




Published biannually by:
**Faculty of Islamic Civilisation Studies,
Universiti Islam Selangor (UIS)**
Bandar Seri Putra, 43000, Bangi, Selangor (Darul Ehsan), Malaysia
603-8911 7167 +603-8925 4402
info@kuis.edu.my
<https://al-irsyad.kuis.edu.my/index.php/alirsyad>

Al-Falāḥ Entrepreneurship Model for the Asnaf Entrepreneurs Based on the Characteristics of the Prophet Muhammad (PBUH)


Model al-Falāḥ Usahawan Asnaf Berteraskan Sifat-Sifat Rasulullah SAW

Syamimi Ahmad, Zuraidah Mohamed Isa , Daing Maruak Sadek , & Rini Lestari 

To cite this article:

Ahmad, S., Mohamed Isa, Z., Sadek, D. M., & Lestari, R. (2024). Model al-Falāḥ usahawan asnaf berteraskan sifat-sifat Rasulullah SAW. *Al-Irsyad: Journal of Islamic and Contemporary Issues*, 9(2), 1346-1357. <https://doi.org/10.53840/alirsyad.v9i2.438>

To link this article:

 <https://doi.org/10.53840/alirsyad.v9i2.438>

Full Terms & Conditions of access and use can be found at:

 <https://al-irsyad.kuis.edu.my/index.php/alirsyad/open>

 Published online: 8 December 2024

 Submit your article to this journal:
<https://al-irsyad.uis.edu.my/index.php/alirsyad/about/submissions>

 View related articles:
<https://al-irsyad.uis.edu.my/index.php/alirsyad/issue/archive>

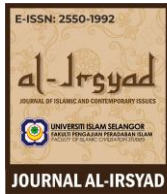


Disclaimer

The views expressed in this article are those of the author. *Al-Irsyad: Journal of Islamic and Contemporary Issues* shall not be liable for any loss, damage or other liability caused by / arising from the use of the contents of this article.

This is an open access article under the CC BY-NC license.





Published biannually by:
**Faculty of Islamic Civilisation Studies,
Universiti Islam Selangor (UIS)**
Bandar Seri Putra, 43000, Bangi, Selangor (Darul Ehsan), Malaysia
603-8911 7167 +603-8925 4402
info@kuis.edu.my
https://al-irsyad.kuis.edu.my/index.php/alirsyad
Vol. 9, No. 2, (December, 2024)

Model *al-Falāḥ* Usahawan Asnaf Berteraskan Sifat-Sifat Rasulullah SAW



[Al-Falāḥ Entrepreneurship Model for the Asnaf Entrepreneurs Based on the Characteristics of the Prophet Muhammad (PBUH)]

Syamimi Ahmad ^{1*}, Zuraidah Mohamed Isa ², Daing Maruak Sadek ¹, & Rini Lestari ³

¹ Academy of Contemporary Islamic Studies (ACIS), Universiti Teknologi MARA, Cawangan Kedah, Kampus Sungai Petani, 08400 Merbok, Kedah Darul Aman, MALAYSIA.

² Faculty of Business and Management, Universiti Teknologi MARA, Cawangan Kedah, Kampus Sungai Petani, 08400 Merbok, Kedah Darul Aman, MALAYSIA.

³ Faculty of Economics and Business, Department of Accounting, Universitas Islam Bandung, Jalan Hariangbanga No. 4-6, Tamansari, Bandung 40116, Jawa Barat, INDONESIA.

* Corresponding Author: Syamimi Ahmad. Academy of Contemporary Islamic Studies (ACIS), Universiti Teknologi MARA, Cawangan Kedah, Kampus Sungai Petani, 08400 Merbok, Kedah Darul Aman, Malaysia. 
2022407752@student.uitm.edu.my.  (+60) 11 1764 9202. ORCID iD: <https://orcid.org/0009-0008-0730-656X>

Keywords:

Asnaf Entrepreneurs, Prophetic Tradition (Sunnah), Entrepreneurship, Model *al-Falāḥ*.

ABSTRACT

Entrepreneurship constitutes a vital element in economic development and national progress. This article discusses the key factors contributing to the success of asnaf entrepreneurs based on the characteristics of the Prophet Muhammad (PBUH). Based on the literature, it is found that the characteristics of the Prophet can influence the success of asnaf entrepreneurs. This study focuses on how the characteristics of the Prophet manifest among asnaf entrepreneurs. In addition to conducting business and pursuing financial gains, Asnaf entrepreneurs are encouraged to uphold religious values in order to fulfill divine requirements, seek Allah's approval, and attain blessings in their earnings. Asnaf entrepreneurs are encouraged to emulate the qualities of the Prophet, such as *siddīq*, *amānah*, *faṭānah*, and *tablīgh*, in their business transactions. This research employs a qualitative approach, collecting data through literature review and document analysis. The researcher finds that achieving *al-Falāḥ* (success) necessitates several crucial elements involved in the qualities of the Prophet to shape the personalities of asnaf entrepreneurs. Consequently, society should also support asnaf entrepreneurs in conducting their businesses, ensuring overall economic prosperity. Ultimately, exploring the development of Islamic personalities among successful asnaf entrepreneurs holds particular implications, especially in enhancing the Islamic model of asnaf entrepreneurship. **Contribution:** This study has successfully added new knowledge and a wealth of scientific studies based on the attributes of the Prophet Muhammad (PBUH). Especially the contribution to the new theory from the SAFT perspective of the Prophet in the context of asnaf entrepreneurship that contributes to Islamic civilization.

Kata Kunci:

Usahawan Asnaf, Sunah Rasulullah SAW, Keusahawanan, Model *al-Falāh*.

ABSTRAK

Keusahawanan merupakan elemen penting dalam pembangunan ekonomi dan kemajuan negara. Artikel ini membincangkan faktor-faktor utama yang menyumbang kepada kejayaan usahawan asnaf berdasarkan ciri-ciri Nabi Muhammad SAW. Berdasarkan literatur, didapati ciri-ciri Baginda SAW boleh mempengaruhi kejayaan usahawan asnaf. Kajian ini memfokuskan kepada ciri-ciri Nabi Muhammad SAW yang terserlah dalam kalangan usahawan asnaf. Di samping menjalankan perniagaan dan mengejar keuntungan kewangan, usahawan asnaf digalakkan untuk menjunjung nilai-nilai agama bagi memenuhi kehendak Tuhan, mencari keredaan Allah SWT, dan memperoleh keberkatan dalam pendapatan mereka. Usahawan asnaf digalakkan untuk mencontohi sifat-sifat Rasulullah SAW, seperti *ṣiddīq*, *amānah*, *faṭānah*, dan *tablīgh* dalam urusan jual beli. Penyelidikan ini menggunakan pendekatan kualitatif, mengumpul data melalui kajian literatur dan analisis dokumen. Pengkaji mendapati bahawa untuk mencapai *al-Falāh* (kejayaan) memerlukan beberapa elemen penting yang terlibat dalam sifat-sifat Nabi Muhammad SAW untuk membentuk peribadi usahawan asnaf. Oleh itu, masyarakat juga harus menyokong usahawan asnaf dalam menjalankan perniagaan mereka, memastikan kemakmuran ekonomi secara keseluruhan. Tuntasnya, penerokaan pembangunan keperibadian Islam dalam kalangan usahawan asnaf yang berjaya memberi implikasi tertentu terutamanya dalam mempertingkatkan model Islam keusahawanan asnaf.

