

## **Analisis literatur sistematik: impak elemen spiritual terhadap kejayaan usahawan Muslim**

### ***[Systematic literature review: the impact of spiritual elements on successful Muslim entrepreneur]***

Syarul Azman Shaharuddin\*, Mariam Abd. Majid, Muhammad Yusof Marlon Abdullah, Abur Hamdi Usman & Siti Nor Atiqah Amran

Fakulti Pengajian Peradaban Islam (FPPI), Kolej Universiti Islam Antarabangsa Selangor (KUIS), Malaysia.

\* Corresponding Author: Dr. Syarul Azman Shaharuddin. Jabatan Dakwah dan Usuluddin (JDUS), Fakulti Pengajian Peradaban Islam (FPPI), Kolej Universiti Islam Antarabangsa Selangor (KUIS), Malaysia. E-Mail: syarulazman@kuis.edu.my, Telp.: (+60) 133777599.

---

#### **Keywords:**

*Muslimpreneur, Islamic Entrepreneur, Spiritual, Successful*

---

#### **ABSTRACT**

*The world of entrepreneurs in Malaysia has been led by Muslims. This has contributed to the growth of the Muslim economy. There are issues of failure in business management based on Islamic spiritual values. Spirituality is the process of the internal development of the soul. In Islam, it is based on faith in life, believing and trust in Allah Almighty, while application of the tauhid paradigm in both in this world and hereafter are related affairs. The purpose of the study is to analyze the potential of spiritual elements in the success of Muslim entrepreneurs. In this article, the researchers applied the Systematic Literature Review methodology, which focuses on research objectives. This article uses three (3) steps to analyze selected articles, i.e., by identification, screening, and eligibility. The outcome of this study had established five (5) journal articles that discussed spiritual elements that played an important role in the success of Muslim entrepreneurs, based on religious practices and values that were applied in entrepreneurship. The analysis found that the belief in Allah and the practice of religious values helped to enhance confidence and build the strong personality and traits of successful entrepreneurs. This is contributed by the elements of gratitude (shukr), approval (ridā), and reliance (tawakkal) after the best effort. Therefore, this study is expected to contribute to the research on entrepreneurship in Malaysia, especially for the Muslim community.*

---

#### **Kata Kunci:**

*Muslimpreneur, Keusahawanan Islam, Spiritual, Kerohanian, Kejayaan*

---

#### **ABSTRAK**

*Dunia keusahawanan di Malaysia telah dipelopori oleh usahawan Muslim. Hal ini menyumbang kepada perkembangan ekonomi ummah. Terdapat isu kegagalan menguruskan perniagaan yang berorientasikan nilai spiritual dalam Islam. Spiritual merupakan sebuah pembangunan rohani manusia yang bersifat roh atau jiwa. Menurut Islam, ia bertunjangkan tauhid dalam hidup insan, mempercayai dan mengakui bahawa Tuhan hanya satu iaitu Allah SWT serta mengaplikasikan paradigma tauhid dalam urusan dunia dan akhirat dengan seimbang. Oleh itu, kajian ini bertujuan mengkaji potensi elemen spiritual dalam kejayaan usahawan muslim. Pengkaji menggunakan metodologi *Systematic Literature**

---

*Review* iaitu sebuah kaedah yang memfokuskan kepada kehendak kajian. Metodologi ini mempunyai tiga peringkat untuk memilih artikel yang bersesuaian dengan kajian iaitu, pengenalpastian (*identification*), saringan (*screening*) dan kelayakkan (*eligibility*). Dapatan kajian memperolehi lima (5) artikel yang membincangkan isu spiritual sebagai penyumbang besar terhadap kejayaan usahawan muslim. Berdasarkan lima artikel yang dikaji, keyakinan kepada Allah SWT dan pengamalan nilai-nilai agama membantu meningkatkan keyakinan serta membentuk ciri-ciri keperibadian usahawan berjaya. Hal ini berdasarkan elemen bersyukur dengan rezeki yang dianugerahi, tawakal dan reda dengan setiap ketentuan yang ditetapkan setelah berusaha sebaik-baiknya. Justeru itu, kajian ini diharapkan dapat menjadi sumber dalam kajian lain yang berkaitan bidang keusahawanan terutamanya masyarakat muslim.

---

Received: June 15, 2020

Accepted: October 21, 2020

Online Published: December 23, 2020

## 1. Pendahuluan

Kejayaan usahawan bergantung kepada beberapa komponen bagi menjayakan sesebuah perniagaan. Dalam kajian Mubarak (2015) menyatakan kajian pengaruh spiritual dalam kehidupan banyak dijalankan di dunia Barat. Beliau mendapati peranan spiritual penting dalam kejayaan usahawan muslim. Hal ini, kerana keyakinan dan kebergantungan kepada Allah SWT membina motivasi serta pencapaian dalam diri usahawan Islam. Spiritual adalah penyumbang utama kepada kejayaan usahawan muslim, kerana ia mempengaruhi personaliti individu dan cara pengurusan perniagaan (Abdullah, 2013; Faizal, Ridhwan & Kalsom 2013; Hussin, 2003; Md Yusof et al., 2018b; Salwa, Shahbudin, & Jusoff, 2013; Yaacob & Azmi, 2012). Terdapat beberapa pengkaji mengkaji berkaitan dengan personaliti atau etika dan cara pengurusan perniagaan, ia berbalik kepada pegangan agama (Md Yusof et al., 2018; Mohd Faizal et al., 2017; Rameli et al., 2014).

