

PEMBINAAN ELEMEN AKHLAK DALAM SAFT KEUSAHAWANAN ISLAM BERPANDUKAN AL-QURAN DAN HADIS

SUHAILA NADZRI

Fakulti Pengurusan dan Muamalah
Kolej Universiti Islam Antarabangsa Selangor (KUIS), Bangi, MALAYSIA,
Institut Islam Hadhari
Universiti Kebangsaan Malaysia, Bangi, MALAYSIA
suhaila.nadzri@kuis.edu.my

SALMY EDAWATI YAACOB

Fakulti Pengajian Islam
Institut Islam Hadhari
Universiti Kebangsaan Malaysia, Bangi, MALAYSIA
salmy1001@ukm.edu.my

NURADLI RIDZWAN SHAH MOHD DALI

Fakulti Ekonomi dan Muamalat
Universiti Sains Islam Malaysia, Nilai, Malaysia
nuradli@usim.edu.my

MOHAMAD SABRI HARON

Pusat Citra Universiti
Institut Islam Hadhari
Universiti Kebangsaan Malaysia, Bangi, MALAYSIA
sabrie64@gmail.com

ABSTRAK

Kejayaan Rasulullah SAW dalam perniagaan antaranya disebabkan pengamalan sifat siddiq, amanah, fatanah dan tabligh (SAFT). Walau bagaimanapun ramai usahawan Muslim tidak mengetahui bagaimana untuk beramal dengan sifat SAFT dalam konteks keusahawanan. Sedangkan menjadi tuntutan usahawan Muslim untuk mencontohi akhlak Nabi SAW dan berpegang kepada al-Quran dan Sunah sebagai panduan untuk mencapai kejayaan di dunia dan akhirat. Oleh itu, objektif kajian ini adalah untuk mengenal pasti akhlak-akhlak usahawan Muslim daripada al-Quran dan Hadis untuk dijadikan elemen SAFT dalam konteks keusahawanan Islam. Kajian ini menggunakan kaedah kualitatif analisis dokumen kitab al-Quran, Hadis Muttafaq'alah, Şahīḥ al-Bukhārī dan Şahīḥ Muslim. Data dianalisis menggunakan analisis tematik untuk mengeluarkan tema-tema yang diperlukan. Dapatan kajian menunjukkan terdapat dua puluh lapan (28) akhlak yang bersesuaian untuk dijadikan elemen sifat SAFT keusahawanan Islam. Elemen-elemen siddiq terbahagi kepada enam iaitu jujur, taat kepada Allah, Rasul dan Ulil al-Amri, penekanan kepada halalan toyyiban, menjauhi bersumpah palsu, ketepatan dalam sukatan dan timbangan dan tidak memonopoli dan iktikar dalam perniagaan. Elemen kepada amanah terbahagi kepada lapan iaitu bertanggungjawab, kebolehpercayaan, jauhi riba dan rasuah, menepati janji, integriti yang tinggi, adil, jauhi

khianat dan tidak lalai mengingati Allah. Manakala elemen bagi sifat fatanah dalam konteks keusahawanan Islam adalah berilmu pengetahuan, fokus kepada kualiti dan pembaikan berterusan, bijak merancang strategi/menyelesaikan masalah, berusaha dan bertawakal, berdikari, keyakinan diri dan semangat yang kental, dan pengurusan hutang yang baik. Seterusnya elemen bagi sifat tabligh adalah visi atau niat untuk dunia dan akhirat, komunikasi yang baik, rendah diri dan jauhi sombong, berdakwah melalui perniagaan, melaksanakan jihad ekonomi dan menjaga hubungan baik. Akhir sekali, kajian ini telah berjaya menambah pengetahuan baru dan perbedaharaan kajian ilmiah berasaskan paradigma Islam. Terutamanya sumbangan kepada teori baru dari sudut SAFT Nabi SAW dalam konteks keusahawanan Islam yang menyumbang kepada peradaban Islam.

Kata Kunci: Elemen, SAFT, Keusahawanan, Islam, Siddiq, Amanah, Fatanah, Tabligh.

PENGENALAN

Ekonomi Islam merupakan sistem ekonomi yang mentauhidkan Allah, berakhlak dan bersifat manusiawi. Penyatuan antara ekonomi dan akhlak bukanlah sesuatu yang baru kerana menurut al-Qaradāwi (1998) ia telah diamalkan secara jelas dan mendalam khususnya semasa Islam berkembang pada zaman Rasulullah SAW. Pada masa itu, ajaran Islam telah mengubah kehidupan, pandangan, semangat dan akhlak masyarakat yang sebelum itu bersifat jahiliah. Pengaruh akhlak dalam setiap aspek utama ekonomi daripada pengeluaran, penggunaan, pengedaran hinggalah urusan niaga tidak dapat disangkalkan lagi (al-Qaradāwi 1998). Menurut Juliyani (2016), akhlak berada di kedudukan yang sangat penting dalam kehidupan umat Islam. Ini kerana kejayaan atau kemuliaan manusia di dunia bergantung kepada akhlak mereka. Sebaliknya, kerosakan yang berlaku di atas dunia juga disebabkan keburukan akhlak manusia itu sendiri.

Hamid & Kamarudin (2016) menyatakan ekonomi Islam adalah ekonomi berakhlak, maka kesempurnaannya meliputi seluruh urusan menjadi prasyarat utama untuk menjamin kejayaan usahawan Muslim itu sendiri. Selain itu, akhlak yang baik akan mendorong usahawan menjalankan tanggungjawab dan amanahnya kepada Allah SWT, dan kepada semua pihak yang berkepentingan. Bahkan mampu mewujudkan persekitaran keusahawanan yang mengikut landasan *Maqasid al-Syari'ah*, terpeliharalah persaudaraan (ukhuwah), kehidupan yang baik, kepuasan yang seimbang, kesejahteraan hidup, dan keadilan sosio-ekonomi dari sudut kebendaan dan kerohanian (Hamid et al. 2016).

Konsep nilai, moral, etika dan akhlak mempunyai hubungan yang saling berkait antara satu sama lain. Apabila konsep tersebut dihubungkan dengan sumber wahyu melalui al-Quran dan hadis, konsep tersebut cenderung dikaitkan sebagai akhlak murni yang bersifat kekal dan tetap (Tunggak & Salamon 2011a). Akhlak murni boleh diperhatikan daripada peribadi dan amalan Nabi Muhammad SAW sebagai pembawa wahyu kepada manusia. Akhlak Rasulullah SAW adalah model peribadi mulia yang perlu dijadikan asas etika atau akhlak dalam apa juga aspek kehidupan dan kegiatan termasuk bidang perniagaan (Antonio 2007; Tunggak & Salamon 2011a). Ini kerana akhlak Nabi SAW sepenuhnya berasaskan ajaran Islam sehingga menjadikan seluruh hidup baginda sebagai contoh amalan terbaik yang perlu diikuti oleh seluruh umatnya.

Selain itu, kajian lepas oleh Fatimah Salwa et al. (2013a) dan Mubarak et al. (2015) telah membuktikan bahawa pencapaian usahawan Muslim yang berakhlak Islam mempunyai peranan yang signifikan kepada kejayaan individu daripada sudut moral, kejujuran, disiplin dan kebertanggungjawaban. Kajian ini juga berpandangan bahawa usahawan Muslim perlu

menitikberatkan pematuhan akhlak keusahawanan berdasarkan al-Quran dan Sunah. Pematuhan ini akan memberi kesan kepada keadilan, kebajikan dan hak semua pihak yang terlibat dalam perniagaan dapat dilindungi dan dipraktikkan. Mereka juga perlu mencontohi akhlak dan sifat-sifat asas Rasulullah SAW kerana baginda merupakan model terbaik yang dinyatakan di dalam al-Quran dan Hadis. Menyusuri rahsia kejayaan Rasulullah SAW dalam perniagaan adalah kerana empat sifat asas yang dimiliki oleh baginda, iaitu siddiq (S), amanah (A), fatanah (F) dan tabligh (T) (Rahman 1995, Azman et al., 2015; Mohd Yusof et al., 2018; dan Sabri et al. 2018). Sifat-sifat asas ini menurut Rijal et al. (2019) melambangkan profesionalisme, prestasi, dan sumbangan yang boleh dilakukan dalam aktiviti perniagaan. Selain itu sifat-sifat ini bersifat manusiawi dan mampu untuk diamalkan oleh umat Islam keseluruhannya.

Al-Nadwi (2018) turut menyatakan kehidupan Rasulullah SAW dipenuhi pelbagai aktiviti dan pekerjaan, sehingga dapat dijadikan contoh dan landasan terbaik kerana baginda menghimpunkan akhlak yang tinggi dan terpuji. Menurutnya lagi seorang yang kaya raya perlu menjadikan Rasulullah SAW contoh teladan ketika baginda berniaga di bumi Hijaz dan Sham kerana pada ketika itu baginda memiliki gedung-gedung harta. Bahkan, terdapat banyak bukti yang menyokong kenyataan bahawa Rasulullah SAW masih menjalankan urusan perniagaan (jual dan beli) selepas baginda menjadi Rasul di Mekah dan Madinah (Rahman 1997, 1995). Tetapi, dalam tempoh kerasulan baginda dan penghijrahan ke Madinah, baginda lebih banyak menjalankan urusan niaga pembelian daripada urusan niaga jualan. Selepas Rasulullah SAW berhijrah ke Madinah, baginda kurang menjalankan urusan niaga jualan. Menurut satu riwayat Rasulullah SAW hanya menjalankan urusan niaga jualan sebanyak tiga kali sahaja, sebaliknya baginda lebih banyak menjalankan urusan niaga pembelian (Rahman 1997, 1995).

Selepas kenabian, Nabi SAW banyak memainkan peranan sebagai pemerintah atau pemimpin ketika di Madinah dan Mekah berbanding sebagai peniaga. Walaupun begitu menurut al-Qaraḍāwī (1998) Rasulullah SAW tetap memberi perhatian yang besar kepada bidang perniagaan. Baginda mengasaskan satu pasar khas untuk umat Islam di Madinah yang terpisah dari pasar yang dikuasai oleh orang-orang Yahudi dan Bani Qainuqa'. Walaupun Rasulullah SAW tidak terlibat secara langsung dalam perniagaan ketika itu, tetapi sebagai pemerintah, baginda sentiasa melawati pasar itu dari semasa ke semasa. Tujuan tindakan baginda ini adalah untuk memberi bimbingan, pelajaran, peringatan, pengawasan dan pendidikan kepada penjual dan pembeli agar menjalankan perniagaan mengikut cara Islam dan meninggalkan amalan urusan niaga yang banyak terlibat dengan riba dan penipuan semasa zaman jahiliah (al-Qaraḍāwī 1998).