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

ARTICLE HISTORY

Received: March 20, 2024
Accepted: October 17, 2024
Available Online: December 08, 2024
Published: December 24, 2024

This is an open access article under the CC BY-NC license.



To cite this article:

Ahmad, S., Mohamed Isa, Z., Sadek, D. M., & Lestari, R. (2024). Model *al-Falāh* usahawan asnaf berteraskan sifat-sifat Rasulullah SAW. *Al-Irsyad: Journal of Islamic and Contemporary Issues*, 9(2), 1346-1357. <https://doi.org/10.53840/alirsyad.v9i2.438>

I. PENDAHULUAN

Bidang keusahawanan merupakan salah satu aktiviti yang membangunkan prestasi ekonomi negara. Aktiviti perniagaan ini semakin meningkat mengikut perkembangan semasa (Zakaria & Harun, 2020). Isu keusahawanan juga masih lagi wajar untuk dibincangkan kerana meningkatkan tahap sosial rakyat negara ke arah yang lebih baik. Hal ini merupakan cabang kepada penjana ekonomi untuk keluar daripada perangkap penurunan perbelanjaan yang meluas. Dalam konteks Malaysia, keusahawanan merupakan komponen penting dalam memacu ekonomi negara selaras dengan objektif Dasar Keusahawanan Negara (DKN) bagi mencapai status negara maju pada tahun 2030. Pertumbuhan ekonomi mampan telah didasari oleh aktiviti keusahawanan yang menjadi persaingan pada peringkat tempatan dan antarabangsa. Hal ini bertepatan dengan konsep

penubuhan Dasar Ekonomi Baru (DEB) yang mempunyai dua peranan utama, iaitu membasmi kemiskinan dan menyusun semula masyarakat bagi mewujudkan keseimbangan ekonomi (Mohd Khalil & Mohamed Saniff, 2022).

Isu kemiskinan menjadi satu topik yang dikatakan masih relevan pada masa ini kerana ia memberikan kesan kepada kemerosotan pembangunan ekonomi negara. Sehubungan dengan itu, institusi zakat negeri mengambil langkah yang efektif dengan mengeluarkan golongan asnaf melalui bantuan zakat produktif. Golongan asnaf yang terdiri daripada fakir dan miskin diberikan bantuan modal bagi menjana pendapatan sendiri sekali gus mengeluarkan mereka daripada kelompok asnaf. Oleh itu, satu anjakan paradigma dapat dilakukan dengan membuka peluang dan ruang kepada golongan asnaf dalam bidang keusahawanan (Sabri & Hasan, 2006). Usahawan asnaf merupakan golongan fakir dan miskin yang diberi bantuan oleh institusi zakat untuk ditransformasikan sebagai usahawan (Mat Rani et al., 2020). Melalui bantuan yang diberikan seperti modal perniagaan, modal pusingan, kursus kemahiran dan sebagainya ini menjadikan golongan asnaf mampu berupaya sendiri dalam melonjakkan keusahawanan mereka setanding dengan usahawan yang lain. Takrifan kepada usahawan asnaf yang berjaya ialah asnaf yang menjalankan aktiviti perniagaan dengan bantuan modal oleh institusi zakat, mempunyai kemahiran menguruskan perniagaan serta ekonomi keluarga sanggup menanggung risiko untuk keluar daripada status asnaf ke arah ekonomi yang lebih baik serta dapat mencapai tahap kesempurnaan akhlak, akidah dan juga syariat (Ismail, 2022).

Kejayaan usahawan asnaf banyak didasari oleh nilai-nilai agama serta elemen-elemen yang terdapat dalam sunah Rasulullah SAW di samping bantuan yang disalurkan (Zakaria & Harun, 2020). Sehubungan dengan itu, kualiti personaliti yang terbaik dalam membentuk peribadi usahawan asnaf yang berjaya ialah Rasulullah SAW. Perjalanan sirah juga diangkat sebagai sejarah yang sentiasa menjadi rujukan bukan hanya kepada para sahabat dan tabi tabiin, malah masih menjadi relevan sehingga zaman kontemporari kini. Ilmu pengurusan dalam perniagaan yang diamalkan oleh Baginda SAW adalah luas seperti pengurusan strategik Rasulullah SAW, iaitu cara Baginda SAW mencipta pengaruh, mempromosikan barang dagangan dan aplikasi dalam mengurus risiko perniagaan. Kesemua itu memerlukan ilmu dan strategi yang luas serta efektif (Sulaiman & Zakaria, 2010).

Secara kesimpulannya, objektif kajian ini memberi fokus terhadap penghasilan model *al-Falāh* berteraskan sifat-sifat Rasulullah SAW. Fokus kajian ini memberikan tumpuan yang lebih kepada golongan usahawan asnaf bagi melaksanakan sifat-sifat Rasulullah SAW dalam perniagaan. Pembentukan konsep *al-Falāh* merupakan agenda utama yang akan melahirkan usahawan asnaf berjaya selaras dengan maqasid syariah dalam Islam (Abd Muin, Bakar, & Abdullah, 2014). Oleh hal demikian, kajian ini juga akan meninjau secara lebih terperinci lagi berkaitan dengan sirah Rasulullah SAW sebagai peniaga yang berjaya dengan sokongan akhlak serta ciri-ciri personaliti yang sesuai dengan keperibadian Muslim.

2. SOROTAN LITERATUR

Sorotan literatur merupakan bahagian yang penting dalam satu-satu proses penyelidikan dan ia memberikan sumbangan yang bermakna kepada setiap langkah-langkah operasi penyelidikan yang terlibat. Ia merupakan pelaksanaan membuat rujukan secara kritikal dan sistematik dokumen-dokumen yang terkandung segala idea, kaedah pelaksanaan kajian, serta kaedah pengumpulan maklumat yang berkaitan dengan bidang yang diselidiki. Pada sub topik ini, pengkaji menyorot usahawan asnaf, sifat-sifat Rasulullah SAW dalam keusahawanan dan *al-Falāh*.

2.1 Usahawan Asnaf

Usahawan asnaf merupakan seseorang individu yang mendapat bantuan daripada institusi zakat untuk menjalankan sesuatu perniagaan. Mereka juga perlu melalui proses urus niaga mengikut fasa tertentu. Tidak cukup dengan itu, usahawan asnaf juga menerima bantuan latihan dan kursus perniagaan yang mereka ceburi. Hal ini telah dibincangkan oleh kajian-kajian terdahulu sehingga sekarang. Dalam meniti arus kemodenan kini, kekurangan modal serta sumber kewangan merupakan isu utama dan jika masalah ini terus diabaikan, maka usahawan asnaf sukar untuk dikembangkan dan maju ke depan (Ibrahim, Muhd Adnan, Aziz, Muhd Adnan, & Muhd Adnan, 2021).

