



e-ISSN: 0128-0902
ISSN 2289-9634

Available online at <https://jcis.uitm.edu.my>

Journal of Contemporary Islamic Studies 10(2) 2024

Journal of
Contemporary
Islamic Studies

Pemeriksaan Usahawan Asnaf Majlis Agama Islam Negeri Sembilan Mendepani Era Digital

(Empowerment of Majlis Agama Islam Negeri Sembilan's Asnaf Entrepreneurs in The Digital Era)

Khairul Azhar Meerangani^{1*}, Mohammad Fahmi Abdul Hamid¹, Mohamad Hanif Jofri²

¹Academy of Contemporary Islamic Studies (ACIS), UiTM Malacca Branch, Alor Gajah Campus, Malaysia

²Centre of Diploma Studies, Universiti Tun Hussein Onn Malaysia

ARTICLE INFO

Article history:

Received 27 May 2024

Accepted 10 September 2024

Published 1 October 2024

Keywords:

asnaf
competitiveness
digital
entrepreneurship
socioeconomics

Katakunci:

asnaf
digital
kebolehsaingan
keusahawanan
sosioekonomi

DOI:

<https://doi.org/10.24191/jcis.v10i2.11>

ABSTRACT

The transformation of *asnaf* entrepreneurs through the Human Development Program is a proactive initiative by the Islamic Religious Council of Negeri Sembilan (MAINS) aimed at helping to increase the potential of the *asnaf* group in the entrepreneurial sector. This initiative is in line with MAINS' objective to enhance the effectiveness of zakat distribution through a two-pronged strategy, which is to ensure that every *asnaf* is able to live a prosperous life while building their potential to get out of the shackles of poverty. With the rise of Industrial Revolution 4.0, online applications and digital media platforms can increase the potential, competitiveness and marketability of Small and Medium Industries (SMI), especially in the digital entrepreneurship. Therefore, this research aims to identify the involvement of *asnaf* entrepreneurs in Negeri Sembilan in the digital entrepreneurship. Next, it aims to develop the potential of digital entrepreneurship through the AsnafTech 4.0 Module to increase the competitiveness of *asnaf* zakat entrepreneurs in Negeri Sembilan. The study was carried out quantitatively through the distribution of questionnaires to 40 respondents among MAINS *asnaf* entrepreneurs. The findings of the questionnaire were then analyzed descriptively to evaluate the effectiveness of the implementation of the AsnafTech 4.0 Model to produce competent and competitive *asnaf* entrepreneurs. This developed model is able to be an added value for MAINS and *asnaf* entrepreneurs in Negeri Sembilan to increase their competitiveness, further contributing to the realization of the two-pronged goal of the zakat institution itself.

* Corresponding author. E-mail address: azharmeerangani@uitm.edu.my

ABSTRAK

Transformasi usahawan asnaf menerusi Program Pembangunan Insan merupakan inisiatif proaktif oleh Majlis Agama Islam Negeri Sembilan (MAINS) bertujuan membantu meningkatkan potensi golongan asnaf dalam sektor keusahawanan. Inisiatif ini sejajar dengan objektif MAINS sendiri bagi meningkatkan keberkesanan agihan zakat menerusi strategi serampang dua mata, iaitu memastikan setiap asnaf mampu menjalani kehidupan sejahtera di samping membina potensi diri untuk keluar daripada belunggu kemiskinan. Seajar dengan perkembangan Revolusi Industri 4.0, pembangunan pelbagai aplikasi atas talian dan platform media digital mampu meningkatkan potensi, kebolehsaingan dan kebolehpasaran pemain sektor Industri Kecil dan Sederhana (IKS), terutamanya menerusi segmen keusahawanan digital. Justeru, penyelidikan ini bertujuan untuk mengenalpasti penglibatan usahawan asnaf di Negeri Sembilan dalam segmen keusahawanan digital. Seterusnya, untuk membangunkan potensi keusahawanan digital menerusi Modul AsnafTech 4.0 bagi meningkatkan kebolehsaingan usahawan asnaf zakat di Negeri Sembilan. Kajian dijalankan secara kuantitatif menerusi edaran soal selidik terhadap 40 responden dalam kalangan usahawan asnaf MAINS. Dapatan soal selidik seterusnya dianalisis secara diskriptif bagi menilai keberkesanan pelaksanaan Model AsnafTech 4.0 ini bagi melahirkan usahawan asnaf yang kompeten dan berdaya saing. Model yang dibangunkan ini berupaya menjadi nilai tambah kepada pihak MAINS dan usahawan asnaf di Negeri Sembilan bagi meningkatkan kebolehsaingan mereka, seterusnya menyumbang dalam merealisasikan matlamat serampang dua mata institusi zakat itu sendiri.

PENGENALAN

Perniagaan digital telah menjadi suatu trend yang diterima secara meluas dalam kalangan pengguna platform atas talian (*online*). Revolusi Perindustrian 4.0, digabungkan dengan kesan pandemik COVID-19 telah mewujudkan ekosistem perniagaan yang sangat dinamik, namun penuh peluang. Sektor perniagaan yang sebelum ini enggan beralih kepada digital, kini terpaksa berinovasi supaya kekal berdaya saing. Pertumbuhan pesat sektor ekonomi digital turut mengubah landskap urusanniaga, komunikasi dan juga sosial. Perkembangan teknologi maklumat dan komunikasi (ICT) telah mengubah susunan sosial masyarakat (Jaapar et al., 2022). Interaksi bersemuka yang dahulunya menjadi ciri kehidupan manusia kini mula digantikan dengan komunikasi maya. Bagi penduduk di kawasan luar bandar, perubahan ini terasa amat ketara. Mereka yang selama ini bergantung kepada aktiviti sosial dan ekonomi tempatan perlu segera beradaptasi dengan perubahan baharu ini untuk meneruskan kehidupan.

