

**SOROTAN LITERATUR SISTEMATIK: INDIKATOR USAHAWAN BERJAYA
MENURUT PERSPEKTIF ISLAM**
**SYSTEMATIC LITERATURE REVIEW: SUCCESSFUL ENTREPRENEUR
INDICATOR THROUGH ISLAM PERSPECTIVES**

Siti Nor Atiqah Amran^{1*}, Syarul Azman Shaharuddin², Abur Hamdi Usman³, Muhammad Yusof Marlon Abdullah⁴, Mariam Abd Majid⁵

¹ Pembantu Penyelidik Siswazah di Kolej Universiti Islam Antarabangsa Selangor, atigamran96@gmail.com

² Pensyarah Kanan di Kolej Universiti Islam Antarabangsa Selangor, syarulazman@kuis.edu.my

³ Pensyarah Kanan di Kolej Universiti Islam Antarabangsa Selangor, aburhamdi@kuis.edu.my

⁴ Pensyarah Kanan di Kolej Universiti Islam Antarabangsa Selangor, yusufmarlon@kuis.edu.my

⁵ Profesor Madya di Kolej Universiti Islam Antarabangsa Selangor, mariam@kuis.edu.my

*Penulis penghubung

Artikel diterima: 7 Okt. 2020

| Selepas Pembetulan: 14 Okt. 2020

| Diterima untuk terbit: 23 Nov. 2020

Abstrak

Keusahawanan Islam mempunyai garis panduan yang tersendiri bagi menjelaskan indikator usahawan berjaya. Keusahawanan Islam juga merangkumi aspek *rabbani* dan *insani* iaitu tugas serta tanggungjawab seorang hamba dan seorang khalifah atau memenuhi tuntutan *hablumminalAllah* dan *hablumminannas* iaitu hubungan hamba dengan pencipta dan hubungan manusia sesama manusia. Wujud perbezaan yang signifikan antara perspektif Islam dan Barat dalam menjelaskan indikator usahawan berjaya. Namun begitu, perbezaan yang wujud tidak begitu ketara malah perspektif barat dan perspektif Islam boleh dimanfaatkan bagi membentuk simbiotik indikator yang holistik. Kajian ini bertujuan mengkaji indikator usahawan berjaya menurut perspektif Islam. Pengkaji menggunakan metodologi sorotan literatur sistematik (*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 tujuh artikel yang membincangkan indikator usahawan berjaya menurut perspektif Islam. Berdasarkan tujuh artikel yang dianalisis, terdapat tiga elemen untuk indikator usahawan berjaya iaitu; amalan agama, pengamalan nilai-nilai agama dan pengurusan perniagaan. Elemen ini membantu meningkatkan keyakinan serta membentuk keperibadian usahawan berjaya. Justeru itu, kajian ini diharapkan dapat mengembangkan kajian yang berkaitan bidang keusahawanan terutamanya masyarakat muslim.

Kata kunci

Indikator, Kriteria, Usahawan, Berjaya, Perspektif Islam

Abstract

Islamic entrepreneurship has its guidelines to determine the criteria of successful entrepreneurs. Islamic entrepreneurship consists of aspects rabbani and insani besides the duties and responsibilities of Muslim as a servant and a caliph. Furthermore, Muslims are obligated to fulfill hablummin Allah and hablummin al-nas which means establishing good relationships among humans and good devotion with the creator, Allah The Almighty. There are significant differences between Islamic and Western perspectives in defining the criteria of successful entrepreneurs. However, the differences that exist are not too significant that even western perspectives and Islamic perspectives can be utilized to form a symbiotic holistic criterion. This study aims to examine the indicators of successful entrepreneurs according to the Islamic perspective. The researcher utilizes the Systematic Literature Review methodology which is a method that focuses on the needs of the study based on previous studies review. This methodology has three stages to select articles that are suitable for the study, namely, identification, screening, and eligibility. The findings of the study obtained seven articles that discuss the indicators of successful entrepreneurs according to the Islamic perspective. The seven articles studied discussed the elements of religious practice, the practice of religious values, and business management. These elements help increase confidence, strengthen tenacity as well as form the personality traits of successful entrepreneurs. Therefore, this study is expected to contribute to the field of entrepreneurship research, especially in empowering entrepreneurship among Muslims.