Untuk menjayakan pembangunan ekonomi, usaha mewujudkan golongan asnaf yang bukan produktif kepada golongan asnaf yang produktif telah dilaksanakan. Bantuan modal daripada institusi zakat disediakan kepada yang berminat untuk menceburi pelbagai bidang khususnya dalam perniagaan. Oleh itu, untuk

melahirkan asnaf yang produktif, institusi zakat melakukan anjakan paradigma melalui pemberian dana dan modal sebagai suntikan kepada usahawan asnaf untuk terus maju ke depan (Meerangani & Zaham Azman, 2019).

Terdapat sedikit perbezaan dari segi ciri-ciri yang perlu ada pada seseorang usahawan asnaf berbanding dengan ciri-ciri yang ada pada usahawan am. Tambahan ciri yang perlu ada pada usahawan asnaf ialah mereka perlu beriltizam untuk berdikari dan tidak boleh ada pemikiran untuk terus bergantung pada mana-mana bantuan semata-mata. Selain itu, mereka juga mestilah tidak mudah berputus asa sepanjang menguruskan perniagaan dan disusuli dengan keyakinan diri untuk terus bangkit mengubah ekonomi keluarga. Usahawan asnaf juga perlu memiliki semangat serta azam yang tinggi untuk terus berubah ke arah yang lebih baik dan keluar daripada kepompong kemiskinan (Yaakub & Muhd Adnan, 2018).

2.2 Sifat-sifat Rasulullah SAW

Menurut kajian yang dijalankan oleh Nadzri, Yaacob, Mohd Dali, dan Haron (2021), Rasulullah SAW telah menjadi contoh teladan buat manusia terutamanya orang Islam dalam mengamalkan sifat-sifat mahmudah ketika menjalankan urus niaga yang bersesuaian dengan undang-undang Islam. Hal ini telah dibuktikan melalui empat sifat Rasulullah SAW yang terkenal, iaitu *ṣiddīq* (jujur), *amānah* (amanah), *faṭānah* (bijak), dan *tablīgh* (berdakwah) (SAFT). Elemen yang terkandung dalam sifat *ṣiddīq* merangkumi sifat jujur, taat kepada Allah SWT, Rasulullah SAW dan pemimpin, tepat dalam menyukat timbangan, tidak mengeksploitasi, serta penekanan kepada aspek halal dan *ṭayyib* (elok). Elemen yang terdapat pada sifat *amānah* ialah menepati janji, berintegriti tinggi dan menjauhi riba serta khianat. Sifat *faṭānah* dalam konteks perniagaan pula merangkumi elemen seperti penguasaan ilmu pengetahuan yang tinggi dan memiliki strategi perniagaan yang teratur. Akhir sekali, ciri-ciri yang terkandung dalam sifat *tablīgh* ialah berdakwah dalam perniagaan, membawa panji-panji Islam dalam urus niaga, menjalankan jihad ekonomi, dan tiada penindasan. Apabila kesemua sifat ini dirangkumkan, maka terhasillah sifat SAFT yang perlu diterapkan dalam diri seseorang usahawan pada masa kini. Sifat yang terkandung dalam SAFT ini dapat diaplikasikan pada zaman moden agar golongan usahawan terus membawa syiar Islam kepada orang Islam dan bukan Islam (Nadzri et al., 2021).

Sifat benar atau dikenali sebagai *ṣiddīq* merupakan sifat utama Rasulullah SAW, bahkan ada riwayat yang mengatakan bahawa Rasulullah SAW tidak pernah menipu dalam kehidupannya sejak kecil. Maka, dapat dilihat bahawa keberhasilan dan kejayaan Rasulullah SAW dalam perniagaan adalah disebabkan oleh sifat *ṣiddīq* yang menjadi penguat utama dalam membangunkan ekonomi Islam pada ketika itu (Al-Mubārakfūrī, 2019). Dalam konteks keusahawanan juga, Rasulullah SAW tidak pernah menipu tentang kecacatan barang serta tidak pernah menipu dalam harga jual pasaran (Mohamad, Ishak, & Mohd Rashid, 2019).

Seterusnya, sifat *amānah* mendidik umatnya untuk terus berpegang kepada prinsip akauntabiliti kepada Allah SWT. Harta kekayaan dan sumber di dunia ini merupakan kurniaan kepada hamba-Nya dan amanah daripada Allah SWT kepada manusia (Antonio, 2007). Semakin banyak harta yang dilimpahkan buat hamba-Nya, maka semakin besar tanggungjawab manusia dalam menguruskan harta tersebut. Hal ini secara tidak langsung menguji keimanan hamba-Nya iaitu sama ada untuk terus bersikap amanah terhadap taklif yang diberikan atau sebaliknya. Sifat *amānah* yang diterapkan oleh Rasulullah SAW diakui oleh para sahabat serta musuh Islam (Al-Mubārakfūrī, 2019). Disebabkan oleh sifat *amānah* Baginda, maka ramai yang ingin menjadi rakan kongsi Baginda SAW termasuk Khadījah al-Khwaylid RA. Ketika Rasulullah SAW berdagang dengan barang dagangan Khadījah RA, Baginda SAW tidak sedikit pun mengambil keuntungan secara sembunyi-sembunyi daripada majikannya pada ketika itu.

Sifat *faṭānah* dalam konteks keusahawanan pula memfokuskan pengetahuan terhadap sumber perniagaan, pasaran dan teknologi. Usahawan-usahawan perlu menerapkan sifat fatanah dalam diri mereka kerana sifat ini mampu memberikan sentuhan nilai kepada pemasaran dan inovasi dalam perniagaan (Antonio, 2007). Menurut al-Mubārakfūrī (2019), dalam konteks sifat *tablīgh* yang boleh dikaitkan dengan perniagaan ialah cara komunikasi terhadap produk dan matlamat yang jelas. Perkara ini telah dibuktikan oleh Rasulullah SAW apabila Baginda SAW berkomunikasi dengan baik dan jelas terhadap pelanggannya serta disenangi oleh semua orang yang mengurus niaga dengan Baginda SAW (Hussin et al., 2023). Maka, wajarlah untuk setiap usahawan menerapkan cara komunikasi yang baik dengan pelanggan sesuai dengan nilai-nilai Islam.

2.3 Sifat-sifat Rasulullah SAW dalam Keusahawanan

Kajian terhadap keusahawanan yang berkait rapat dengan sunah Rasulullah SAW wajar dijadikan satu kajian yang lebih terperinci dan komprehensif. Othman, Mohamad Sharif, dan Idris (2015), misalnya telah mengkaji dan meninjau sunah Rasulullah SAW dalam bidang keusahawanan. Dalam kajian tersebut, pengkaji turut

mengemukakan dan menyelitikan hadis-hadis serta ayat-ayat al-Quran yang berkait rapat dengan keusahawanan dan dakwah Baginda SAW. Biografi Rasulullah SAW yang sangat sinonim dengan bidang perniagaan sejak usia yang sangat muda, iaitu 20 tahun. Baginda SAW dibekalkan dengan ilmu keusahawanan dan sering mengikut rombongan berniaga bapa saudaranya, Abū Tālib ke negeri Syam. Kebijaksanaan Rasulullah SAW dalam menguruskan perniagaan juga telah mendorong Khadījah RA untuk melantik Baginda SAW sebagai pengelola terhadap barang dagangannya (Yaakub & Muhd Adnan, 2018).