Dalam era digital ini, kejayaan perniagaan bukan sahaja ditentukan oleh produk yang ditawarkan, tetapi juga sejauh mana kreativiti para usahawan dalam mengeksploitasi peluang. Bagi usahawan luar bandar, menguasai dunia digital adalah kunci untuk mengubah cabaran menjadi medan persaingan. Produk tempatan yang berkualiti mampu mencapai pasaran yang lebih luas. Kaedah pemasaran tradisional berorientasikan fizikal telah beralih kepada strategi pemasaran digital yang lebih berpotensi (Gunaseelan et.al, 2022). Justeru, dalam era digital yang serba pantas ini, usahawan tidak boleh lagi leka dengan cara bekerja konvensional. Memaksimumkan platform digital adalah kunci untuk membuka pintu kepada peluang perniagaan tanpa had. Dengan memanfaatkan teknologi, usahawan boleh menjangkau lebih ramai pelanggan, meningkatkan kecekapan operasi, dan akhirnya, memacu pertumbuhan perniagaan yang ketara.

Program Pembangunan Insan (PPI) yang digerakkan oleh Majlis Agama Islam Negeri Sembilan (MAINS) telah berjaya mengubah kehidupan golongan asnaf yang daif untuk terus maju. Dengan suntikan modal, mereka bukan sahaja mampu memulakan perniagaan, malah membuktikan potensi diri sebagai usahawan. Asnaf ini kini bukan sahaja selesa sebagai penerima zakat, tetapi telah berubah menjadi penyumbang aktif, menunjukkan bahawa pemerksaan ekonomi bukan sahaja mengubah kehidupan individu, malah turut menyumbang kepada kesejahteraan masyarakat. MAINS telah merangka program ini dengan teliti, dengan penekanan kepada dua teras utama, Program Keusahawanan dan Program Ekonomi Kelompok. Namun, pada hakikatnya, masih ramai usahawan yang selesa dengan kaedah perniagaan secara konvensional. Kini, transformasi perniagaan digital bukan sekadar satu pilihan, tetapi satu keperluan. Dengan beralih kepada platform digital, usahawan bukan sahaja dapat mengekalkan kesinambungan perniagaan, tetapi juga mencapai potensi pasaran yang lebih besar.

Transformasi ini turut selaras dengan dasar kerajaan dalam membantu dan mendorong perusahaan IKS beralih kepada pendigitalan perniagaan (Khamis et al., 2021). Melalui dasar ini, penekanan telah diberikan terhadap usaha memupuk budaya inovasi dan kreativiti, selain mengembangkan bakat modal teroka tempatan. Selain itu, Kementerian Komunikasi dan Multimedia Malaysia menerusi Malaysia Digital Economy Corporation (MDEC) turut berperanan penting dalam merealisasikan agenda ini. Inisiatif ini dilaksanakan menerusi pelan MyDIGITAL dengan tiga teras strategiknya, iaitu kemahiran digital, perniagaan digital dan pelaburan digital. Dengan visi mewujudkan masyarakat Malaysia yang terintegrasi dengan teknologi yang berpusat, program 100 Go Digital dan Malaysian Tech Entrepreneur diwujudkan bagi menggerakkan transformasi perniagaan perusahaan IKS kepada platform digital. Justeru, inisiatif yang sama juga sewajarnya digerakkan oleh MAINS terhadap usahawan asnaf zakat di Negeri Sembilan. Pelaksanaan Model AsnafTech 4.0 dengan visi melahirkan usahawan asnaf zakat yang komprehensif dan berdaya saing ini mampu menjadi nilai tambah terhadap agenda MyDIGITAL negara, di samping merealisasikan matlamat serampang dua mata MAINS dalam mentransformasikan asnaf produktif menerusi segmen keusahawan, seterusnya menjamin survival mereka mendepani cabaran masa hadapan.

SOROTAN LITERATUR

Kemiskinan dan pengangguran adalah dua belunggu yang menghalang kemajuan banyak negara membangun termasuk Malaysia. Ketidaksamaan ekonomi yang mendalam dan jurang sosial yang semakin meluas telah mencetuskan pelbagai masalah yang kompleks. Tragedi 13 Mei 1969 merupakan titik perubahan bagi negara ini, menyedarkan masyarakat betapa rapuhnya tatanan sosial jika tidak disokong oleh pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan saksama. Sejak itu, pembasmian kemiskinan telah menjadi agenda utama, tetapi cabarannya tetap kompleks dan memerlukan penyelesaian yang inovatif. Kesenjangan sosial yang semakin ketara mendorong pihak kerajaan melancarkan Dasar Ekonomi Baru (DEB). Dalam usaha mewujudkan masyarakat yang lebih inklusif, zakat turut berperanan menyumbangkan penyelesaian yang mampan. Institusi zakat yang diberi mandat mengurus dana masyarakat berjaya merangka program yang bukan sahaja bersifat sementara, malah mampu membina kemandirian ekonomi mustahik. Melalui pendekatan pemerksaan yang komprehensif, zakat telah menyumbang kepada memutuskan rantaian kemiskinan generasi. Zakat bukan sekadar sedekah, tetapi instrumen transformatif untuk membasmi kemiskinan (Yaakob et al., 2023). Melalui dua pendekatan utama, zakat mampu mengubah kehidupan mustahik. Pertama, bantuan sara hidup dengan menyediakan jaring keselamatan untuk memenuhi keperluan asas mereka. Kedua, dengan suntikan modal dan latihan, zakat turut mendorong mustahik berdikari, mengubah mereka daripada penerima bantuan menjadi penyumbang produktif.

