas guru/pensyarah, ahli-ahli persatuan sosial, kumpulan belia dan sebagainya. Jaringan peribadi ini dapat membantu usahawan dengan memberi bantuan seperti modal, sokongan moral, tenaga kerja, nasihat dan maklumat perniagaan (Cooper et. al., 1989; Abu Bakar, 1995).

Jaringan usahawan peringkat sekunder pula wujud apabila usahawan menetapkan niat untuk memulakan perniagaan dan semasa peringkat awal perniagaan (Abu Bakar, 1995). Kumpulan jaringan ini melibatkan hubungan dengan rakan-rakan perniagaan, persatuan-persatuan dan pihak kerajaan. Hubungan dengan kumpulan ini dapat memberi semangat,

sokongan moral, perluasan konteks perniagaan, sumber maklumat dan juga kewangan (Abu Bakar, 1995). Hubungan mungkin bermula dengan hubungan biasa atau sukarela (Lande, 1977) dan lama-kelamaan akan menjadi keperluan (Curran et. al, 1993).

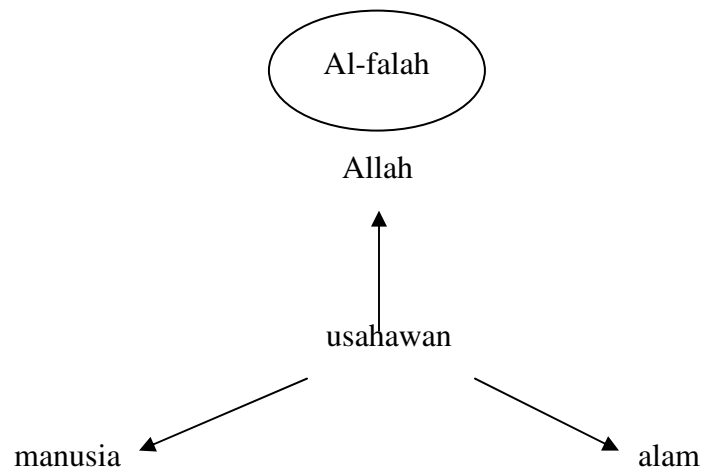
Ringkasnya, perbincangan jaringan usahawan berkisar demi kepentingan perniagaan itu sendiri dan skopnya terhad kepada kejayaan dunia semata-mata. Justeru penulisan ini akan membincangkan jaringan seorang usahawan secara holistik atau menyeluruh berpaksikan tuntutan Islam. Perbincangan ini diharap menjadi asas kepada cendekiawan membuka ruang perbincangan bidang keusahawanan Islam dengan lebih komprehensif dalam suasana pembangunan ilmu Islam dan usahawan Muslim. Manfaat perbincangan kertas ini diharap mencetuskan kejayaan kepada usahawan Muslim dalam menjalankan kegiatan keusahawanan dalam dunia yang penuh cabaran ini.

2.0 Jaringan Usahawan Holistik

Penulis akan memulakan perbincangan jaringan usahawan holistik ini dengan mengetengahkan konsep jaringan usahawan yang komprehensif seiring dengan ciri kesyumulan agama Islam itu sendiri. Kami mencadangkan usahawan melihat konsep jaringan holistik ini dari tiga dimensi asas. Antara ketiga dimensis ini, dimensi yang paling utama ialah ialah jaringan usahawan dengan Penciptanya iaitu hubungan dengan Allah s.w.t. Ini berkaitan dengan konsep *habluminallah*. Dimensi kedua ialah jaringan usahawan dengan manusia mengambil konsep *habluminannas*. Manakala dimensi ketiga ialah jaringan usahawan dengan alam. Ketiga-tiga dimensi jaringan ini dibina dengan satu tujuan yang paling tinggi iaitu mencapai *al-falah* iaitu mencapai kejayaan di dunia dan kejayaan di akhirat. Ini melibatkan apa saja aktiviti usahawan berdasarkan niat yang betul bagi mencapai keredaan Allah s.w.t.

Rajah di bawah menunjukkan jaringan usahawan holistik yang menuju kepada pencapaian *al-falah*. Persoalannya, apakah signifikannya ketiga-tiga bentuk jaringan ini kepada usahawan Muslim dan bagaimanakah ia boleh membantu usahawan membentuk strategi jaringan perniagaan bagi mencapai *al-falah*?

Rajah 1: Jaringan usahawan holistik



3.0 Hubungan Usahawan dengan Khaliq

Sebelum persoalan di atas dijawab, adalah penting untuk memahami asas terbinanya jaringan usahawan holistik ini. Keistimewaan jaringan usahawan holistik ini adalah berteraskan falsafah tauhid yang merupakan asas kepercayaan dan pegangan agama Islam. Tauhid menjelaskan hakikat kewujudan tuhan dan hakikat kehidupan manusia (usahawan) di alam ini. Manusia dicipta oleh Allah s.w.t dan diberi tanggungjawab sebagai khalifah dan pada masa yang sama sebagai hamba Allah. Sebagai khalifah maka manusia diamanahkan dengan pelbagai *sumber* yang perlu diuruskan dengan adil dan saksama. Sebagai hamba maka manusia tidak terlepas dari mengikut kehendak Penciptanya untuk menjalankan pelbagai aktiviti

ibadah kepada Allah s.w.t. Ini melibatkan penyerahan diri manusia kepada Allah dan pelaksanaan tanggungjawab berasaskan kepada Aqidah, Syariah dan Akhlak. Ketiga-tiga asas pokok itu membawa usahawan menuju ke arah kesempurnaan insan bagi mencapai keredhaan Allah di dunia dan di akhirat.

Aqidah berteraskan keimanan kepada Allah s.w.t, Allah s.w.t yang mempunyai segala sifat-sifat yang sempurna, termasuklah mengetahui perbuatan manusia, baik yang zahir mahupun yang batin, dan semua perbuatan manusia itu akan dipertanggungjawabkan oleh setiap orang di hari akhirat nanti. Di sanalah akan ada penentuan, sama ada seseorang itu dimasukkan ke dalam syurga atau menuju ke neraka. Maka beriman kepada Allah dan adanya hari akhirat serta hari pembalasan boleh mendidik supaya manusia sentiasa berhati-hati dalam membuat sesuatu semasa hidupnya, baik dibalas baik, dan jahat akan menanggung akibatnya.