Dalam konteks ini, ciri-ciri yang perlu diterapkan dalam diri usahawan atau peniaga telah pun dijelaskan, iaitu seorang usahawan itu mestilah memantapkan penguasaan ilmu keusahawanan termasuk dari perspektif Islam, bersifat ihsan terhadap orang lain, adil dan saksama, meniatkan perniagaan yang dijalankan sebagai satu ibadah, bersikap adil ketika menyukat dan menimbang barang dagangan; serta tidak bersifat iri hati atau saling berdengki (Ibrahim, 2015). Pengkaji tersebut turut mengesyorkan supaya kajian seumpama ini dibanyakkan lagi bagi membuka mata dan minda masyarakat untuk terus mendalami sejarah Islam dari konteks perniagaan. Rasulullah SAW juga telah mengasaskan dan membentuk konsep pembangunan usahawan melalui kawalan metafizik yang bersifat abstrak seperti dosa, pahala, neraka dan syurga yang menjadi daya pencetus kepada tingkah laku manusia. Konsep ini bukan sahaja membentuk personaliti usahawan, malah turut mendidik dan memberikan pengajaran kepada semua pihak yang berkaitan (Mohamad, Ishak, & Mohd Rashid, 2017).

Di samping itu, al-Quran telah menekankan prinsip-prinsip perniagaan yang berteraskan kebebasan, keadilan dan akhlak yang baik dalam setiap bentuk transaksi. Matlamat segala prinsip, syarat dan peraturan yang ditetapkan tersebut adalah bagi mengekalkan keutuhan perniagaan tersebut serta paling utama adalah untuk mendapatkan keredaan Allah SWT (Al-Misri, 1986). Dalam hal ini, sebaik-baiknya panduan dan model pengurusan pembangunan usahawan Islam dewasa ini mestilah seperti yang telah dilakukan oleh Rasulullah SAW. Antara asas utama yang perlu ditekankan dalam merangka pembangunan keusahawanan ialah ilmu pengetahuan, pegangan tauhid dan agama, ibadat sebagai komponen asas, etika dan akhlak, pemupukan hubungan silaturahim, sabar dan bersungguh-sungguh (Maamor & Abd Halim, 2021).

Melalui ilmu pengetahuan, mereka diharap akan sentiasa berhati-hati; dapat membezakan antara yang halal dan haram serta sedaya upaya menjauhkan diri daripada segala yang syubhah. Budaya keusahawanan yang dibina berteraskan nilai ilmu tidak hanya kerana tuntutan *k-ekonomi* yang banyak dikaitkan dengan realiti perekonomian masa kini, tetapi sememangnya Islam menjunjung tinggi nilai ilmu. Dalam erti kata lain, apabila menuntut ilmu adalah satu kewajipan, maka tuntutan tersebut juga merangkumi ilmu yang berkaitan dengan perniagaan (Ismail, Sheriff, & Hussin, 2021).

2.4 Sifat-sifat Rasulullah dalam Keusahawanan Asnaf

Kebanyakan kejayaan yang dikecapi oleh usahawan asnaf adalah disebabkan oleh nilai-nilai murni yang diterapkan dalam diri mereka. Ramai pengkaji yang menilai faktor-faktor kejayaan usahawan asnaf dalam hal ini mendapati bahawa kejayaan mereka disebabkan oleh kebergantungan mereka kepada Allah SWT di samping tujuan perniagaan yang mereka laksanakan adalah lebih kepada menginginkan keredaan Allah SWT dan keberkatan dalam hidup. Faktor kejayaan usahawan asnaf ini juga disebabkan oleh mereka banyak mengamalkan nilai-nilai murni yang diterapkan oleh Rasulullah SAW (Zakaria, Sahid, & Othman, 2021). Antara nilai yang dititikberatkan dalam diri mereka ialah empat sifat yang diamalkan oleh Rasulullah SAW iaitu *siddiq, amānah, faṭānah*, dan *tablīgh* selain menekankan konsep maqasid syariah yang berhubung kait dengan bidang keusahawanan yang diceburi, iaitu menjaga harta, nyawa, agama, keturunan dan akal (Idris, Abd Rahman, & Md Razali, 2020). Elemen-elemen agama dan nilai-nilai yang mengikut piawai Islam amat dipentingkan, bahkan sangat mempengaruhi pergaulan usahawan asnaf. Amalan dan penghayatan agama dapat membentuk peribadi mulia usahawan asnaf dalam menjalankan aktiviti perniagaan seperti yang dicontohkan oleh Rasulullah SAW (Nadzri et al., 2021).

Perkara tersebut disokong dengan kejayaan usahawan asnaf yang menerapkan diri mereka dengan amalan nilai-nilai agama dan ia memberikan kesan jangka masa panjang dalam pertumbuhan ekonomi asnaf. Empat-empat sifat Rasulullah SAW yang disebutkan adalah amat penting dan perlu diterapkan dalam diri seseorang usahawan. Hal ini kerana punca kegagalan usahawan asnaf berdasarkan kajian oleh beberapa pengkaji adalah disebabkan oleh kurangnya sifat-sifat dan ciri-ciri tersebut pada usahawan berkenaan (Ismail, 2022).

2.5 Al-Falāh

Kajian yang membincangkan tentang personaliti keusahawanan yang mencapai kejayaan sebagai usahawan Islam. Beberapa pengkaji yang menilai pencapaian keusahawanan Islam melalui pengamalan sifat-sifat Nabi

Muhammad SAW. Dikukuhkan lagi dengan kajian oleh Mohamad et al. (2017) dalam mengenal pasti personaliti berdasarkan sifat *ṣiddīq*, *amānah*, *faṭānah*, dan *tablīgh* adalah keupayaan bagi mencapai kesetiaan pelanggan.

Kajian oleh Bakar dan Abdullah (2014), bahawa seseorang yang bergelar usahawan hendaklah mencapai *al-Falāḥ* iaitu dengan menerapkan nilai-nilai Islam dalam diri. Tambahan lagi, seseorang usahawan mestilah menjadikan sifat Rasulullah SAW sebagai panduan dalam mengemudi aktiviti perniagaan yang dijalankan. Mohamad et al. (2019), berpendapat bahawa sikap usahawan yang berpandukan *ṣiddīq*, *amānah*, *faṭānah*, dan *tablīgh* mampu menjamin kelangsungan perniagaan melalui pengamalan yang baik. Perkara ini disokong dengan kajian Abd Rahman dan Idris (2020), usahawan yang mengamalkan nilai-nilai Islam dalam perniagaan yang dijalankan akan membentuk organisasi Islam yang hebat lantaran menjurus kepada kejayaan (*al-Falāḥ*) dunia dan akhirat. Justeru itu, keusahawanan Islam merupakan kombinasi ekonomi yang meliputi dari sudut pengurusan perniagaan yang sistematik serta pengamalan nilai yang baik.