Keywords

Indicator, Entrepreneur, Successful, Perspective, Islam

1. Pendahuluan

Usahawan adalah individu yang melakukan aktiviti perniagaan dengan konsisten, melibatkan kompenan bersesuaian dengan keusahawanan. Kejayaan usahawan bergantung kepada beberapa komponen bagi menjayakan sesebuah perniagaan. Dalam kajian Mubarak (2015) amalan-amalan agama adalah kompenan utama dalam konteks keusahawanan. Hal ini, kerana keyakinan dan kebergantungan kepada Allah SWT membina motivasi, membentuk sikap usahawan muslim serta pencapaian dalam diri. Terdapat beberapa kajian berkaitan dengan personaliti, etika dan cara pengurusan perniagaan. Semua kriteria tersebut berbalik kepada pegangan agama (P Rameli, Mohd Amin, Sharif, Che Man & Mohd Aris, 2017; P. Rameli, Ab. Aziz, Ab Wahab, & Mohd. Amin, 2014; Yusof, Hamed, Md Tahir, & Othman, 2018). Menurut Wan Sabri (2003); Yaacob dan Azmi (2012); Faizal, Ridhwan dan A.Kalsom (2013); Salwa, Shahbudin, dan Kamaruzaman, (2013); Abdullah (2013); Mubarak (2017); Yusof, Hamed, Md Tahir dan Othman (2018b) spiritual adalah penyumbang utama kepada kejayaan usahawan muslim, kerana ia mempengaruhi personaliti individu dan cara pengurusan peniagaan.

Keusahawanan berkait rapat antara hubungan manusia dan pencipta (Yusof, Hamed, Md Tahir, & Othman, 2018). Pendapat ini dikukuhkan dengan Mubarak (2015) yang berpendapat spiritual atau kerohanian merujuk kepada aplikasi paradigma tauhid dalam mewujudkan kebersamaan antara urusan dunia dan akhirat. Manakala Abd Muin, Abu Bakar dan Abdullah (2014) menyatakan keusahawanan merupakan amalan usahawan bagi menjaga hubungan antara hamba dengan pencipta, hubungan antara manusia dengan manusia dan hubungan antara manusia dengan alam, serta mencapai keredhaan Allah.

Kajian ini memfokuskan kepada indikator usahawan berjaya menurut perspektif Islam. Hal ini, pengkaji melihat 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 Mohd Zulkifli (2008) menyatakan bahawa Syed Mokhtar al-Bukhari mengabungkan aktiviti perniagaan dan amalan agama.

2. Usahawan Berjaya

Usahawan berjaya adalah usahawan yang telah melakukan aktiviti keusahawanan dan telah berjaya mendapatkan keuntungan hasil daripada aktiviti tersebut (Abd Mun, Abdullah, Che Omar, Aziz & Ibrahim 2018). Islam telah melandaskan setiap aktiviti manusia dengan panduan yang *syumul* agar menjadi mukmin yang cemerlang dan berjaya berdasarkan akidah, amalan dan akhlak. Tatacara penghidupan yang terbaik telah digariskan oleh Allah buat hambanya, al-Quran dan as-Sunnah menjadi panduan dan akal fikiran digunakan bagi mencapai tujuan hidup mendekati diri kepada pencipta (Abd Muin, Abdullah & Bahari, 2015). Setiap pekerjaan dan perjalanan hidup Allah memberi panduan untuk hambaNya agar melaksanakan setiap perkara dalam keredhaanNya kerana Islam adalah cara hidup yang mengikut fitrah manusia. Tauhid menerangkan hakikat kewujudan Allah SWT dan fitrah manusia (usahawan) di dunia ini (Yusof, Hamed, Md Tahir, & Othman 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 (Nadzirah, 2017). Firman Allah SWT:

تِلْكَ مِنْ أَنْبَاءِ الْعِيبِ 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”

Surah Hud (11):49

Secara ringkasnya ayat ini menjelaskan, terdapat banyak kisah nabi Nuh yang tidak diketahui oleh Rasulullah dan kaumnya. Pengetahuan mengenai kisah para nabi adalah daripada wahyu yang disampaikan kepada Rasulullah. 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-Qurṭubī,

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 (Abdul Hamid, Sa'ari, Abdul Rahman, & Ishak, 2013). Bidang keusahawanan termasuk kategori muamalat, selari dengan kajian Abd Muin, Abdullah, Che Omar, Aziz dan Ibrahim (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. 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 agama, 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.