Syariat pula adalah bagi memelihara hubungan baik dengan *Khaliq* (Allah) "حبل من الله". Hubungan dengan Allah dibina menerusi ibadah khusus. Antaranya melalui solat, di mana ibadat solat itu memberi kesan kepada jiwa, perasaan, dan pembawaan seseorang. Solat yang berkualiti boleh menjadi pencegah yang kuat daripada melakukan perbuatan *fahsya wal mungkar*.

Selain memelihara hubungan dengan Allah, syariat juga berperanan membina hubungan baik di antara sesama manusia "حبل من الناس". Syariat mengatur hubungan sesama manusia menerusi hukum-hukum dalam muamalat, munakahat dan jinayat. Semuanya itu bertujuan semata-mata untuk kesejahteraan sesama manusia dengan memelihara lima asas utama iaitu memelihara agama, memelihara nyawa, memelihara akal, memelihara keturunan dan memelihara harta.

Seminar Keusahawanan Islam II Peringkat Kebangsaan

Manakala akhlak pula, mendidik manusia supaya sentiasa melakukan perkara-perkara yang baik, mendatangkan kebajikan, dengan bersaksikan kepada akhlak Rasulullah *sallallahu alaihi wasallam*. Sabda Rasulullah s.a.w bermaksud: “*Aku telah diutus untuk menyempurnakan kebaikan-kebaikan budi pekerti*”. Ketinggian akhlak Rasulullah s.a.w diperakui oleh Allah sebagaimana yang dinyatakan dalam al-Quran yang bermaksud, “*Dan sesungguhnya engkau memiliki budi pekerti yang luhur.*” (al-Qalam 68:4).

Secara umumnya, seorang individu Muslim yang sebenar perlulah menghayati ketiga-tiga asas agama iaitu akidah, syariah dan akhlak. Akidah tauhid akan melahirkan seorang yang beriman (mukmin), manakala pelaksanaan tuntutan syariah akan melahirkan seorang yang beramal soleh dan seterusnya dengan penghayatan akhlak akan meningkatkan ketakwaan individu kepada Allah.

Dalam konteks individu usahawan, penghayatan akidah diterjemahkan menerusi amalan ketaatan atau pelaksanaan ibadah yang ikhlas kepada Allah s.w.t telah membentuk jaringan antara dirinya dengan Allah s.w.t. Seorang usahawan Muslim adalah seorang yang beriman kepada Allah dan menjaga hubungannya dengan Allah dengan memelihara akidah, melaksanakan tuntutan ibadah serta berakhlak mulia. Akidah boleh tergelincir sekiranya individu usahawan meyakini sistem perniagaan yang berteraskan riba adalah sistem yang terbaik untuk dipraktikkan berbanding dengan sistem perniagaan bebas riba yang dianjurkan Islam. Meskipun sibuk dengan urusan perniagaan, seorang usahawan Muslim tetap melaksanakan ibadah wajib khususnya solat, puasa dan lain-lain.

Untuk menjaga dan mengukuhkan hubungan dengan Allah, sifat taqwa perlu disemai dalam diri. Taqwa boleh diertikan sebagai ‘jaga’. Dari segi istilah, taqwa bermakna mengawal diri dan mendisiplinkan diri supaya

seseorang itu dapat mengamalkan apa yang diperintahkan oleh Allah s.w.t dan mengelakkan diri daripada perkara yang dilarangnya. Bagi mencapai tingkat taqwa memerlukan kepada *mujahadah al-nafs* iaitu bersungguh-sungguh melawan kehendak nafsu yang mendorong kepada kemurkaan Allah.

Seorang individu usahawan yang bertaqwa akan melahirkan apa yang disebut oleh Muhammad Baqir al-Sadr sebagai “*an Islamic man*”, bukan “*an economic man*”. Al-Sadr (Mohd Aslam Haneef, 1995, 113) menjelaskan seorang *Islamic man* akan melihat kegiatan keusahawanan sebagai satu sumbangan kepada ummah dan mereka berkerja didorong oleh keyakinan kepada ajaran agama. Ini kerana mereka melihat dan yakin matlamat utama yang ingin dicapai ialah kehidupan akhirat dengan menjadikan kehidupan dunia sebagai jambatan bagi mendapat ganjaran di akhirat. Sebaliknya, seorang ‘*economic man*’ pula melihat aktiviti keusahawanan sebagai satu cara untuk mencapai kepuasan individu dengan pengumpulan harta dan kekayaan tanpa sempadan. Bagi mencapai matlamat tersebut, seorang usahawan ‘*economic man*’ akan menggunakan apa saja cara bagi mendapat keuntungan semaksima mungkin. Oleh itu, riba dalam transaksi perniagaan tidak diterima oleh usahawan ‘*Islamic man*’. Sebaliknya bagi usahawan ‘*economic man*’, riba adalah satu cara mudah membuat keuntungan dalam perniagaan (Mohd Aslam Haneef, 1995, 113)

Sifat ketaqwaan yang ada pada seorang usahawan ‘*Islamic man*’ inilah yang akan mengukuhkan jaringan antara usahawan dengan Allah s.w.t. Usahawan perlu ingat bahawa manusia memerlukan Allah s.w.t dan Dia yang memberi kejayaan. Kekuatan jaringan antara individu usahawan dengan Allah s.w.t ini pula menjadi asas kepada wujudnya jaringan antara individu usahawan dengan manusia yang lain serta alam.

Jelas daripada perbincangan di atas, tauhid memberi perspektif yang holistik kepada manusia mengenai hubungannya dengan entiti lain di alam ini (Khaliq Ahmad, 2007). Manusia bukan hanya berhubung dengan Allah sebagai Penciptanya dan juga sebagai matlamat akhir kehidupannya, malah manusia juga mempunyai hubungan dengan manusia lain serta alam. Perbincangan seterusnya akan difokuskan kepada hubungan usahawan dengan manusia dan seterusnya alam.