Usahawan Asnaf Zakat

Keusahawanan merupakan kunci untuk memperkasakan golongan asnaf. Dengan menyediakan peluang perniagaan, institusi zakat bukan sahaja membantu mereka memenuhi keperluan harian, malah telah menyediakan laluan untuk memperbaiki taraf kehidupan semasa. Dorongan menerusi suntikan modal dan

bimbingan perniagaan mampu meningkatkan potensi keusahawanan mereka mendepani cabaran semasa (Syamsul Bahri et al., 2023). Menurut Amin (2022), usahawan asnaf adalah individu yang perlu melalui proses penciptaan usaha niaga bagi memastikan keberkesanan dan keberhasilan mereka sebagai usahawan. Proses penciptaan usaha niaga merupakan fasa awal keusahawanan menerusi bantuan, dorongan dan bimbingan yang disediakan oleh institusi zakat. Proses ini mampu memupuk keyakinan para usahawan asnaf untuk menceburi bidang perniagaan dengan suntikan rangsangan yang diberikan. Namun begitu, beberapa risiko yang berpotensi merencatkan proses ini perlu ditangani terlebih dahulu. Ini termasuklah cabaran kekurangan modal, pengetahuan perniagaan, kemahiran pengurusan, sumber manusia berbakat dan keupayaan peribadi. Situasi ini ditambah pula dengan kesukaran mendapatkan khidmat pakar serta kualiti dan mentaliti sebagai usahawan berjaya (Rahim et al., 2023).

Menjadi seorang usahawan yang berjaya merupakan suatu cabaran besar, terutama bagi para asnaf yang bergelut keluar daripada kitaran kemiskinan. Memahami dan menguasai dunia perniagaan yang kompleks dalam masa yang singkat, serta mengubah minda dan gaya hidup secara drastik menjadi dua dilema utama yang perlu ditangani. Persoalan ini bukan sekadar menukar latar pekerjaan, namun lebih utama mengubah perspektif mereka tentang kehidupan (Mohammad et al., 2022). Justeru, kejayaan para usahawan asnaf ini sangat bergantung kepada kekuatan mental, fizikal dan semangat yang jitu. Namun, dengan strategi dan pendekatan yang betul, keberhasilan sebagai seorang usahawan yang berjaya bukanlah mustahil. Dalam hal ini, institusi zakat sendiri telah mengambil langkah proaktif dengan menyediakan pelbagai bantuan buat para asnaf yang berminat menceburi sektor keusahawanan. Namun, inisiatif ini digerakkan melalui pelaksanaan program jangka panjang, memandangkan strategi pembasmian kemiskinan perlu dilaksanakan secara berterusan, dan bukannya secara bermusim (*occasional*). Menurut Mohd Munahar, Badarudin dan Harun (2023), MAINS menjadi antara institusi zakat terawal memelopori strategi ini, diikuti oleh institusi zakat lain seperti Selangor, Wilayah Persekutuan, Melaka dan Terengganu. Namun, faktor kutipan dana zakat serta kemahiran sumber manusia menjadikan Selangor dan Wilayah Persekutuan lebih terkehadapan dalam pelaksanaan transformasi usahawan asnaf ini (Syamsul Bahri & Rosalina, 2022).

Dalam konteks Negeri Sembilan, Program Pembangunan Insan yang diperkenalkan oleh MAINS bermatlamat mempertingkatkan potensi ekonomi dan taraf hidup asnaf secara komprehensif. Namun, program transformasi ini bukan sahaja bertujuan mencungkil bakat dan potensi asnaf untuk menceburi sektor keusahawanan. Lebih utama, pendekatan ini dihasratkan menjadi nilai tambah kepada bantuan sara diri yang diberikan secara tetap setiap bulan. Dalam erti kata lain, para asnaf mempunyai inisiatif sendiri dan mampu berdikari bagi menjana pendapatan sendiri untuk meningkatkan kualiti kehidupan diri dan keluarga. Sekaligus, mengurangkan kebergantungan mereka kepada institusi zakat. Pembahagian program ini kepada dua teras, Program Keusahawanan dan Program Ekonomi Berkelompok pula bertujuan memastikan keberkesannya dalam meningkatkan potensi asnaf secara strategik. Menurut Syamsul Bahri dan Rosalina (2022), keunikan program ini berdasarkan pemberian modal awal serta suntikan modal tambahan dengan nilai minimum dan maksimum iaitu RM5,000.00 dan RM50,000.00. Selain itu, pihak MAINS turut menyediakan latihan dan kursus berkaitan keusahawanan bagi meningkatkan motivasi, keyakinan serta pengetahuan dalam bidang perniagaan. Bimbingan dan pemantauan secara berterusan juga diberikan bagi memastikan kejayaan para usahawan dalam perniagaan yang dijalankan. Pemilihan peserta pula dijalankan menerusi proses tapisan yang ketat dan terperinci, memandangkan bantuan yang diberikan ini tidak perlu dibayar balik. Maka, hanya asnaf yang berkelayakan sahaja akan dipilih bagi mengelakkan berlakunya penyalahgunaan bantuan yang disediakan.

Keusahawanan Digital

Platform digital seperti media sosial mampu mempengaruhi segmen keusahawanan dan perniagaan secara lebih tersusun dan meluas. Justeru, tahap literasi dan penyertaan digital yang tinggi dalam kalangan para usahawan mampu memberi pengaruh yang besar terhadap kebolehsaingan, peningkatan prestasi dan inovasi sesuatu perusahaan (Olanrewaju et al., 2020). Teknologi digital merupakan platform yang mampu

meningkatkan kebolehpasaran sesuatu produk dan inovasi sehingga ke peringkat global. Ia selaras dengan kajian oleh Yáñez-Valdés dan Guerrero (2024) yang mendapati penggunaan media sosial dan teknologi digital secara optimum mampu meningkatkan hasil dan produktiviti sesuatu jualan. Lister (2018) melaporkan lebih daripada 50 juta perniagaan telah menggunakan halaman (*page*) perniagaan di platform media sosial seperti Facebook dan Instagram menerusi teknik jualan secara langsung. Strategi ini dilihat memberi nilai pulangan yang memberangsangkan kerana hampir 60 peratus pengguna media sosial didapati cenderung untuk mengikuti, seterusnya melakukan pembelian secara atas talian (Pickard-Whitehead, 2018).