Menurut Rahman (1997) Nabi Muhammad benar-benar mengikuti prinsip-prinsip perniagaan yang adil dalam transaksi urusan niaganya. Selain itu, baginda juga sentiasa menasihati sahabat-sahabatnya untuk melakukan perkara yang sama. Ketika baginda memerintah Madinah, baginda telah menggubal peraturan-peraturan yang perlu diikuti oleh para peniaga atau pedagang (Rahman 1997). Baginda telah menghapuskan semua jenis transaksi perniagaan dan perdagangan yang mempunyai unsur-unsur penipuan, riba, judi, ketidakpastian, eksploitasi, pengambilan untung yang berlebihan dan pasar gelap (Rahman 1995, 1995). Baginda juga telah mewujudkan penyeragaman skala timbangan dan ukuran dan melarang orang ramai menggunakan skala timbangan dan ukuran lain yang tidak sesuai digunakan. Antonio et al. (2010) juga menyatakan Rasulullah SAW melarang penjual berbohong atau menipu berkaitan barang yang dijual, menjauhi bersumpah yang berlebihan, penjualan barang harus berdasarkan kesepakatan bersama antara kedua-dua pihak (penjual dan pembeli), penjual tidak boleh menipu dalam menimbang dan menakar serta baginda

menekankan sikap menghormati dan menghargai hak-hak pembeli. Baginda melayani pelanggan sepenuh hati dan menganjurkan umatnya menerapkan sikap yang sama.

Hasil penelitian terhadap kajian-kajian lepas memperlihatkan masih terdapat kelompongan dan jurang kajian yang mendalam dari aspek sifat asas Rasulullah SAW dalam konteks keusahawanan. Sedangkan sifat asas nabi ini perlu diketahui secara mendalam terutamanya dari segi ciri-ciri akhlak atau elemen-elemen yang perlu ada dalam keempat-empat sifat ini bagi memudahkan usahawan Muslim mencontohi dan mengamalkannya dalam perniagaan. Kajian ini mendapati Abd Muin et al. (2014) hanya mencadangkan agar dibina satu model usahawan yang memasukan sifat-sifat siddiq, amanah, fatanah dan tabligh Rasulullah SAW, Maqasid syariah dan ciri-ciri usahawan kontemporari tetapi tidak mencadangkan elemen-elemen atau ciri-ciri akhlak yang bersesuaian untuk dijadikan elemen kepada empat sifat asas ini. Kajian ini juga hanyalah bersifat konseptual dan ia belum dibuktikan secara empirikal.

Kajian Fatimah Salwa et al. (2013a) dan Abdullah (2013) hanya fokus kepada sifat siddiq dan amanah, tetapi tidak memasukkan sifat fatanah dan tabligh dalam kajian mereka. Seterusnya, Mubarak et al. (2015) hanya mengkaji elemen-elemen kerohanian seperti kepercayaan, ibadah, taubat, tawakal dan sebagainya yang dikaitkan dengan usahawan berjaya tetapi tidak mengaitkan dengan empat sifat asas nabi. Selain itu, terdapat juga kajian yang menyentuh aspek akhlak usahawan Muslim daripada al-Quran dan hadis seperti oleh Faizal et al. (2013) dan Hamid et al. (2016) tetapi pengkaji tersebut tidak mengaitkannya secara langsung dengan sifat siddiq, amanah, fatanah dan tabligh Rasulullah SAW.

Kajian Mustofa (2013) dan Mohamad et al. (2019) pula telah menyentuh empat sifat asas Rasulullah SAW dalam perniagaan. Walau bagaimanapun, Mustofa (2013) dan Mohamad et al. (2019) tidak mencadangkan elemen-elemen kepada sifat asas ini dalam konteks keusahawanan. Malah, Mohamad et al. (2019) hanya mengaitkan kerelevanan personaliti usahawan Islam berteraskan sifat siddiq, amanah, fatanah dalam konteks kesetiaan pelanggan sahaja. Seterusnya, kajian ini mendapati memang terdapat dua pengkaji terdahulu, iaitu Antonio (2013) dan Darimis (2015) yang mengetengahkan elemen-elemen atau ciri-ciri untuk empat sifat asas Rasulullah SAW. Walau bagaimanapun Antonio (2013) yang membangunkan Model *Prophetic Leadership and Management Wisdom* (PROLM) hanya mengetengahkan elemen-elemen siddiq, amanah, fatanah dan tabligh yang ditumpukan kepada pemimpin dan kepimpinan Rasulullah SAW yang perlu diikuti seorang pemimpin Muslim yang berjaya. Maka elemen-elemen yang diketengahkan oleh Antonio (2013) ini lebih fokus kepada elemen-elemen yang perlu ada untuk menjadi seorang pemimpin yang cemerlang.

Darimis (2015) pula mengetengahkan indikator atau ciri-ciri bagi FAST (fatanah, amanah, siddiq, tabligh) dalam model kaunseling yang dinamakan sebagai REM-BEKAS, iaitu singkatan bagi perkataan *Revolusi Mental Berdasarkan Kaunseling Spiritual Theistik*. Salah satu pendekatan dalam model ini adalah menggunakan bimbingan yang bersifat kerohanian berdasarkan nilai-nilai Islam yang berasal dari empat sifat asas kenabian agar dapat melahirkan generasi yang bersifat nabi. Ia juga merupakan proses kaunseling yang diharapkan dapat memberi kesan yang signifikan kepada perubahan individu daripada segi kognitif, emosi dan perilaku. Walau bagaimanapun kajian ini mendapati indikator atau ciri-ciri sifat asas Nabi yang diketengahkan oleh sarjana tersebut lebih bersifat umum.

Justeru timbul persoalan dalam kajian ini, apakah elemen-elemen akhlak untuk sifat siddiq, amanah, fatanah dan tabligh (SAFT) dalam konteks keusahawanan Islam berpandukan al-Quran dan hadis sebagai kesinambungan kajian Antonio (2013), Derimis (2015) dan kajian-kajian lepas yang telah dibincangkan. Pengetahuan berkaitan elemen-elemen SAFT ini penting dalam membantu usahawan-usahawan Muslim memahami lebih mendalam ciri-

ciri akhlak dalam sifat asas Rasulullah SAW dan akhirnya mampu mengaplikasikannya dalam perniagaan.

KAJIAN LITERATUR

Nabi Muhammad SAW adalah Rasul utusan Allah kepada seluruh manusia di dunia. Baginda adalah contoh yang sempurna bagi umat Islam sepanjang zaman. Rasulullah SAW telah menunjukkan garis panduan dalam semua bidang dan ruang lingkup kehidupan secara holistik yang perlu menjadi ikutan dan pedoman untuk kita sepanjang zaman. Al-Mubārakfūrī (2019) menyatakan Rasulullah SAW adalah seorang yang istimewa, keindahan fizikal dan akhlak baginda tidak dapat digambarkan dengan kata-kata. Rasulullah SAW telah dihiasi oleh akhlak-akhlak dan sifat yang sempurna dan tiada tolok bandingannya.

Menurut Sa'īd Ḥawwá (2003) Rasulullah SAW mempunyai empat sifat asas iaitu yang pertama adalah Ash-siddiqul muthlaq atau kejujuran secara mutlak yang tidak rosak dalam apa juga keadaan. Kedua, Al-iltizamul kamil atau komitmen dan sifat amanah yang sempurna dengan apa yang baginda serukan sebagai utusan dari Allah SWT. Ketiga, At-tablighul kamil atau penyampaian kandungan risalah secara sempurna, berterusan dan disertai rasa tidak peduli kepada kebencian, seksaan, kejahatan, tipu daya, konspirasi atau sikap kasar manusia yang menghalangi dakwah baginda. Terakhir adalah Al-aqlul azhim atau intelektual yang cemerlang (fatanah).

a. Sifat siddiq

Sifat benar (siddiq) merupakan sifat utama Rasulullah SAW (Seyyed Hossein (2001). Menurut al-Mubārakfūrī (2019) Nabi Muhammad bersifat benar dalam segala perkara dan tidak ada perilaku atau tutur kata baginda melainkan paling benar. Selain itu, al-Mubārakfūrī (2019) juga mengatakan Rasulullah SAW juga tidak pernah berbohong sejak kecil. Malah hasil daripada sifat benar ini, baginda mampu meletakkan sesuatu itu kena pada tempat yang sewajarnya dan mampu memberi pendapat dengan adil. Dari perspektif perniagaan pula, menurut Rahman (1997) rahsia keberhasilan baginda dalam perdagangan atau perniagaan adalah disebabkan sifat jujur baginda dalam mengadakan hubungan perniagaan dengan para pelanggan. Dengan berpegang teguh dengan prinsip ini, Nabi telah memberi teladan cara yang terbaik untuk menjadi peniaga yang berjaya.

Selain itu Antonio et al. (2010) menyatakan dalam menjalankan perniagaan Nabi Muhammad SAW selalu menunjukkan sifat siddiq atau benarnya. Baginda tidak pernah berbohong atau mengkhianati pelanggannya. Sifat siddiq ini menentukan maklumat yang disampaikan baginda kepada pelanggan adalah benar. Antara ciri siddiq yang diamalkan baginda menurut Antonio et al. (2010) adalah seperti tidak menyembunyikan kecacatan barang yang diurusniagakan dan tidak menipu harga pasaran. Dari segi sejarah, sebelum berkahwin dengan Sayidatina Khadījah al-Khuwaylid r.a, Rasulullah SAW telah menjadi agen kepada Sayidatina Khadījah al-Khuwaylid r.a berdagang hingga ke Syria, Jerusalem, Yaman dan sebagainya (Rahman 1995). Dalam perdagangan ini Rasulullah SAW memperoleh keuntungan yang melebihi jangkauan namun tidak sedikit pun digelapkan oleh baginda. Dalam perniagaan baginda dikenali ramai kerana kejujuran dan ketelusan baginda sehingga baginda diberi nama Ṣadiq (yang jujur) dan Amin (yang boleh dipercayai) (Rahman 1997). Sikap jujur, integriti dan kemampuan baginda berdagang ini menarik perhatian Sayidatina Khadījah al-Khuwaylid r.a sehingga menimbulkan rasa kasih sayang dan cinta Sayidatina Khadījah al-Khuwaylid r.a

untuk melamar Rasulullah untuk menjadi suaminya ketika baginda berumur 25 tahun semasa perjalanan perdagangan ke Busra di Syria. (Rahman 1995).

