

Etika Perniagaan Islam: Pengalaman Usahawan Muslim di Melaka

Mohd. Faizal P. Rameli
E-mel: faizal061@bdrmelaka.uitm.edu.my

Muhammad Ridhwan Ab. Aziz
E-mel: ridhwan.aziz@usim.edu.my

Kalsom Ab. Wahab
E-mel: akalsom@usim.edu.my
Fakulti Ekonomi dan Muamalat
Universiti Sains Islam Malaysia

Suhaida Mohd. Amin
Fakulti Ekonomi dan Pentadbiran
Universiti Malaya
E-mel: suhaida_mohdamin@siswa.um.edu.my

ABSTRAK

Keusahawanan sebagai sebahagian daripada sistem ekonomi dan perniagaan Islam adalah berkait rapat dengan usaha-usaha menggunakan sebanyak mungkin peluang terhadap sumber yang terhad. Islam sentiasa menyeru agar umatnya berusaha untuk menjadi seorang usahawan yang inovatif dan aktif. Objektif kajian ini ialah untuk menganalisis pelaksanaan etika perniagaan Islam di kalangan usahawan Muslim. Kajian kualitatif ini menggunakan kaedah temu bual yang dilakukan terhadap usahawan-usahawan Muslim di negeri Melaka untuk berkongsi pengalaman mereka dalam bidang ini. Dapatan kajian ini menunjukkan bahawa usahawan Muslim mempunyai satu sistem etika yang merupakan gabungan di antara pelbagai elemen termasuk iman dan ibadah kepada Allah, niat yang baik dan betul, memilih yang halal dan baik, amanah, prihatin kepada orang lain dan sebagainya. Kepatuhan terhadap nilai-nilai ini akan menjadikan mereka berbeza dengan usahawan yang lain dan sepatunya dikenali sebagai Muslimpreneurs.

Kata kunci: Usahawan Muslim, Muslimpreneurs, Keusahawanan Islam, Etika, Etika Perniagaan Islam

ABSTRACT

Entrepreneurship as a part of Islamic economics and businesses is related with the pursuit of opportunity beyond resources controlled. Islam always encourages Muslims to be an innovative and active entrepreneur. Conducting business ethically is an important matter that should be practiced by all entrepreneurs, especially for Muslim entrepreneurs. This research aims to analyse the practicing of Islamic business ethics amongst the Muslim entrepreneurs. This qualitative research applied the semi-structured interview with a few of Muslim in state of Melaka to share their experiences in entrepreneurial activities. This research concludes that the Muslim entrepreneurs characteristics are the combinations of various elements including faith and worship to Allah, good intention, halalan thoyyiba, trustworthy, consent to the others and etc. The adherence to these values will make them different from others Muslim entrepreneurs and they should be called as the Muslimpreneurs.

Keywords: Muslim Entrepreneur, Muslimpreneurs, Islamic Entrepreneurship, Ethics, Islamic Business Ethics.

PENGENALAN

Keusahawanan sebagai sebahagian daripada aktiviti ekonomi dan perniagaan Islam adalah berkait rapat dengan usaha-usaha mengejar peluang menggunakan sumber-sumber ekonomi yang terhad. Setiap aktiviti perniagaan dan keusahawanan yang dilakukan selaras dengan ajaran Islam dianggap sebagai sebahagian dari ibadah kepada Allah SWT. Semua jenis amalan yang dilaksanakan mengikut garis

panduan dan ketetapan syariat Islam tergolong dalam amalan kebaikan dan akan menerima ganjaran daripada Allah SWT. Firman Allah SWT bermaksud:

“Dan sesiapa yang mengerjakan amal salih, dari lelaki atau perempuan, sedang ia beriman, maka mereka itu akan masuk Syurga, dan mereka pula tidak akan dianiaya (atau dikurangkan balasannya) walau sedikit.” (Surah al-Nisā’, 4:124)¹

Islam amat menggalakkan umatnya melibatkan diri dalam aktiviti-aktiviti perniagaan secara adil dan jujur. Terdapat banyak hadis Rasulullah SAW menjelaskan ganjaran-ganjaran bagi setiap peniaga yang jujur, adil dan amanah. Antaranya ialah:

Abu Sa‘ūd RA meriwayatkan bahawa Rasulullah SAW bersabda, “*peniaga yang jujur dan amanah akan dibangkitkan bersama para nabi, orang-orang yang benar serta para syuhada’ (pada hari kiamat)*”. (Riwayat Ibn Umar)²

Justeru, semua aktiviti perniagaan dan keusahawanan yang dilakukan harus menepati garis panduan yang telah ditetapkan dalam syariat Islam sama seperti ibadah-ibadah yang lain. Kajian ini akan meneliti sejauh mana etika perniagaan Islam dipraktikkan oleh usahawan-usahawan Islam di negeri Melaka dalam setiap aktiviti keusahawanan mereka.

KAJIAN LEPAS

Secara umumnya, beberapa ciri telah ditetapkan sebagai garis panduan untuk menjadikan setiap aktiviti dan pekerjaan yang dilakukan adalah suatu ibadah. Di antaranya ialah pekerjaan yang halal, niat yang ikhlas, mematuhi syariat Islam serta tidak mengabaikan ibadah-ibadah khusus kepada Allah SWT (Yusuf Al-Qaradhawi, 1995). Garis panduan di atas sekiranya dipatuhi akan menjadi asas kepada pelaksanaan etika perniagaan Islam di kalangan usahawan Islam (Nor ‘Azzah Kamri, 2009). Kajian-kajian yang dilakukan oleh beberapa penyelidik termasuk Bailey (1986), Cooper, Dunkelberg, & Woo (1988) serta Perry (2001) menunjukkan bahawa sifat dan sikap keperibadian seseorang usahawan berkait rapat dengan kejayaan atau kegagalan mereka dalam bidang perniagaan yang biasanya diukur melalui kelangsungan perniagaan dan perkembangannya.