Spiritual adalah bersifat rohani, jiwa atau lebih tepat kerohanian iaitu berkaitan dengan pembangunan dalaman diri (Baharom, 2005). Ia juga adalah berkaitan antara hubungan manusia dan pencipta (Md Yusof et al., 2018a). Pendapat ini dikukuhkan dengan Mubarak (2015) yang berpendapat spiritual atau kerohanian merujuk kepada aplikasi paradigma tauhid dalam mewujudkan kebersamaan antara urusan dunia dan akhirat. Pendapat lain spiritual bukan sahaja daripada sudut agama tetapi ia juga boleh tercipta daripada pengalaman peribadi dan pengaruh sekeliling (Bery, 2011). Manakala Mohd Adib, Azizi & Shuhairimi (2014) menyatakan keusahawanan merupakan pelaksanaan usahawan bagi menjaga hubungan antara hamba dengan pencipta, hubungan antara manusia dengan manusia dan hubungan antara manusia dengan alam, serta mencapai keredhaan Allah SWT.

Dalam kajian Mohd Zain et al. (2017) majoriti usahawan berjaya mengamalkan nilai-nilai agama dalam setiap aktiviti keusahawanan. Sebilangan besar menyatakan bahawa elemen spiritual meningkatkan motivasi usahawan untuk terus memajukan perniagaan. Tokoh usahawan bumiputra seperti Syed Mokhtar al-Bukhari berjaya dengan mengamalkan nilai-nilai agama dalam pengurusan perniagaan beliau. Ini dikukuhkan dalam kajian Ibrahim, Musani dan Muhammad (2008) menyatakan bahawa Syed Mokhtar al-Bukhari mengabungkan amalan perniagaan dan amalan spiritual. Namun begitu, terdapat juga segelintir peniaga menggunakan khidmat pawang dan bomoh bertujuan mendapatkan pelaris untuk premis mereka (Abdullah, 2011; Hamid, Ishak & Hashim, 2017). Justeru itu, kajian ini memfokuskan kepada peranan spiritual sebagai agen dalam kejayaan usahawan muslim.

## 2. Spiritual dan Kejayaan

Falsafah tauhid adalah asas pegangan Islam yang menjadi jaringan holistik dalam konsep spiritual Islam. Tauhid menerangkan hakikat kewujudan Allah SWT dan fitrah manusia (usahawan) di dunia ini (Md Yusof et al., 2018a). Ini bermaksud, percaya dan yakin kewujudan Allah SWT dalam diri setiap individu muslim, menjadikan diri takut melakukan kemungkaran dan melaksanakan perintah Allah. Definisi ini membawa makna ketaqwaan individu kepada Allah (Arif, 2013). Firman Allah SWT dalam surah Hūd ayat 49:

تِلْكَ مِنْ أَزْبَاءِ الْغَيْبِ نُوحِيهَا إِلَيْكَ مَا كُنْتَ تَعْلَمُهَا أَنْتَ وَلَا قَوْمُكَ مِنْ قَبْلِ هَذَا فَاصْبِرْ إِنَّ الْعَاقِبَةَ لِلْمُتَّقِينَ

Maksudnya:

(Kisah Nabi Nuh) itu adalah dari perkara-perkara yang ghaib yang Kami wahyukan kepadamu (wahai Muhammad), yang engkau tidak mengetahuinya sebelum ini. Oleh itu, bersabarlah. Sesungguhnya kesudahan yang baik (yang membawa kejayaan di dunia dan kebahagiaan di akhirat) adalah bagi orang-orang bertaqwa.

Secara ringkasnya ayat ini menjelaskan, terdapat banyak kisah nabi Nūh yang tidak diketahui oleh Rasulullah dan kaumnya. Pengetahuan mengenai kisah para nabi adalah daripada wahyu yang disampaikan kepada Rasulullah SAW. Kalimah فَاصْبِرْ merujuk kepada baginda supaya bersabar dalam menyampaikan dakwah kepada kaumnya. Pengkaji memberi penekanan kepada kalimah إِنَّ الْعَاقِبَةَ لِلْمُتَّقِينَ menerangkan bahawa individu yang bertaqwa akan peroleh kejayaan dan kebahagiaan di dunia dan akhirat (al-Qurtubī, 1964). Jelas di sini bahawa usahawan muslim yang mengaplikasikan amalan dan nilai Islam dalam pengurusan perniagaan memberi impak terhadap kejayaan usahawan muslim tersebut.

Setiap perkara dari segi ibadah, muamalat dan munakahat telah disyariatkan segala perintah dan larangan bagi pengikutnya agar tidak tersasar daripada landasan kebenaran (Hamid et al., 2018). Bidang keusahawanan termasuk kategori muamalat, selari dengan kajian Mohd Adib et al. (2018) keusahawanan merupakan cabang muamalat dalam meningkatkan ekonomi Islam. Individu yang menceburi dalam bidang ini bukan sekadar mengaut keuntungan semata-mata, sebaliknya mencari keredaan Allah SWT. Ini kerana keusahawanan Islam adalah berpaksikan kepada al-Quran dan al-Sunnah.

Menurut Yaakub dan Adnan (2018) faktor kejayaan seseorang dalam bidang keusahawanan terbahagi kepada dua iaitu, faktor luaran dan dalaman. Faktor luaran adalah bantuan modal, ilmu pengetahuan dan sokongan komuniti. Faktor dalaman pula merangkumi amalan nilai-nilai agama, sikap dan minat. Pengkaji ini memfokuskan kepada faktor dalaman yang menjadi topik utama kajian ini. Mempraktikkan nilai agama dalam kehidupan seharian, serta berpegang kepada konsep “rezeki milik Allah” akan melahirkan sifat bersyukur, di samping meningkatkan motivasi seseorang kerana kebergantungan dan pengharapan kepada Allah SWT menjadi tunjang utama (Usman et al., 2020).