Dalam konteks keusahawanan Muslim, Antonio et al. 2010; Faizal et al. 2013; Abd Muin et al. 2014; Mubarak et al. 2015; dan Wan Hussin, 2005 mengaitkan usahawan Muslim perlu mempunyai sifat *siddiq* sebagaimana yang dipraktikkan oleh Rasulullah SAW. Antara ciri sifat *siddiq* ialah tidak menipu atau menyembunyikan sesuatu, berkata benar kepada sesiapa sahaja (Abd Muin et al. 2014; Wan Sabri 2005) dan melalui sifat ini hak atau kepentingan pelanggan akan terpelihara (Antonio 2010). Konsep *siddiq* atau benar juga sangat berkait rapat dengan konsep jujur. Menurut Tunggak & Salamon (2011a) orang yang benar akan sentiasa berkata benar dan jujur dalam semua perkara yang dilakukan. Selain itu, menurut Abd Muin et al (2014) dan Mohamad et al. (2019) usahawan Muslim yang mengamalkan sifat *siddiq* akan melengkapkan dirinya dengan pelbagai pengetahuan mengenai pengurusan, produk, pasaran dan sebagainya untuk memastikan mereka tidak membuat kesilapan.

b. Sifat Amanah

Rasulullah SAW adalah seorang yang paling adil dan paling amanah dan hal ini diakui oleh kawan dan lawan. Menurut al-Mubārakfūrī (2019) sebelum menjadi nabi, Rasulullah SAW digelar dengan gelaran al-amin (yang amanah) oleh masyarakat jahiliah pada masa itu. Malah semasa jahiliah, sebelum kedatangan Islam, Rasulullah pernah dilantik menjadi hakim (al-Mubārakfūrī 2019). Gelaran al-Amin atau yang sangat dipercayai sejak remaja menunjukkan sifat ini mengukuh dalam diri baginda sejak masih kecil dan disempurnakan oleh baginda apabila menjadi Rasul Allah (Seyyed Hossein 2001).

Nabi Muhammad SAW sangat mematuhi prinsip pengurusan yang saksama dalam urusan perniagaan baginda (Rahman 1995). Baginda juga sentiasa menasihati para sahabat agar mematuhi prinsip yang sama. Apabila baginda menjadi pemerintah, baginda menjalankan amanah Allah dengan sebaik-baiknya dengan menghapuskan semua kelemahan yang ada dalam urusan niaga seperti riba, perjudian, ketidakpastian dan sebagainya (Rahman 1997, 1995). Manakala, Antonio et al. (2010) menyatakan antara ciri sifat amanah Rasulullah SAW dalam perniagaan ialah baginda tidak mengurangkan atau menambah sesuatu yang telah dipersetujui dan memberi sesuatu mengikut pesanan. Semasa melakukan perdagangan baginda sentiasa memberikan hak kepada pembeli dan pelabur yang telah melaburkan modal dan mempercayainya.

Rasulullah SAW juga adalah orang yang paling menunaikan janji, seorang yang menghubungkan tali persaudaraan, paling mengasihani manusia, paling baik pergaulan dan adab, paling luhur akhlak; manusia paling jauh daripada akhlak yang buruk. Rasulullah tidak membalas kejahatan dengan kejahatan tetapi lebih suka memaafkan. (al-Mubārakfūrī 2019). Rasulullah tidak pernah berkata “*cis!*” kepada khadamnya sama sekali, tidak pernah mencela mereka kerana sesuatu perbuatan atau kerana meninggalkan sesuatu pekerjaan. Rasulullah cinta kepada orang miskin dan mendampingi mereka serta menghadiri urusan jenazah mereka. (al-Mubārakfūrī 2019).

Al-Nadwi (2018) mengatakan meskipun Rasulullah dianugerahkan oleh Allah dengan kemuliaan sebagai seorang Rasul, menjadi kekasih-Nya dan merupakan insan terpilih yang diampunkan segala dosa sama ada sebelum atau selepas baginda menjadi rasul, tetapi baginda tidak lupa dengan tanggungjawabnya kepada Allah. Baginda kuat beribadat kepada Allah dan berusaha bersungguh-sungguh untuk melaksanakan segala tuntutan Allah SWT dengan penuh kecintaannya. Selain itu, menurut Rahman (1997) kerana reputasi akhlak, integriti dan sifat amanah, maka ramai dalam kalangan peniaga di kota Mekah yang mahu menjadi rakan kongsi bersama baginda, termasuklah

Khadijah al-Khuwaylid r.a. Sebelum mengahwini Khadijah al-Khuwaylid r.a, nabi telah berdagang sebagai agen kepadanya ke Syria, Jerusalem, Yaman dan tempat-tempat lain.

Semasa melakukan perdagangan ini baginda mendapat keuntungan yang banyak tetapi tidak sedikit pun yang digelapkan (diambil secara sembunyi) oleh Rasulullah SAW (Rahman 1995). Khadijah al-Khuwaylid r.a merasa selesa dengan kejujuran, amanah, sikap bertanggungjawab dan integriti nabi, yang akhirnya menimbulkan rasa kasih sayang Khadijah al-Khuwaylid r.a kepada baginda (Rahman 1995, Ibn Hisyam 2009). Akhirnya Rasulullah SAW telah diberi kepercayaan oleh Khadijah al-Khuwaylid r.a untuk menguruskan perniagaan beliau. Sifat amanah dan jujur Rasulullah SAW dalam pengurusan perniagaan begitu terserlah kerana itu baginda digelar al-Amin (orang yang beramanah).

Kajian-kajian lepas yang dilakukan oleh Yusof 2010a; Tunggak & Salamon 2011a; Omar & Saripuddin 2015; Faizal et al. 2013; Fatimah Salwa et al. 2013a, 2013b; Kalsom & Mohd Ismail 2010; Abd Muin et al. 2014; Rameli et al. 2014a, 2014b; Mubarak et al. 2015; Abdullah 2013; dan Wan Hussin 2005 mengaitkan sifat amanah dengan usahawan Muslim berjaya. Amanah merupakan sifat penting dalam kehidupan usahawan Muslim (Yusof 2010a; dan Tunggak & Salamon 2011a, 2011b), usahawan yang beramanah akan disukai, dihormati masyarakat dan lebih berjaya (Mahmood et al. 2010).

Usahawan perlu beramanah kerana ia adalah prinsip akauntabiliti kepada Allah SWT (Hee et al. 2005). Segala kehidupan dan sumbernya adalah amanah yang diberikan kepada manusia. Harta kekayaan merupakan amanah daripada Allah SWT dan semakin besar keuntungan yang diperoleh semakin besar amanah yang diletakkan pada diri mereka (Yusof 2010a). Dalam erti kata lain, usahawan Muslim tidak boleh melepaskan dirinya dari menunaikan amanah yang telah dibebankan kepadanya oleh Allah SWT. Selain itu, Abd Muin (2014) menyatakan usahawan yang mempunyai sifat amanah akan menjalankan tanggungjawabnya dengan sebaik mungkin kerana yakin setiap apa yang dilakukan akan dilihat atau diadili oleh Allah SWT.

Seorang usahawan perlu menjalankan amanahnya kepada Allah, individu dan masyarakat dengan memanfaatkan segala sumber perniagaan tanpa sebarang kemudaran kepada masyarakat dan persekitaran (Wan Sabri 2005; Faizal et al. 2013). Sifat amanah meliputi ciri-ciri yang mencerminkan integriti, adil, menepati masa dan janji (Mohd Faizal et al. 2014a; Baqutayan 2016), kejujuran dan kepercayaan (Mohd Faizal et al. 2014a). Bahkan, Tunggak & Salamon (2011a) dan Mohamad et al. (2019) menambah lagi seseorang yang mempunyai sifat amanah tidak akan berbohong kepada pelanggannya, memungkir janji dan mengkhianati pelanggan. Mereka juga tidak akan melengahkan pembayaran hutang (Tunggak & Salamon (2011a) dan akan berkongsi kekayaan melalui sedekah dan infak (Mohamad et al. 2019).

Sifat amanah wajib diterapkan dan menjadi budaya dalam transaksi perniagaan bagi melindungi hak-hak penjual dan pembeli (Hamid & Ahmad 2016) dan dapat menghindari perbuatan yang menyalahi syariat (Antonio et al. 2010). Selain itu, Agung & Husni (2016) pula menjelaskan dalam perspektif Islam walaupun seseorang itu menjaga amanah kepada Allah dengan mendirikan solat tetapi jika dia tidak berperilaku amanah dalam hubungan interpersonalnya, maka orang tersebut belum dikatakan amanah. Ini disebabkan sifat amanah bukan sahaja dalam konteks semata-mata hubungannya dengan Allah, tetapi juga amanah usahawan dengan manusia yang lain (Mohamad et al. 2019). Akhir sekali, Abd Muin (2014) berpandangan usahawan yang

berjaya perlu memiliki dan mencontohi sifat amanah Rasulullah SAW dalam urusan perniagaan. Pengamalan sifat amanah menjadi salah satu faktor yang membawa kejayaan Rasulullah SA dalam perniagaan sehingga memberi kegembiraan kepada Khadijah Khuwaylid r.a.

c. Sifat fatanah

Menurut Sa'īd Hawwá (2003) Rasulullah SAW memiliki sifat fatanah pada skala yang paling tinggi antara makhluk yang lain di dunia ini. Dakwah tidak akan mampu dilakukan sekiranya seseorang rasul itu tidak bersifat sempurna akalunya. Ia tidak akan tercapai sekiranya rasul tidak memiliki kecerdasan atau kebijaksanaan, kefasihan bahasa dan bicara (fashahah), dan kejelasan isi yang disampaikan (bayan), supaya dapat menyampaikan hujah dengan sempurna. Tugas rasul adalah menyampaikan risalah dengan memberi hujah kepada semua manusia dan jika rasul bukan seorang yang bijaksana (al-Hilmu) dan cerdas, ia tidak akan mampu melakukannya. Sifat ini menunjukkan pemiliknya benar-benar seorang utusan Allah di samping sifat-sifat asasi yang lain.