Faktor kejayaan usahawan secara umumnya tertumpu kepada dua faktor utama, iaitu keupayaan individu (*skill*) serta persekitaran (*nature*) perniagaan (Martinelli, 2004). Sifat keusahawanan individu melibatkan gaya hidup dan budaya pergaulan harian. Kets de Fries (1977) menyatakan bahawa keperibadian seseorang usahawan dipengaruhi oleh cabaran hidup yang dilalui. Cabaran ini mendorong perasaan ingin maju dan berdaya saing, yang merupakan aset berharga bagi seseorang usahawan. Delmar (2006) pula mencirikan keupayaan peribadi sebagai kemampuan menghadapi risiko, kebolehan mengawal keyakinan diri serta sifat ingin berdikari. Dari segi faktor persekitaran perniagaan, Martinelli (2004) menekankan aspek bahwa budaya dan sokongan institusi boleh menggalakkan pembentukan usahawan. Pandangan ini selaras dengan Rosli et al. (2023), yang menyatakan bahawa prestasi perniagaan dan kejayaan usahawan berkait rapat dengan elemen pengetahuan perniagaan, sikap, motivasi untuk berjaya, serta modal dan input perniagaan. Usahawan merupakan individu yang berupaya untuk menghasilkan perubahan perniagaan melalui inovasi, menggabungkan sumber baharu, berani menghadapi risiko, berupaya mengenalpasti masalah serta mampu meningkatkan operasi. Littunen (2000) pula menambah ciri inovatif dalam melibatkan penciptaan produk dan metode baru, serta sikap proaktif dalam meneroka segmen pasaran dan sumber baharu.

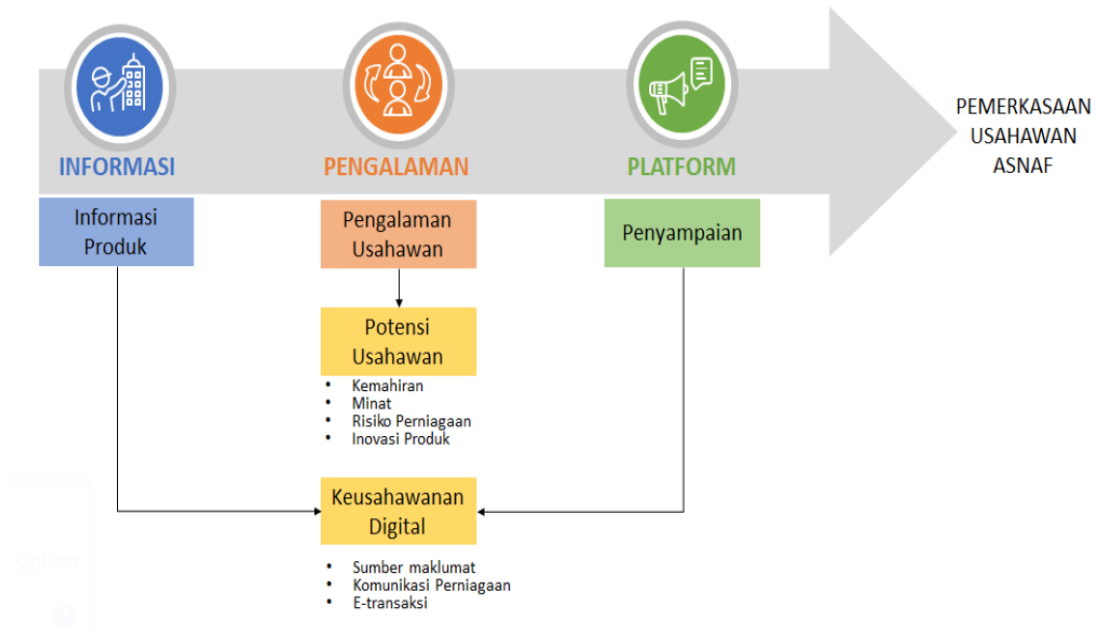
Keusahawanan Digital (KD) merupakan strategi penciptaan dan penggunaan teknologi baharu dalam mentransformasikan perniagaan secara konvensional kepada model perniagaan baharu yang lebih berdaya saing dan kompetitif dengan kehendak pasaran semasa. Ia melibatkan pemanfaatan teknologi dan media digital bagi tujuan pemasaran dan perniagaan untuk mendapatkan capaian dan hasil yang optimum, serta mengurangkan kos secara efisien. Menurut Valigursky et al. (2021), perkembangan era IR4.0 menuntut transformasi keusahawanan keluar daripada zon selesa sedia ada, seterusnya mencabar potensi dan kemahiran diri bagi meningkatkan daya saing di pasaran tempatan dan antarabangsa. Justeru, platform media sosial yang berpengaruh seperti Facebook, Instagram, Tik Tok dan Youtube dilihat mampu ruang dan peluang buat para usahawan untuk meneroka, menjana dan mengembangkan aktiviti keusahawanan secara lebih berkesan. Ditambah pula dengan platform jualan secara digital seperti Shopee dan Lazada yang semakin mendapat tempat dalam kalangan pelanggan masa kini. Menurut Rahim, Noor dan Zuki (2023), keusahawanan digital yang dipacu oleh bakat dan kemahiran keusahawanan mampu memacu perkembangan dan pemerksaan para usahawan.

Modul AsnafTech 4.0

Modul AsnafTech 4.0 ini merupakan idea yang digarap hasil penyelidikan yang diterajui oleh Majlis Agama Islam Negeri Sembilan dan Universiti Teknologi MARA Cawangan Melaka menerusi kajian bertemakan ‘Kajian Modul AsnafTech 4.0 Bagi Meningkatkan Kebolehsaingan Usahawan Asnaf di Negeri Sembilan’. Dapatan daripada soal selidik yang dijalankan terhadap para usahawan asnaf telah dinilai dan dijadikan panduan dalam pembangunan modul keusahawanan digital. Modul ini mengandungi lima bahagian utama, iaitu Konsep Keusahawanan Digital, Etika Keusahawanan Digital, Teknologi Digital, Strategi Pemasaran Digital serta Modul Keusahawanan Digital. Menerusi modul ini, para usahawan asnaf akan didedahkan kepada pelbagai teori dan praktikal berkaitan segmen keusahawanan digital bagi merealisasikan hasrat serampang dua mata pihak MAINS, iaitu membantu para asnaf meningkatkan taraf kehidupan, serta membimbing para asnaf menjadi asnaf produktif yang akhirnya menyumbang kepada

kelestarian program zakat itu sendiri. Justeru, modul ini mampu dimanfaatkan secara optimum, terutamanya oleh para usahawan asnaf sebagai nilai tambah bagi meningkatkan keberkesanan perniagaan sedia ada, serta meneroka segmen perniagaan dan pemasaran baharu pada era digital ini.