Amalan agama membantu usahawan meningkatkan motivasi untuk kekal dalam bidang diceburi dan kepuasan diri. Nilai-nilai agama adalah bermula daripada niat, solat dan doa, zakat dan sedekah, kebajikan dan tanggungjawab sosial (Mubarak, Rahman & Yaacob, 2015). Namun begitu rata-rata masyarakat Islam masih mengabaikan etika Islam dalam aktiviti keusahawanan, perkara ini berlaku kerana kurang kefahaman dan penghayatan usahawan muslim terhadap asas Islam (Idris, Abd Rahman & Razali, 2019; Rossidi, 2017). Menurut Ibrahim, Musani dan Muhammad (2008) kefahaman dan penghayatan asas Islam membentuk peribadi usahawan Muslim. Oleh itu usahawan muslim perlu mengadaptasikan etika Islam dalam aktiviti keusahawanan.

Dalam kajian lain, kunci memperolehi keredhaan Allah SWT ialah dengan mengaplikasikan sifat-sifat Rasulullah SAW iaitu siddiq, amanah, fatanah dan tabligh dalam aktiviti keusahawanan (Azman et al., 2014). Usahawan muslim yang mengaplikasikan moral dan nilai Islam dalam aktiviti perniagaan menjadi salah satu faktor utama kejayaan dan kepuasan diri. Pendapat ini diberi penekanan dalam Salwa, Shahbudin, dan Jusoff (2013) nilai agama dan amalan agama membantu usahawan muslim dalam membina strategi perniagaan yang diceburi. Ini bermaksud kepercayaan dan kekuatan spiritual membantu kejayaan perniagaan yang diceburi.

### 3. Metodologi Kajian

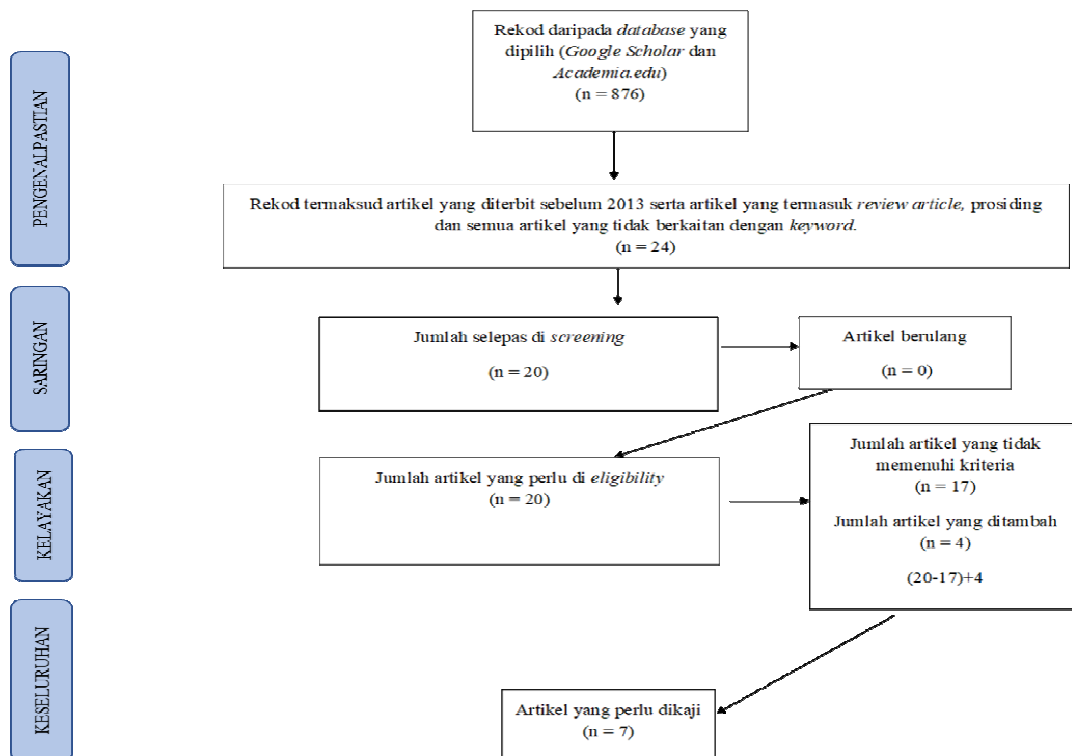
Kajian ini menggunakan kaedah *systematic literature review* (SLR). Metodologi ini telah banyak diguna pakai oleh beberapa pengkaji, antaranya Kamal dan Hussin (2020), dan Usman dan Shahabuddin (2019). Kaedah ini mengaplikasikan carian yang sistematik untuk mengenal pasti peranan spiritual terhadap kejayaan usahawan muslim. Menurut Higgins et al. (2011) *systematic literature review* (SLR) merupakan kajian yang bertujuan mencari dan menganalisis secara komprehensif, berstruktur, tiada keraguan dan boleh diulang pada proses seterusnya. Pengkaji mengaplikasikan metod kajian yang digunakan oleh Kitchenham & Charters (2007) dan Shaffril et al. (2019). Dalam kajian ini pengkaji mengaplikasikan 3 fasa kajian iaitu pengenalpastian (*identification*), saringan (*screening*) dan kelayakan (*eligibility*). Tiga fasa ini perlu melalui proses yang ketat dan teliti. Gambar rajah 1 menjelaskan langkah-langkah dan jumlah dapatan artikel yang dikaji dalam kajian ini.