3. METODOLOGI KAJIAN

Berdasarkan tajuk yang lebih memfokuskan sifat-sifat Rasulullah SAW dalam perniagaan, maka pengkaji berpendapat bahawa kajian ini sesuai menggunakan kaedah kualitatif. Selanjutnya, pengkaji mengaplikasikan teknik pengumpulan data melalui kajian kepustakaan berdasarkan kajian-kajian lepas. Metodologi ini telah banyak mengguna pakai kajian yang dijalankan oleh Nadzri et al. (2021) dan Idris et al. (2020). Penyelidik mengaplikasikan metode kajian yang digunakan dan dicadangkan oleh Mubarak, Ab. Rahman, dan Yaacob (2015), Mat Rani et al. (2020), Likthin (2014), dan Cresswell (2012). Kajian kepustakaan yang dilakukan ini melibatkan sirah Rasulullah SAW yang berkaitan dengan empat sifat utama Baginda SAW dalam konsep keusahawanan, selain buku, jurnal dan artikel karya sarjana Islam yang membincangkan pembangunan asnaf dan usahawan Islam.

4. HASIL KAJIAN DAN PERBINCANGAN

Berdasarkan hasil dan perbincangan yang dinyatakan, kajian ini dapat mengenalpasti empat sifat Rasulullah SAW dalam konteks perniagaan yang sesuai dengan dunia keusahawanan usahawan asnaf. Jadual 1 menunjukkan keempat-empat sifat Rasulullah SAW yang perlu dipegang dan dijadikan sebagai rujukan bagi setiap usahawan asnaf. Kesemua sifat ini juga perlu dijadikan sebagai panduan dalam menjalankan aktiviti keusahawanan sosial Islam (Ismail, 2022).

Jadual 1

Sifat-sifat Rasulullah SAW dalam Perniagaan

| No. | Sifat Rasulullah SAW | Penerangan dalam Konteks Perniagaan |
|-----|----------------------|--|
| 1. | <i>Ṣiddīq</i> | Usahawan dituntut untuk berkata benar dan dilarang untuk menyembunyikan kecacatan barang dagangan demi kepentingan perniagaan. |
| 2. | <i>Amānah</i> | Sifat integriti, bertanggungjawab dan jujur dalam melaksanakan semua hak dalam perniagaan. |
| 3. | <i>Faṭānah</i> | Bijaksana dan berupaya melaksanakan sesuatu urusan jual beli dengan berfikiran kreatif serta inovatif. |
| 4. | <i>Tablīgh</i> | Menyampaikan sesuatu sama ada dari sudut syariat atau dari segi pemahaman tentang sesuatu perkara dalam konteks perniagaan. |

Sifat *ṣiddīq* bermaksud benar, maka usahawan asnaf yang berjaya tidak wajar untuk berdusta demi melariskan barang dagangan mereka semata-mata untuk mendapatkan keuntungan (Abd Rahman & Idris, 2020). Firman Allah SWT dalam surah al-Nahl [16] ayat 90:

﴿إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُ بِالْعَدْلِ وَالْإِحْسَانِ وَإِيتَايَ ذِي الْقُرْبَىٰ وَيَنْهَىٰ عَنِ الْفَحْشَاءِ وَالْمُنْكَرِ وَالْبَغْيِ يَعِظُكُم لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ ﴿٩٠﴾﴾

Maksudnya:

Sesungguhnya Allah SWT menyuruh berlaku adil dan berbuat kebaikan serta memberikan bantuan kepada kaum kerabat; dan melarang daripada melakukan perbuatan-perbuatan yang keji dan mungkar serta kezaliman. Ia mengajar kamu (dengan suruhan dan larangan-Nya ini), supaya kamu mengambil peringatan mematuhi-Nya.

Berdasarkan tafsiran ayat ini, Allah SWT memerintahkan kaum Muslimin untuk berlaku adil dalam semua aspek kehidupan. Menurut Ibn Mas'ūd RA bahawa ayat ini mempunyai ruang lingkup yang sangat luas dalam hal kebaikan dan kejahatan yang dituntut dalam Islam. Sesuai dengan perbincangan mengenai sifat-sifat Rasulullah SAW dalam bidang keusahawanan ini dalam memenuhi keperluan hidup manusia di mana Islam memberi tuntunan dalam mengemudi urusan hidup manusia dengan jalan tolong-menolong (Abdul Majid, 2003). Bertepatan juga dengan sabda Nabi SAW pada membicarakan tentang kejujuran yang berkait dalam hal ehwal kehidupan manusia sejagat.

عَنْ عَبْدِ اللَّهِ بْنِ مَسْعُودٍ قَالَ قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ إِنَّ الصِّدْقَ بَرٌّ وَإِنَّ الْبِرَّ يَهْدِي إِلَى الْجَنَّةِ وَإِنَّ الْعَبْدَ لَيَتَحَرَّى الصِّدْقَ حَتَّى يُكْتَبَ عِنْدَ اللَّهِ صِدْقًا وَإِنَّ الْكَذِبَ فَجُورٌ وَإِنَّ الْفُجُورَ يَهْدِي إِلَى النَّارِ وَإِنَّ الْعَبْدَ لَيَتَحَرَّى الْكَذِبَ حَتَّى يُكْتَبَ كَذِبًا

[Muslim, Kitab al-Bir wa al-Ṣilah, Bāb Qubḥ al-Kadhib wa Ḥusn al-Ṣidq wa Fadliḥ, nombor hadis 2607]

Maksudnya:

Daripada 'Abdullah ibn Mas'ūd RA berkata, Rasulullah SAW bersabda: "Sesungguhnya kejujuran itu adalah kebaikan. Dan kebaikan itu akan membimbing ke syurga. Seseorang yang senantiasa berlaku jujur dan memelihara kejujuran, maka ia akan dicatat sebagai orang yang jujur di sisi Allah SWT. Dan sesungguhnya dusta itu adalah kejahatan. Dan sesungguhnya kedustaan itu akan menggiring ke neraka. Seseorang yang memelihara kedustaan, maka ia akan dicatat sebagai pendusta."

Makna *amānah* ialah jujur dan berintegriti dalam setiap perkara yang dilakukan. Usahawan yang mempunyai sifat amanah akan sentiasa merasa bertanggungjawab terhadap perniagaan yang dijalankan. Mereka juga percaya kepada konsep ihsan, iaitu meyakini keberadaan dan pengetahuan Allah SWT sama ada dalam keadaan terang mahupun tersembunyi. Oleh itu, usahawan asnaf akan sentiasa menjaga hukum Allah SWT dengan sebaik-baiknya lalu mengamalkan segala perkara baik dengan menjaga pertuturan daripada berdusta, jujur dalam penjualan produk yang dijalankan, serta tidak mengkhianati mana-mana pihak yang berurusan dengannya (Mubarak, 2019). Tuntutan untuk bersikap amanah telah disebut dalam firman Allah SWT dalam surah al-Anfāl [8] ayat 27:

﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَخُونُوا اللَّهَ وَالرَّسُولَ وَتَخُونُوا أَمَانَاتِكُمْ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ ﴿٢٧﴾﴾

Maksudnya:

Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu mengkhianati (amanah) Allah SWT dan Rasul-Nya, dan (janganlah) kamu mengkhianati amanah-amanah kamu, sedang kamu mengetahui (salahnya).

Berdasarkan *Tafsir al-Munir*, dalam ayat ini Allah SWT menyeru kaum Muslimin agar tidak mengkhianati amanah Allah SWT dan Rasul-Nya dengan maksud tidak mengabaikan tanggungjawab terhadap apa yang diperintahkan dan meninggalkan segala larangan-Nya (Al-Zuhayli, 1995).