Islam dan Etika

Etika berasal dari perkataan Greek ‘*ethos*’ disebut juga sebagai ‘*ethique*’ dalam bahasa Perancis, ‘*ethice*’ (Latin) serta ‘*ethic*’ (bahasa Inggeris) (Judy Pearsall, 1999). Etika merangkumi watak keperibadian, sifat, sikap, prinsip-prinsip moral yang mempengaruhi perwatakan dan sikap serta nilai-nilai yang diyakini oleh individu atau sesuatu kumpulan manusia (Noresah Baharom, 2000). Terdapat ramai penulis yang menjelaskan bahawa etika adalah satu set nilai, norma dan asas-asas moral berhubung dengan sikap dan sifat individu dalam sesebuah kumpulan masyarakat. Keadaan ini membolehkan mereka membezakan sesuatu tindakan sama ada betul atau salah, baik atau buruk (James H. Donnelly Jr., 1998; Mote, Dave, & Heil, 2000; O’Neil, 1995).

Perbincangan terhadap etika Islam adalah terkandung dalam kerangka perbincangan akhlak. Akhlak merupakan istilah yang paling tepat untuk menjelaskan tentang etika seseorang Muslim (Beekun, 1996). Akhlak sebagai satu sifat terpuji yang terhasil dari jiwa manusia sering dirujuk sebagai watak dan perwatakan, sifat dan kelakuan manusia (Noresah Baharom, 2000). Abu Hamid Muhammad al-Ghazali (1990) dan Ibn Miskawayh (1961) menjelaskan bahawa akhlak adalah sifat semula jadi yang tertanam dalam diri setiap manusia (jiwa). Ia akan menghasilkan tindakan secara spontan apabila manusia memberi reaksi kepada sesuatu perkara. Akhlak yang merupakan kombinasi seimbang di antara unsur-unsur kerohanian dan fizikal menjadi asas utama dalam pembentukan etika seseorang Muslim. Pelaksanaan nilai-nilai etika berdasarkan panduan dari falsafah Tauhid dapat memberikan suatu pengukuran universal terhadap sistem nilai yang sepatutnya diikuti oleh semua manusia. Justeru, pembentukan etika usahawan Islam juga adalah berdasarkan nilai-nilai akhlak ini. Usahawan Islam adalah tertakluk kepada konsep hubungan dengan Allah SWT (*hablumminallah*), hubungan sesama manusia (*hablumminannas*) serta hubungan dengan alam sekitar secara intrinsik dan ekstrinsik dalam setiap tindakan mereka.

Islam dan Keusahawanan

Beberapa definisi telah dikemukakan dalam perbincangan tentang usahawan dan keusahawanan. Antara lainnya ialah usahawan adalah mereka melibatkan diri dalam perusahaan atau perusahaan baru (Nor 'Azzah Kamri, 2009), memajukan perniagaan baru serta bersedia menghadapi semua risiko (Scarborough & Zimmerer, 2006) serta berusaha mencari cara dan kaedah baru dalam menggunakan sumber-sumber yang ada secara optimum di samping mencipta lebih banyak peluang pekerjaan (Vesper, 1980).

Cendekiawan Muslim juga turut menggariskan beberapa perwatakan yang harus dimiliki oleh setiap usahawan Islam. Ia termasuk kejujuran, amanah, adil, mencintai Allah SWT sebagai keutamaan hidup, merendahkan diri, mengamalkan syura, menghindari rasuah (Beekun, 1996), berilmu pengetahuan, berkemahiran, ihsan, boleh dipercayai, istiqamah, tekun bekerja (Ibrahim Abu Bakar, 1997), murah hati serta berkeinginan untuk menolong orang lain (Mushtaq Ahmad, 2001). Usahawan Islam tertakluk kepada etika dan roh Syariat Islam dalam melaksanakan aktiviti keusahawanan mereka. Mereka mampu melaksanakan perniagaan mereka dengan betul, telus dan adil sekiranya berjaya menjauhi segala larangan yang telah dinyatakan dalam Islam (Mohammad Noorizzuddin Nooh & Hisham Sabri, 2005). Keadaan ini akan menjadikan mereka usahawan yang berbeza dengan mana-mana usahawan yang tidak mengambil berat tentang perkara ini sama ada Muslim or non-Muslim.

Ciri-ciri holistik usahawan Islam juga dibentuk berdasarkan perkara-perkara yang dianggap metafizik dan abstrak seperti dosa, pahala, syurga dan neraka. Walau bagaimanapun, perkara seperti ini adalah pencetus kepada pembentukan tingkah laku manusia dalam kerangka untuk membina kejayaan dalam aktiviti keusahawanan mereka (Mohd Faizal P.Rameli, Muhammad Ridhwan & Kalsom, 2013a). Secara ringkasnya, setiap usahawan Islam yang terlibat dalam pelbagai aktiviti keusahawanan serta mampu menggunakan segala peluang yang melalui sebuah organisasi yang tersusun berdasarkan prinsip-prinsip Islam seharusnya dikenali sebagai Usahawan Muslim atau Muslimpreneurs (Mohd Faizal P.Rameli, Muhammad Ridhwan, & Kalsom, 2013b) bukan sekadar sebagai usahawan Islam.