Kajian ini menggunakan dua jenis pengkalan data (*database*) iaitu *google search engine* dan *google scholar*. Pengkalan data ini cukup memenuhi syarat bagi bidang kajian ini. Menurut Xiao and Watson (2019)

kata tidak ada satu pun database yang lengkap. Maka mereka cadangkan untuk guna lebih dari satu database, dan Younger (2010) menyokong kaedah ini kerana dia berpendapat bila guna lebih dari satu, ia akan menutup kelompok pada keduanya atau lebih. Selain itu, menurut Shaffril et al. (2019) tiada pengkhusus jenis pengkalan data yang digunakan, asalkan ia melalui proses yang ketat. Maka ia dilabelkan sebagai analisis literatur sistematik.

Fasa pengenaltastian (*indentifacation*) adalah proses untuk mengenal pasti artikel yang memfokuskan kepada perbincangan mengenai impak elemen spiritual dalam kejayaan usahawan muslim. Oleh itu, fasa ini perlu mengaplikasikan kaedah kepelbagaian kata kunci bagi pencarian artikel. Sebanyak 18,600 artikel yang terkumpul daripada *google search engine* dan *google scholar*. Angka ini adalah dapatan sebelum menggunakan kaedah kepelbagaian kata kunci. Dapatan pencarian selepas mengaplikasikan kaedah tersebut, merekodkan pengurangan artikel terkumpul iaitu sebanyak 350. Kata kunci yang digunakan adalah seperti berikut; *google search engine: Title-Abs-* (muslim preneur or muslim entrepreneur or islam entrepreneurship or keusahawanan islam or perniagaan islam or usahawan muslim and spiritual), *google scholar: TS:* "muslimpreneur or muslim entrepreneur or islam entrepreneurship or keusahawanan islam or perniagaan islam or usahawan muslim" and "spiritual".

Fasa kedua ialah saringan (*screening*) iaitu dengan memfokuskan kepada beberapa kriteria sebelum membuang dan mengambil artikel. Beberapa kriteria telah disuaipadankan dengan artikel yang dipilih iaitu, melibatkan hanya artikel jurnal bermula tahun 2015 sehingga 2020 yang mempunyai kata kunci terpilih melebihi 3 pengulangan dalam artikel tersebut. Tempoh ini adalah tempoh yang sesuai untuk dijalankan kajian. Kerana ia tidak terlalu lama daripada tahun terkini (Long, 2009). Kata kunci tersebut ialah, muslimpreneur, keusahawanan Islam, spiritual, kerohanian dan kejayaan. Artikel yang tidak memenuhi kriteria tersebut tidak akan dipilih. Setelah fasa dua dijalankan sebanyak 12 artikel yang diperoleh. Pengkaji mendapati 3 artikel perlu dibuang pada fasa ini, kerana terdapat pengulangan pada data kajian. Kelayakan (*Eligibility*) merupakan fasa ketiga dan pada fasa ini pemilihan akan dibuat secara manual. Iaitu dengan menilai jika terdapat artikel berulang, tidak menepati tema kajian, tidak memenuhi kriteria pemilihan artikel untuk kajian dan penambahan jika perlu. Pada peringkat ini terdapat 9 artikel perlu dinilai kelayakan mengikut kriteria kajian. Pengkaji mendapati 4 artikel yang tidak memenuhi kriteria kajian, iaitu bukan artikel jurnal dan tahun kurang daripada lima tahun terkini. Selepas tiga fasa ini dijalankan, pengkaji mendapati hanya lima artikel perlu di kaji dalam kajian ini.



**Rajah 1:** SLR Elemen Spiritual (Hayrol Azril et al., 2019)

#### 4. Dapatan dan Perbincangan

Bagi menganalisis kajian ini secara sistematik, lima (5) artikel telah dikenal yang menepati tema kajian iaitu spiritual mendorong motivasi seseorang. Jadual 1 menyenaraikan artikel jurnal hasil daripada analisis SLR.

**Jadual 1.** SLR Elemen Spiritual

Bi l	Kajian	Jurnal	Latar Belakang	Isu/Gap	Metod	Dapatan Kajian
1.	Mohd Zain Mubarak, Aysraf Hj Ab. Rahman & Mohd Rafi Yaacob, 2015	<i>Journal of Business and Social Development</i>	Elemen Kerohanian Dalam Keusahawanan Islam: Kajian Terhadap Ushawan Berjaya di Negeri Kelantan	Mengenalpasti kepentingan spiritual dalam kejayaan usahawan muslim. Berdasarkan tema yang ditemui pengkaji mendapati spiritual momentumkan motivasi dan pencapaian usahawan muslim.	Kajian kualitatif	Lima ciri-ciri dan amalan kerohanian daripada kajian empirikal yang dijalankan kepada usahawan berjaya di negeri Kelantan. Antara lima tema utama tersebut iaitu; <ol style="list-style-type: none"> <li>1) Yakin kuasa Allah                             <ol style="list-style-type: none"> <li>a) Hubungan hamba dengan pencipta</li> <li>b) Rezeki daripada Allah</li> </ol> </li> <li>2) Tawakal                             <ol style="list-style-type: none"> <li>a) Berusaha</li> <li>b) Berserah</li> </ol> </li> <li>3) Amalan                             <ol style="list-style-type: none"> <li>a) Niat</li> <li>b) Solat &amp; Doa</li> <li>c) Zakat &amp; Sedekah</li> <li>d) Kebajikan tanggungjawab sosial</li> </ol> </li> <li>4) Akhlak                             <ol style="list-style-type: none"> <li>a) jauhi larangan,</li> <li>b) kejujuran&amp;keikhlasan,</li> <li>c) amanah</li> </ol> </li> <li>5) Qana'ah                             <ol style="list-style-type: none"> <li>a) Bersyukur &amp; mencukupi</li> <li>b) Redha &amp; sabar</li> </ol> </li> </ol>
2.	Zanatul Shima aminuddin, Ummi Salwa Ahmad Bustamam, Muhammad Khairi Mahyuddin & Salma sathiman, 2016	<i>International Journal of Business and Applied Social Science</i>	Exploring The Concept Of AL-FALAH in Business: An Insight From Muslim Experts	Kepentingan dan keutamaan ibadah dalam kehidupan memberi impak besar dalam diri usahawan muslim. Bermula daripada menjaga hubungan dengan Allah, usahawan muslim terdidik mengaplikasikan etika dalam perniagaan seperti menjaga kemaslahatan manusia disekeliling, mengamalkan amanah dalam berusan serta menerapkan aktiviti halal. Tambahan lagi, konsep bersyukur dalam keusahawanan	Kajian Kualitatif	Terdapat tiga kategori daripada konsep al-falah dalam perspektif Islam daripada pandangan pakar. <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tanggungjawab terhadap agama.                             <ol style="list-style-type: none"> <li>a) Ibadah</li> </ol> </li> <li>2. Nilai-nilai Islam dalam aktiviti keusahawanan                             <ol style="list-style-type: none"> <li>a) <i>Ukhwah</i>,</li> <li>b) <i>Integriti</i>,</li> <li>c) <i>Ihsan</i>,</li> <li>d) <i>Maslahah</i></li> <li>e) <i>Shari'ah</i></li> </ol> </li> <li>3. Keuntungan perniagaan merupakan elemen                             <ol style="list-style-type: none"> <li>a) Prestasi perniagaan,</li> <li>b) Pembayaran <i>zakat</i></li> <li>c) Aktiviti kemasyarakatan.</li> </ol> </li> </ol>