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, A. Rahman & Mohd Rafi 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, & Md Razali, 2019; R. Usop, 2017). Menurut Ibrahim, Musani, dan Mohd Zulkifli (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 yang mengaplikasikan moral dan nilai Islam dalam aktiviti peniagaan menjadi salah satu faktor utama kejayaan dan kepuasan diri. Pendapat ini diberi penekanan dalam Salwa, Shahabudin, dan Kamaruzaman (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.

Selain itu, usahawan yang lahir daripada keluarga berniaga, motivasi diri, pengalaman bekerja dengan peniaga lain dan suka kepada kehidupan bersosial mempengaruhi keputusan menjadi peniaga dan mempengaruhi kejayaan perniagaan dalam kalangan usahawan Melayu. Perkara yang sama juga berlaku dalam kalangan usahawan bangsa Cina (Whah, 2003).

3. Metodologi Kajian

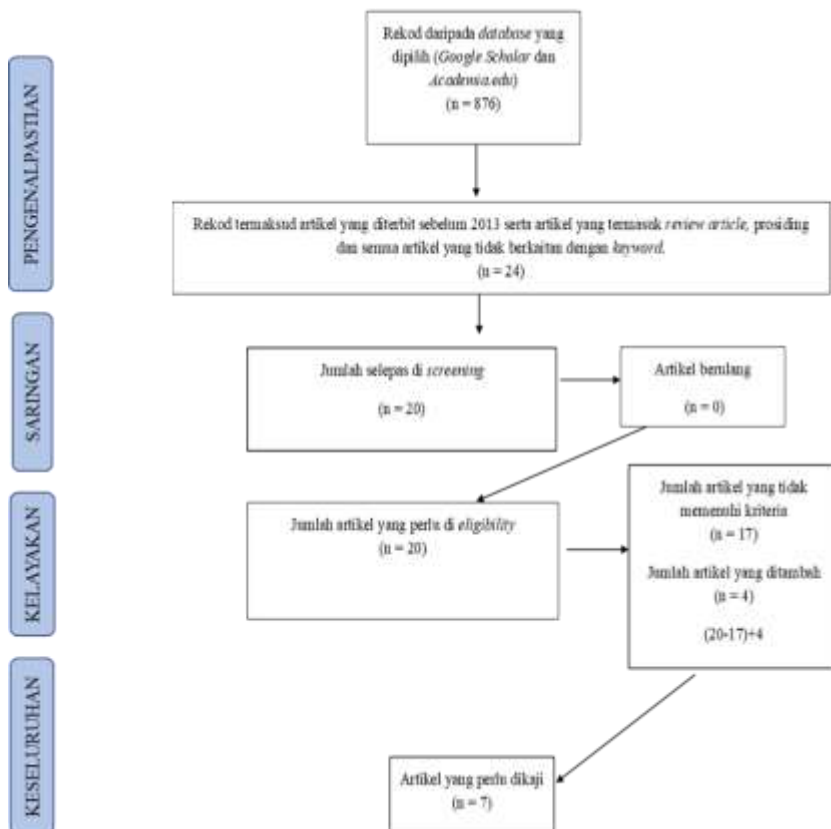
Kajian ini menggunakan kaedah sorotan literatur sistematik (*systematic literature review*). Metodologi ini telah banyak diguna pakai oleh beberapa pengkaji antaranya Kamal & Hussin, 2020; Usman dan Shahabuddin, 2019; Usman et al., 2018. Kaedah ini mengaplikasikan carian yang sistematik untuk mengenal pasti indikator usahawan berjaya menurut perspektif Islam. Menurut Higgins et al. (2011) sorotan literatur sistematik (*systematic literature review*) 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); Shaffril, M. samah, Samsuddin & Ali (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.

Kajian ini menggunakan pengkalan data *Google Scholar* dan *Academia.edu*. 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. 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, M. Samah, Samsuddin dan Ali (2019) tiada penkhusus jenis pengkalan data yang digunakan, asalkan ia melalui proses yang ketat. Maka ia dilabelkan sebagai analisis literatur sistematik.