METODOLOGI

Artikel ini menggunakan pendekatan kualitatif melalui temu bual dalam kajian kes. Penggunaan reka bentuk penyelidikan kualitatif melalui pendekatan kajian kes amat sesuai apabila ia melibatkan pemerhatian terhadap individu atau unit, kumpulan manusia, keluarga, masyarakat, peristiwa atau budaya (Burn, 1995; Merriem, 1998; Yin, 1994). Penggunaan pendekatan kajian kes akan memberikan kefahaman yang mendalam terhadap subjek kajian, lebih fokus kepada aspek proses berbanding output serta lebih mementingkan penemuan berbanding mengesahkan mana-mana teori atau dapatan kajian lepas (Merriem, 1998) serta berkaitan dengan strategi penyelidikan yang fokus kepada persoalan siapa, mengapa atau apakah (Yin, 1994). Kajian kes membolehkan kefahaman mendalam terhadap sesuatu penyelidikan dirumuskan berdasarkan gambaran menyeluruh dan lengkap data-data yang dikumpulkan dari pelbagai sumber (Burn, 1995).

Oleh kerana kajian ini bertujuan untuk melihat pelaksanaan etika perniagaan Islam di kalangan usahawan Islam di negeri Melaka, kaedah persampelan bertujuan (*purposive sampling*) telah digunakan. Kaedah ini sesuai untuk meneliti fenomena kajian (Burn, 1995), menggambarkan proses kajian (Silverman, 2000) dan dapat memberikan maklumat mendalam terhadap kajian (Merriem, 1998). Justeru, tiga orang usahawan Islam yang diyakini boleh mewakili kumpulan usahawan Islam dalam penghasilan makanan dan minuman di negeri Melaka telah dipilih sebagai sampel kajian. Inskripsi temu bual separa berstruktur ini telah di analisa secara manual untuk mendapatkan data-data yang diperlukan melalui proses pembinaan tema, kategori dan sub kategori.

DAPATAN KAJIAN

Islam meletakkan pencapaian objektif syariah (*Maqāsid Syariah*) melalui pemahaman yang jelas, pegangan yang kukuh serta amalan yang konsisten terhadap konsep-konsep tauhid, khilafah dan ibadah kepada Allah SWT. Islam menggerakkan konsep-konsep ini melalui unsur-unsur keadilan sosial (*al-'adālah*) dan kepentingan (*maslahah*) dalam masyarakat. Apabila konsep-konsep ini diterjemahkan kepada sistem nilai, ia menunjukkan bahawa Islam telah mengintegrasikan di antara fakta dan nilai serta membentuk satu sistem keilmuan berasaskan rasa tanggungjawab dalam melaksanakan suatu tanggungjawab sosial. Bahagian ini akan memberi tumpuan terhadap analisis pelaksanaan etika perniagaan Islam di kalangan usahawan Islam berdasarkan maklumat yang dikumpulkan melalui

beberapa siri temu bual yang telah dilakukan. Perbincangan ini dibahagikan kepada tiga kerangka utama iaitu (1) Etika, moral dan akhlak, (2) Etika Perniagaan dan Etika Perniagaan Islam (EPI), dan (3) Pelaksanaan etika perniagaan Islam dalam empat fungsi perniagaan.

Etika, moral dan akhlak

Penyelidik telah menetapkan tiga sub-kategori maklumat yang harus dikumpul dalam setiap proses temu bual yang dijalankan seperti berikut:

- i. Kepentingan etika, moral dan akhlak; para usahawan bersetuju bahawa sifat buruk usahawan akan mempengaruhi prestasi syarikat manakala usahawan yang beretika, bermoral dan berakhlak mulia mempunyai keyakinan diri yang tinggi serta bersifat amanah. Oleh sebab ianya berkait dengan ajaran Islam, pelaksanaan EPI dalam perniagaan bererti mereka telah melaksanakan sebahagian tugas menjaga agama Islam, sebagai imbuhan mereka percaya Islam (Allah) akan menjaga perniagaan mereka.
- ii. Pengaruh Islam terhadap etika, moral dan akhlak; pelaksanaan EPI amat berkait rapat serta dipengaruhi oleh ajaran Islam. Sebagai suatu cara hidup, Islam telah mengajar semua perkara kepada umatnya. Pada masa yang sama ia juga adalah sunah para Nabi dan Rasul. Manusia yang amanah hanya wujud sekiranya mereka melaksanakan tuntutan agama dalam kehidupan mereka termasuk dalam aktiviti keusahawanan.
- iii. Halangan dalam pelaksanaan etika, moral dan akhlak; Manusia mempunyai keinginan dan sifat tersendiri dalam melakukan kebaikan atau keburukan. Keinginan untuk hidup secara beretika datang dari dalam diri manusia sendiri. Mereka sendiri akan menentukan untuk melakukan kebaikan atau sebaliknya. Selain dari itu faktor luaran seperti kekangan dalam memperoleh bantuan modal dan kemudahan kewangan Islam juga dilihat sebagai suatu halangan yang mesti di atasi dalam pelaksanaan EPI ini.

Perbincangan tentang etika, moral dan akhlak adalah tentang sifat-sifat baik atau buruk, tindakan-tindakan yang betul atau salah dan perkara-perkara yang dibenarkan atau dilarang. Perbezaan utama di antara setiap istilah ini ialah tentang sumber-sumber yang menjelaskan kedudukan setiap tindakan yang dilakukan oleh manusia. Etika dan moral yang wujud tanpa nilai-nilai akhlak akan melahirkan individu beretika dalam organisasi atau kumpulan mereka selagi mereka tertakluk kepada peraturan yang ditetapkan. Pada masa yang sama, tidak dapat dipastikan adakah mereka akan kekal sebagai individu yang beretika sekiranya berada di luar organisasi atau entiti perniagaan mereka. Sedangkan nilai-nilai akhlak yang sebatik dalam diri individu akan terus terlaksana pada setiap masa dan keadaan kerana ia adalah sifat sebenar mereka dan juga telah menjadi sebahagian dari diri mereka. Secara umumnya, "*setiap perkara yang berbangkit tentang etika, moral dan akhlak tidak dapat dipisahkan dengan ajaran Islam*".