			iaitu dengan pembayaran zakat dan membantu pihak yang memerlukan meningkatkan nilai tanggungjawab dan memahami konsep sebenar keusahawanan Islam.			
3.	Nadraton Nafisah Abdul Wahab, Shahrina Othman, Noraini Nasirun@Hirun, Abdullah Abdul Ghani & Mohd Rushdi Idrus, 2018	<i>International Journal of Engineering &amp; Technology</i>	Developing the Concept of Firm Success Among Muslim SMEs in Malaysia: a Study of Islamic Religion Practices as Moderator	Kajian ini cuba melihat peranan dan membina satu <i>framework</i> untuk muslim SMEs success yang melihat peranan utama amalan spiritual membantu kejayaan usahawan muslim.	Kajian Kuantitatif	Peranan orientasi keusahawanan adalah penting dalam menyumbang kejayaan usahawan. kajian empirical telah dijalankan menggunakan <i>Partial Least Squares Structural Equation Modelling (PLS-SEM)</i> bagi mengumpul data. Orentasi keusahawanan berjaya dibahagikan kepada tiga elemen iaitu, inovasi, risiko dan proaktif. Kajian ini mendapati bahawa elemen tersebut bergantung kepada amalan agama iaitu ibadat, kemaafan, iman dan mengingati Allah (zikrullah).
4.	Solahuddin Abdul Hamid, Che Zarrina Sa'ari, Mohd Nizho Abdul Rahman & Mohd Sobhi Ishak, 2018	<i>Jurnal Sultan Alauddin Sulaiman Shah</i>	Islam Dalam Budaya Keusahawanan: Kajian Terhadap Usahawan Melayu Berjaya di Negeri Kedah	Penerapan amalan agama dalam aktiviti dan keyakinan terhadap Allah keusahawanan membantu usahawan muslim membina keyakinan diri dan bermotivasi dalam pengurusan keusahawanan.	Kajian Kualitatif	Dapatan temu bual daripada tokoh usahawan Melayu MARA yang dipilih. Mengaitkan kefahaman agama merupakan faktor yang perlu diaplikasikan dalam perniagaan. Serta hasil analisis mendapati bahawa 96.1% mempunyai penghayatan Islam yang tinggi.
5.	Syarifah Md Yusof, abu Bakar Hameed, Raziah Md Tahir & Azizah Othman, 2018	<i>International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences</i>	Hablumminallah among Successful Muslim Women Entrepreneur: An Exploratory Study	Konsep hablumminallah membentuk keperibadian usahawan muslim berjaya. Kefahaman terhadap Islam yang mendalam menyebabkan usahawan muslim mengaplikasikan amalan-amalan Islam dalam aktiviti keusahawanan yang dijalankan.	Kajian Kualitatif	Berdasarkan kajian yang dijalankan usahawan muslim wanita di negeri kedah menyatakan bahawa kepercayaan dan ketergantungan kepada Allah adalah agen utama dalam kejayaan perniagaan yang mereka laksanakan.

Merujuk kepada jadual 1 analisis literatur sistematik yang dijalankan, kajian mendapati hasil analisis mengumpulkan lima artikel jurnal berkaitan dengan elemen spiritual penyumbang utama bagi membentuk kejayaan usahawan muslim. Berdasarkan penelitian sorotan literatur sistematik ianya jelas menunjukkan bahawa elemen spiritual adalah komponen utama untuk membentuk usahawan muslim berjaya. Kesemua artikel yang dikaji jelas memfokuskan kepada kepentingan hubungan hamba dan pencipta.

Elemen spiritual adalah perkara yang berkaitan dengan ketauhidan dan kepercayaan individu kepada pencipta. Selain itu, amalan yang diaplikasikan dalam kehidupan seharian iaitu ibadah. Dalam Islam individu muslim wajib melaksanakan solat lima waktu sehari semalam sebagai tanda kehambaan kepada Allah dan kesyukuran di atas segala kurnian dalam hidup (Mubarak, 2015).