4.0 Hubungan Usahawan dengan Manusia

Jaringan antara manusia adalah jaringan dengan masyarakat sekeliling. Jaringan usahawan dengan masyarakat bukan hanya satu keperluan untuk mengembangkan perniagaan, malah ia adalah tuntutan dalam Islam. Ini kerana perniagaan itu sendiri adalah satu keperluan kepada masyarakat. Aktiviti perniagaan yang dijalankan usahawan boleh menjadi asas kepada konsep *al-falah*.

Perniagaan adalah aktiviti penting dalam kehidupan manusia dan ia dapat mempengaruhi dan memberi kesan kepada kehidupan manusia. Perniagaan boleh mempengaruhi cara manusia bekerja, bertindak, berinteraksi, malah dapat membudayakan kehidupan manusia. Proses perniagaan sentiasa berlaku di mana-mana dan pada setiap masa. Apabila sahaja kita keluar dari rumah, kita perlu berbelanja untuk kenderaan, makanan, pakaian dan keperluan-keperluan lain. Semua ini sudah pasti diperolehi melalui aktiviti perniagaan.

Islam amat menggalakkan dan menuntut pelaksanaan aktiviti perniagaan. Malah terdapat hadis yang menjelaskan bahawa perniagaan merupakan punca rezeki terbesar kepada manusia. Sabda Rasulullah s.a.w bermaksud, "*Sesungguhnya sembilan persepuluh daripada sumber rezeki terdapat dalam perniagaan*". Rasulullah s.a.w sendiri merupakan ahli perniagaan, malah lahir dari keluarga korporat Arab pada masa itu. Perniagaan juga

telah menjadi media dakwah Islam di Asia dan Afrika. Tanah Melayu menerima Islam melalui pedagang-pedagang Arab yang berniaga di Melaka. Mereka bukan sahaja datang berniaga mencari kekayaan ekonomi dunia, malah melaksanakan usaha dakwah dengan menyebarkan ajaran Islam untuk meraih kekayaan akhirat.

Oleh yang demikian, membentuk jaringan antara usahawan dengan masyarakat adalah amat perlu. Jaringan ini meliputi jaringan peribadi usahawan (Abu Bakar, 1995). Ia merujuk kepada jaringan tidak formal yang melibatkan hubungan personal secara langsung dan bersemuka antara usahawan dengan pihak tertentu. Pihak-pihak ini termasuklah ibu bapa, rakan-rakan, keluarga, bekas guru/pensyarah, ahli-ahli persatuan sosial, kumpulan belia dan sebagainya. Hubungan ini boleh dirujuk kepada hubungan usahawan dengan masyarakat setempat yang interaksi sosialnya telah sekian lama wujud dan terjalin dalam berbagai bentuk aktiviti masyarakat (Granovetter, 1985; Aldrich dan Zimmer, 1986; Abu Bakar, 1995).

4.1 Hubungan dengan Ibu Bapa dan Kaum Kerabat

Islam amat menekankan kepada jaringan peribadi yang baik dan erat yang melibatkan hubungan personal seseorang individu dengan individu lain khususnya ibu bapa dan keluarga. Hubungan dengan ibu bapa dalam perniagaan boleh mendapat berbagai keberkatan yang melibatkan doa ibu bapa yang mudah dikabulkan Allah dan sumber kewangan. Kaum kerabat juga inginkan kejayaan keluarga dan kadangkala sanggup menghabiskan tenaga serta modal bagi membantu usahawan. Oleh itu usahawan dituntut agar mewujudkan jaringan peribadi ini agar ia menjadi asas kepada kekuatan perniagaan dalam menghadapi cabaran. Islam sudah tentu mengajar manusia bagi menjaga hubungan ini agar berkekalan. Janganlah ada di antara usahawan yang melupai kumpulan manusia ini.

Allah berfirman, *”Dan (ingatlah wahai Muhammad), ketika Kami mengikat perjanjian setia dengan Bani Israil (dengan berfirman): Janganlah kamu menyembah melainkan Allah dan berbuat baiklah kepada kedua ibu bapa dan kaum kerabat dan anak-anak yatim, serta orang-orang miskin dan katakanlah kepada sesama manusia perkataan-perkataan yang baik dan dirikanlah sembahyang serta berilah zakat. Kemudian kamu berpaling membelakangkan (perjanjian setia kamu itu) kecuali sebahagian kecil dari kamu; dan sememangnya kamu orang-orang yang tidak menghiraukan perjanjian setianya.”* (al-Baqarah 2:83).

Ayat di atas menjelaskan kepada umat Islam agar menjaga hubungan yang dengan ibu bapa dan kaum kerabat serta masyarakat setempat.

4.2 Hubungan dengan rakan perniagaan.

Termasuk dalam ruang lingkup jaringan antara usahawan dan manusia ialah hubungan dengan rakan-rakan perniagaan, persatuan-persatuan dan pihak kerajaan (membangunkan aktiviti perniagaan). Kumpulan ini boleh memberi pelbagai bantuan kepada usahawan termasuklah tenaga, buah fikiran, konteks, pasaran, maklumat malah malibatkan bantuan kewangan. Hubungan dengan rakan-rakan perniagaan dan persatuan-persatuan dapat dijalin menerusi hubungan persahabatan dengan rakan-rakan perniagaan.

Allah berfirman bermaksud, *”...dan kalau Allah menghendaki nescaya ia menjadikan kamu satu umat (yang bersatu dalam agama yang satu), tetapi ia hendak menguji kamu (dalam menjalankan) apa yang telah disampaikan kepada kamu. Oleh itu berlumba-lumbalah kamu membuat kebaikan (beriman dan beramal soleh). Kepada Allah jualah tempat kembali kamu semuanya, maka ia akan memberitahu kamu apa yang kamu berselisihan padanya.”* (al-Maidah 6:48).