Etika Perniagaan (EP) dan Etika Perniagaan Islam (EPI)

Perbincangan tentang EPI secara jelasnya merujuk kepada teori-teori akhlak dalam konteks perniagaan. Pelbagai teori yang dibuat dalam bidang perniagaan seharusnya dirangkaikan dengan prinsip-prinsip akhlak sebelum ia digunakan terutamanya oleh orang Islam. Secara umumnya, tidak ada perbezaan yang jelas di antara EP dan EPI. Ia berkemungkinan berbeza pada roh dan jiwanya sahaja. Jiwa dan roh Islam hanya wujud pada individu Muslim yang mempunyai komitmen untuk melaksanakan Islam sebagai cara hidup. Secara ringkasnya, "*setiap usahawan Islam yang beretika kerana etika semata-mata, dia sebenarnya melaksanakan EP. Tetapi sekiranya EP itu diamalkan kerana tuntutan Islam maka ia boleh dikatakan melaksanakan EPI*".

Justeru, kedudukan niat amat penting dalam Islam kerana ia akan menentukan hala tuju sesuatu tindakan serta akan menunjukkan cara dan kaedah untuk melaksanakannya. Niat yang betul berserta dengan cara yang betul akan menjadikan setiap perbuatan sebagai suatu ibadah kepada Allah SWT. Di antara niat atau tujuan yang diharuskan untuk memulakan sesuatu perniagaan ialah "*keperluan ekonomi, membuka ruang kreativiti dan kebebasan, menghapuskan pengangguran dan mencipta peluang kerja, membantu orang lain, menyumbang kepada pembangunan negara serta untuk menyebarkan ajaran Islam*".

Kerangka asas EPI terdiri ialah takwa (tauhid) dan ibadah kepada Allah. Daripada kerangka asas ini, lahir beberapa elemen lain yang akan melengkapkan sifat keperibadian Muslimpreneurs. Unsur-unsur takwa dalam diri Muslimpreneurs dapat dilihat secara zahir melalui pelaksanaan ibadah wajib dan sunat yang bersifat fardu ain dan juga fardu kifayah. Ia termasuk solat, puasa, haji dan

umrah, mengeluarkan zakat, bersedekah dan sebagainya. Muslimpreneurs juga mementingkan yang halal, kebersihan, penjagaan alam sekitar serta menjaga hubungan persaudaraan Islam (*ukhuwwah Islamiyyah*).

“Selain dari takwa dan ibadah yang membentuk kerangka asas EPI, ia juga meliputi beberapa nilai lain termasuk mengutamakan yang halal, tidak membazir, melaksanakan nilai moral yang tinggi, prihatin terhadap kebajikan, berilmu pengetahuan dan mengambil berat terhadap masyarakat dan alam sekitar”. Perbincangan ini ditunjukkan secara ringkas dalam RAJAH 1.

Pelaksanaan Etika Perniagaan Islam Dalam Empat Fungsi Perniagaan

Sifat keperibadian Muslimpreneurs dapat dihuraikan secara terperinci berdasarkan tindakan-tindakan dalam melaksanakan aktiviti perniagaan mereka. Lebih penting lagi, para responden bersetuju bahawa pelaksanaan EPI di kalangan para usahawan akan dapat dilihat secara jelas melalui pemerhatian terhadap cara-cara dan kaedah-kaedah yang mereka guna pakai dalam empat fungsi perniagaan sebagaimana berikut:

i. Etika Perniagaan Islam dalam Penghasilan Produk

Perbincangan tentang penghasilan produk adalah berdasarkan tiga perkara utama iaitu pengeluaran produk secara beretika, kepentingan pensijilan Halal dan cabaran dalam menghasilkan produk secara beretika. Untuk menghasilkan produk secara beretika, terdapat beberapa perkara yang mesti diberi perhatian dan dilakukan secara konsisten. Ia termasuk amanah dan bertanggungjawab, menjaga dan mengekalkan kebersihan diri dan premis, melakukan kajian dan penyelidikan (R&D) terhadap produk, penggunaan bahan mentah yang suci dan bersih (*halalan thoyyiba*). Pada masa yang sama, rasa yakin dan percaya bahawa Allah SWT sentiasa melihat segala perbuatan yang dilakukan akan menjadi unsur kawalan terkuat untuk para usahawan bekerja dengan penuh beretika.

Dalam usaha untuk memastikan setiap produk yang dihasilkan adalah sah menurut perspektif Islam, Muslimpreneurs dilihat amat mementingkan beberapa faktor seperti *halalan thoyyiba*, manfaat dari produk yang dihasilkan, nilai-nilai ibadah dalam penghasilan produk serta tahap daya saing produk tersebut. Mereka juga berusaha keras memastikan produk-produk mereka memenuhi prinsip-prinsip asas pengeluaran produk dalam Islam termasuk suci dan bersih, menepati konsep *maslahah*, mencapai *maqasid syariah*, berdasarkan keutamaan yang diharuskan (*al-awlawiyyat*) serta tidak mendatangkan mudarat.

Dalam menghasilkan produk halal, mereka akan memastikan bahan mentah yang digunakan adalah halal. Di samping itu, mereka juga melaksanakan prosedur kerja yang halal seperti tidak menipu, tidak mengamalkan riba serta menjaga kebersihan. Muslimpreneurs juga dilihat mematuhi semua syarat dan peraturan yang ditetapkan oleh pihak berkuasa. Sebagai pelengkap kepada amalan mereka, mereka berusaha untuk memperoleh pensijilan halal. Pensijilan halal dilihat mampu membantu mereka meningkatkan taraf syarikat dan produk keluaran mereka dan meningkatkan tahap keyakinan pelanggan. Pada masa yang sama, secara automatik mereka akan turut mempunyai jadual pemantauan pematuhan syariah yang tetap.

ii. Etika Perniagaan Islam dalam Pemasaran Produk

Pemasaran adalah fungsi perniagaan yang bertujuan untuk mengenal pasti keperluan pengguna serta menentukan sasaran pasaran sesuatu produk dan perkhidmatan. Ia memberi tumpuan utama kepada kualiti serta nilai dan kepuasan kepada pengguna (Meera Singh, 2012). Strategi pemasaran yang biasa digunakan adalah *Marketing Mix* yang lebih dikenali sebagai ‘4P’ (Produk atau Perkhidmatan, Tempat, Harga dan Promosi). Gabungan 4P ini dilihat mampu mencapai sasaran pemasaran yang ditetapkan pada sesuatu sasaran pasaran yang khusus.