Selain itu, kajian menunjukkan kepuasan diri serta motivasi diri adalah berdasarkan niat individu dalam perniagaan, iaitu menjadikan perniagaan sebagai platform membantu umat Islam dari segi ekonomi. Di samping mampu menunaikan zakat seperti yang dituntut dalam Islam. Tidak ketinggalan juga membantu individu atau golongan yang tidak berkemampuan. Bukan itu sahaja, sifat bersyukur serta berserah kepada Allah setelah berusaha merupakan faktor yang boleh meningkatkan motivasi usahawan dalam perniagaan (Rossidi, 2017).

Menurut Hamid, Sa'ari, Rahman & Ishak (2018) elemen spiritual merupakan sebuah gagasan yang menyimpulkan bahawa di antara agama dan ekonomi mempunyai kaitan antara satu sama lain. Ini menunjukkan bahawa spiritual merupakan pemangkin bagi kejayaan dalam bidang keusahawanan. Tambah Hamid et al. (2018) lagi, Barat telah mula menyedari bahawa elemen spiritual penting bagi meningkat motivasi serta produktivi dalam menguruskan perniagaan. Hal ini menunjukkan bahawa spiritual mempunyai kepentingan untuk membentuk usahawan muslim berjaya.

Kajian Mubarak, Rahman dan Yaacob (2015) menjelaskan bahawa kebergantungan usahawan muslim terhadap Allah meningkatkan keyakinan dan motivasi dalam diri usahawan. Berdasarkan pernyataan tersebut pengkaji mendapati bahawa keyakinan yang tinggi dan kepercayaan kepada Allah SWT menjadi medan utama membentuk usahawan muslim berjaya, firman Allah dalam surah al-Kahf ayat ke 18:

هٰذَا لِكِ الْوَلَايَةِ لِلّٰهِ الْحَقِّ هُوَ خَيْرٌ ذُوًّا بَابًا وَخَيْرٌ عُقْبًا

Maksudnya:

*"Pada saat yang sedekimian itu kekuasaan memberi pertolongan hanya tertentu bagi Allah, Tuhan yang sebenar-benarnya; Dialah sebaik-baik pemberi pahala, dan sebaik-baik pemberi kesudahan yang berbahagia (kepada hamba-hambaNya yang taat)"*

Elemen spiritual terhadap kesan kejayaan usahawan jelas dalam ayat tersebut yang menunjukkan kebergantungan kepada kuasa Allah SWT. Menurut al-Suyūfī dan al-Mahallī (2003) kalimah الْوَلَايَةِ bermaksud pertolongan, manakala kalimah الْحَقِّ merujuk kepada sifat daripada Lafzhul Jalalah. Allah adalah sebaik-baik penolong dan pemberi pahala. Lafaz عُقْبًا bermaksud balasan bagi orang-orang beriman. Mengambarkan bahawa individu yang mentaati dan melaksanakan suruhan Allah akan memperolehi pertolongan dan keberuntungan dari segi material dan spiritual. Ketaatan yang disebut disini adalah melaksanakan perintah iaitu solat, puasa, zakat dan haji. Firman Allah SWT dalam surah Muḥammad ayat 2:

وَالَّذِينَ آمَنُوا وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ وَآمَنُوا بِمَا نُزِّلَ عَلَىٰ مُحَمَّدٍ وَهُوَ الْحَقُّ مِنْ رَبِّهِمْ كَفَّرَ عَنْهُمْ سَيِّئَاتِهِمْ وَأَصْلَحَ بَالَهُمْ

Maksudnya:

*"Dan (sebaliknya) orang-orang yang beriman dan mengerjakan amal yang soleh serta beriman kepada Al-Quran yang diturunkan kepada nabi Muhammad SAW satu kebenaran daripada Tuhan mereka, Allah mengampunkan dosa-dosa mereka dan menjayakan keadaan mereka (di dunia dan di akhirat)."*

Merujuk *Tafsīr al-Jalālayn* ayat ini menjelaskan tentang para sahabat daripada golongan *ansar* yang telah beriman dan beramal soleh. Bahawa Allah SWT akan menghapuskan dosa-dosa mereka dan memperbaiki kehidupan mereka. Berdasarkan ayat tersebut, individu yang mengamalkan nilai-nilai Islam dalam hidup, nescaya hidupnya diberkati Allah SWT (al-Suyūfī & al-Mahallī, 2003). Selain itu, mengaplikasikan amalan-amalan agama mampu membentuk keperibadian usahawan muslim yang lebih kompeten dalam pengurusan keusahawanan. Amalan yang dimaksudkan merangkumi akidah, ibadah dan nilai-nilai akhlak yang mulia. Akhlak yang baik adalah natijah daripada ibadah yang dilakukan. Kenyataan ini sokong oleh Md Yusof et al. (2018) bahawa amalan kerohanian membentuk jati diri dan matlamat jelas yang ingin dicapai.

## 5. Kesimpulan

Kajian mendapati bahawa elemen spiritual adalah faktor utama bagi kejayaan seseorang dalam perniagaan. Hal ini bertepatan dengan lima dapatan kajian yang merujuk kepada elemen-elemen berikut. Pertama, kebergantungan kepada Allah SWT menjadi medan utama membentuk kejayaan usahawan. Kedua, niat untuk membangunkan ekonomi umat Islam. Ketiga, melaksanakan suruhan serta meninggalkan larangan iaitu dengan melakukan kewajipan sebagai seorang muslim, menunaikan solat, menunaikan zakat dan lain-lain. Keempat, bersyukur dengan rezeki yang telah dianugerahkan. Kelima, tawakal dan reda dengan setiap ketentuan yang ditetapkan setelah berusaha sebaik-baiknya. Kajian menunjukkan bahawa pengamalan spiritual yang tinggi dalam kalangan para usahawan Muslim memberikan impak yang besar dalam kejayaan bidang keusahawanan. Justeru itu, kajian ini diharapkan dapat menjadi sumber dalam kajian berkaitan bidang keusahawanan terutamanya masyarakat muslim.