Imam al-Ghazali (1990) di dalam kitabnya, *Bimbingan Mukmin* menukilkan hadis berikut: Rasulullah s.a.w bersabda maksudnya, *”Jangan kamu bermusuhan-musuhan, jangan benci-membenci, jangan dengki-mendengki, jangan berputus hubungan antara satu sama lain dan jadilah kamu sekalian sebagai hamba-hamba Allah yang bersaudara mara.”*

Oleh itu budi pekerti yang murni dan adab pergaulan yang baik adalah perlu dalam mewujudkan dan menjamin hubungan berlangsung dengan baik. Sikap dengki-mendengki di kalangan usahawan harus dikikis, sebaliknya sikap bantu-membantu harus disemai agar usahawan masing-masing dapat bekerjasama dalam membangunkan perniagaan mereka. Persaingan adalah fitrah dan digalakkan dalam Islam. Firman Allah, *”Dan bagi tiap-tiap umat ada arah (kiblat) yang masing-masing menujunya; oleh itu berlumba-lumbalah kamu mengerjakan kebaikan...”* (al-Baqarah 2:148).

Meskipun persaingan amat digalakkan, namun persaingan tersebut bukanlah seperti yang difahami sebagai satu usaha dengan niat untuk memajukan perniagaannya semata-mata. Konsep persaingan dalam perniagaan Islam harus dilakukan secara sihat sebagai saling bekerjasama ke arah kecemerlangan. Perlumbaan dan persaingan dalam perniagaan harus ditujukan ke arah mencapai setinggi-tinggi kebaikan (Muhammad Ali, 2004). Antara perkara asas dalam persaingan yang sihat ialah usahawan berlumba-lumba menghasilkan produk dan perkhidmatan yang berkualiti agar pelanggan memperolehi manfaat total. Betapa tinggi manfaat dan kebaikan seorang usahawan yang berjaya menghasilkan dan memasarkan komputer misalnya sehingga dapat membantu dan memudahkan kerja pengguna. Semakin tinggi kualiti komputer yang dipasarkan, semakin besar manfaatnya kepada pengguna. Tidak rugi usahawan mewujudkan hubungan dengan manusia kerana hubungan dengan manusia

dapat memberi manfaat kepada usahawan bagi menjamin kejayaan perniagaan.

4.3 Hubungan dengan Pelanggan dan Pembekal.

Hubungan baik dengan pelanggan dan pembekal juga harus diutamakan dalam perniagaan. Pelanggan merupakan nadi perniagaan kepada usahawan. Perniagaan tanpa pelanggan akan mati dalam waktu tertentu. Keperluan dan kehendak pelanggan perlu dijaga agar mereka sentiasa berpuas hati dan gembira dengan produk dan layanan dari usahawan. Sedekahkanlah pelanggan dengan senyum kerana ia tidak merugikan usahawan. Timbanglah dengan cukup dan jangan menyembunyikan kecacatan produk yang dijual.

Allah s.w.t berfirman maksudnya, *"Dan sempurnakanlah sukatan apabila kamu menyukat dan timbanglah dengan timbangan yang adil. Yang demikian itu baik (kesannya bagi kamu di dunia) dan sebaik baik kesudahan (yang mendatangkan pahala di akhirat kelak).* (al-Israk 17:35)

Allah memerintahkan agar apabila menimbang, mengukur, menentukan saiz sesuatu barangan, produk dan keluaran, peniagaan hendaklah melakukannya dengan tepat, sempurna dan dengan sifat bertanggungjawab. Tindakan menimbang dengan tepat jujur dapat mengelakkan daripada berlakunya penipuan, penindasan dan kezaliaman. Namun bagi peniaga yang melanggar perintah Allah ini, Allah memberi amaran bahawa mereka akan ditimpakan dengan kecelakaan yang besar. Firman Allah s.w.t bermaksud, *"Kecelakaan besar bagi orang-orang yang curang (dalam timbangan dan sukatan), (1) Iaitu mereka yang apabila menerima sukatan (gantang cupak) dari orang lain mereka mengambilnya dengan cukup, (2) Dan (sebaliknya) apabila mereka menyukat atau menimbang untuk orang lain, mereka kurangi.* (al-Mutaffifin 83:1-3)

Rasululullah s.a.w juga melarang peniaga bersumpah dalam perniagaan. Sabda Rasulullah s.a.w bermaksud, *”Sumpah itu melariskan barang dagangan akan tetapi menghapuskan keberkatannya.”* (Hadis riwayat Bukhari)

Dalam menjalankan perniagaan, usahawan hendaklah bersikap benar dan amanah. Kelebihan bersifat benar dan amanah bukan sahaja menjadikan usahawan tersebut disukai oleh para pelanggan, malah ciri-ciri inilah yang akan mengangkat usahawan Muslim ke darjat dan kedudukan yang tinggi di sisi Allah s.w.t. Mereka akan ditempatkan bersama-sama para nabi dan rasul di akhirat kelak sebagaimana sabda Rasulullah s.a.w bermaksud, *”Peniaga-peniaga yang jujur dan amanah (akan ditempatkan) beserta dengan para nabi, siddiqin dan syuhada.”* (Hadis riwayat Tirmizi)

Dalam konteks pembekal kita boleh melihat pembekal sebagai orang yang membekal bahan mentah kepada perniagaan. Namun sebahagian orang boleh membekalkan sumber kewangan kepada usahawan. Kedua-dua kumpulan ini berkongsi kejayaan dengan usahawan. Jika perniagaan maju mereka juga akan turut gembira kerana mendapat keuntungan dari jualan bahan mentah kepada usahawan dan keuntungan sumber modal yang dilaburkan. Oleh itu, golongan ini juga perlu diwujudkan dan dimantapkan hubungan yang jujur dan saling menghormati. Umpamanya apabila pembekal membekalkan bahan mentah dengan cara pembayaran tertangguh, maka usahawan harus menepati janji dalam hal pembayaran hutang. Usahawan haruslah berusaha untuk membayar hutangnya kerana dalam Islam hutang wajib dibayar. Persoalan hutang adalah besar sehinggakan pernah Rasulullah s.a.w enggan menyembahyangkan jenazah kerana jenazah tersebut masih belum mempunyai hutang yang belum dilunaskan. Dalam satu hadis Rasulullah s.a.w bersabda bermaksud, *“Roh seseorang mukmin itu tergantung yakni dihalang daripada tempat yang mulia dengan sebab hutangnya sehinggalah hutangnya itu*