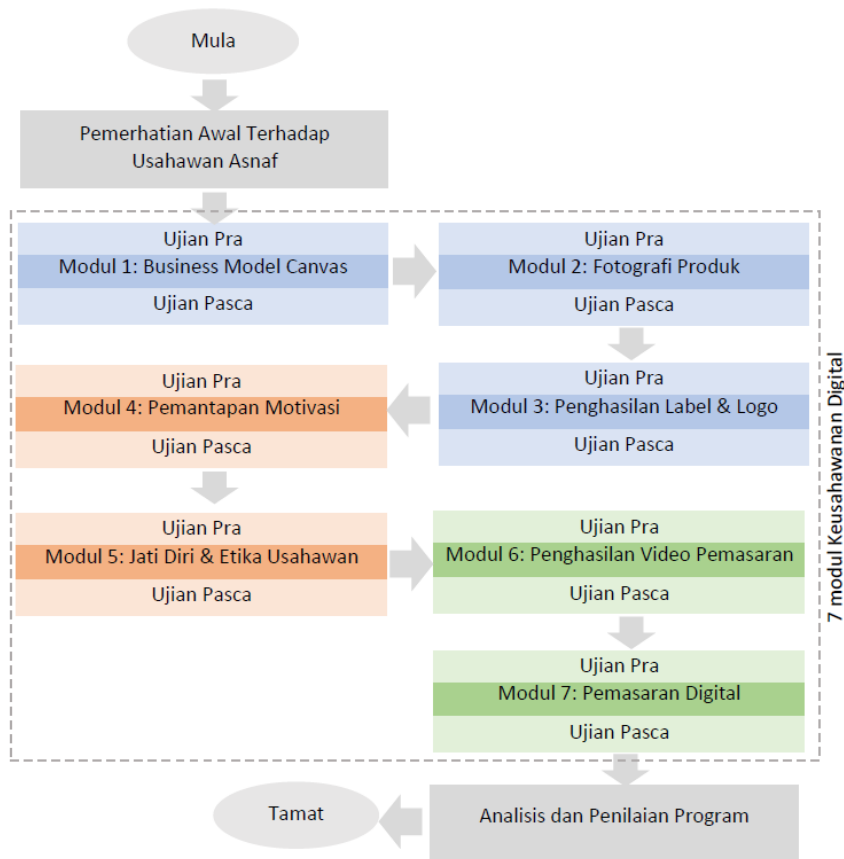
Secara ringkasnya, modul ini adalah berdasarkan kepada kerangka model berikut:



Rajah 1. Model AsnafTech 4.0

Sumber: Kertas Polisi, Kajian Modul AsnafTech 4.0 Bagi Meningkatkan Kebolehsaingan Usahawan Asnaf di Negeri Sembilan.

Berdasarkan Rajah 1 di atas, terdapat tiga komponen utama dalam Model Keusahawanan Digital iaitu Informasi, Pengalaman dan Platform. Komponen Informasi melibatkan kursus-kursus berkaitan dengan transformasi digital produk-produk perniagaan usahawan asnaf. Bagi komponen Pengalaman, pengalaman sedia ada usahawan akan dinilai dan dipadankan dengan usaha ke arah mentransformasikan pengalaman perniagaan secara fizikal kepada bentuk digital. Komponen Platform pula memberikan pilihan kepada usahawan untuk memilih platform digital bagi memasarkan produk mereka. Model ini seterusnya dikembangkan sebagai modul latihan para usahawan asnaf. Program Pembangunan Usahawan Asnaf Digital (AsnafTech 4.0) dimulakan dengan tinjauan pemerhatian awal terhadap jenis bisnes yang diusahakan, tahap pencapaian dalam bisnes, kaedah pemasaran bisnes dan motivasi asnaf dalam menjalankan bisnes. Berdasarkan pemerhatian awal tersebut, tujuh modul pemantapan usahawan asnaf akan dilaksanakan. Pencapaian usahawan asnaf seterusnya dianalisis pada akhir pelaksanaan kesemua modul bagi memastikan keberkesanan pelaksanaan program.



Rajah 2. Carta Alir Modul AsnafTech 4.0

Sumber: Kertas Polisi, Kajian Modul AsnafTech 4.0 Bagi Meningkatkan Kebolehsaingan Usahawan Asnaf di Negeri Sembilan

Carta alir di atas merupakan rangkuman keseluruhan perjalanan Program Pembangunan Usahawan Asnaf Digital (AsnafTech 4.0) bagi memenuhi objektif yang ditetapkan, iaitu melahirkan para usahawan para usahawan asnaf yang berdaya saing dan kompeten mendepani cabaran dan perubahan dunia semasa. Menerusi strategi serta kolaborasi pelbagai pihak, inisiatif melahirkan para usahawan digital ini mampu memberikan pulangan manfaat bukan sahaja kepada usahawan asnaf itu sendiri, malahan institusi zakat atas keberhasilan pengurusan zakat yang dilaksanakan.