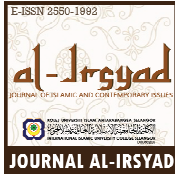
## Penghargaan

Penghargaan diberikan kepada Geran Penyelidikan dan Inovasi KUIS (GPIK) 2019. No Geran:2019/P/GPIK/GPZ-005, Kolej Universiti Islam Antarabangsa (KUIS) yang bertajuk Pembinaan Model Muafpreneur dalam Pembangunan Komuniti Muaf di Negeri Selangor.

## 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 Volume*, 3(September 2016), 129–141.
- Abdullah, S. (2013). The Characteristics of successful entrepreneurs from Islamic perspective. *Journal Islamic and Human Advanced Research*, 3(6), 322–345. <https://doi.org/10.2298/eka0462025p>.
- Abdullah, S. (2011). Aplikasi nilai-nilai murni dalam kalangan usahawan ke arah pembangunan usahawan Muslim yang holistik. *Seminar Keusahawanan Islam II Peringkat Kebangsaan*.
- Aminuddin, Z. S., Bustamam, U. S. A., Mahyuddin, M. K., & Sathiman, S. (2016). Exploring the concept of al-Falāḥ (succes) in business: an insight from Muslim experts. *International Journal of Business and Applied Social Science*, 2(8), 1–13.
- Arif, M. (2013). Membangun kepribadian muslim melalui takwa dan jihad. *Kalam*, 7(2), 343-362.
- Azman, A. R., et al. (2014). Konsep keusahawanan berteraskan integrasi ilmu naqli dan aqli. *International Muamalat and Entrepreneurship Conference Organized by ICEPS10*, July.
- Baharom, N. (2005). *Kamus Dewan Edisi Keempat*. Kuala Lumpur: Dewan Bahasa dan Pustaka.
- Bery, K. G. (2011). *An operational definition of spiritual leadership* (Doctoral dissertation, Virginia Tech).
- Faizal, P. R. M., Ridhwan, A. A. M., & Kalsom, A. W. (2013). The Entrepreneurs characteristic from al-Quran and al-Hadis. *International Journal of Trade, Economics and Finance*, 4(4), 191–196. <https://doi.org/10.7763/ijtef.2013.v4.284>.
- Hamid, S., Sa'ari, C. Z. & Kila, N. Z. (2013). Meneladani pembangunan keusahawanan zaman Rasulullah SAW: Teori dan aplikasi. *Konferensi Antarabangsa Islam Borneo VI 2013*, 10.
- Hamid, S., Sa'ari, C. Z., Rahman, N. & Ishak, S. (2018). Islam dalam budaya keusahawanan: kajian terhadap usahawan Melayu berjaya di negeri Kedah. *Jurnal Sultan Alauddin Sulaiman Shah*, 496–505.
- Hamid, S. A., Ishak, M. S., & Hashim, H. (2017). Penghayatan agama (Religiositi) dalam pembangunan keusahawanan. *Jurnal Pembangunan Sosial*, 20, 51-62.
- Higgins, J. P. T., et al. (2011). The Cochrane Collaboration's tool for assessing risk of bias in randomised trials. *BMJ (Online)*, 343(7829), 1–9. <https://doi.org/10.1136/bmj.d5928>.
- Hussin, W. S. W. (2003). Ciri-ciri usahawan berjaya dari perspektif al-Qur'an. *Jurnal Usuluddin*, 18, 81-110.
- Ibrahim, M. F., Musani, S., & Muhammad, M. Z. (2008). Konsep pemasaran Islam dalam perniagaan berasaskan ekonomi Islam bagi usahawan Muslim. *Islamic Economics and Finance*, Universiti Kebangsaan Malaysia, Bangi, Selangor, pp. 2-11.
- Idris, J., Abd Rahman, S. S. & Razali, A. R.. (2019). Pengaruh pengetahuan dan kefahaman agama terhadap pembentukan sikap usahawan Muslim. *E-Jurnal Penyelidikan Dan Inovasi*, 6(2), 148–164.
- Kamal, M. H., & Hussin, M. (2020). Analisis Tinjauan Literatur Sistemik (SLR) berkaitan penterjemahan elemen *Iltifāt*. *Al-Irsyad: Journal of Islamic and Contemporary Issues*, 5(1), 197-210.