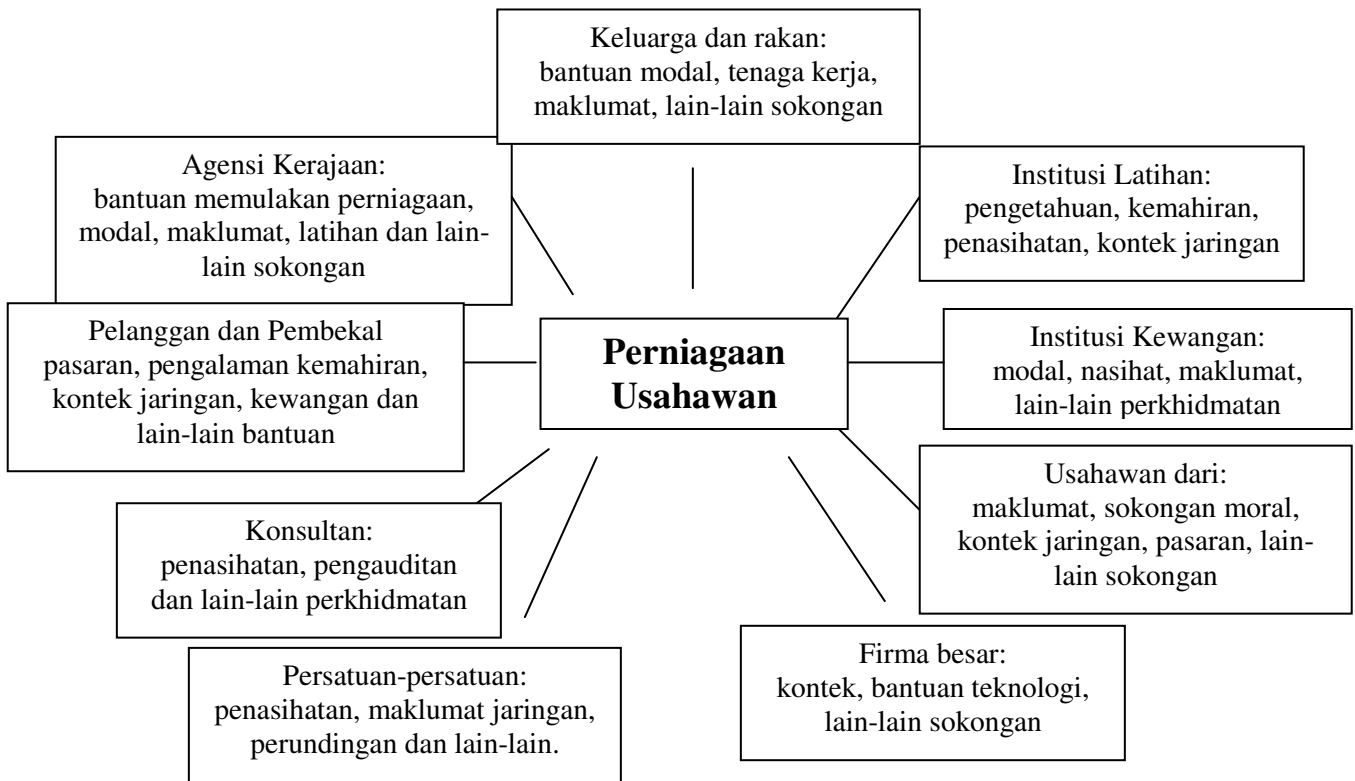
dijelaskan.” (Hadis riwayat al-Tirmizi, Imam Ahmad dan Imam Ibnu Hibban)

Oleh itu bagi menjaga hubungan kemanusiaan dengan ibu bapa, masyarakat sekeliling, rakan perniagaan, pembekal dan pelanggan, usahawan haruslah berpegang kepada amanah. Kegiatan keusahawanan yang dilaksanakan oleh usahawan pada hakikatnya adalah amanah dari Allah s.w.t. Allah s.w.t memerintahkan supaya kegiatan tersebut disempurnakan dengan baik. Mengusahakan kerja dengan penuh amanah bererti menjaga dan memberikan hak kepada orang yang berhak (Ibrahim Abu Bakar, 1997).

Dalam perniagaan perbuatan berbohong kepada pelanggan, mungkir janji, menjual barangan dengan harga yang terlampau tinggi sehingga menzalimi pelanggan, melengah-lengahkan pembayaran hutang kepada pembekal adalah bertentangan dengan konsep amanah. Usahawan yang tidak amanah tidak mungkin akan dapat mewujudkan jaringan yang harmoni dengan manusia lain. Pasti hal ini menjejaskan pencapaian *al-falah* apabila usahawan tidak menghayati jaringan usahawan holistik yang berteraskan tauhid seperti yang dibincangkan.

Jaringan usahawan dengan manusia seperti yang telah dibincangkan di atas tadi dapat memberi kelebihan saingan kepada perniagaan jika usahawan mengurus kumpulan tersebut dengan berhemah dan bijaksana. Rajah 2 menerangkan faedah yang akan didapati oleh usahawan dalam hubungan dengan kumpulan manusia tersebut.

Rajah 2: Jaringan Usahawan dan Faedah-faedah.



5.0 Hubungan Usahawan dengan Alam

Alam merupakan anugerah Allah s.w.t kepada hambanya yang bernama manusia. Firman Allah bermaksud, "*Dia lah (Allah) yang menjadikan untuk kamu segala apa yang ada di bumi.....*" (al-Baqarah 2:29). Alam meliputi apa yang ada di daratan dan lautan, juga di udara. Dalam al-Quran dinyatakan bumi sebagai hamparan yang luas meliputi satu bahagian tanah dan dua bahagian lautan. Gunung ganang dijadikan Allah sebagai pasak bumi. Air pula merupakan asas kepada semua hidupan. Daratan dan lautan menjadi tempat kehidupan haiwan dan tumbuhan. Dengan kebijaksanaan dan kekuasaan Allah, alam ini dijadikan dengan penuh keseimbangan dan menurut sunnatullah.