Tuntasnya, gabungan teori dan latihan praktikal yang dirangkumkan dalam modul ini berupaya melahirkan usahawan asnaf yang unggul, sekaligus menjadi Ikon Usahawan MAINS yang mampu membakar semangat para asnaf yang lain. Modul AsnafTech 4.0 ini telah merangkumkan tujuh strategi bagi mencapai matlamat yang dinyatakan, iaitu Motivasi Keusahawanan, Jati Diri dan Etika, Business Model Canvas, Fotografi Produk, Label dan Logo, Video Pemasaran dan terakhir Pemasaran Digital. Strategi ini mampu membentuk personaliti keusahawanan dalam diri para asnaf sekaligus meningkatkan kualiti dan komitmen mereka untuk mengubah kehidupan mendepani cabaran dan perubahan dunia semasa. Modul ini telah melalui proses penilaian oleh para pakar dalam bidang keusahawanan digital bagi memastikan kebolegunaan modul ini dalam memenuhi keperluan usahawan asnaf di Negeri Sembilan. Kesemua tujuh modul yang dilaksanakan ini telah merangkumkan komponen-komponen penting dalam

Strategi Keusahawan Digital bagi merealisasikan matlamat melahirkan Usahawan AsnafTech. Hasrat ini bersifat serampang dua mata, iaitu membimbing usahawan asnaf meningkatkan kebolehsaingan sendiri di samping mentransformasikan mereka sebagai Ikon Usahawan Asnaf bagi mendorong kejayaan para usahawan asnaf yang lain. Inisiatif ini juga diharapkan dapat membantu institusi zakat merencanakan strategi dan pendekatan dalam meningkatkan kualiti bimbingan dan latihan kepada usahawan asnaf ini.

METODOLOGI KAJIAN

Kajian ini dijalankan secara kuantitatif menggunakan reka bentuk tinjauan. Set soal selidik yang mengandungi empat bahagian utama, iaitu: Bahagian A: Latar Belakang Responden, Bahagian B: Tahap Literasi Keusahawanan Digital, Bahagian C: Tahap Penglibatan Keusahawanan Digital dan Bahagian D: Penilaian Modul AsnafTech 4.0 telah diedarkan kepada seramai 40 usahawan asnaf yang berdaftar dan terlibat secara aktif dengan Unit Keusahawanan, MAINS. Pemilihan sampel kajian dilakukan menggunakan teknik persampelan bertujuan (*purposive sampling*). Responden kajian yang terlibat akan menjalani bengkel ‘Training of Trainers’ berpandukan kepada Modul AsnafTech 4.0. Para peserta akan melalui tiga modul latihan yang akan dikendalikan oleh pakar yang dilantik bagi membantu merealisasikan matlamat program. Skala Likert Lima-Mata (*five-point scale*) telah digunakan, iaitu 1 (Sangat Tidak Setuju), 2 (Tidak Setuju), 3 (Kurang Setuju), 4 (Setuju) dan 5 (Sangat Setuju). Kajian Rintis pula telah dilaksanakan bagi menguji kesahihan dan kebolehpercayaan item dalam soal selidik sebelum kajian sebenar dijalankan. Responden bagi kajian rintis ini dipilih secara rawak mudah. Mereka terdiri daripada 10 orang usahawan asnaf di Negeri Sembilan. Dapatan kajian adalah seperti berikut:

Jadual 1: Analisis Cronbach Alpha

Cronbach's Alpha	N of Items
.86	30

Sumber: Kertas Polisi, Kajian Modul AsnafTech 4.0 Bagi Meningkatkan Kebolehsaingan Usahawan Asnaf di Negeri Sembilan

Berdasarkan Jadual 1 di atas, nilai Cronbach's Alpha untuk kesemua item ialah 0.86. Cronbach's Alpha merupakan ukuran konsistensi dalaman, iaitu sejauh mana satu set item berkait sebagai satu kumpulan. Berdasarkan model pengukuran Rasch, nilai Cronbach's Alpha yang boleh diterima adalah 0.71-0.99. Justeru, boleh disimpulkan bahawa setiap item yang ditetapkan dalam soal selidik ini boleh diterima. Analisis deskriptif seterusnya telah dilakukan terhadap dapatan bagi setiap item bagi mendapatkan data berkaitan objektif yang ditetapkan.

DAPATAN KAJIAN

Berdasarkan data awal yang diperoleh daripada Unit Profil dan Keusahawanan, seramai 63 orang asnaf telah berdaftar dengan program keusahawanan MAINS. Namun, seramai 20 orang daripada mereka dilihat kurang aktif dalam menceburi bidang keusahawanan disebabkan pelbagai kekangan dan kesulitan yang dihadapi. Justeru, satu soal selidik telah diedarkan kepada 40 responden, dengan 36 daripadanya telah memberikan maklum balas terhadap item-item yang diberikan.

Profil Responden

Perincian latar usahawan asnaf yang terlibat adalah seperti berikut:

Jadual 2. Profil Responden

Bil.	Item	Peratus (%)
1.	Jantina:	
	Lelaki	19.4
	Perempuan	80.6
2.	Umur:	
	31 – 40 Tahun	22.2
	41 – 50 Tahun	47.2
	50 Tahun ke atas	30.6
3.	Taraf Perkahwinan:	
	Bujang	2.7
	Berkahwin	63.9
	Ibu Tunggal	33.4
4.	Bilangan Tanggungan:	
	1-3 Orang	50
	4-6 Orang	47.2
	7 Orang ke atas	2.8
6.	Tahap Pendidikan:	
	Sekolah Rendah	8.3
	PMR/Setaraf	13.9
	SPM/Setaraf	55.6
	STPM/Diploma/Setaraf	19.4
	Sarjana Muda/Setaraf	2.8
7.	Daerah:	
	Seremban	41.7
	Kuala Pilah	22.2
	Port Dickson	13.9
	Jejebu	11.1
	Jempol	5.6
	Rembau	2.8
Tampin	2.8	
8.	Tempoh sebagai usahawan:	
	1-3 Tahun	61.1
	4-6 Tahun	25
	7-9 Tahun	5.6
	10 Tahun ke atas	8.3
9.	Jenis Perniagaan:	
	Makanan dan Minuman	83.4
	Kesihatan dan Kecantikan	19.5
	Fesyen dan Kraftangan	5.6
	Perkhidmatan Profesional	2.8
10.	Platform Perniagaan:	
	Fizikal	91.7
	Digital	41.7

Sumber: Kertas Polisi, Kajian Modul AsnafTech 4.0 Bagi Meningkatkan Kebolehsaingan Usahawan Asnaf di Negeri Sembilan

Berdasarkan jadual di atas, dapat dirumuskan bahawa segmen perniagaan yang paling banyak diceburi oleh usahawan asnaf adalah makanan dan minuman, dengan majoriti daripadanya dikendalikan secara fizikal. Justeru, pelaksanaan modul keusahawanan digital ini berpotensi meningkatkan kebolehsaingan para

usahawan asnaf di Negeri Sembilan untuk melonjakkan prestasi perniagaan mereka, seterusnya meningkatkan kualiti kehidupan mereka sendiri.

Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif seterusnya telah dilakukan terhadap dapatan bagi setiap item. Bagi tahap kualiti perniagaan, majoriti usahawan asnaf mempunyai kemahiran komunikasi yang baik (36.1%), selaras dengan keperluan aktiviti perniagaan yang dijalankan. Selain itu, usahawan asnaf juga mempunyai kemahiran pertukangan yang berkualiti (33.5%), memandangkan aktiviti perniagaan lebih selesa dijalankan secara fizikal. Namun, bagi kecelikan teknologi maklumat, tahap kemahiran para usahawan masih sederhana, dengan kemahiran teknologi maklumat sekitar 16.7%, dan aplikasi digital 8.3%. Melihat kepada senarai kehadiran program oleh para usahawan asnaf, seramai 86.1% pernah menghadiri kursus keusahawanan anjuran MAINS, dan 50% pula pernah menghadiri kursus keusahawanan anjuran agensi luar (selain MAINS). Justeru, boleh disimpulkan bahawa kursus kemahiran teknologi maklumat dan aplikasi digital masih kurang dilaksanakan kepada para usahawan asnaf. Oleh itu, terdapat keperluan utama untuk memperkenalkan kursus keusahawanan digital ini sebagai nilai tambah kepada kursus-kursus lain, sekaligus meningkatkan kebolehsaingan para usahawan asnaf mendepani perubahan dan cabaran semasa.

Seterusnya, bagi faktor peningkatan kualiti perniagaan, terdapat lapan faktor yang mampu mempengaruhi keberkesanan dan kualiti perniagaan yang dijalankan, iaitu minat dan kemahiran (88.9%), kursus dan latihan (83.4%), platform digital (97.2%), persaingan perniagaan (88.9%), segmen pelanggan (86.1%), modal dan peralatan (94.4%), serta inovasi produk (77.8%). Berdasarkan maklum balas diberikan, ternyata tiga faktor utama yang yang mempengaruhi perniagaan para usahawan asnaf adalah modal dan peralatan, platform digital serta minat dan kemahiran. Ternyata, para usahawan telah menyedari keperluan penguasaan platform digital bagi meningkatkan kualiti perniagaan yang dijalankan, sekaligus mendokong keperluan program keusahawanan digital terhadap para usahawan asnaf di Negeri Sembilan. Justeru, pelaksanaan modul keusahawanan digital serta bengkel keusahawanan digital dilihat berpotensi membantu para usahawan asnaf meningkatkan kualiti dan kompetensi perniagaan mereka.

Bagi peranan institusi zakat pula, terdapat lapan peranan institusi zakat, atau dalam kajian ini merujuk kepada MAINS yang dinilai oleh peserta. Penilaian ini berdasarkan tahap kepuasan para usahawan asnaf terhadap perkhidmatan yang disediakan, iaitu maklumat dan penerangan (86.1%), bantuan dan sokongan (80.6%), latihan dan kursus (80.6%), penilaian dan penilihan program (88.9%), penyeliaan dan pemantauan (86.1%), aduan dan maklum balas (86.1%), serta layanan dan perkhidmatan (91.6%). Secara rumusnya, semua usahawan asnaf berpuas hati dengan perkhidmatan yang disediakan oleh pihak MAINS. Namun, ia tidak menafikan kepada ruang penambahbaikan oleh pihak MAINS bagi meningkatkan lagi kualiti perkhidmatan yang disediakan, terutamanya kepada para usahawan asnaf. Justeru, bantuan secara langsung (modal dan peralatan) serta bantuan tidak langsung (kursus dan latihan) yang disediakan oleh pihak MAINS dilihat mampu memenuhi aspirasi para usahawan asnaf. Ini termasuklah menerusi pelaksanaan bengkel *Training of Trainers (ToT)* berkaitan keusahawanan digital menerusi penyelidikan bertemakan 'Kajian Modul AsnafTech 4.0 Bagi Meningkatkan Kebolehsaingan Usahawan Asnaf di Negeri Sembilan.'

Analisis Modul

Setelah sesi program tamat, satu soal selidik telah diedarkan kepada semua peserta bagi menilai pandangan dan maklum balas mereka terhadap keberkesanan program. Soal selidik ini dibahagikan kepada tiga bahagian, iaitu Bahagian A (Penilaian Program), Bahagian B (Penilaian Pembelajaran) dan Bahagian C (Ulasan Program). Terdapat empat skala yang ditetapkan bagi setiap item, iaitu 1: Tidak Memuaskan, 2: Memuaskan, 3: Baik dan 4; Cemerlang. Bagi Bahagian A, terdapat sembilan item yang ditetapkan, dengan respon cemerlang daripada setiap peserta adalah bagi pencapaian objektif (64.9%), kesesuaian tempoh (51.4%), keselesaan dewan (64.9%), penyediaan nota (54.1%), teknik penyampaian (56.8%), kaedah kursus (59.5%), kandungan kursus (64.9%), urusetia kursus (70.3%) dan keberkesanan kursus (67.6%).

Bagi Bahagian B pula, terdapat 11 item yang ditetapkan, dengan respon cemerlang daripada peserta adalah bagi 'Kursus ini meningkatkan pengetahuan berkaitan dengan keusahawanan digital' (67.6%), 'Kursus ini memberi faedah dan membantu dalam melaksanakan keusahawanan digital' (67.6%), 'Pengetahuan di dalam kursus ini meningkatkan kualiti pekerjaan' (64.9%), 'Kursus ini memberi kemahiran yang relevan dengan pekerjaan' (70.3%), 'Kemahiran yang diperolehi dapat meningkatkan keupayaan diri dalam melaksanakan pekerjaan' (62.2%), 'Kemahiran yang diperolehi dalam kursus ini boleh meningkatkan kualiti pekerjaan' (64.9%), 'Kemahiran yang diperolehi dalam kursus ini boleh menyumbangkan kepada pencapaian sasaran perniagaan' (64.9%), 'Kursus ini membentuk minda yang positif' (67.6%), 'Kursus ini membantu diri menjadi lebih peka dan produktif' (67.6%), 'Kursus ini mendorong untuk bekerja dengan lebih cekap' (64.9%) dan 'Kursus ini meningkatkan komitmen kepada perniagaan' (67.6%).