- Kitchenham, B., & Charters, S. (2007). *Guidelines for performing Systematic Literature Reviews in Software Engineering*. <https://doi.org/10.1145/1134285.1134500>.
- Long, A. S. (2009). *Pengenalan metodologi penyelidikan pengajian Islam*. Bangi: Universiti Kebangsaan Malaysia.
- Md Yusof, S., Hamed, A.B, Md Tahir, R., & Othman, A. (2018a). Hablumminallah among successful Muslim women entrepreneur: an exploratory study. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 8(5), 1002–1014. <https://doi.org/10.6007/ijarbss/v8-i5/4480>.
- Md Yusof, S., Hamed, A.B, Md Tahir, R., & Othman, A. (2018b). Usahawan wanita Muslim berjaya: amalan gaya hidup Islam. *International Journal of Islamic Business*, 3(1), 1–8.
- Mohd Adib, A. M., Azizi, A. B., & Shuhairimi, A. (2014). Model usahawan berjaya dalam amalan nilai-nilai murni keusahawanan sosial Islam. *Journal of Human Development and Communication (JoHDEC)*, 3, 129-141.
- Mohd Adib, A. M., Shuhairimi, A., Azizah, C. O., Aemy, A., & Muhammad Anas, I. (2018). Kaedah Fiqh dalam keusahawanan sosial Islam: satu pengenalan. *The 2nd Islamic Management Development Conference (IMDec 2018)*, June.
- Mohd Faizal, P. R., Suhaida, M. A., Dziauddin, S., Norajila, C. M., & Noorfazreen, M. A. (2017). Etika pengurusan sumber manusia bagi muslimpreneur dalam perniagaan berskala kecil. *Proceeding of 2nd International Islamic Heritage Conference (ISHEC 2017)*, 413–425.
- Mohd Nasir, R., & Nurul Huda, M. (2010). *Keusahawanan menurut perspektif al-Quran*. t.tp.: Fakulti Pendidikan, Universiti Teknologi Malaysia.
- Mohd Zain, M., Kasma, M., Marwan, I., Mohd Nazri, M., & Wan Salihin, W. A (2017). Pengaruh ciri-ciri kerohanian terhadap motivasi usahawan. *Journal of Human Development and Communication*, 6, 141–150.
- Mubarak, I. (2015). Spiritualiti dan kesejahteraan insan: motivasi pencapaian usahawan berjaya di Kelantan. *Psychology Forum UMM*.
- Mubarak, M. Z. (2015). *Konsep keusahawanan Islam: terminologi, kerohanian dan al-Falah*. Kota Bharu: Universiti Malaysia Kelantan.
- Mubarak, M. Z., Rahman, A. H. A., & Yaacob, M. R. (2015). Elemen kerohanian dalam keusahawanan Islam: kajian terhadap usahawan berjaya di negeri Kelantan. *Journal of Business and Social Development*, 3(1), 43-53.
- al-Qurṭubī, M. (1964) *Tafsīr al-Qurṭubī*. Jil. 9. Kaherah: Dār al-Kitāb al-Maṣriyah.
- Rameli, M. F. P., Aziz, M. R. A., Wahab, K. A. & Amin, S. M., (2014). Etika perniagaan Islam: pengalaman usahawan Muslim di Melaka. *Persidangan Kebangsaan Ekonomi Malaysia (PERKEM 2014)*, Oct. 17-19.
- Rossidi, U. (2017). Analisis Etika perniagaan Islam: kajian kesusahawanan Melayu Terengganu dalam industri makanan halal. *The 12th ISDEV International Islamic Development Management Conference 2017 (IDMA2017) Halal-Green Developmebt Management*, December.
- Salwa, A. U., Shahbudin, A. S., & Jusoff, K. (2013). Religion and business values for muslimpreneurs. *Middle-East Journal of Scientific Research*, 13(1), 61-68. <https://doi.org/10.5829/idosi.mejsr.2013.13.1883>.
- Shaffril, H. A. M., Samah, A. A., Samsuddin, S. F., & Ali, Z. (2019). Mirror-mirror on the wall, what climate change adaptation strategies are practiced by the Asian's fishermen of all?. *Journal of Cleaner Production*, 232, 104-117. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2019.05.262>.
- al-Suyūṭī, J., & Al-Maḥallī, J. (2003). *Tafsīr al-Jalālayn*. Jil. 1. Kaherah: Dār al-Ḥadīth.
- Usman, A. H., & Shahabudin, F. (2019). Analisis literatur sistematik terhadap keperluan modul psikoterapi Al-Quran: Tumpuan pemulihan salah laku pedofilia. Systematic literature analysis on requirements of the quranic psychotherapy module: The focusing on pedophilia remedies. *Jurnal Sultan Alauddin Sulaiman Shah*, 37–47.
- Usman, A. H., Wazir, R., Shaharuddin, S. A., Salleh, N. M., Nasir, M. N., & Shahabudin, M. F. R. (2020). Maqam Sabar dalam psikoterapi pemulihan pedofilia: kajian terhadap Qūt al-Qulūb Syeikh Abū Ṭālib Al-Makkī (W. 996 M). *Al-Irsyad: Journal of Islamic and Contemporary Issues*, 5(1), 293-301.
- Wahab, N. N. A., Othman, S., Hirun, N. N. @, Ghani, A. A., & Idrus, M. R. (2018). Developing the concept of firm success among Muslim SMEs in Malaysia: a study of Islamic religion practices as moderator. *International Journal of Engineering & Technology*, 7(3.30), 374–377. <https://doi.org/10.14419/ijet.v7i3.30.18336>
- Xiao, Y., & Watson, (2019). Guidance on conducting a systematic literature review. *Journal of Planning Education and Research*, 39 (1), 93-112.



Published biannually by:  
**Faculty of Islamic Civilization Studies,  
Selangor International Islamic University College (KUIS)**  
Bandar Seri Putra, 43600, Bangi, Selangor (Darul Ehsan) Malaysia.  
Tel: +603-8911 7167, Fax: +603-8925 4402  
Email: [alirsyad@kuis.edu.my](mailto:alirsyad@kuis.edu.my)  
Web: <http://al-irsyad.kuis.edu.my/>

**Vol. 5, No. 2, (December 2020)**

- Yaacob, Y., & Azmi, I. A. G. (2012). Entrepreneur's social responsibilities from Islamic perspective: a study of muslim entrepreneurs in Malaysia. *Proceeding of 2012 2nd International Conference on Business and Economics Research*, 1131–1138. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2012.09.1094>.
- Yaakub, Z., & Adnan, N. I. M. (2018). Faktor-faktor kejayaan usahawan ikon Majlis Agama Islam Melaka (MAIM). Success factors of Majlis Agama Islam Melaka (MAIM) icon entrepreneur. *Journal of Advanced Research in Social and Behavioural Sciences*, 1(1), 82–93.
- Younger, P. (2010). Using Google Scholar to conduct a literature search. *Nursing Standard*. 24 (45), 40-46.