Dengan keistimewaan akal yang diberikan oleh Allah s.w.t kepada manusia, manusia diberi tanggungjawab untuk mentadbir dan mengurus alam ini bagi membina kehidupan yang sejahtera dan diredai oleh Allah s.w.t. Meskipun semua yang terdapat di bumi dan di udara Allah jadikan untuk manusia, namun sumber itu haruslah dieksploitasi dan diurus menurut peraturan yang telah ditetapkan oleh Allah (Muhammad Nasri dan Ab Aziz, 2005).

Dengan mengurus sumber-sumber alam ini, jaringan antara individu usahawan dengan alam adalah penting dalam mencapai *al-falah*. Perancangan yang rapi perlu dibuat. Aktiviti keusahawanan yang rakus dan tidak dirancang akan menyebabkan pencemaran alam sekitar. Menurut Akta Kualiti Alam Sekitar 1974, pencemaran adalah sebarang perubahan sama ada secara langsung atau tidak langsung kepada sifat-sifat fizik, kimia, biologi atau aras-aras radiasi mana-mana bahagian alam sekeliling dengan melepaskan, mengeluarkan atau meletakkan buangan hingga menjejaskan kegunaan-kegunaan berfaedah, yang menimbulkan sesuatu keadaan berbahaya atau mungkin berbahaya kepada kesihatan, keselamatan atau kebajikan awam atau organisma-organisma lain, tumbuhan dan haiwan. Pencemaran dapat dikategorikan dan disenaraikan kepada pelbagai bentuk pencemaran alam meliputi udara, air, laut, sungai, bunyi dan tanah.

Umpamanya aktiviti perkilangan dibina berhampiran sungai di mana sungai dijadikan tempat pembuangan sisa toksik sehingga mencemarkan sumber air bersih. Akibatnya berlaku pencemaran sungai sehingga menjejaskan kualiti sumber air bersih kepada manusia serta memberi kesan kepada hidupan akuatik. Jelaslah apa yang disebut oleh Allah s.w.t dalam al-Quran, bermaksud, "*Telah timbul berbagai kerosakan dan bala bencana di darat dan di laut dengan sebab apa yang telah dilakukan oleh tangan manusia; (timbulnya yang demikian) kerana Allah hendak*

merasakan mereka sebahagian dari balasan perbuatan-perbuatan buruk yang mereka telah lakukan, supaya mereka kembali (insaf dan bertaubat).” (al-Rum 30:41).

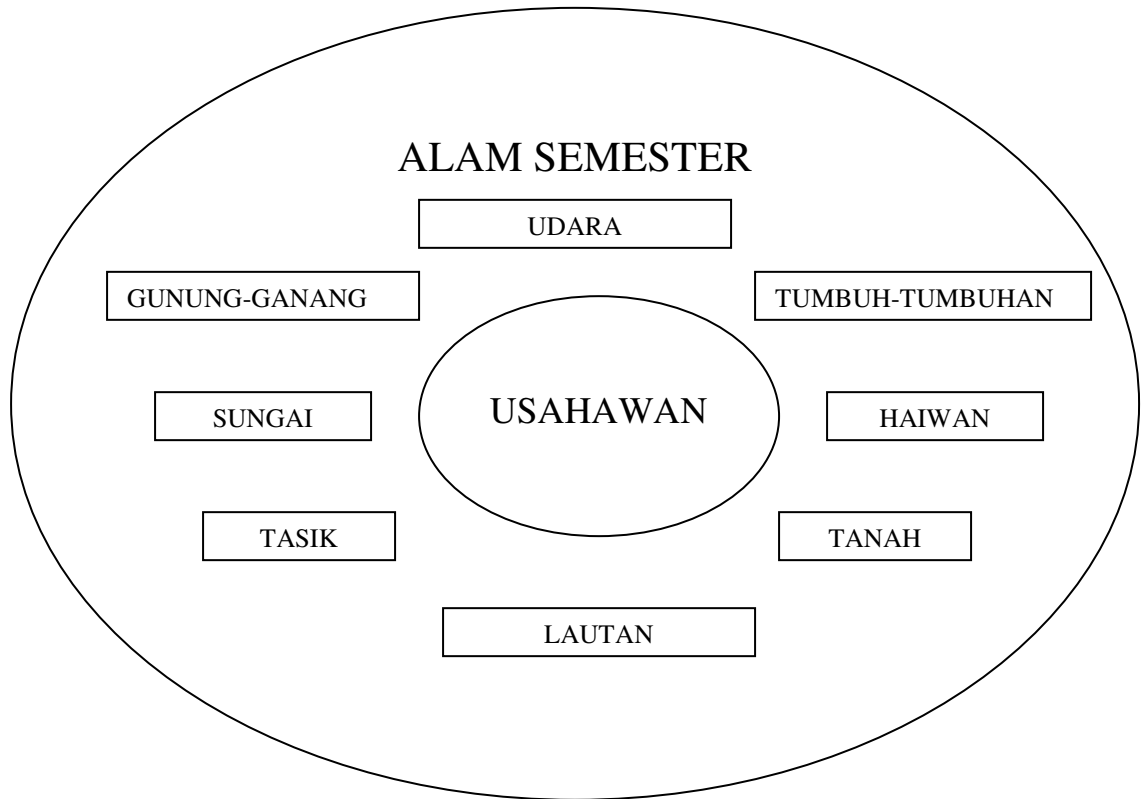
Oleh itu, dalam hubungan antara usahawan dengan alam, adalah menjadi kewajipan usahawan menjaga dengan berhemah amanah sumber alam dan perniagaan yang dianugerahkan kepada manusia. Usahawan perlu merancang aktiviti perniagaan dengan teliti agar tidak mencemarkan udara, daratan dan air sama ada tasek, sungai atau laut.