Fasa pengenalpastian (*indentifacation*) adalah proses untuk mengenal pasti artikel yang memfokuskan kepada perbincangan mengenai indikator usahawan berjaya menurut perspektif Islam. Oleh itu, fasa ini perlu mengaplikasikan kaedah kepelbagaian kata kunci bagi pencarian artikel. Sebanyak 866 artikel yang terkumpul daripada *Google Scholar* dan *Academia.edu*. Angka ini adalah dapatan sebelum menggunakan kaedah kepelbagaian kata kunci. Dapatan pencarian selepas mengaplikasikan kaedah tersebut, merekodkan pengurangan artikel terkumpul iaitu sebanyak 24. Kata kunci yang digunakan adalah seperti berikut; *Google Scholar: Title-Abs-* "ciri-ciri usahawan muslim berjaya or kriteria usahawan muslim berjaya or sifat usahawan muslim berjaya or peribadi usahawan muslim berjaya or the characteritics of succesful muslim entrepreneur" and "perspektif islam", *Academia.edu: Title-Abs-* "ciri-ciri usahawan muslim berjaya or kriteria usahawan muslim berjaya or sifat usahawan muslim berjaya or peribadi usahawan muslim berjaya" and "perspektif Islam".

Fasa kedua ialah saringan (*screening*) iaitu dengan memfokuskan kepada beberapa syarat sebelum membuang dan mengambil artikel. Beberapa syarat telah disuaipadankan dengan artikel yang dipilih iaitu, melibatkan hanya artikel jurnal bermula tahun 2013 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 (Ahmad Sunawari, & Zaizul, 2011). Kata kunci tersebut ialah, kriteria, ciri-ciri, sifat, peribadi, *characteristics*, *style* dan perspektif Islam. Artikel yang tidak memenuhi kriteria tersebut tidak akan dipilih. Setelah fasa dua dijalankan sebanyak 20 artikel yang diperolehi. 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 20 artikel perlu dinilai kelayakan mengikut kriteria kajian. Pengkaji mendapati 17 artikel yang tidak memenuhi kriteria kajian, iaitu tiada kata kunci kajian dan tahun kurang daripada lapan tahun terkini. Selepas tiga fasa ini dijalankan, pengkaji mendapati hanya tujuh artikel perlu di kaji dalam kajian ini. Gambar rajah 1 menjelaskan langkah-langkah dan jumlah dapatan artikel yang dikaji dalam kajian ini.



Rajah 1: SLR Indikator Usahawan Berjaya (Shaffril, M. Samah, Samsuddin & Ali, 2019)

4. Dapatan dan Perbincangan

Bagi menganalisis kajian ini secara sistematik, tujuh jurnal telah dikenal pasti sebagai artikel-artikel yang menepati tema kajian iaitu ciri-ciri usahawan berjaya menurut perspektif Islam. Jadual 1 menyenaraikan tujuh artikel hasil daripada analisis literatur sistematik.

Jadual 1: SLR Indikator Usahawan Berjaya Menurut Perspektif Islam

Bil	Penulis	Terbitan	Tajuk	Isu/Gap	Metod	Dapatan kajian
1	Mohd Adib Muin dan Shuhairi mi Abdullah (2016)	<i>Journal of Human Development and Communication</i>	Keusahawan Sosial Islam: Penerapan Sifat-Sifat Terpuji (<i>mahmudah</i>) dalam Diri Usahawan Sosial Berjaya Muslim	Kajian ini membincangkan sikap yang baik perlu dipraktikkan oleh semua usahawan muslim. Kajian ini berdasarkan pandangan Imam al-Ghazali.	Analisis Kandungan	Sifat yang dimaksudkan adalah taubat, ikhlas, takut kepada Allah, zuhud, sabar, syukur, tawakal, kasih sayang, reda dan mengingati mati.
2	Fatimah Salwa Abd Hadi dan Joni Tamkin Borhan (2013)	<i>Shariah Journal</i>	Faktor-faktor Kejayaan Perniagaan Khadijah Binti Khuwailid: Analisis Terhadap Usahawan Asnaf Di Lembaga Zakat Selangor	Mengenal pasti faktor-faktor yang mempengaruhi kejayaan perniagaan Khadijah untuk menentukan sejauh mana faktor-faktor ini memainkan peranan penting untuk kejayaan usahawan asnaf yang berjaya.	Kuantitatif	Kajian mendapati bahawa faktor kejayaan perniagaan Khadijah turut menjadi faktor penting kepada usahawan berjaya. Antara faktor utama adalah amalan nilai-nilai agama diikuti ciri-ciri pemilik, amalan pengurusan, sumber modal, budaya masyarakat dan ciri-ciri pekerja.
3					Kualitatif	