Selain itu, Rasulullah juga tidak akan mampu menjadi usahawan yang memiliki reputasi yang luar biasa dalam kalangan masyarakat jahiliah dan Arab ketika itu sekiranya baginda tidak memiliki sifat fatanah. Seheinggakan baginda mampu membina dirinya menjadi seorang pedagang profesional yang memiliki reputasi yang luar biasa (Rahman 1997). Rasulullah juga mampu mengukir nama dalam kalangan masyarakat jahiliah dan kaum Quraisy bermula dengan perniagaan kecil-kecilan, melalui perkongsian dengan peniaga-peniaga lain. Akhirnya baginda melakukan perniagaan secara besar-besaran dengan modal dan kerjasama perniagaan dengan Khadijah Khuwaylid r.a (Rahman 1997, 1995).

Menurut Antonio et al. (2010) antara sifat fatanah yang ditunjukkan oleh Rasulullah SAW dalam perniagaan digambarkan dengan perbuatan baginda mendokumenkan setiap transaksi perniagaannya (hutang piutang), mengekalkan profesionalisme, kualiti perkhidmatan, kreatif dan inovatif. Selain itu baginda berjaya menjangkakan sebarang perubahan yang berlaku di pasaran, sama ada berkaitan dengan produk, teknologi, harga, atau persaingan. Selain itu Antonio et al. (2010) juga menjelaskan Rasulullah SAW sentiasa memperlihatkan profesionalisme yang mencerminkan kecerdasan baginda.

Sifat fatanah dalam konteks keusahawanan Islam menurut Mohamad et al. (2019) adalah berkaitan penguasaan pengetahuan yang baik mengenai produk, pasaran, sumber manusia dan teknologi. Selain itu, menurut Mubarak et al. 2015; Abd Muin et al. 2014; dan Antonio et al. 2010 usahawan Muslim perlu mengamalkan sifat fatanah sebagaimana yang ada dalam diri Rasulullah SAW. Sifat fatanah dalam perniagaan mampu memberi sentuhan nilai kepada kegiatan pemasaran, inovasi (Antonio et al. 2010), kreativiti (Antonio et al. 2010; Abd Muin et al. 2014) yang mampu menangani perubahan dalam pasaran, melayani pelanggan dengan profesionalisme serta mengurus perniagaannya dengan baik. Selain itu usahawan perlu memiliki sifat bijaksana dalam perancangan (Antonio et al. 2010 & Abd Muin et al. 2014), pemikiran, penciptaan produk baru dan pengurusan kewangan dengan teratur (Antonio et al. 2010). Sifat bijaksana juga ditonjolkan melalui kualiti, penilaian dan pembaikan berterusan, dan sebagainya yang akan menjadikannya seorang usahawan yang kompeten dan berjaya (Abd Muin et al. 2014).

d. Sifat tabligh Rasulullah SAW

Menurut Antonio et al. (2010) dalam perniagaan konsep tabligh boleh disamakan dengan menyampaikan dalam konteks hujah dan komunikasi. Dalam perkataan lain, peniaga hendaklah mampu mengkomunikasikan produknya dengan strategi yang tepat. Antonio et al.

(2010) menjelaskan lagi, Rasulullah SAW telah menunjukkan baginda sebagai pedagang yang mampu berhujah dan berkomunikasi dengan baik. Rasulullah SAW adalah seorang komunikator yang cemerlang, sehingga ramai rakan niaga dan pelanggan merasa senang berniaga dengannya baginda. Rasulullah SAW juga mampu memberikan pemahaman kepada mereka mengenai perniagaan sesuai dengan nilai-nilai Islam.

Selain itu, menurut al-Mubārakfūrī (2019) tabligh dalam konteks komunikasi mendapati Rasulullah SAW adalah seorang yang istimewa dengan kefasihan lidah dan tutur kata yang jelas. Rasulullah SAW adalah yang terbaik dan perkataan yang Rasulullah SAW ucapkan adalah jelas, terang, tidak terlalu keras dan tidak juga terlalu lembut. Bicara Rasulullah fasih dan tepat pengertiannya dan tidak memberat-beratkan percakapannya. Rasulullah SAW dikurniakan jawami al-kalam (lidah yang fasih dan penerangan yang tepat), keputusan yang Rasulullah buat adalah tepat. Rasulullah SAW mengetahui dialek orang Arab dan berbicara dengan setiap kabilah mengikut dialek masing-masing serta berdialog dengan mereka mengikut bahasa mereka. Keindahan tutur bicaranya mendapat bantuan ketuhanan yang sumbernya adalah wahyu (al-Mubārakfūrī 2019). Menurut Zarirudin & Nordin (2016) setiap tutur kata seperti pemilihan kata, strategi pengucapan, cara penghasilan, amalan sosial dan ciri-ciri linguistik yang terangkum dalam wacana baginda bukanlah sia-sia malah kesemuanya menjadi sumber untuk dirujuk dan menjadi dalil bagi hukum oleh umat Islam.

Dalam menjalankan perniagaan Rasulullah SAW sentiasa menyampaikan maklumat yang jelas dan benar berkaitan barang yang dijual. Pada satu ketika, sewaktu membawa barang dagangan berupa kain apabila ditanya pembeli baginda menyatakan dengan benar barang tersebut telah diambil oleh Khadijah Khuwaylid r.a pada harga tertentu dan pembeli bolehlah membeli dengan harga yang disepakati dengan baginda di samping baginda masih mendapat untung hasil daripada jualan tersebut (Rahman 1997; Mubarak 2016). Dari segi menjaga hubungan dengan pelbagai pihak, Rasulullah SAW adalah seorang pemaaf walaupun berupaya membalas; Rasulullah SAW sabar menghadapi segala yang tidak disenanginya. Semakin bertambah gangguan dan penganiayaan yang dilakukan terhadap Rasulullah SAW semakin bertambah kesabarannya (al-Mubārakfūrī 2019). Nabi Muhammad SAW juga sangat sopan dan baik hati dalam melakukan transaksi perdagangan dan dalam urusan-urusan dunia. Baginda juga sentiasa menasihati para sahabat baginda untuk bersikap yang sama dengan sesiapa pun semasa melakukan urusan niaga (Rahman, 1997). Rasulullah tidak cepat marah apabila berlaku sesuatu yang bertentangan dengan kebenaran melainkan setelah benar-benar ternyata baginya; tidak marah kerana kepentingan dirinya, dan tidak membungkam diri kerana terlalu berlembut. Kalau marah Rasulullah akan berpaling, kalau gembira, maka ditundukkan anak matanya (al-Mubārakfūrī 2019).

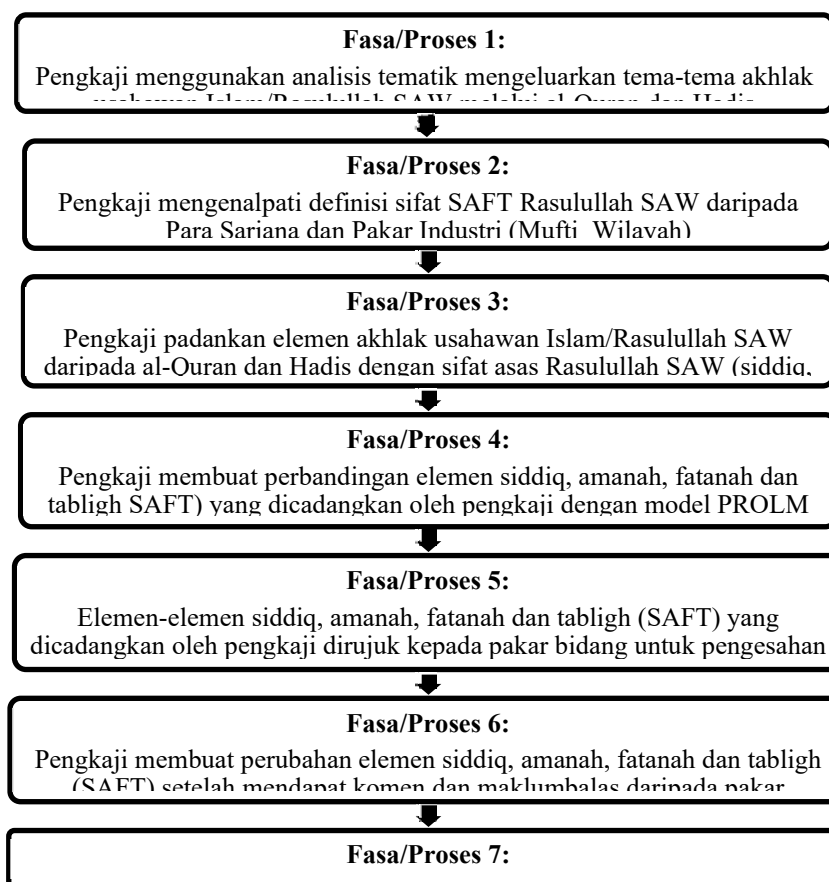
Seyyed Hossein (2001) menyatakan perwatakan Nabi Muhammad SAW dihiasi dengan sifat murah hati, merendah diri dan benar, berhemah tinggi dan sederhana, juga diharumi dengan sifat mengasihani dan menyayangi dan sentiasa mengalirkan kegembiraan dan perhubungan, menjadikan baginda diingati dan disanjung hingga ke hari ini di seluruh dunia Islam. Seyyed Hossein (2001) juga mengatakan Rasulullah SAW tidak mudah marah tanpa sebab, tenang dan terkawal, sabar dan bersikap baik terhadap orang lain. Baginda seorang yang lemah lembut tapi tegas. Dalam konteks usahawan Muslim, sifat tabligh merupakan salah satu daripada sifat asas Rasulullah SAW yang perlu dicontohi dan dijadikan ikutan oleh usahawan-usahawan Muslim (Abd Muin et al. 2014; Mubarak et al. 2015). Melalui sifat tabligh usahawan mampu menyampaikan maklumat pemasaran dengan telus, baik (Abd Muin et al 2014; Mohamad et al. 2017, 2019) dan menyampaikan kebaikan-kebaikan produknya kepada sasaran pelanggan tanpa mengetepikan nilai-nilai kejujuran dan keadilan (Antonio et al. 2010). Kesannya pelanggan akan mudah memahami mesej yang ingin disampaikan. Dalam dimensi

yang lain, menurut Mohamad et al. (2019) konsep tabligh dalam perniagaan adalah berkaitan menyampaikan dalam aspek saling mengingati sesama insan. Selain itu, usahawan selaku pemimpin dalam organisasi perniagaannya, perlu mempunyai akhlak dan adab yang baik dalam melayani pelbagai pihak. Ini membantu usahawan membentuk hubungan baik dengan pekerja dan pihak-pihak yang terbabit (Antonio 2013).