Manakala, sifat *fatānah* membawa maksud bijaksana dan kreatif dalam segala hal pengurusan yang dijalankan. Sifat ini menganjurkan supaya usahawan asnaf bersikap realistik dan bergerak ke arah untuk memajukan diri. Mereka juga perlu melengkapkan diri dengan pengetahuan tentang produk yang dipasarkan, perniagaan yang diusahakan, serta industri yang diceburi. Pada masa yang sama, mereka yang mengamalkan sifat *fatānah* dalam diri akan sekali gus dapat menyeimbangkan urusan perniagaan (mengaut keuntungan) dengan urusan agama (Maamor & Abd Halim, 2021). Tuntutan ke arah menimba ilmu pengetahuan untuk mentadbir sesuatu telah dijelaskan di dalam al-Quran.

Sementara itu, sifat *tabligh* bermaksud menyampaikan sesuatu sesuai dengan pengetahuan seseorang atau menyampaikan syariat yang diperintahkan. Seseorang usahawan asnaf perlu menyampaikan dengan jelas tentang produk yang dijualnya sejajar dengan ajaran Islam bermula daripada peringkat awal sehingga peringkat akhir jualannya (Maamor & Abd Halim, 2021). Hal ini sesuai dengan firman Allah SWT dalam surah al-Mā'idah [3] ayat 2:

﴿... وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ ﴿٢﴾﴾

Maksudnya:

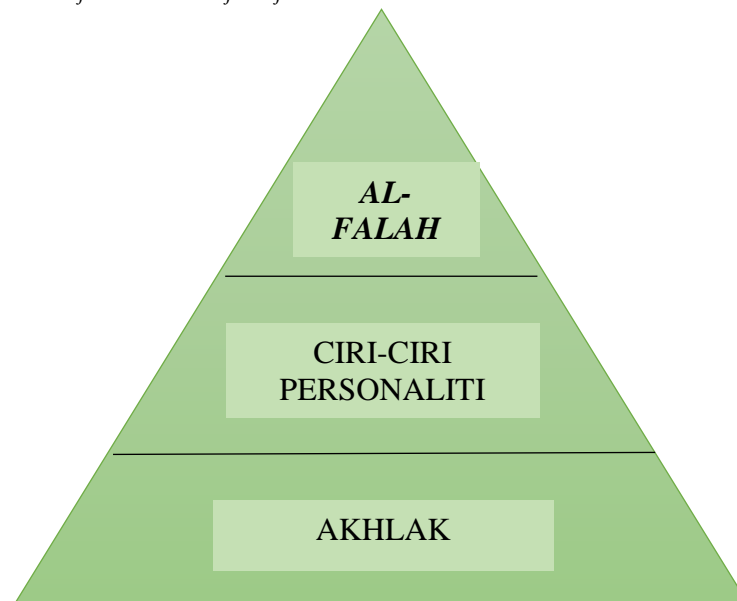
... Dan hendaklah kamu bertolong-tolongan untuk membuat kebajikan dan bertakwa, dan janganlah kamu bertolong-tolongan pada melakukan dosa (maksiat) dan pencerobohan. Dan bertakwalah kepada Allah SWT, kerana sesungguhnya Allah Maha Berat azab seksa-Nya (bagi sesiapa yang melanggar perintah-Nya).

Dalam pentafsiran ayat ini menjelaskan mengenai keutamaan saling bantu-membantu dalam sekecil-kecil perkara hingga sebesar-besar urusan. Tambahan pula, [Ibn Kathīr \(1998\)](#), menjelaskan potongan ayat ke-2 dalam Surah al-Mā'idah mengenai tolong-menolong yang memberi maksud bekerjasama dalam hal kebaikan serta takwa serta jauhi dari jalan maksiat dan kemungkar.

Apabila disingkap kembali sirah Rasulullah SAW, maka akan didapati bahawa Baginda merupakan contoh teladan dalam menjadi pemimpin dan usahawan yang hebat. Hal ini demikian kerana empat sifat SAFT tersebut yang telah melayakkan Baginda SAW berada pada kedudukan ini. Dalam hal ini, dikukuhkan lagi dengan sifatnya Rasulullah SAW yang sentiasa teguh dan berakhlak dengan akhlak yang mulia dalam semua perihal ([Usman, Ahmad, & Fachrul Avivy, 2024](#)). Usahawan asnaf akan mencapai tahap *al-Falāh* seperti dalam Rajah 1, apabila individu tersebut dapat mengamalkan sifat-sifat Rasulullah SAW dalam perniagaannya. Hal ini demikian kerana *al-Falāh* bermaksud sesuatu yang merangkumi aspek kehidupan termasuklah nilai-nilai kerohanian, kebendaan, dan harta untuk mencapai kejayaan di dunia dan akhirat. Banyak kajian dijalankan yang membincangkan kejayaan usahawan dipelopori oleh pengkaji-pengkaji barat selain daripada pengkaji Islam. Namun, terdapat segelintir pengkaji sahaja yang telah membincangkan faktor yang menjurus kepada tahap *al-Falāh* iaitu kejayaan usahawan asnaf ([Ismail, 2022](#)).

Rajah 1

Model al-Falāh Usahawan Asnaf Berteraskan Sifat-sifat Rasulullah SAW



Tidak dinafikan juga, terdapat banyak kajian daripada barat yang mengemukakan teori-teori keusahawanan untuk diaplikasi oleh usahawan. Namun demikian, kebanyakan teori tersebut tidak sesuai dan jauh berbeza dalam memahami personaliti usahawan Muslim yang sebenar. Oleh hal yang demikian, pembentukan personaliti usahawan asnaf perlulah bersumberkan al-Quran, sunah dan karya-karya ulama seperti *Ihyā' 'Ulūm al-Dīn* yang dikarang oleh Imam al-Ghazzālī. Sumber-sumber ini sesuai untuk dijadikan rujukan oleh setiap usahawan termasuk usahawan bukan Muslim dan masyarakat barat ([Mohamad et al., 2019](#)).

Ciri-ciri personaliti usahawan asnaf ini perlu diterapkan dalam diri setiap usahawan. Kitab *Ihyā' 'Ulūm al-Dīn* menekankan faktor pembinaan personaliti diri yang secara umumnya menyatakan bahawa *tadhkiya al-nafs* (penyucian jiwa) menjadi perintis kepada sifat-sifat baik yang seterusnya akan melahirkan *mujāhadah al-nafs* (perjuangan diri) seperti usaha membuang sifat-sifat mazmumah seperti hasad, dengki, marah, takbur, riyak dan lain-lain. *Riyāḍah al-nafs* (latihan jiwa) dapat dilakukan dengan solat, puasa, bagi menyemai serta mewujudkan

sifat-sifat mahmudah. Matlamatnya adalah untuk melahirkan personaliti usahawan asnaf yang berjaya memiliki sifat SAFT. Pembentukan personaliti dengan sifat-sifat ini penting bagi melahirkan usahawan asnaf yang berjaya dalam perniagaan serta seluruh kehidupan mereka (Nadzri et al., 2021). Selain itu, model perniagaan yang dijalankan oleh usahawan asnaf bukan penentuan dan alat pengukur kepada kejayaan usahawan asnaf semata-mata. Usahawan yang berjaya ialah individu yang dapat mengamalkan nilai-nilai yang diajarkan oleh agama seperti jujur, tidak khianat dan tidak menindas orang lain. Hal ini bukan sahaja dapat memenangi hati pelanggan, bahkan disukai dan diredai Allah SWT. Aspek kerohanian dan Sifat-sifat memainkan peranan yang sangat penting terhadap pencapaian usahawan asnaf. Kerohanian merupakan satu elemen penting dalam menghubungkan nilai agama dengan usahawan asnaf dan ia berkait rapat dengan unsur dalaman yang akan membentuk sikap positif serta sifat mahmudah dalam diri. Hal ini demikian kerana sifat-sifat Rasulullah SAW yang terpuji turut mempengaruhi tindakan usahawan dalam kegiatan dan aktiviti keusahawanan (Abd Halim, Maamor, Osman, Aziz, & Ahmad, 2022).