	Shuhairi mi Abdullah (2013)	<i>Journal of Islamic and Human Advanced Research</i>	The Characteristics of Successful Entrepreneur from Islamic Perspective	Kajian ini mengkaji kriteria usahawan Islam berjaya berdasarkan al-Quran, al-Hadis dan ulama		Kejayaan usahawan terbahagi kepada dua iaitu, ciri-ciri khusus dan ciri-ciri umum. Ciri-ciri Khusus: 1. Kreatif dan inovatif 2. Kemampuan mengurus 3. Berorientasikan masa depan 4. Bermotivasi • Berpengetahuan • Bertanggungjawab • Keyakinan diri Ciri-ciri Umum: 1. Cara hidup Islam 2. Aktiviti Halal 3. Zakat 4. Menghargai 5. Bertanggungjawab
4	Faizal, Ridhwan dan Kalsom (2013)	<i>International Journal of Trade, Economics and Finance</i>	The Entrepreneur from al-Quran and al-Hadis	Penyelidikan ini bertujuan menganalisis ciri usahawan bersumberk	Kualitatif	Sifat usahawan muslim yang berjaya berkait rapat dengan dosa, pahala, neraka dan

				an al-Quran dan al-Hadis.		syurga. Antara sifat yang perlu ada pada usahawan muslim adalah: 1. Taqwa 2. Menjaga Halal dan Haram 3. Tidak membazir 4. Beribadah kepada Allah 5. Akhlak 6. Kejujuran 7. Keprihatinan 8. Berpengetahuan
5	Mohd Adib Abd Muin, Azizi Abu Bakar dan Shuhairimi Abdullah (2014)	<i>Journal of Human Development and Communication</i>	Model Usahawan Berjaya dalam Amalan Nilai-nilai Murni Keusahawanan Sosial Islam	Kajian ini adalah berkaitan dengan pembinaan model usahawan yang memfokuskan kepada sifat rasulullah dan <i>maqasid syariah</i> .	Analisis data	Sebuah model telah dibentuk berdasarkan model <i>al-falah</i> (shuhairimi, 2013) tetapi lebih menjurus kepada sifat-sifat rasulullah dan <i>Maqasid Syariah</i> .
6	Mohd Faizal, Muhamad Ridhwan, Kalsom dan Suhaida	<i>International Journal of Teaching and Education</i>	The Characteristics of Muslimpreneurs from the View of Muslim Scholars and Academician	Kajian ini menganalisis ciri-ciri muslimpreneur berdasarkan pandangan ulama dan akademik.	Kualitatif	Ciri-ciri muslimpreneur meliputi keimanan, kehambaan, niat yang baik, menjaga halal dan haram dalam pengurusan perniagaan, amanah,

						perjanjian dan lain-lain. Ciri-ciri usahawan mualaf adalah berpandu al-Quran dan al-Hadis. Antara ciri-ciri tersebut adalah: 1. Takdir dan taqwa kepada Allah 2. Niat 3. Halal 4. Jujuran 5. Keperihatinan
7	Noraihan Mohamad, Mohd Sobhi Ishak dan Sabrina Mohd Rashid (2019)	<i>Jurnal Islam dan Masyarakat Kontemporari</i>	Kerelevanan personality Usahawan Islam untuk Membentuk Kepercayaan dalam Mengukuhkan Komitmen dan Kesetiaan Pelanggan	Kajian ini untuk mengenal pasti kerelevanan personaliti usahawan Islam berteraskan sifat siddiq, amanah, tabligh dan fatanah dalam konteks kesetiaan pelanggan.	Kuantitatif	Ciri-ciri muslimpreneur meliputi keimanan, kehambaan, niat yang baik, menjaga halal dan haram dalam pengurusan perniagaan, amanah, perjanjian dan lain-lain. Ciri-ciri usahawan mualaf adalah berpandu al-Quran dan al-Hadis. Antara ciri-ciri tersebut adalah: 1. Takdir dan taqwa kepada Allah 2. Niat 3. Halal

Merujuk kepada Jadual 1 hasil analisis literatur sistematik yang dilakukan, sejumlah tujuh artikel berkait rapat dengan indikator usahawan berjaya menurut perspektif Islam. Berdasarkan penelitian sorotan literatur sistematik menunjukkan bahawa Islam telah mengaturkan jalan kepada individu yang menceburi bidang ini agar menjadi muslim yang berjaya. Tujuh artikel dalam kajian ini jelas memfokuskan kepada akidah iaitu tahap ketaqwaan dan kehambaan kepada Allah. Kedua, nilai-nilai Islam yang dipraktikkan dalam amalan pengurusan perniagaan dan ketiga, pengurusan perniagaan.