METODOLOGI

Kajian ini menggunakan kaedah kualitatif analisis dokumen. Data diperoleh melalui analisis dokumen kitab *Tafsir Pimpinan Ar-Rahman kepada Pengertian al-Quran* (30 Juz) dan juga terjemahan Hadis Muttafaq'alah, *Ṣaḥīḥ al-Bukhārī* dan *Ṣaḥīḥ Muslim*. Data telah dianalisis menggunakan kaedah analisis tematik untuk mengeluarkan tema-tema yang berkaitan dengan akhlak-akhlak usahawan Muslim dalam perniagaan. Kesesuaian terjemahan ayat-ayat al-Quran dan Hadis untuk setiap elemen yang diketengahkan telah melalui proses semakan oleh dua orang pakar tafsir al-Quran dan Hadis yang telah dilantik untuk membantu kajian ini. Kemudian tema-tema akhlak ini diteliti dan dikenal pasti oleh pengkaji untuk dijadikan elemen-elemen sifat siddiq, amanah, fatanah dan tabligh (SAFT) yang berkaitan keusahawanan Islam. Elemen-elemen SAFT yang dibina kemudian melalui proses semakan dua orang pakar fikah muamalat (pakar syariah) untuk mengesahkan kesesuaian elemen-elemen untuk setiap sifat SAFT yang diketengahkan.

Kajian ini juga telah menemu bual pakar syariah, iaitu Sahibus Samahah Dato' Seri Dr Zulkifli Mohamad Al-Bakri, iaitu Menteri Agama di Jabatan Perdana Menteri untuk mengetahui susur galur kepada sifat SAFT Rasulullah SAW dan definisi sifat SAFT. Temu bual dengan Menteri Agama dilakukan untuk membantu dalam menentukan kesesuaian elemen-elemen SAFT yang dicadangkan dalam kajian ini. Rajah 1 di bawah adalah fasa-fasa dalam pembinaan elemen SAFT dalam kajian ini:



Rajah1: Fasa/proses-proses dalam membina elemen siddiq, amanah, fatanah dan tabligh (SAFT) keusahawanan Islam

DAPATAN EMPIRIKAL

Bahagian ini membincangkan penemuan kajian yang bertujuan menghuraikan persoalan dan objektif dalam kertas kajian ini, iaitu mengenal pasti elemen-elemen akhlak bagi sifat SAFT dalam konteks keusahawanan Islam usahawan berpandukan al-Quran dan Hadis. Hasil analisis tematik melalui dokumen al-Quran dan Hadis *Ṣaḥīḥ al-Bukhārī* dan Muslim jelas menunjukkan bahawa Allah SWT telah mengurniakan dua sumber rujukan yang sangat berharga dan bernilai kepada umat Islam. Ia juga telah membuktikan bahawa dua sumber rujukan ini dapat membantu usahawan Muslim dalam mengamalkan akhlak-akhlak mulia dalam bidang keusahawanan. Selain itu sebagaimana pandangan Omar & Saripuddin (2015) bahawa akhlak yang diperolehi daripada al-Quran dan Hadis dapat memberi kesedaran kepada usahawan Muslim akan kewujudan akhlak dalam urus niaga. Kajian ini memperoleh 28 tema akhlak yang berkaitan dengan usahawan Muslim daripada al-Quran dan Hadis sebagaimana yang ditunjukkan dalam Jadual 1.1 di bawah. Tema-tema akhlak tersebut dapat memberi gambaran apakah akhlak-akhlak yang perlu dipraktikkan dalam bidang keusahawanan supaya selari dengan tuntutan syariat Islam. Antara akhlak-akhlak tersebut adalah jujur/tidak berdusta/benar dalam segala perkara, tidak tipu dalam sukatan dan timbangan, menjauhi riba dan rasuah, bertanggungjawab, menepati janji, berpengetahuan, berdikari, tidak menyembunyikan atau menimbun (*ikhtikār*) dan memonopoli pasaran dan sebagainya.

Selain itu, lebih separuh daripada dapatan kajian ini selari dengan *Model Peranan Nilai dan Akhlak dalam Ekonomi Islam*, iaitu model yang dikemukakan oleh al-Qaradāwi (1998). Model akhlak al-Qaradāwi tersebut memecahkan akhlak kepada akhlak dalam aktiviti pengeluaran, penggunaan, urus niaga dan pengedaran. Daripada 28 tema yang diperoleh, 16 daripadanya adalah sama dengan model ini (lihat Lampiran A). Persamaan ini disebabkan al-Qaradāwi juga turut merujuk al-Quran dan Hadis dalam membincangkan nilai dan akhlak dalam ekonomi Islam. Cuma akhlak dalam ekonomi Islam yang diterangkan oleh al-Qaradāwī ini lebih bersifat umum yang menjurus kepada semua sektor dan aktiviti dalam ekonomi. Sedangkan akhlak yang dibincangkan dalam kajian ini lebih spesifik dalam skop yang lebih kecil iaitu dalam konteks keusahawanan Islam. Seterusnya, terdapat 12 tema akhlak baru yang berbeza dengan akhlak yang diketengahkan oleh al-Qaradāwi (1998) antaranya akhlak menepati janji, kebolehpercayaan, bertanggungjawab, integriti tinggi, berdikari, keyakinan diri dan semangat yang kental dan sebagainya. Perbezaan ini disebabkan al-Qaradāwi mengetengahkan konsep akhlak mengikuti empat aktiviti utama dalam ekonomi, iaitu pengeluaran, penggunaan, urus niaga dan pengedaran. Sedangkan kajian ini mengenal pasti tema akhlak usahawan Muslim yang bersesuaian dijadikan elemen kepada sifat SAFT keusahawanan Islam. Akhlak-akhlak yang dijadikan elemen kepada sifat SAFT ini setelah pengkaji meneliti dan mengenal pasti definisi sifat SAFT yang dibincangkan oleh para sarjana lepas.

Seterusnya daripada 28 tema akhlak yang diperoleh daripada al-Quran dan Hadis terdapat 13 tema akhlak yang sama dan selari dengan elemen siddiq, amanah, fatanah dan tabligh yang diketengahkan oleh Antonio (2013) dalam *Model Kebijaksanaan Kepimpinan dan Pengurusan Nabi (PROLM)*. Selain itu, terdapat 15 tema akhlak yang berbeza dengan elemen yang diketengahkan dalam Model PROLM yang ditunjukkan dalam Jadual 1.1 di bawah. Antaranya menjauhi bersumpah palsu, tipu dalam sukatan dan timbangan, tidak menyembunyikan atau menimbun (ikhtikār) dan memonopoli pasaran, integriti yang tinggi, menjauhi riba serta rasuah dan sebagainya. Perbezaan ini disebabkan Antonio (2013) mengetengahkan elemen siddiq, amanah, fatanah dan tabligh dari sudut kecemerlangan kepimpinan dan pengurusan Nabi. Kajian ini pula melihat dari sudut akhlak yang berkaitan usahawan Muslim untuk dijadikan elemen SAFT dalam konteks keusahawanan Islam.

Selain itu, kajian ini mendapati Antonio (2013) tidak memasukkan elemen-elemen akhlak yang berkaitan urus niaga dalam modelnya. Oleh itu, kajian ini merasakan perlu menambah elemen baru yang berkaitan akhlak-akhlak dalam urus niaga sebagai sebahagian elemen dalam sifat SAFT keusahawanan Islam. Elemen-elemen baru itu antaranya adalah menjauhi bersumpah palsu, menjauhi tipu dalam sukatan dan timbangan, tidak menyembunyikan atau menimbun (ikhtikār) dan memonopoli pasaran, integriti yang tinggi, menjauhi riba dan rasuah, integriti yang tinggi, berdikari serta rendah diri dan menjauhi sombong dan sebagainya.

Jadual 1.1 Tema akhlak usahawan Muslim berpandukan al-Quran dan Hadis berbanding Model PROLM oleh Antonio (2013)

Tema Akhlak daripada al-Quran dan Model PROLM oleh Antonio (2013)	
Hadis	
<p>Elemen Sama:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Jujur (benar dalam segala perkara) ▪ Yakin dan taat kepada Allah, Rasul dan Uli al-Amri” ▪ Berorientasikan/penekanan ḥalālān ṭayyiban 	<p>Siddiq:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Jujur ▪ Keyakinan akan keesaan Allah ▪ Berorientasikan halal ▪ Jiwa yang tenang ▪ Kesabaran yang tinggi

<ul style="list-style-type: none"> ▪ Berlaku adil ▪ Menepati janji ▪ Bertanggungjawab/boleh dipertanggungjawabkan ▪ Kebolehpercayaan/boleh dipercayai ▪ Berilmu pengetahuan/berkemahiran/berorientasikan pembelajaran ▪ Fokus kepada kualiti, penilaian dan pembaikan berterusan (<i>digabungkan dua elemen dalam satu elemen yang sama</i>) ▪ Bijak merancang strategi/menyelesaikan masalah/masa (<i>Digabungkan dua elemen dalam satu elemen yang sama</i>) ▪ Berusaha bersungguh-sungguh/teknik dan bertawakal ▪ Visi yang jelas bermatlamatkan dunia dan akhirat ▪ Berkomunikasi dengan baik & berkesan <p>Elemen Baru:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Menjauhi bersumpah palsu ▪ Menjauhi tipu dalam sukatan dan timbangan ▪ Tidak menyembunyikan atau menimbun (<i>ikhtikār</i>) dan memonopoli pasaran ▪ Integriti yang tinggi ▪ Menjauhi riba dan rasuah ▪ Sentiasa mengingati atau tidak lalai mengingati Allah ▪ Menjauhi khianat ▪ Berdikari ▪ Keyakinan diri dan semangat yang kental ▪ Pengurusan hutang yang baik ▪ Menyampaikan maklumat pemasaran dengan betul ▪ Rendah diri dan tidak sombong ▪ Berdakwah melalui perniagaan ▪ Melaksanakan jihad ekonomi & khidmat ummah ▪ Menjaga hubungan dengan pelbagai pihak 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Penuh kesyukuran ▪ Teguh pada prinsip (<i>istiqamah</i>) <p>Amanah:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Adil ▪ Menepati janji ▪ Bertanggungjawab/boleh dipertanggungjawabkan ▪ kebolehpercayaan (<i>reliability</i>) ▪ Telus (<i>Transparence</i>) ▪ Kemandirian (<i>independence</i>) ▪ Kecergasan emosi dan fizikal <p>Fatanah:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Berilmu dan berorientasikan pembelajaran ▪ Berusaha bersungguh-sungguh/teknik dan fokus kepada kualiti ▪ Penilaian dan pembaikan berterusan ▪ Strategik dan taktik ▪ Bijak merancang masa ▪ Tawakal ▪ Bermesyuarat/ musyawarah <p>Tabligh</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Visi yang jelas ▪ Jawami'ul kalim (<i>effective Communicator</i>) ▪ Misi dan tujuan bersama ▪ Kepimpinan melalui teladan ▪ Memotivasi dan menginspirasi ▪ Peduli dan perhatian (<i>Care and Compassionate</i>) ▪ Kerja berpasukan
--	---