5. KESIMPULAN

Berdasarkan perbincangan sorotan karya, sifat-sifat Rasulullah SAW didapati menjadi faktor yang signifikan dalam mempengaruhi kejayaan usahawan asnaf. Kajian ini menerapkan sifat-sifat mulia Rasulullah SAW khususnya kepada usahawan asnaf yang menjalankan perniagaan. Maka, tidak dinafikan bahawa konsep *al-Falāḥ* yang pengkaji cuba runguikan merupakan perkara yang perlu dititikberatkan dan ditekankan sekali gus turut menjadi faktor penting kepada peningkatan ekonomi negara. Sebagai cadangan untuk kajian akan datang, pengkaji menyarankan supaya kajian berkaitan dengan ciri-ciri personaliti usahawan asnaf dapat dilaksanakan dengan lebih banyak lagi. Kajian telah menunjukkan bahawa sifat-sifat Rasulullah SAW memainkan peranan penting dalam kemenjadian usahawan asnaf berjaya.

Secara umumnya hasil kajian sebelumnya mempunyai persamaan dengan kajian-kajian sebelumnya dari sudut sifat Rasulullah SAW dalam bidang keusahawanan. Namun, kajian ini telah menekankan dari aspek sifat Rasulullah SAW dalam membentuk konsep kejayaan (*al-Falāḥ*). Sifat Rasulullah SAW ini penting sebagai panduan usahawan asnaf meletakkan landasan yang betul dalam kegiatan keusahawanan asnaf mengikut kerangka Islam. Selain itu, kajian lanjutan mengenai hubungan dan kaitan dengan sifat Rasulullah SAW dengan pencapaian usahawan asnaf dapat memberikan hasil dari aspek yang berbeza dan membantu kepada pembangunan usahawan asnaf.

KONFLIK KEPENTINGAN

Penulis tidak mempunyai konflik kepentingan kewangan atau bukan kewangan dalam perkara atau bahan yang dibincangkan dalam artikel ini.

PENGHARGAAN

Artikel ini merupakan sebahagian daripada Geran Pengkajian Fundamental (FRGS) 2022. No. Geran 600-RMC/FRGS 5/3 (162/2022), Universiti Teknologi MARA Cawangan Kedah yang bertajuk *Pembangunan Sinergi Model Kelestarian Asnafpreneur dan Quintuple Helix Ke Arah Pemangkin Usahawan Sosial Hebat (PUSH)*. Pengkaji mengucapkan terima kasih kepada Pusat Pengurusan Pengkajian & Inovasi, Universiti Teknologi MARA Cawangan Kedah. Hasil daripada Geran Pengkajian Fundamental (FRGS) ini, pengkaji dapat menghasilkan satu kajian berpandukan geran tersebut yang bertajuk *Keusahawanan Asnaf: Model Al-Falāḥ Usahawan Asnaf Berteraskan Sifat-sifat Rasulullah SAW*.

SUMBANGAN PENULIS

Artikel ini adalah hasil sumbangan saintifik yang signifikan dalam penyelidikan yang dilakukan oleh empat penyelidik. Syamimi Ahmad menentukan metode kajian dan pengumpulan data. Zuraidah Mohamed Isa, Daing Maruak Sadek dan Rini Lestari melakukan analisis dan pengesahan data. Kesemua penyelidik telah membaca dan bersetuju dengan versi manuskrip yang diterbitkan.

RUJUKAN

- Abd Halim, M. N., Maamor, S., Osman, A. F., Aziz, A. B., & Ahmad, N. H. (2022). Memandiri usahawan berstatus asnaf melalui Model MLC. *International Journal of Zakat and Islamic Philanthropy*, 4(1), 29–40. Diperolehi daripada <https://journal.zakatkedah.com.my/wp-content/uploads/2022/04/Vol.-4-Issue-1-29-40.pdf>.
- Abd Muin, M. A., Bakar, A. A., & Abdullah, S. (2014). Model usahawan berjaya dalam amalan nilai-nilai murni keusahawanan sosial Islam. *Journal of Human Development and Communication*, 3, 129–141. Diperolehi daripada <https://core.ac.uk/download/pdf/83553608.pdf>.
- Abd Rahman, S. S., & Idris, J. (2020). Hubungan elemen religiositi terhadap muamalat pergaulan usahawan asnaf. *International Journal of Business and Economy*, 2(1), 77–87. Diperolehi daripada <https://myjms.mohe.gov.my/index.php/ijbec/article/view/8506/3701>.
- Abdul Majid, M. Z. (2003). *Pengurusan zakat*. Kuala Lumpur: Dewan Bahasa dan Pustaka.
- Antonio, M. S. (2007). *Muhammad SAW: The super leader, super manager*. Jakarta: ProLM Centre.
- Cresswell, J. W. (2012). *Educational research: Planning, conducting and evaluating quantitative and qualitative research* (4th ed.). London: Pearson.
- Hussin, M., Seman, H. M., Pa, M. T., Sapar, A. A., Rifa'in @ Mohd Rifain, S., & Yoyo, Y. (2023). Pendekatan kinayah dalam komunikasi Rasulullah SAW. *Al-Irsyad: Journal of Islamic and Contemporary Issues*, 8(2), 1178–1192. <https://doi.org/10.53840/alirisyad.v8i2.406>.
- Ibn Kathīr, A. A. F. I. (1998). *Tafsīr al-Qur'ān al-'Azīm*. Mesir: Dār al- Miṣr al-Ṭībā'ah.
- Ibrahim, M. A., Muhd Adnan, N. I., Aziz, A., Muhd Adnan, H., & Muhd Adnan, N. I. (2021). The view of zakat practitioners on micro financing from zakat funds as productive zakat for asnaf entrepreneurs. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 11(4), 1083–1097. <https://doi.org/10.6007/IJARBS/v11-i4/9590>.
- Ibrahim, M. F. (2015). Analisis sejarah keusahawanan Islam dalam bisnes di zaman Rasulullah. Dlm. *Amalan Keusahawanan Islam Konsep dan Isu Pelaksanaan* (pp. 2–12). Kuala Lumpur: Pusat Pungutan Zakat.
- Idris, J., Abd Rahman, S. S., & Md Razali, A. R. (2020). Pengaruh maqasid syariah terhadap muamalat pergaulan usahawan asnaf. *Journal of Management & Muamalah*, 10(1), 3–17. Diperolehi daripada <https://jmm.uis.edu.my/index.php/jurnal/article/view/41/30>.
- Ismail, I. A. (2022). *Pembinaan personaliti Islamik dalam kalangan usahawan asnaf berjaya di negeri Selangor* (Doctoral thesis, University Utara Malaysia). Diperolehi daripada https://etd.uum.edu.my/10559/2/s900396_01.pdf.
- Ismail, M., Sheriff, S., & Hussin, H. (2021). Pemeraksanaan program pembangunan ekonomi usahawan asnaf melalui dana zakat. *Journal of Islamic Philanthropy & Social Finance (JIPSF)*, 3(2), 52–65. Diperolehi daripada <https://ir.uitm.edu.my/id/eprint/55689/1/55689.pdf>.
- Likthin, L. (2014). *Bab 3 metodologi kajian*. Diperolehi daripada website: <https://likthin.wordpress.com/2014/03/01/bab-3/>.
- Maamor, S., & Abd Halim, M. N. (2021). Memandiri usahawan melalui Model MLC berteraskan Islam. *Aspirasi FPP, Fakulti Pengurusan dan Perniagaan*, 1, 43–46. Diperolehi daripada <https://ir.uitm.edu.my/id/eprint/65042/1/65042.pdf>.