Menurut (Buerah et al., 2011) dari perspektif Islam, proses keusahawanan adalah terarah bagi menyediakan individu sebagai khalifah dan hamba Allah. Individu yang sudah terdidik seterusnya menyumbang ke arah pembangunan masyarakat demi kejayaan hidup di dunia dan di akhirat. Menurut Khalil (1996) budaya yang perlu dimiliki oleh seseorang usahawan adalah seperti berikut rajin dan mempunyai daya inisiatif, yakin terhadap keupayaan diri, bersikap positif, bijak mengenalpasti dan mengambil peluang, cekal dan bijak mengambil risiko.

McGrath (1992) yang meneliti kajian-kajian pengkaji lain tentang usahawan, telah membuat kesimpulan bahawa orang-orang yang berjaya di dalam bidang keusahawanan mempunyai ciri-ciri yang unik dan hampir sama antara satu sama lain. Sekiranya seseorang itu berhasrat untuk menjadi usahawan yang berjaya, ia mesti mengubah sifat-sifatnya supaya menjadi hampir serupa dengan orang yang telah berjaya. Sementara itu Vaught dan Hoy (1981) berpendapat bahawa ada nilai-nilai peribadi utama yang menyumbang kepada kejayaan seseorang usahawan.

Aspek keimanan pula adalah demensi kerohanian yang perlu dihayati oleh usahawan, ini akan melahirkan kualiti menyeluruh dalam diri usahawan kerana berpaksikan kepada nilai keimanan dan berkait rapat dengan soal keberkatan dalam mencari rezeki (Mubarak, 2015). Dalam kajian (Ripin & Mansur, 2010) menyenaraikan beberapa ciri-ciri yang perlu ada dalam diri usahawan muslim, keyakinan yang tinggi, niat yang betul, mempunyai ilmu dan kemahiran yang mencakupi bidang, bijak membuat keputusan, kemahiran komunikasi, menilai tindakan, bersyukur dan menjaga kualiti produk.

Selain itu, perwatakan dan ciri-ciri usahawan dalam melaksanakan segala urusan yang berkaitan dengan pengurusan perniagaan perlu berlandaskan Islam. Ini bergantung kepada individu terhadap amalan spiritual dalam kehidupan. Manusia diciptakan sebagai khalifah di muka bumi. Menurut Yusof, Hamed, Md Tahir dan Othman (2018) falsafah tauhid adalah kepercayaan dan pegangan Islam, berpaksikan ketaqwaan membentuk jalinan pekerjaan yang berlandaskan syariat Islam yang telah diaturkan. Keimanan dan ketaqwaan kepada Allah merupakan tunjang utama dalam kehidupan seorang muslim.

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, A. Rahman & Mohd Rafi 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, & Md Razali, 2019) dan (R. Usop, 2017). Menurut Ibrahim, Musani, dan Mohd Zulkifli (2008) kefahaman dan penghayatan asas Islam membentuk peribadi usahawan Muslim. Oleh itu usahawan muslim perlu mengadaptasikan etika Islam dalam aktiviti keusahawanan.

5. Kesimpulan

Berdasarkan dapatan pengkaji menyenaraikan tujuh artikel yang membincangkan berkaitan indikator usahawan berjaya menurut perspektif Islam. Pengkaji mendapati bahawa terdapat beberapa kompenan utama yang dibincangkan dalam tujuh artikel tersebut. Kompenan pertama adalah amalan agama, pelaksanaan ibadah kepada Allah. Kedua, pengamalan nilai-nilai agama, setiap aktiviti yang dijalankan oleh usahawan hendak berlandaskan syariat Islam. Ketiga, pengurusan perniagaan, usahawan berjaya seharusnya bijak menguruskan risiko, masalah dan keuntungan. Kompenan ini membantu meningkatkan keyakinan serta membentuk ciri-ciri keperibadian usahawan berjaya. Kajian menunjukkan bahawa usahawan berjaya adalah pengamal nilai-nilai Islam dalam keusahawanan. Justeru itu, kajian ini diharapkan dapat menjadi sumber dalam kajian lain yang 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 Mualafpreneur dalam Pembangunan Komuniti Mualaf di Negeri Selangor.