Walau bagaimanapun, etika pemasaran Islam dilihat cuba menggabungkan prinsip memaksimumkan nilai dengan prinsip-prinsip ekuiti dan keadilan untuk mewujudkan kebajikan kepada masyarakat. Etika pemasaran Islam yang berdasarkan prinsip-prinsip keadilan dan kesaksamaan dilihat berbeza dengan etika konvensional dalam pelbagai keadaan (Saeed, Ahmad, & Mukhtar, 2001). Berdasarkan perbezaan ini, Muslimpreneurs disarankan untuk menggunakan konsep 5P dalam pemasaran. Konsep 5P dalam pemasaran terdiri dari Produk atau Perkhidmatan, Tempat, Harga, Promosi dan Manusia (Abul Hassan, Abdelkader Chachi, & Salma Abdul Latiff, 2008).

Di sebalik cadangan pelaksanaan konsep 5P dalam pemasaran yang mungkin agak asing di kalangan Muslimpreneurs, mereka yakin bahawa pensijilan halal terhadap produk yang dikeluarkan

dapat memberi lebih banyak faedah dan lebih menjamin kelangsungan perniagaan mereka. Pada masa yang sama, Muslimpreneurs juga didapati tidak terlibat secara langsung dengan perkara-perkara yang diharamkan oleh Islam. Secara umumnya mereka bebas dari kontrak yang haram dan meragukan seperti *bai' al-najash* dan *bai' al-hasāt*. Mereka juga bebas dari unsur-unsur riba, rasuah, monopoli dan manipulasi.

Proses pengiklanan produk dilakukan dengan mengambil kira faktor-faktor seperti benar dan telus, penentuan harga yang munasabah, tiada amalan diskriminasi serta tiada unsur paksaan dan penipuan. Mereka juga hanya bersedia menggunakan duta-duta produk yang tepat dengan prinsip-prinsip Islam. Dalam menghadapi persaingan perniagaan, Muslimpreneurs lebih cenderung memenangi sesuatu persaingan melalui peningkatan kualiti dan manfaat produk berbanding menggunakan pendekatan negatif seperti memburuk-burukkan pesaing. Mereka juga lebih cenderung meningkatkan kadar jualan syarikat melalui hubungan baik dengan pelanggan serta penonjolan peribadi dan etika yang baik

iii. Etika Perniagaan Islam dalam Pengurusan Kewangan

Melaksanakan sistem Kewangan Islam adalah penting kepada setiap Muslimpreneurs sebagaimana pentingnya penghasilan produk dalam perusahaan mereka. Ini adalah berdasarkan kepada hakikat bahawa setiap Muslim adalah tertakluk kepada prinsip-prinsip Islam dalam semua aspek kehidupan mereka. Dalam konteks perniagaan, usaha-usaha untuk mendapatkan rezeki yang halal hanya boleh berjaya jika dilakukan bertepatan serta bersesuaian dengan prinsip-prinsip Islam. Tiga perkara utama yang diberi perhatian dalam pengurusan kewangan Islam ialah ia mesti bebas dari unsur riba, ketidakpastian (*gharar*) dan perjudian (*maysir*) sebagaimana dinyatakan secara jelas di dalam al-Quran dan al-Hadis.

Muslimpreneurs menyedari dan memahami bahawa pengurusan kewangan dalam perniagaan adalah berkaitan dengan perolehan dan perbelanjaan. Justeru mereka perlu memastikan semua sumber perniagaan dan perbelanjaan pendapatan perniagaan dilakukan sesuai dengan ketetapan dalam Islam. Di antara isu penting perolehan kewangan ialah modal perniagaan. Untuk mengelakkan dari terlibat dengan sumber-sumber yang haram, Muslimpreneurs di dapati lebih suka menggunakan simpanan sendiri, keluarga dan sahabat terdekat. Sekiranya perlu menggunakan khidmat institusi kewangan, mereka memilih institusi kewangan Islam atau memohon geran-geran dari agensi-agensi yang tidak berasaskan faedah.

Islam telah menggariskan dua panduan asas terhadap perbelanjaan dari pendapatan perniagaan iaitu (1) perbelanjaan terhad kepada tujuan-tujuan yang halal sahaja, dan (2) dilakukan berdasarkan keutamaan (*al-awlawiyyat*). Pada masa yang sama, Islam menjelaskan bahawa terdapat dua bentuk perbelanjaan iaitu halal dan haram. Perbelanjaan yang halal merangkumi belanja-belanja wajib dan sunat.