- Mat Rani, M. A., Ahmad Rosli, M. S. D., Moidin, S., Mohd Arif, M. I. A., Adenan, F., & Khairuldin, N. F. (2020). Pembangunan keusahawanan asnaf luar bandar di negeri Pahang. *Journal of Islamic Philanthropy and Social Finance*, 2(1), 48–60. https://doi.org/10.24191/JIPSF/v2n12020_48-60.
- Meerangani, K. A., & Zaham Azman, U. K. (2019). Transformasi usahawan asnaf menerusi Program Pembangunan Ekonomi, Lembaga Zakat Selangor. *Journal of Ilmi*, 9, 15–29. Diperolehi daripada <https://unimel.edu.my/journal/index.php/JILMI/article/view/613/497>.
- Al-Miṣrī, A. S. (1986). *Al-Tijārah fī al-Islām*. Kaherah: Maktabah Wahbah.
- 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*, 2(1), 24–37. <https://doi.org/10.32890/ijib2017.2.1.3>.
- 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), 75–89. Diperolehi daripada <https://journal.uniswa.edu.my/jimk/index.php/jimk/article/view/313/406>.
- Mohd Khalil, N., & Mohamed Saniff, S. (2022). Hala tuju transformasi usahawan asnaf oleh institusi zakat Malaysia: Satu penerokaan awal. *AZKA International Journal of Zakat & Social Finance*, 3(3), 67–78. <https://doi.org/10.51377/azjaf.vol3no3.134>.
- Mubarak, M. Z. (2019). *Rasulullah SAW sebagai model usahawan berjaya*. Diperolehi daripada website: https://www.academia.edu/29042024/RASULULLAH_SAW_SEBAGAI_MODEL_USAHAWAN_BERJAYA.
- Mubarak, M. Z., Ab. Rahman, 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. Diperolehi daripada <https://rmc.umt.edu.my/wp-content/uploads/sites/53/2015/03/5.-Elemen-Kerohanian-web.pdf>.
- Al-Mubārakfūrī, S. A. R. (2019). *Sirah nabawiyah* (M. R. Omar, Terj.). Putrajaya: Yayasan Dakwah Islamiah Malaysia.
- Nadzri, S., Yaacob, S. E., Mohd Dali, N. R. S., & Haron, M. S. (2021). Pembinaan elemen akhlak dalam SAFT keusahawanan Islam berpandukan al-Quran. *Proceeding of the 8th International Conference on Management and Muamalah 2021 (ICoMM 2021)*, 200–220. Diperolehi daripada <https://conference.uis.edu.my/icomm/8th/images/021-111.pdf>.
- Othman, M. R., Mohamad Sharif, K. A., & Idris, A. T. (2015). Adaptasi strategi pemasaran dari perjalanan dakwah Nabi: Sebuah tinjauan awal. *Konvensyen Kebangsaan Keusahawanan Islam Malaysia Ke-11 (NCIE)* (pp. 10–18). Nilai: USIM Press. Diperolehi daripada https://e-muamalat.islam.gov.my/images/pdf-bahan-ilmiah/cd_prosiding_ncie_2015_1.pdf.
- Sabri, H., & Hasan, Z. (2006). Zakat: Instrumen penyumbang pembentukan usahawan. *Seminar Kebangsaan Pengurusan Harta Dalam Islam*, 1–18. Kolej Islam Pahang Sultan Ahamad Shah (KIPSAS), Kuantan. 8-9 August 2006. Diperolehi daripada website: <https://zulkiflihasan.wordpress.com/wp-content/uploads/2008/07/jurnal-zakat.pdf>.
- Sulaiman, M., & Zakaria, A. (2010). *Jejak bisnes Rasul: Perbadi bisnes Muhammad bin Abdullah*. Batu Caves: PTS Publishing House.
- Usman, A. H., Ahmad, Z. A. S., & Fachrul Avivy, A. L. (2024). Tanazzul al-Qur’ān dalam Sharḥ al-Ḥikam al-Ghawthiyyah: Sorotan hikmah pertama kitab al-Ḥikam al-Ghawthiyyah karya Syeikh Abū Madyan al-

Maghribī (W. 594 H.). *Al-Irsyad: Journal of Islamic and Contemporary Issues*, 9(1), 1239–1253. <https://doi.org/10.53840/alirsyad.v9i1.401>.

Yaakub, Z., & Muhd Adnan, N. I. (2018). Faktor-faktor kejayaan usahawan ikon Majlis Agama Islam Melaka (MAIM). *Journal of Advanced Research in Social and Behavioural Sciences*, 11(1), 82–93. Diperolehi daripada https://www.academia.edu/download/94185923/ARSBSV11_N1_P82_93.pdf.

Zakaria, F., & Harun, A. (2020). Faktor sikap dan kejayaan usahawan asnaf: Amalan kerohanian Islam sebagai penyederhana. *Journal of Islamic, Social, Economics and Development (JISED)*, 5(28), 39–48. Diperolehi daripada <https://academicinspired.com/jised/article/download/1088/1088/4352>.

Zakaria, M. S., Sahid, S., & Othman, N. (2021). Tahap budaya keusahawanan dan kepimpinan keusahawanan serta hubungannya dengan minda keusahawanan anak-anak golongan asnaf. *Malaysian Journal of Social Sciences and Humanities (MJSSH)*, 6(3), 104–119. <https://doi.org/10.47405/mjssh.v6i3.697>.

Al-Zuhaylī, W. (1995). *Fiqh & perundangan Islam* (M. A. Yaaacob, Terj.). Kuala Lumpur: Dewan Bahasa dan Pustaka.

Disclaimer

The views expressed in this article are those of the author. *Al-Irsyad: Journal of Islamic and Contemporary Issues* shall not be liable for any loss, damage or other liability caused by / arising from the use of the contents of this article.