Seterusnya, kajian ini telah menghasilkan satu elemen akhlak yang baharu bagi sifat SAFT dalam konteks keusahawanan Islam (sila rujuk Jadual 1.2 di bawah). Elemen-elemen ini dihasilkan selari dengan tuntutan kepada usahawan Muslim agar mengamalkan sifat-sifat asas Rasulullah SAW, seperti siddiq, amanah, fatanah dan tabligh (SAFT) dalam menjalankan perniagaan oleh para sarjana lepas seperti Mohd Adib et al. (2014) dan Mubarak et al. (2015). Dapatan ini juga berjaya menjawab persoalan apakah elemen-elemen akhlak untuk sifat SAFT dalam konteks keusahawanan Islam berpandukan al-Quran dan Hadis.

Kajian ini cuba menonjolkan konsep akhlak dalam keusahawanan Islam yang berlandaskan inspirasi atau meneladani sifat asas yang ada pada Nabi Muhammad SAW. Sifat SAFT dalam keusahawanan Islam yang diketengahkan dalam dapatan kajian ini merupakan satu strategi dan panduan untuk usahawan-usahawan Muslim bagi mencapai kejayaan secara seimbang dunia dan akhirat. Kajian ini menggunakan asas yang sama sebagaimana yang diketengahkan oleh Antonio (2013) dalam Model Prophetic Leadership Management Wisdom (PROLM) dalam menentukan kesesuaian akhlak-akhlak yang dijadikan sebagai elemen kepada sifat SAFT ini. Pertama dalam konteks kajian ini, asasnya usahawan-usahawan Muslim yang dalam dirinya tertanam (memiliki) atau mencontohi sifat siddiq, amanah, fatanah dan tabligh Rasulullah SAW akan berakhlak dengan akhlak-akhlak usahawan Muslim yang baik. Ini kerana secara dasarnya akhlak yang baik hanya akan muncul jika seseorang itu telah tertanam dalam dirinya dengan sifat-sifat yang baik (al-Ghazālī 1965). Akhlak-akhlak ini terbahagi kepada akhlak sesama manusia dan akhlak manusia dengan Allah dalam konteks akhlak peribadi, berkeluarga, bermasyarakat, bernegara dan beragama.

Kedua, sifat siddiq adalah sifat yang mencerminkan kecemerlangan diri apabila usahawan Muslim tersebut sentiasa berada pada landasan yang benar. Dalam erti kata yang lain, sifat-sifat kecemerlangan diri kepada dirinya sendiri, dalam hubungan dengan Allah dan dengan manusia yang lain semasa menjalankan urus niaga. Sifat kecemerlangan diri dalam menjalankan perniagaan ditonjolkan dengan akhlak melalui sikap jujur, taat kepada perintah Allah, Rasul, Uli al-Amri” dan sebagainya. Ketiga, amanah pula menggambarkan kebolehpercayaan dan modal interpersonal. Dalam konteks kajian ini, kebolehpercayaan merujuk kepada hubungan usahawan dengan pemegang-pemegang berkepentingan dengannya dan hubungan usahawan dengan Allah. Sebagai contoh, usahawan yang memiliki sifat amanah akan berakhlak dengan akhlak yang sentiasa menepati janji, menjauhi khianat, tidak lalai mengingati Allah dan sebagainya. Usahawan Muslim yang amanah mampu mewujudkan kepercayaan pelanggan dan masyarakat kepadanya semasa mengurus niaga.

Keempat, sifat fatanah digambarkan dengan kompetensi, kecekapan, profesionalisme dan kualiti usahawan dalam menjalankan urus niaga. Dalam erti kata lain, usahawan yang bersifat fatanah atau bijaksana dalam menjalankan perniagaan akan berakhlak seperti mementingkan ilmu pengetahuan, bijak merancang strategi untuk kejayaan organisasi, menguruskan hutang dan kewangan dengan baik dan sebagainya. Akhir sekali, sifat tabligh digambarkan dalam konteks komunikasi dan perhubungan awam usahawan dengan pelbagai pihak dalam menjalankan perniagaan. Dalam konteks kajian ini, seorang usahawan yang bersifat tabligh akan mampu berkomunikasi dan mempunyai perhubungan awam yang baik. Mereka akan mempunyai akhlak-akhlak seperti mampu berdakwah melalui perniagaan, menyampaikan maklumat pemasaran dengan tepat dan mempunyai hubungan yang baik dengan semua pihak yang berkepentingan.

Elemen-elemen baru ini lebih signifikan dan spesifik kepada bidang keusahawanan walaupun kajian ini masih mengekalkan beberapa elemen asal daripada model PROLM oleh Antonio (2013). Sebelum elemen ini dibentuk, pengkaji telah meminta dua orang pakar fikah muamalat untuk menyemak, memberi maklum balas kepada kesesuaian akhlak-akhlak yang

dijadikan elemen kepada sifat SAFT keusahawanan Islam. Hasilnya, kajian ini telah mencadangkan enam elemen akhlak untuk sifat siddiq, lapan akhlak bagi sifat amanah, dan tujuh akhlak untuk sifat fatanah dan tabligh. Enam elemen sifat siddiq tersebut adalah jujur, yakin dan taat kepada Allah, Rasul dan Uli al-Amri', berorientasikan *halālan tayyiban*, menjauhi bersumpah palsu, tidak tipu dalam sukatan dan timbangan dan tidak menyembunyikan atau menimbun (ikhṭikār) dan memonopoli pasaran

Elemen akhlak bagi sifat amanah pula adalah berlaku adil, menepati janji, bertanggungjawab dan boleh dipertanggungjawabkan, kebolehpercayaan dan boleh dipercayai, integriti yang tinggi, menjauhi riba dan rasuah, tidak lalai mengingati Allah dan menjauhi khianat. Seterusnya, bagi sifat fatanah terdapat tujuh elemen yang dicadangkan, iaitu seperti berorientasikan ilmu pengetahuan, fokus kepada kualiti dan pembaikan berterusan, bijak merancang strategi, menyelesaikan masalah atau masa, berusaha bersungguh-sungguh (tekun) dan bertawakal, berdikari, keyakinan diri dan semangat yang kental serta pengurusan hutang yang baik. Akhir sekali, elemen akhlak bagi sifat tabligh pula adalah visi yang jelas bermatlamatkan dunia dan akhirat, berkomunikasi dengan baik (berkesan), menyampaikan maklumat pemasaran dengan betul, rendah diri dan tidak sombong, berdakwah melalui perniagaan, melaksanakan jihad ekonomi atau khidmat ummah dan menjaga hubungan dengan pelbagai pihak.

Elemen-elemen SAFT dalam keusahawanan Islam yang diperoleh dapat menggambarkan sekiranya seorang usahawan Muslim ingin mempraktikkan sifat Rasulullah SAW dalam perniagaan, mereka perlulah mengamalkan elemen-elemen akhlak yang menjadi inti pati kepada keempat-empat sifat SAFT. Pengamalan sesuatu sifat itu dapat digambarkan melalui akhlak yang ditonjolkan oleh tingkah laku atau perbuatan. Sebagai contoh, sekiranya seseorang usahawan itu mengamalkan sifat siddiq atau benar dalam perniagaan, maka pengamalan sifat siddiq itu dapat dilihat melalui akhlaknya yang sentiasa berlaku jujur kepada pelanggan-pelanggannya. Sekiranya usahawan Muslim mengamalkan sifat amanah dalam perniagaan, ia dapat dilihat melalui akhlaknya yang sentiasa menepati janji dan bertanggungjawab kepada pekerja-pekerja bawahannya. Manakala, sekiranya usahawan mengamalkan sifat fatanah, ia dapat ketahui melalui akhlaknya yang bijak merancang strategi untuk mengembangkan perniagaannya. Akhir sekali, sekiranya usahawan itu mengamalkan sifat tabligh ia dapat dilihat melalui akhlaknya yang sering melakukan jihad ekonomi melalui zakat, sedekah, infak ataupun wakaf dalam membantu umat Islam yang memerlukan.

Kewujudan elemen-elemen akhlak bagi sifat SAFT keusahawanan Islam ini dapat membantu usahawan mempraktikkan akhlak yang mencerminkan sifat SAFT dalam perniagaan. Penerapan akhlak-akhlak Islam daripada perspektif sifat wajib Nabi ini akan mewujudkan keusahawanan yang lengkap dan komprehensif yang sesuai dengan undang-undang Islam. Ia bertepatan dengan al-Quran dan Sunnah sebagai panduan kehidupan manusia. Elemen-elemen akhlak dan SAFT dalam konteks keusahawanan Islam ini dapat membantu melahirkan usahawan Muslim yang mengikut landasan Islam yang betul.