Dalam melakukan perbelanjaan wajib, Muslimpreneurs didapati berjaya melaksanakannya dengan baik dan taat. Mereka didapati mampu menguruskan pembayaran gaji dan upah pekerja, menyelesaikan kos-kos pengurusan, mengeluarkan zakat, melangsaikan hutang-hutang perniagaan dan sebagainya pada masa dan kadar yang ditetapkan. Pada masa yang sama, Muslimpreneurs juga cenderung mengeluarkan belanja pada benda-benda yang tidak diwajibkan kepada mereka seperti pemberian bonus dan hadiah serta kenaikan gaji kepada pekerja. Keprihatinan mereka terhadap larangan-larangan dalam perbelanjaan juga menjadikan mereka cukup berhati-hati dalam setiap perbelanjaan yang dilakukan. Mereka sedaya upaya cuba menghindari perbelanjaan yang tidak perlu, membazir dan juga tidak boros. Kesedaran ini timbul kerana terdapat larangan yang jelas dari al-Quran dan al-Hadis terhadap sikap boros dan membazir.

iv. Etika Perniagaan Islam dalam Pengurusan Sumber Manusia

Pekerja adalah aset paling bernilai bagi sesebuah syarikat kerana mereka memberikan sumbangan yang besar terhadap kejayaan sesebuah syarikat atau perusahaan. Hubungan di antara pekerja dengan majikan termasuk dalam kategori *hablumminannas*. Justeru, Islam menyarankan agar hubungan di antara kedua-duanya harus dibina berdasarkan kerangka ajaran Islam. Menerusi pendekatan ini, para pekerja akan dianggap sebagai suatu amanah dan aset syarikat bukan hanya semata-mata sebagai buruh.

Dengan memahami bahawa setiap rezeki dari Allah SWT adalah satu nikmat yang mesti dikongsi bersama secara adil, Muslimpreneurs akan terhindar dari melakukan kezaliman dan penganiayaan terhadap pekerjanya. Oleh sebab itu, mereka tidak teragak-agak menunaikan

tanggungjawab dan hak terhadap pekerja mereka. Ia meliputi ruang melakukan kegiatan agama, kemasyarakatan, hak dalam perjawatan, gaji dan sebagainya.

Dari sudut perjawatan pula, pekerja-pekerja akan dilantik berdasarkan kelayakan, kemampuan dan keinginan mereka untuk bekerja. Pada masa yang sama, kemampuan syarikat turut diambil kira sebelum seseorang pekerja dilantik. Penetapan gaji dan upah juga turut dilakukan berdasarkan faktor-faktor di atas. Muslimpreneurs turut mempertimbangkan beberapa faktor lain Ia seperti garis kemiskinan, kos hidup serta gaji minimum dalam penentuan gaji dan upah. Walau bagaimanapun, faktor saiz syarikat juga turut menjadi sebab kebanyakan Muslimpreneurs cenderung mengupah pekerja di kalangan ahli keluarga mereka sahaja.

PENUTUP

Dari sesi-sesi temu bual yang dilakukan, wujud hubungan yang rapat di antara takwa dan ibadah kepada Allah SWT dengan pelaksanaan EPI di kalangan Muslimpreneurs. Pelaksanaan ibadah-ibadah wajib dan sunat menunjukkan kewujudan nilai-nilai etika dalam konteks *hablumminallah*. Jelas di sini bahawa pelaksanaan ibadah wajib menjadi bukti bahawa seseorang individu itu adalah orang yang beretika. Ia menepati tujuan penciptaan makhluk sebagaimana firman Allah SWT yang bermaksud:

“Dan (ingatlah) Aku tidak menciptakan jin dan manusia melainkan untuk mereka menyembah dan beribadat kepadaKu.” (Surah al-Dzāriyāt, 51: 56)

Walaupun pelaksanaan ibadah menjadi bukti kewujudan akhlak dengan Allah SWT, ia sepatutnya dilakukan dengan ikhlas, tawadhu’ (rendah diri), istiqamah dan komprehensif. Untuk menyempurnakan proses pembentukan akhlak ini, Muslimpreneurs harus meningkatkan lagi amalan kebaikan dalam hubungannya sesama manusia (*hablumminannas*) dan alam sekitar. Justeru segala tindakan yang bertentangan nilai-nilai akhlak Islam mesti dijauhi. Pelaksanaan EPI di kalangan Muslimpreneurs menjadikan mereka berbeza dengan lain-lain usahawan Islam. Sebagai sebahagian dari ibadah kepada Allah SWT, EPI akan diamalkan dengan lebih ikhlas, jujur dan yakin oleh setiap Muslimpreneurs kerana mereka akan berfikir dan bertindak ikhlas kerana Allah SWT. Ini amat bersesuaian dengan matlamat etika Islam untuk mencapai takwa dan akhlak mulia menerusi ibadah dan kesempurnaan akhlak.