Rujukan

Al-Qurtubī, Muhammad Ibin Ahmad. (1964). Tafsīr al-Qurtūbī, Jil. 9. Kaherah: Dār al-Kitāb al-Maṣriyah

Abd Muin, M. A., Abdullah, S., Che Omar A., Aziz, A., & Ibrahim, M. A. (2018). Kaedah Fiqh Dalam Keusahawanan Sosial Islam: Satu Pengenalan. *The 2nd Islamic Management Development Conference (IMDec 2018)*, June.

Abd Muin, M. A., & Abdullah, S. (2016). Keusahawanan Sosial Islam : Penerapan Sifat-sifat Terpuji (mahmudah) dalam Diri Usahawan Sosial Berjaya Muslim. *Journal of Human Development and Communication*, 5, 163–178.

Abd Hadi, F. S., & Borhan, J. T. (2013). The Business Success Factors of Khadijah binti Khuwailid : Analysis of The Asnaf Zakat Entrepreneurs in Lembaga Zakat Selangor. *Shariah Journal*, 21(2), 117–144.

Abd Muin, M. A., A., Bakar, A. 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.

Ahmad Sunawari, L., & Zaizul, Ab, R. (2011). *Pengenalan Metodologi Penyelidikan Pengajian Islam*. Jabatan Usuluddin dan Falsafah, Fakulti Pengajian Islam, Universiti Kebangsaan Malaysia.

Azman, A. R., Nuradli Ridzan Shah, M. D., Hisham, S., Mahdir, A., Mohd Nooh, N., Farah, M., & Mohd Faez, A. B. (2014). Konsep Keusahawanan Berteraskan Intergrasi Ilmu Naqli dan Aqli. *International Muamalat and Entrepreneurship Conference Organized by ICEPS10, July*.

Buerah, T., Hussin, S., & Baharin, A. (2011). Keperluan Latihan Dan Pendidikan Berterusan Ke Arah Pembangunan Usahawan Muslim Berteraskan Nilai Islam Di Malaysia. *Jurnal Teknologi*, 55(1), 121–144. <https://doi.org/10.11113/jt.v55.84>

Baharom, N. et., al. (2005). *Kamus Dewan Edisi Empat*. Kuala Lumpur. Dewan Bahasa dan Pustaka.

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>

Higgins, J. P. T., Altman, D. G., Gøtzsche, P. C., Jüni, P., Moher, D., Oxman, A. D., Savović, J., Schulz, K. F., Weeks, L., & Sterne, J. A. C. (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>

Isma Addi Jumbri & Mohamad Zahir, Z. (2011). Pembangunan Modal Insan Dalam Kalangan Fakir Dan Miskin Sebagai Usahawan : Kajian Kes Di Lembaga Zakat Selangor. *Journal of Human Capital Development*, 4(2), 41–56.

Idris, J., Abd Rahman, S. H., & Md Razali, A. R. (2019). Pengaruh Pengetahuan Dan Kefahaman Agama Terhadap Pembentukan Sikap Usahawan Muslim. *E-Jurnal Penyelidikan Dan Inovasi*, 6(2), 148–164. <http://rmmc.kuis.edu.my/jpi/wp-content/uploads/2019/09/11.-PENGARUH-PENGETAHUAN-DAN-KEFAHAMAN-TERHADAP-SIKAP-USAHAWAN JUNAINAH SYUHADA AZRI2.pdf>

Ibrahim, M. F., Musan, S., & Mohd Zulkifli, M. (2008). Konsep Pemasaran Islam Dalam Perniagaan Berasaskan Ekonomi Islam Bagi Usahawan Muslim. *Islamic Economics and Finance Research Group*, 0809, 2–11.

Khairuddin Khalil (1996). *Keusahawanan Sebagai Kerjaya*. Selangor: Dewan Bahasa dan Pustaka.

Kitchenham, B., & Charters, S. (2007). *Guidelines for performing Systematic Literature Reviews in Software Engineering*. <https://doi.org/10.1145/1134285.1134500>

Kamal, M. H., & Hussin, M. (2020). *Analisis Tinjauan Literatur Sistemik (SLR) Berkaitan Penterjemahan Elemen Itifāt [A Systematic Literature Review (SLR) Analysis on the Translation of Itifāt Elements]*. 5(1), 197–210.