Jadual 1.2 Elemen akhlak dalam sifat SAFT keusahawanan Islam

Elemen Akhlak dalam Sifat SAFT Keusahawanan Islam	
<p>Siddiq:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Jujur/tidak berdusta (benar dalam segala perkara) ▪ Yakin dan taat kepada Allah, Rasul dan Uli al-Amri ▪ Berorientasikan/penekanan <i>halālan tayyiban</i> ▪ Elemen Baru: ▪ Menjauhi bersumpah palsu ▪ Menjauhi tipu dalam sukatan dan timbangan ▪ Tidak menyembunyikan atau menimbun (ikhtikār) dan memonopoli pasaran. 	<p>Fatanah:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Berorientasikan ilmu pengetahuan dan pembelajaran. ▪ Fokus kepada kualiti dan pembaikan berterusan ▪ Bijak merancang strategi, menyelesaikan masalah atau masa ▪ Berusaha bersungguh-sungguh (tekun) dan bertawakal ▪ Elemen Baru: ▪ Berdikari ▪ Keyakinan diri dan semangat yang kental ▪ Pengurusan hutang yang baik
<p>Amanah:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Berlaku adil ▪ Menepati janji ▪ Bertanggungjawab & dipertanggungjawabkan ▪ Kebolehpercayaan & boleh dipercayai ▪ Elemen Baru: ▪ Integriti yang tinggi ▪ Menjauhi riba dan rasuah ▪ Tidak lalai mengingati Allah ▪ Menjauhi khianat 	<p>Tabligh:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Visi yang jelas bermatlamatkan dunia dan akhirat ▪ Berkomunikasi dengan baik/berkesan ▪ Menyampaikan maklumat pemasaran dengan betul ▪ Elemen Baru: ▪ Rendah diri dan tidak sombong ▪ Berdakwah melalui perniagaan ▪ Melaksanakan jihad ekonomi/khidmat ummah. ▪ Menjaga hubungan dengan pelbagai pihak

KESIMPULAN

Allah SWT telah mengurniakan dua sumber rujukan utama, iaitu al-Quran dan Sunnah sebagai panduan kepada umat Islam dalam mempraktikkan akhlak mulia dalam setiap ruang lingkup kehidupan mereka. Usahawan Muslim yang baik ialah yang mampu menjadikan Rasulullah SAW sebagai contoh teladan dalam setiap apa yang mereka lakukannya. Rasulullah SAW memiliki sifat siddiq, amanah, fatanah dan tabligh dan baginda berjaya sebagai usahawan kerana mengamalkan sifat-sifat ini dalam perniagaan yang dijalankannya. Sifat SAFT yang ada pada diri baginda perlulah dicontohi dan ditanam dalam setiap diri umat Islam. Usahawan yang di dalam dirinya memiliki sifat SAFT Nabi SAW akan menunjukkan akhlak-akhlak usahawan Muslim yang digariskan di dalam al-Quran dan Hadis. Akhlak-akhlak usahawan Muslim yang dijadikan elemen-elemen kepada sifat SAFT yang diketengahkan dalam kajian ini mampu memberi kefahaman kepada usahawan-usahawan Muslim bagaimana untuk beramal dengan sifat SAFT Nabi dalam perniagaan. Akhlak yang baik adalah cerminan sifat yang telah menjadi sehati dalam diri. Malah sifat yang baik apabila ia menjadi sebahagian dalam diri usahawan itu

maka akan muncullah akhlak-akhlak mulia yang ditonjolkan melalui perbuatan usahawan tersebut yang akan memberi manfaat kepada pelanggan, masyarakat dan negara. Akhir sekali, kajian ini dapat memberi implikasi kepada pihak-pihak yang berikut:

Usahawan Muslim di Malaysia

Usahawan-usahawan Muslim dalam pelbagai industri di negara ini perlu mengetahui dan mengamalkan akhlak-akhlak usahawan Muslim yang diterangkan di dalam al-Quran dan Hadis. Elemen-elemen SAFT yang dibina dapat dijadikan rujukan oleh usahawan-usahawan untuk mempraktikkan amalan SAFT Nabi SAW dalam perniagaan agar mereka mampu mencapai kejayaan di dunia dan akhirat.

Bidang ilmu

Kajian ini telah berjaya menambah pengetahuan baru dan perbendaharaan kajian ilmiah berasaskan paradigma Islam. Terutamanya sumbangan kepada teori baru dari sudut sifat SAFT Nabi SAW dalam konteks keusahawanan Islam yang menyumbang kepada peradaban Islam.

Pengkaji-pengkaji di masa depan

Elemen-elemen yang diketengahkan dalam objektif pertama kajian ini dapat dijadikan sumber rujukan oleh pengkaji-pengkaji di masa depan yang membuat kajian yang berkaitan akhlak, sifat SAFT dan juga keusahawanan Islam. Mereka boleh merujuk dan menggunakan elemen-elemen SAFT yang diketengahkan dalam pelbagai kajian yang berkaitan.

Rujukan

Abd Muin, M. A, Abu Bakar, A & Abdullah, S. (2014). Model Usahawan Berjaya dalam Amalan Nilai-nilai Murni Keusahawanan Sosial Islam. *Journal of Human Development and Communication* 3:129-141.

Abdullah, S. (2013). The Characteristic of Successful Entrepreneurs from Islamic Perspective. *Journal of Islamic Human Advanced Research*. 3: 322-345.

Agung, I. M, & Husni, D. (2016). Pengukuran Konsep Amanah dalam Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif. *Jurnal Psikologi* 43(3):194-206.

Al-Ghazālī, A. H. M. (1998). *Ihya' Ulum al-Din*. Jilid 2. Terj. TK. H. Ismail Yakub. Singapura: Pustaka Nasional.

Al-Mubārakfūrī, S.A.R. (2019). *Sirah Nabawiyyah*. Terj. Muhammad Ramzi Omar. Putrajaya. Yayasan Dakwah Islamiah Malaysia.

Al-Nadwi, S.A.H.A (2018). *Ikon Terbaik, Ringkasan Berkaitan Peribadi, Adab dan Akhlak Nabi Muhammad SAW*. Terj. Husni Bin Abdullah. Perincian dan Tahrij Hadis: Syed Abdul Majid Ghouri. Selangor. Penerbit Institut Kajian Hadis, Kolej Universiti Islam Antarabangsa Selangor.

Al-Qaraḍāwī, Y. (1998). *Peranan Nilai dan Akhlak Dalam Ekonomi Islam*. Terj. Mufti Labib dan Arsil Ibrahim. Kuala Lumpur. Blue-T Publication.

Al-Quran

Antonio, M.S. (2007). *Muhammad SAW: The Super Leader, Super Manager. Teladan Sukses dalam Hidup dan Bisnis*. Jakarta, Indonesia. Penerbit Tazkia Multimedia & ProLM Centre.

Antonio, M.S. (2013). *Ensiklopedia: Prophetic Leadership and Management Wisdom (PROLM), Kearifan Profetik Menuju Sukses dengan Seimbang secara Finansial, emosional,*

Sosial, Fisikal, Intelektual, dan Spiritual melalui Aplikasi Siddiq Amanah, Fatanah dan Tabligh. Majelis Ulama Indonesia: Penerbit Tazkia Publishing.

Antonio, M.S., Mahfudz, S., Ali, N.A., Muhammad, S., & Khairunnas. (2010). *Ensiklopedia Leadership & Management Muhammad SAW: "The Super Leader Manager"*, Business & Entrepreneurship. Jakarta, Indonesia. Penerbit Tazkia Publishing.

Azman, A. R., Mohd Dali, N. R. S., S., H., Abdullah, M., Nordin, Siti Nurulhuda Nooh, M. N., Muhammad, Izlawanie Farah, M. Y. & Abu Bakar, M. F. (2015). Konsep keusahawanan berteraskan ilmu naqli dan aqli. *Prosiding International Muamalat and Entrepreneurship Conference*.

Baqutayan, S.M.S. 2016. The Entrepreneurial Characteristics of Successful Entrepreneurs: Effective Psychological Model from Holy Quran and Islamic History. *Specialty Journal of Accounting and Economics* 2(1): 50-59.

Basmeih, S. H. (2010). *Tafsir Pimpinan Ar-Rahman kepada Pengertian Al-Quran (30) Juz*. Cetakan ke 14. Kuala Lumpur. Penerbit Darul Fikir.

Darimis. (2015). Upaya Membangun Generasi Berkarakter FAST (Fathonah, Amanah, Siddiq, dan Tabligh). *Jurnal Ta'dib* 8(1):47-57.

Faizal, P.R.M, A.A.M. Ridwan, A.A.M, & Kalsom, A.W. (2013). The Enterpreneurs Charateristic from Al-Quranand Al-Hadis. *International Journal of Trade, Economics and Finance* 4(4): 191-196.

Fatimah Salwa, A.H, Mohamad Azahari, A & Joni Tamkin, B.(2013a). An Empirical Evidence from Malaysia: What Makes the Muslim Enterpreneurs Succeed? *International Journal of Economics and Finance* 5(7): 94-114

Fatimah Salwa, A.H, Mohamad Azhari, A, Joni Tamkin, B. (2013b). Success Factors of Successful Microcredit Enterpreneurs; Empirical Evidence from Malaysia. *International Journal of Business and Social science* 4(5): 153-159

Hamid, S. A, & Kamarudin Ahmad, K. (2016). Pembudayaan Usahawan dalam Islam: Teori dan Aplikasi. *International Journal of Islamic Business (IJIB)* 1(1): 1-12.

Hamid, S. A, Sa'ari, C. Z., & Dahman @ Dahlan, M. A. 2016. Keutamaan Akhlak Dalam Pembangunan Keusahawanan Islam. *Jurnal Syariah* 24(2): 271-286.

Hee, H. C., Din, M. S., Hashim, N., Keat, O.Y., Shuhymee, Bakar, H, Deraman, N., Mahmood, R., Mohamad, A., Bakar, L. J. A, & Hussain, M.N.M. (2005). *Asas Keusahawanan*. Penerbit Thomson.

Ibn Hisyam, A.M.A.M. (2009). *Sirah Nabawiyah Ibn Hisyam*. Terj. Panel Penterjemah. Disemak oleh Dr. Mohd. Puzhi bin Usop (IIUM) dan Ust. Muhammad Sabri bin Sahrir (IIUM). Selangor. Penerbit Al Hidayah Publication.

Juliyani, E. (2016). Etika Bisnis Dalam Persepektif Islam. *Jurnal Ummul Qura* VII (1):63-74.

Kalsom, A, & Mohd. Ismail, A. (2010). Compliance to Islamic Marketing Practices Among Businesses in Malaysia. *Journal of Islamic Marketing* 1(3): 286-297.