NOTA RUJUKAN

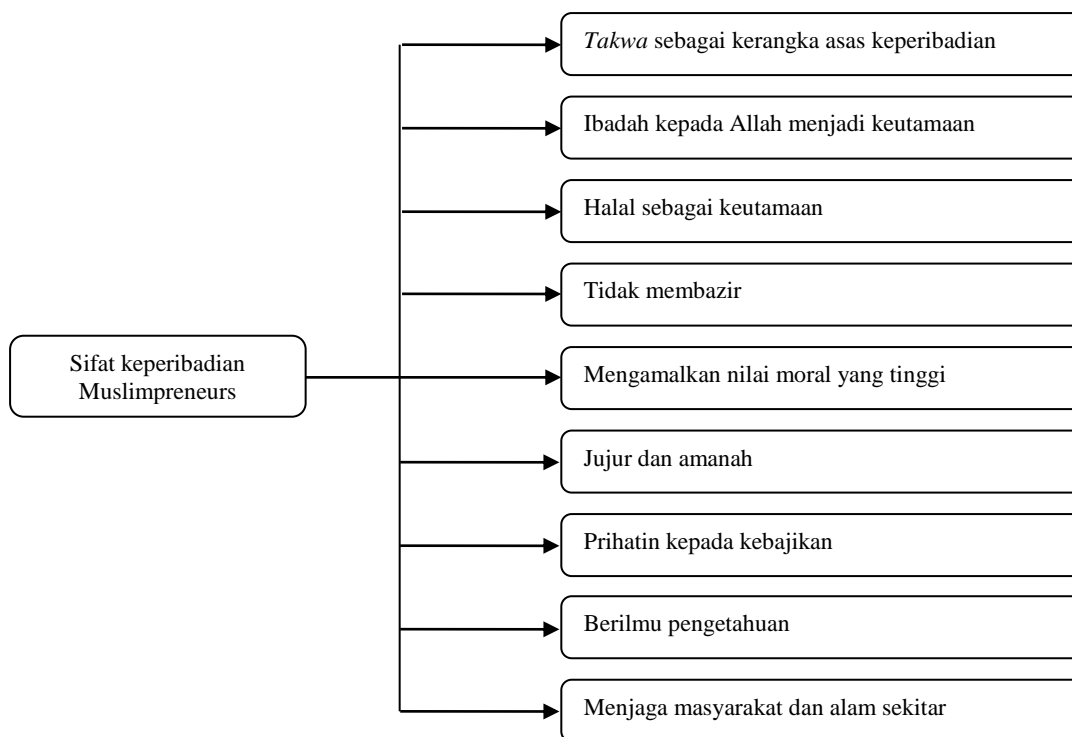
¹ Semua terjemahan ayat-ayat al-Quran di dalam artikel ini adalah berpandukan kepada Sheikh Abdullah Basmeih (2002). *Tafsir Pimpinan Ar-Rahman Kepada Pengertian al-Qur’an*. Kuala Lumpur: Darul Fikir.

² Muhammad ibn ‘Isa Al-Tirmidhi. 1937. Chapter 3: About warning against lying and false testimony, Hadis no. 1213; Nasiruddin Al-Khattab (Trans). (2007). *English Translation of Sunan Ibnu Majah*, Hadis no. 2139.

RUJUKAN

- Abu Hamid Muhammad al-Ghazali. (1990). *Ihya’ Ulum al-Din* (Volume 3.). Damsyik: Dar al-Khayr.
- Abul Hassan, Abdelkader Chachi, & Salma Abdul Latiff. (2008). Islamic Marketing Ethics and Its Impact on Customer Satisfaction in the Islamic Banking Industry. *JKAU: Islamic Econ.*, 21(1), 27–46.
- Bailey, J. (1986). Learning styles of successful entrepreneurs. In K. Ronstadt, R., Hornaday, R., Peterson, R., Vesper (Ed.), *Frontiers of Entrepreneurship* (pp. 199–210). Wellesley, MA: Babson College.
- Beekun, R. I. (1996). *Islamic Business Ethics*. Virginia: International Institute of Islamic Thought.
- Burn, R. B. (1995). *Introduction to Research Methods*. Melbourne: Longman.
- Cooper, A. C., Dunkelberg, W. C., & Woo, C. Y. (1988). Survival and failure: A longitudinal study. In Kirchoff B.A., Long W.A., McMullen W.E, Vesper K.H., Wetzel, W (Eds.), *Frontiers of Entrepreneurship Research* (pp. 225–237). Wellesley, MA: Babson College.
- Hisrich, R.D., & Peters, M. P. (1995). *Entrepreneurship. Starting, Developing, and Managing a New Enterprise* (3rd ed.). Boston: Irwin/McGraw-Hill.