Di dalam air terdapat pelbagai flora dan fauna yang boleh menjadi rezeki dan sumber kekayaan untuk bukan sahaja golongan usahawan malah para nelayan yang bergantung rezeki di situ. Di atas daratan terdapat bukit-bukau dan gunung-ganang serta bahan galian seperti minyak, arang batu, bijih timah, bijih besi, emas dan berbagai lagi. Semua sumber bumi tersebut memberi peluang dan boleh dimajukan oleh usahawan dalam membangun masyarakat, negara dan agama.

Pada daratan juga terdapat tanah-tanah dan apabila dicampur air ia akan menjadi subur untuk tumbuh-tumbuhan dan haiwan. Tumbuh-tumbuhan dan haiwan saling lengkap-melengkapi untuk kemandiran hidup. Sebagai memenuhi tanggungjawab sebagai khalifah, usahawan diamanahkan untuk menguruskan sumber-sumber tersebut dengan bijaksana dan berhemah demi kemakmuran dan kesejahteraan manusia sejagat.

Pada masa yang sama juga hubungan usahawan dengan udara amat signifikan kerana udara diperlukan manusia, haiwan dan tumbuhan di daratan dan lautan. Manusia sudah tentu mengelak dari menghasilkan bahan yang boleh mencemar udara. Jika udara tercemar ia akan memberi kesan yang besar kepada semua hidupan di alam ini.

Rajah 3: Jaringan Usahawan dengan Alam Semester



Berdasarkan perbincangan di atas, hubungan usahawan dengan alam adalah satu kemestian selagi manusia bernafas, malah manusia dipertanggungjawab untuk memaju, memakmur dan mensejahterakan alam ini.

6.0 Perbincangan dan Rumusan

Usahawan diberi akal untuk berfikir bagaimana cara terbaik bagi memajukan sumber alam ini. Justeru, aktiviti keusahawanan adalah berdasarkan hubungan tiga hala antara Allah s.w.t., manusia dan alam bagi mencapai *al-falah*. Dalam konteks keusahawanan, *al-falah* boleh merangkumi ganjaran di dunia dan akhirat. Ganjaran di dunia adalah dalam bentuk keuntungan yang tinggi, kemakmuran, keberkatan hasil perniagaan serta perkembangan perniagaan itu sendiri. *Al-falah* di akhirat

pula dapat difahami sebagai ganjaran pahala dan kenikmatan syurga yang tiada tandingnya dengan kenikmatan hidup di dunia.

Segala aktiviti keusahawanan yang dilakukan oleh usahawan akan dikira sebagai satu ibadah sekiranya dilaksanakan menurut tuntutan Syariah. Bukan sahaja dari hasil pencapaian usahawan dalam perniagaan (*matlamat*) malah proses (*cara*) mencapai kejayaan juga di ambil kira untuk mencapai *al-falah*.

Dalam konteks matlamat, ukuran pencapaian matlamat dan kejayaan dalam perniagaan yang paling praktikal adalah untung. Tiada siapa yang tidak mahu untung dalam perniagaan. Tetapi untung hanya mencerminkan kejayaan di dunia. Kejayaan di dunia ini adalah bersifat fana atau sementara. Ia tidak boleh dibawa bersama-sama usahawan untuk alam akhirat. Ia melibatkan pendekatan jaringan perniagaan dunia, dan bukan pendekatan jaringan holistik. Pendekatan jaringan holistik melihat keuntungan dari pelbagai sudut hubungan dan cara mencapai kejayaan itu. Asasnya adalah jaringan usahawan dengan penciptanya.

Dalam mencapai keuntungan di dunia dan akhirat, Islam melihat jenis perniagaan yang diceburi oleh usahawan adalah perniagaan yang sah di sisi syarak. Usahawan boleh membuka perniagaan seperti perniagaan pakaian, makanan, kenderaan, komunikasi atau perkhidmatan asalkan ia tidak melanggar syarak. Perniagaan yang secara langsung dalam aktiviti riba, perjudian, pengeluaran alkohol atau menjual barang yang haram adalah dilarang sama sekali. Usahawan yang melibatkan diri dalam perniagaan seperti ini akan menjejaskan jaringan atau hubungan dengan Allah s.w.t. malah mereka walaupun berjaya di dunia tetapi akan gagal di akhirat nanti. Walau sebaik mana sekalipun hubungan jaringan mereka dengan manusia atau alam ini, namun mereka tetap akan gagal di akhirat nanti.

Pada masa yang sama, Islam juga melihat cara mencapai keuntungan tersebut. Walaupun perniagaan yang diceburi oleh usahawan tidak melibatkan perniagaan yang dilarang oleh syarak, namun jika penghasilannya tidak mengikut syarak maka ia juga dikira telah gagal mewujudkan hubungan jaringan dengan Allah s.w.t. Usahawan kadangkala tidak mengambilkira cara melakukan perniagaan malah ada yang menyimpang jauh dari tuntutan syarak. Segolongan pula melakukan kerosakan di muka bumi ini tanpa menghiraukan keperluan makhluk-makhluk lain. Sumber alam diragut dengan penuh rakus tanpa belas kasihan dan penipuan, rasuah, penyalahgunaan kuasa, pembohongan dan lain-lain aktiviti keusahawanan yang menentang hukum syarak berlaku. Dengan lain perkataan, jika cara melakukan aktiviti keusahawanan juga tidak memenuhi tuntutan syarak maka ia sudah tentu akan menjejaskan hubungan jaringan dengan Allah s.w.t.