Mahmood, R., Mustapa, A.N., Saad, R.M., Jani, M.Y.M., Zakaria, N., Abdullah, S., Yahya, A. K., Hee, H.C., Ab. Rani, S.H., Bakar, M.S., Sa'atar, S., Abu Bakar, L. J., & Bakar, H. (2010). *Prinsip-prinsip Keusahawanan, Pendekatan Gunaan*. Ed Ke-2. Penerbit Cengage Learning

Mohamad, N., Ishak, M. S & Mohd Rashid, S. (2019). Kerelevanan Personaliti Usahawan Islam untuk Membentuk Kepercayaan Dalam Mengukuhkan Komitmen dan Kesetiaan Pelanggan. *Jurnal Islam Dan Masyarakat Kontemporari* 20(2): 95-115.

Mohamad, N., Ishak, M.S., & Mohd Rashid, S. (2017). Pengaruh Personaliti Usahawan Islam Terhadap Kepercayaan Dalam Mengukuhkan Komitmen dan Kesetiaan Pelanggan. *International Journal of Islamic Business (IJIB)* 2(1):24-37.

Mohd Yusof, F. A., Abdullah, M., Mohd Dali, N. R. S., Ab. Rahman, A., Nordin, S. N., Muhammad, I., & Nooh, M. N. (2018). The Development of Islamic Entrepreneurship Competency Instrument Based on Fathanah, Amanah, Siddiq and Tabligh: The Characteristics of Rasulullah SAW. In N. R. S. Mohd Dali, J. A. N. Shaari, & A. Haris (Eds.), *Islamic Entrepreneurship* (p. 19). Nilai: Usim Press, Universiti Sains Islam Malaysia.

Mubarak, M. Z. (2016). *Keusahawanan Islam, Rasulullah SAW dan Sahabat Sebagai Ikon Usahawan Berjaya*. Penerbit Universiti Malaysia Kelantan.

Mubarak, M. Z., Ab. Rahman, A., & Rafi, M. (2015). Elemen Kerohanian Dalam Keusahawanan Islam: Kajian terhadap Usahawan Berjaya di Negeri Kelantan. *Journal of Business and Social Development* 3(1): 43-53.

Mustofa, S.A.G. (2013). Enterpreneursip Syariah: (Menggali Nilai-Nilai Dasar Manajemen Bisnis Rasulullah). *Jurnal Al-Mizan*. Vol. 9 No. 1 (Jun 2013):29-46.

Omar, C.M.Z.C, & Saripuddin, A.S.S. (2015). Concept of Business Ethics in Islam: Approach to the Entrepreneur. *Journal of Asian Business Strategy* 5(1): 13-18.

Rahman, A. (1995). *Ensikklopedia Sirah, Insan Kamil*. Jilid II. Terj. Norhayati Mohd. Nor et al. Kuala Lumpur. Penerbit Dewan Bahasa dan Pustaka, Kementerian Pendidikan Malaysia.

Rahman, A. (1997). *Muhamamad Sebagai Seorang Pedagang (Muhammad: Encyclopedia of Seerah)*. Terj. Dewi Nurjulianti. Jakarta: Yayasan Swarna Bhumi.

Rameli, P. M. F, Aziz, M. R. A, Wahab, K. A, & Amin, S. M. (2014a). The Characteristics of Muslimpreneurs from the view of Muslim Scholars and Academician. *International Journal of Teaching and Education* II(2): 47-59.

Rameli, P. M. F, Aziz, M. R. A, Wahab, K. A, & Amin, S. M. (2014b). Etika Perniagaan Islam: Pengalaman Usahawan Muslim di Melaka. *Prosiding PERKEM ke-9*, hlm 442-450.

Rijal, S., Hamzah, N., Kara. M., Muh, S.A.R. & Abdullah, M.W. (2019). Implementasi Nilai-Nilai Islam dalam Pembentukan Budaya Organisasi dan Pengukuran Kerja Perusahaan Kalla Group. *Jurnal Iqtisaduna* 5(1):46-61

Sabri, H., Abdullah, M., Mohd Dali, N. R. S., Nordin, S. N., Muhammad, I., Nooh, M. N., & Mohd Yusof, F. A. (2018). Transformasi model teladan usahawan Muslim berpaksikan keperibadian Nabi Muhammad SAW. In N. R. S. Bin Mohd Dali (Ed.), *Pengurusan Harta dan Keusahawanan Islam* (1st ed., pp. 28–36). Negeri Sembilan: Usim Press, Universiti Sains Islam Malaysia.

Sa'īd Ḥawwá. (2003). *Ar-rasul Shallahu' Alaihi Wa Salam. Jilid 1*. Terj. Abdul Hayyie al Kattani, Habiburrahman Syaerozi, Sofwan Abbas & Tgk. Taqiyuddin Muhammad. Kuala Lumpur. Penerbit Darul Fikir.

Seyyed Hossein, N. (2001). *Muhammad Insan Kamil*. Terj. Baharuddin Ahmad. Kuala Lumpur Dewan Bahasa dan Pustaka, Kuala Lumpur.

Tunggak, B & Salamon, H. (2011a). *Budaya Keusahawanan Berjaya*. Skudai Johor. Penerbit UTM Press, Universiti Teknologi Malaysia (UTM).

Tunggak, B & Salamon, H. (2011b). Mengembalikan Kegemilangan Tamadun Melayu-Islam Menerusi Pemupukan Budaya Niaga Berteraskan Akhlak. *Sari-International Journal of the Malay World and Civilisation* .29(2):123-147

Wan Hussin, W.S. (2003). Ciri-ciri Usahawan Berjaya Dari Persepektif Al-Quran. *Jurnal Usuludin*. Bil 18 (2003) 81-110.

Yusof, A. A. (2010a). *Keusahawanan Islam Bahtera Penyelamat Umat*. Sintok. Penerbit Universiti Utara Malaysia.

Yusof, A. A. (2010b). *Pengenalan Kepada Usahawan dan Keusahawanan*. Kuala Lumpur. Penerbit Scholarmind Publishing.

Zarirrudin, M., & Nordin, F. (2016). *Wacana Kepimpinan Rasulullah SAW*. Kuala Lumpur. Penerbit Dewan Bahasa dan Pustaka.

LAMPIRAN A

PERSAMAAN DAN PERBEZAAN TEMA AKHLAK PENGKAJI DENGAN NILAI DAN AKHLAK MENURUT AL-QARADĀWI (1998)

Tema Akhlak Pengkaji	Nilai dan Akhlak Al-Qaradāwi (1998) dalam aktiviti ekonomi:	
<p>Persamaan: Yakin dan taat kepada Allah, Rasul Berusaha bersungguh-sungguh dan bertawakal Berorientasikan ilmu pengetahuan & pembelajaran. Jihad Ekonomi/khidmat ummah Berdakwah melalui perniagaan Sentiasa/tidak lalai mengingati Allah Berorientasikan/penekanan kepada <i>ḥalālan ṭayyiban</i> Pengurusan hutang/Kewangan dengan baik Jujur (benar dalam segala perkara) Tidak tipu atau sempurna dalam sukatan timbangan Menjauhi bersumpah palsu Tidak menyembunyikan atau menimbun (ikhtikār) dan memonopoli pasaran Berlaku adil Menjauhi riba dan rasuah Visi yang betul dunia & akhirat. Menjauhi khianat</p>	<p>Pengeluaran: Mentaati peraturan Allah Berusaha bersungguh-sungguh (memenuhi keperluan diri, keluarga dan masyarakat) dan bertawakal Menggunakan ilmu pengetahuan untuk pemanfaatan sumber kekayaan yang Allah ciptakan. Jihad ekonomi menyebarkan risalah agama, dakwah dan membantu orang yang memerlukan. Bekerja untuk memakmurkan bumi Tidak lalai mengingati Allah</p>	<p>Mempelbagaikan dan memperbanyakkan pengeluaran sesuai dengan keperluan umat Islam. Tekun bekerja Bersandarkan keimanan Istiqamah terhadap pengeluaran Peka terhadap masa Pengeluaran dalam sektor halal. Memulihara alam semula jadi Pengolahan sumber semula jadi dengan baik (sebagai satu amanah)</p>
	<p>Penggunaan: Membelanjakan harta secara sederhana pada barangan yang baik (di jalan Allah dan untuk diri sendiri dan keluarga) Menjauhi sifat bermewah-mewah dan berlebih-lebihan.</p>	<p>Menentang sifat tamak dan bakhil Menjauhi/menimbang/menguruskan hutang dengan baik. Menjaga hartanah</p>
<p>Perbezaan: Kebolehpercayaan</p>	<p>Urus niaga: Kejujuran dan menjauhi</p>	<p>Kebebasan yang dibatasi</p>

<p>Bertanggungjawab & dipertanggungjawabkan Integriti yang tinggi Menepati/menunaikan janji Berdikari Bijak merancang strategi/ menyelesaikan masalah/masa Fokus kepada kualiti dan pembaikan berterusan. Keyakinan diri dan semangat yang kental Menjaga hubungan baik dengan semua pihak Mampu berkomunikasi dengan berkesan Menyampaikan maklumat pemasaran dengan tepat & betul Rendah diri dan tidak sombong</p>	<p>penipuan Jangan mengurangi/ sempurnakan timbangan dan sukatan Menjauhi bersumpah palsu Menjauhi menyekat (ihtikar), menyembunyi dan monopoli. Menegakkan keadilan Menjauhi riba (pengharaman riba) Membaiki atau niat yang betul Amanah dan menjauhi khianat. Tidak menjual barang yang haram Mengelakkan transaksi palsu (an-Najash) Jangan menyembunyikan kecacatan/kerosakan barang Menjauhi paksaan dalam jual beli Sentiasa muhasabah diri.</p>	<p>oleh keadilan Menghindari perkara syubahat Berterus-terang Menjauhi melakukan helah (Ghubun) yang keterlaluan. Tidak merugikan hak-hak manusia Tidak menanggukkan membayar hutang Berasaskan kasih sayang Tolak ansur Memelihara hak-hak persaudaraan Bersedekah dengan kerelaan hati Tidak lalai/sentiasa mengingati/menjalankan perintah Allah Berpuas hati dan tidak terlalu tamak</p>
	<p>Pengedaran: Kebebasan yang dibatasi oleh peraturan dan keadilan Menunaikan hak-hak pekerja (upah, keperluan, kebajikan pekerja)</p>	<p>Keadilan (menjalankan dan menegakkan keadilan) Jaminan sosial terhadap golongan yang lemah atau memerlukan (zakat, sedekah jariah, wakaf dan sebagainya).</p>