- Ibn Miskawayh. (1961). *Tahdhib al-Akhlaq*. Beirut: Mansyurwarat Dar Maktabah al-Hayah.
- Ibrahim Abu Bakar. (1997). *Ciri-ciri Usahawan Islam*. Kuala Lumpur: JAKIM.
- Ideris Haji Zainuddin. (2013, July 1). Manager, Perniagaan Ideris Zainudin. (Mohd. Faizal P.Rameli, Interviewer)
- James H. Donnelly Jr. (1998). *Fundamentals of Management*. (10, Ed.). Boston: Irwin/McGraw-Hill.
- Judy Pearsall (Ed.). (1999). *The Concise Oxford Dictionary* (10th ed.). Oxford: Oxford University Press.
- Meera Singh. (2012). Marketing Mix of 4P ' S for Competitive Advantage. *IOSR Journal of Business and Management (IOSRJBM)*, 3(6), 40–45.
- Merriem, S. B. (1998). *Qualitative Research and Case Study Applications in Education* (2nd ed.). San Francisco: Jossey-Bass.
- Mohamad Shah Mohammad. (2013, July 3). Operation Manager, Ismail Food Enterprise. (Mohd. Faizal P.Rameli, Interviewer)
- Mohammad Noorizzuddin Nooh & Hisham Sabri. (2005). Konsep Penjenamaan: Sektor Pemakanan Milik IKS Muslim. In *E-Prosiding Seminar Keusahawanan Islam Peringkat Kebangsaan 2005*. Kuala Lumpur: Akademi Pengajian Islam Universiti Malaya.
- Mohd Faizal P.Rameli, Muhammad Ridhwan, A.A. & Kalsom, A. W. (2013a). The Entrepreneurs Characteristic from al-Quran and al-Hadis. *International Journal of Trade, Economics and Finance*, 4(4), 191–196. doi:10.7763/IJTEF.2013.V4.284
- Mohd Faizal P.Rameli, Muhammad Ridhwan, A.A. & Kalsom, A. W. (2013b). The Muslim Entrepreneurs Characteristic From Mu'amalat Perspective. In *The 5th Islamic Economic System Conference 2013 (iECONS2013)*, Sept. 4-5. Kuala Lumpur: Universiti Sains Islam Malaysia (USIM).
- Mote, Dave, & Heil, K. (2000). Business Ethics. In J. A. Malonis (Ed.), *Encyclopedia of Business* (2nd ed.). Detroit, Mich: Gale Group Inc.
- Muhammad ibn 'Isa Al-Tirmidhi. (1937). *al-Jami' al-Sahih: Wa Huwa Sunan al-Tirmidhi* (Tab'ah 1.). Misr: Mustafa al-Babi al-Halabi.
- Muhammad Shukri Jaafar. (2013, July 2). Manager, Shukri Food & Beverages Enterprise (Re-Cool). (Mohd. Faizal P.Rameli, Interviewer)
- Mushtaq Ahmad. (2001). *Etika Bisnis Dalam Islam*. Jakarta Timur: Pustaka al-Kautsar.
- Nasiruddin Al-Khattab (Trans). (2007). *English Translation of Sunan Ibnu Majah*. Riyadh: Maktabah Darussalam.
- Nor 'Azzah Kamri. (2009). Etika Usahawan Muslim Berpandukan Al-Quran dan Al-Sunnah. In Nor 'Azzah Kamri, Mohd Abd. Wahab Fathoni Mohd Balwi, & Ahmad Sufyan Che Abdullah (Ed.), *Keusahawanan Islam: Konsep dan Isu-isu Pelaksanaannya*. Kuala Lumpur: Jabatan Syariah dan Pengurusan, APIUM.
- Noresah Baharom (Ed.). (2000). *Kamus Dewan* (3rd ed.). Kuala Lumpur: Dewan Bahasa dan Pustaka.
- O'Neil, P. M. (1995). Ethics. In J. K. Roth (Ed.), *International Encyclopedia Of Ethics*. London: Fitzroy Dearborn Publishers.
- Perry, S. C. (2001). The relationship between written business plans and the failure of small businesses. *The U.S. Journal of Small Business Management*, 39(3), 201–208.
- Saeed, M., Ahmad, Z. U., & Mukhtar, S. M. (2001). International Marketing Ethics from an Islamic Perspectives: A Value Maximization Approach. *Journal of Business Ethics*, 73(32), 171–183.
- Scarborough, Norman M. & Zimmerer, T. W. (2006). *Effective Small Business Management: An Entrepreneurial Approach* (8th ed.). New Jersey, NJ: Pearson/Prentice Hall.
- Sheikh Abdullah Basmeih. (2002). *Tafsir Pimpinan Ar-Rahman Kepada Pengertian al-Qur'an*. Kuala Lumpur: Darul Fikir.
- Silverman, D. (2000). *Doing Qualitative Research: A Practical Handbook*. London: Thousand Oaks.
- Vesper, K. (1980). *New Venture Strategies*. New Jersey, NJ: Prentice Hall.
- Yin, R. K. (1994). *Case Study Research: Design and Methods* (2nd ed.). Thousand Oaks, Calif: Sage.
- Yusuf Al-Qaradhawi. (1995). *Al-ibadah fi al-Islam (al-Taba'ah 24)*. Cairo: Maktabah Wahbah.



RAJAH 1: Sifat Keperibadian Muslimpreneurs

JADUAL 1: Pelaksanaan Etika Perniagaan Islam dalam 4 Fungsi Perniagaan

Fungsi Perniagaan	Elemen-elemen Etika
Pengeluaran	<p>Jenis produk: memenuhi konsep <i>halalan thoyyiba</i>, memberi manfaat dan berfaedah, ada nilai-niali ibadah, berdaya maju dan berdaya saing.</p> <p>Memenuhi prinsip asas pengeluaran dalam Islam: <i>halalan thoyyiba</i>, berdasarkan masalah, memenuhi <i>Maqasid Shari'ah</i> dan <i>al-Awlawiyyat</i>, tidak memberi bahaya dan mudarat.</p> <p>Menghasilkan produk secara beretika: bahan yang halal, cara kerja yang halal, tidak menipu, tiada riba dan rasuah, menjaga kebersihan, dapatkan sijil halal, patuhi semua syarat dan prosedur.</p>
Pemasaran	<p>Tidak terlibat dengan transaksi yang haram: termasuk <i>Bai' al-Najash</i>, riba, monopoli dan manipulasi</p> <p>Pengiklanan yang benar, jelas dan telus: tidak zalim dan menganiaya, harga yang adil, tidak memaksa pelanggan, tiada unsur <i>gharar</i>, tidak menipu, duta produk patuh syariah.</p> <p>Pemulangan produk dibenarkan dengan sebab-sebab yang munasabah: melaksanakan konsep <i>khiyar</i></p> <p>Persaingan: tingkatkan kualiti produk, tonjolkan kelebihan produk dengan benar, tidak merendah-rendahkan pesaing, kekalkan etika dan moral.</p>
Kewangan	<p>Mematuhi prinsip kewangan Islam: halal, niat yang betul, tiada <i>riba'</i>, <i>gharar</i> dan <i>maysir</i>.</p> <p>Modal dari sumber yang halal: Pinjaman <i>Qard al-Hasan</i>, modal sendiri atau keluarga, bersifat jujur dan amanah.</p> <p>Belanja berdasarkan keutamaan (al-Awlawiyyat): utamakan belanja wajib meliputi kos buruh dan pengurusan, zakat, hutang; belanja lain termasuk bonus, hadiah dan sedekah; hindari pembaziran, boros serta sifat <i>riya'</i>.</p>
Sumber Manusia	<p>Pelantikan pekerja: kemampuan pekerja dan syarikat; gaji yang adil dan sesuai dengan situasi pekerja, syarikat dan persekitaran.</p> <p>Hubungan: dibina berdasarkan Islam sebagai <i>al-Din</i>, pekerja adalah aset bukan buruh semata-mata, yakin bahawa rezeki adalah nikmat dan amanah, wujudkan hubungan yang baik dan adil, laksanakan tanggungjawab terhadap pekerja dalam semua aspek.</p>

Sumber: Ideris (2013); Mohamad Shah (2013) dan Muhammad Shukri (2013)