Ringkasnya, dalam mencapai kejayaan *al-falah* maka matlamat mestilah halal dan cara juga mestilah halal. Sememangnya matlamat keuntungan itu perlu bukan sahaja untuk perniagaan usahawan di dunia malah diakhirat juga. Keuntungan akan memberikan kesan berganda untuk kekayaan akhirat jika semua aktiviti keusahawanan mengikut aturan syariah. Kekayaan yang diperolehi dengan cara yang halal dan baik dan digunakan untuk jalan kebaikan serta sedikitpun tidak melalaikan daripada Allah s.w.t akan membawa seseorang itu ke syurga. Sebagai bukti, di kalangan sepuluh sahabat yang dijamin syurga oleh Rasulullah s.a.w ialah Abdul Rahman bin 'Auf. Meskipun beliau adalah jutawan, tapi itu tidak menghalangnya dari memasuki syurga. Pernah satu ketika beliau ingin mendermakan seluruh keuntungan daripada perniagaannya bagi menebus kelewatannya ke masjid untuk menunaikan solat secara berjemaah. Inilah contoh usahawan yang mencapai *al-falah* yang patut dicontohi oleh setiap umat Islam.

Usahawan menjadi penghubung dalam menyediakan keperluan masyarakat. Perlu ada usahawan Islam dalam urusan perniagaan terutama yang melibatkan pengeluaran dan pemprosesan bahan makanan bagi menjamin halal dan kesucian produk tersebut. Segala usaha usahawan dalam menyediakan produk dan perkhidmatan dapat membantu masyarakat memenuhi keperluan dan kehendak kehidupan. Ini adalah satu pelaksanaan fardu kifayah dalam masyarakat Islam. Masyarakat Islam juga bertanggungjawab dalam menyokong produk yang dihasilkan oleh usahawan Islam. Jaringan usahawan dengan masyarakat bukan sahaja dapat menyediakan barang keperluan masyarakat malah menyediakan peluang pekerjaan kepada masyarakat dan dapat mengurangkan pengangguran. Keuntungan dari perniagaan usahawan dapat menyumbang zakat dan sedekah kepada masyarakat. Kejayaan usahawan juga akan menyumbang cukai dalam jaringan dengan pihak kerajaan. Kerajaan akan menggunakan hasil cukai tersebut tujuan pembangunan masyarakat dan negara.

Jaringan usahawan holistik memberi manfaat kepada penyebaran agama Islam itu sendiri. Pada zaman permulaan Islam, apabila Rasulullah s.a.w berhijrah ke Madinah bersama para sahabat r.a, ekonomi di Madinah pada waktu itu dikuasai oleh orang Yahudi. Namun pembabitan para sahabat seperti Abu Bakar al-Siddiq dan Abdul Rahman bin 'Auf dalam perniagaan di Madinah telah memberi kesan yang cukup mendalam kepada usaha dakwah Islamiah. Para sahabat r.a telah berjaya mencerna suasana ekonomi zaman itu dengan cernaan Islam. Sistem perniagaan yang berbentuk riba telah beralih kepada sistem perniagaan yang bebas daripada riba dan keadilan. Sejarah juga telah membuktikan bahawa dakwah Islamiah berkembang ke rantau ini khususnya Kepulauan Melayu menerusi usahawan Islam sama ada dari Arab, India dan China (Sulaiman Ismail, 1999). Usahawan Islam ketika itu bukan sahaja mewujudkan jaringan perniagaan dengan menjual barang dagangan mereka malah

manggunakan kesempatan perniagaan tersebut berdakwah pada masyarakat tempatan termasuklah pemerintah. Oleh itu, usahawan masa kini juga harus berperanan menggunakan jaringan perniagaan mereka bagi mengembangkan dakwah Islamiah bukan sahaja kepada masyarakat Islam, malah juga bukan Islam. Untuk melaksanakan tanggungjawab ini, mereka haruslah menjadi seorang usahawan '*Islamic man*' yang memahami dan menghayati ajaran Islam dengan membentuk hubungan yang baik dengan al-Khaliq, seterusnya membentuk jaringan dengan masyarakat serta alam.

Rujukan

- Ab. Aziz Yusof. (2003). *Prinsip Keusahawanan*. Petaling Jaya: Prentice Hall.
- Abu Bakar Hamed. (1995). *The Personal Network of Small Firm Entrepreneurs in Malaysia: An Exploratory Study*. Unpublished Ph.D. thesis, University of Glasgow.
- Aldrich, H. (1989). Networking Among Women Entrepreneurs. Dalam O. Hogan, C. Rivchum dan D. Sexton (ed.), *Women Own Businesses*, pp.105-132. New York: Praeger.
- Al-Ghazali (1990). *Bimbingan Mu'min*. Terjemahan Syed Ahmad Semait. Singapura: Pustaka Nasional Pte Ltd.
- Cooper, A., Folta, T. & Woo, C. (1991). Information Acquisition and Performance by Start-Up Firms. *Frontier of Entrepreneurship Research*. Wellesley Mass: Babson College, 91, 276-289.
- Curran, J., Jarvis, R., Blackburn, R.A. & Black, S. (1993). Networks and Small Firms: Constructs, Methodological Strategies and Some Findings. *International Small Business Journal*. Vol. 11. No.2. 13-15.
- Granovetter, M.S. (1973). The Strength of Weak Ties. *American Journal of Sociology*. 78, (6), 1361-1381.
- Ibrahim Abu Bakar (1997). *Ciri-ciri Usahawan Islam*. Kuala Lumpur: JAKIM.
- Khaliq Ahmad. (2007). *Management from Islamic Perspective: Principles and Practices*. Selangor: IIUM.
- Mohamed Aslam Haneef . (1995). *Contemporary Islamic Economic Thought: A selected Comparative Analysis*, UK: Alhoda
- Muhammad Ali Haji Hashim. (2004). *Bisnes: Satu cabang jihad*. Kuala Lumpur, Utusan Publications and Distributors Sdn. Bhd.

Muhammad Nasri Md Hussain dan Ab. Aziz Yusof (2005). *Pengurusan Sumber Manusia dari Perspektif Islam*. Kuala Lumpur: Prentice Hall.

ulaiman Ibrahim (1999). “Perniagaan sebagai media dakwah global” , *Islam dan bisnes*. Johor Bahru: Masjid An-Nur Kotaraya.

Zimmerer, T.W. & Scarborough, N. M. (1996). *Entrepreneurship and the New Venture Creation*. New Jersey: Prentice Hall.