Mubarak, M. Z. (2015). Spiritualiti dan Kesejahteraan Insan: Motivasi Pencapaian Usahawan Berjaya di Kelantan. *Seminar Psikologi & Kemanusiaan*, 603–613. https://www.researchgate.net/profile/Mohd_Mubarak/publication/301651386_Spiritualiti_dan_Kesejahteraan_Insan_Motivasi_Pencapaian_Usahawan_Berjaya_di_Kelantan/links/5511342851134500.pdf

[ks/57201aef08aeaced788ad469/Spiritualiti-dan-Kesejahteraan-Insan-Motivasi-Pencapaian-Usahawan-](https://doi.org/10.57201/aef08aeaced788ad469/Spiritualiti-dan-Kesejahteraan-Insan-Motivasi-Pencapaian-Usahawan-)

Mubarak, M. Z., A. Rahman, A. H., & Mohd Rafi Yaacob. (2015). Elemen Kerohanian Dalam Keusahawanan Islam, *Journal of Business and Social Development*, 3(1), 43–53.

McGrath, R.G., et al. (1992), "Elitists, Risk Takers, and Rugged Individualists? An Exploratory Analysis of Cultural Differences Between Entrepreneurs and non-Entrepreneurs" *Journal of Business Venturing*, 7(2), h. 115-135.

McGrath, R.G., et.al. (1992), "Vaught, B.C and Hoy, F. (1981), "Have You Got What It Takes to Run Your Own Business?" *Business*, July-August.

Nadzirah. (2017). *Apakah Itu Takwa*. Pejabat Mufti Wilayah Persekutuan, 3 Nov. 2017, muftiwp.gov.my/artikel/irsyad-fatwa/edisi-ramadhan/1968-apakah-itu-takwa (9 Mei 2020).

P Rameli, M. F., Mohd Amin, S., Sharif, D., Sharif, N., & Mohd Aris, N. (2017). Etika Pengurusan Sumber Manusia Bagi Muslimpreneur Dalam Perniagaan Berskala Kecil. *Proceeding of 2nd International Islamic Heritage Conference (ISHEC 2017)*, 413–425.

R. Usop. (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*.

Ripin, M. N., & Mansur, N. H. (2010). *Keusahawanan Menurut Perspektif Al-Quran*.

Salwa, A. B. U., Shahbudin, A. S., & Kamaruzaman, J. (2013). Religion and business values for muslimpreneurs. *Middle East Journal of Scientific Research*, 13(SPLISSUE), 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>

Shuhairimi, A. (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>

Usman, A. H., Fakhrrur, M., & Shahabudin, R. (2019). Analisis Literatur Sistematis Terhadap Keperluan Modul Psikoterapi Al- 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., Salleh, N. M., Wazir, R., Nasir, M. N., Shaharuddin, S. A., & Shahabudin, M. F. R. (2018). Pedofilia Dalam Hadis Nabawi: Analisis Tematik. *E-Prosiding of 3rd INHAD International Muzakarah & Mu'tamar on Hadis (IMAM 2018)*, 2007(December), 21–30.

Wan Sabri, W. H. (2003). Ciri-Ciri Usahawan Berjaya Dari Perspektif Al-Qur'an. *Jurnal Usuluddin*, Volume 18(Issue 18), 81–110.

Wahab, K., & Amin, S. (2014). The Characteristics of Muslimpreneurs From The View of Muslim Scholars and Academician. *International Journal of Teaching and Education*, 2(2), 47–59.

Whah, C. Y. E. E. (2002). Beberapa Pendekatan dan Tema dalam Kajian Usahawan dan Keusahawanan Cina. *Beberapa Pendekatan Dan Tema Dalam Kajian Usahawan Dan Keusahawanan Cina*, 60(1), 41–66.

Xiao, Y., & Watson, (2019). Guidance on conducting a systematic literature review. *Journal of Planning Education and Research*, 39 (1), 93-112.

Younger, P. (2010). Using Google Scholar to conduct a literature search. *Nursing Standard*. 24 (45), 40-46.

Yusof. S. M., 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>

Yusof. S. M., Hamed. A.B, Tahir. R. M, & Othman. A. (2018b). Usahawan Wanita Muslim Berjaya: Amalan Gaya Hidup Islam. *International Journal of Islamic Business*, 3(1), 1–8.