Selain itu, laporan keberkesanan modul yang dilaksanakan bagi menilai peningkatan tahap pengetahuan dan penguasaan para peserta sebelum dan selepas kursus (*pre and post analysis*). Penilaian dilakukan terhadap tiga modul utama dalam kursus ini, iaitu Modul 1: Etika Keusahawanan Digital, Modul 2: Teknik Fotografi dan Videografi dan Modul 3: Strategi Pemasaran Digital. Bagi Modul 1, analisis keberkesanan yang direkodkan bagi item 'pengetahuan berkaitan keusahawanan digital' mencatatkan peningkatan sebanyak 47%, item 'potensi keusahawanan digital' sebanyak 67%, item 'ciri-ciri keusahawanan digital' sebanyak 33%, item 'etika keusahawanan digital menurut Islam' sebanyak 43%, dan item 'aspek prosedur dan perundangan berkaitan keusahawanan digital' sebanyak 47%. Bagi Modul 2 pula, item 'kemahiran fotografi dan videografi menggunakan telefon pintar; mencatatkan peningkatan sebanyak 63%, item 'penggunaan telefon pintar bagi tujuan perniagaan' sebanyak 53%, item 'teknik 3-finger method' sebanyak 40%, item 'aplikasi Canva menggunakan telefon pintar' sebanyak 53%, dan item 'aplikasi Capcut menggunakan telefon pintar' sebanyak 60%. Modul 3 turut mencatatkan peningkatan yang signifikan bagi item 'pengetahuan strategi pemasaran digital' iaitu sebanyak 47%, item 'strategi SMART dalam perancangan pemasaran' sebanyak 40%, item 'platform pemasaran digital atas talian' sebanyak 53%, item 'pengiklanan digital' sebanyak 67%, dan item 'akaun perniagaan di aplikasi Shopee' sebanyak 67%. Secara keseluruhan, terdapat peningkatan pengetahuan dan penguasaan bagi setiap modul yang dijalankan, daripada skala rendah (Sangat Tidak Faham, Tidak Faham dan Kurang Faham) kepada skala tinggi (Faham dan Sangat Faham).

KESIMPULAN

Majlis Agama Islam Negeri Sembilan telah melaksanakan pelbagai strategi bagi memenuhi aspirasi serampang dua mata, iaitu membimbing para usahawan asnaf meningkatkan kebolehsaingan sendiri di samping mentransformasikan mereka sebagai Ikon Usahawan Asnaf bagi mendorong kejayaan para usahawan asnaf yang lain. Pelbagai program telah direncanakan dalam meningkatkan kualiti bimbingan dan latihan kepada para usahawan asnaf ini. Kolaborasi yang dicetuskan antara MAINS dan IPT di Malaysia mewujudkan anjakan paradigma Baharu bagi merealisasikan matlamat pemerkesaan usahawan asnaf di Negeri Sembilan. Menerusi inisiatif ini, program keusahawanan digital telah dilaksanakan bertujuan mempersiapkan para usahawan asnaf dengan era digital semasa. Justeru, program AsnafTech 4.0 ini menjadi salah satu platform bagi meningkatkan kebolehsaingan dan kompetensi para usahawan asnaf di Negeri Sembilan. Namun, penambahbaikan berterusan perlu dilakukan bagi memastikan program ini berjaya mencapai matlamat yang ditetapkan untuk melahirkan lebih ramai usahawan asnaf yang berjaya. Dorongan, tunjuk ajar dan sokongan daripada pihak zakat sendiri dilihat dapat membantu peserta program untuk memajukan diri dan perniagaan dengan lebih baik. Asnaf perlu mengambil peluang berharga ini dengan bekerja lebih gigih dan memberikan kerjasama dan komitmen yang padu terhadap perniagaan yang dijalankan. Anjakan paradigma usahawan asnaf untuk mentransformasikan model perniagaan diharap mampu membentuk mentaliti dan kredibiliti usahawan asnaf yang lebih kompeten dan berdaya saing dalam menghadapi cabaran era IR4.0.

PENGHARGAAN

Kertas kerja ini merupakan salah satu output daripada Geran Penyelidikan Majlis Agama Islam Negeri Sembilan menerusi kajian bertajuk ‘Kajian Modul AsnafTech 4.0 Bagi Meningkatkan Kebolehsaingan Usahawan Asnaf di Negeri Sembilan’. Penghargaan dirakamkan kepada pihak Majlis Agama Islam Negeri Sembilan atas penganugerahan geran penyelidikan ini.

KONFLIK KEPENTINGAN

Penulis mengesahkan tiada konflik kepentingan sama ada atas kapasiti peribadi, komersial, kewangan dan selainnya dalam menghasilkan artikel ini.

SUMBANGAN PENGARANG

Khairul Azhar Meerangani telah menyediakan latar kajian, sorotan literatur serta teknikal penerbitan artikel. Mohammad Fahmi Abdul Hamid telah menyumbang kerangka teoritikal kajian. Muhamad Hanif Jofri pula telah memperincikan metodologi kajian dan melaksanakan pengumpulan dan penganalisan data kajian.

RUJUKAN

- Amin, H. (2022). Examining New Measure Of Asnaf Muslimpreneur Success Model: A Maqasid Perspective. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 13(4). <https://doi.org/10.1108/JIABR-04-2021-0116>
- Delmar, F. (2006). *The Psychology Of The Entrepreneur*. In S. Carter, & D. Jones-Evans (eds.). Enterprise and Small Business. Harlow, UK: Prentice Hall.
- Gunaseelan, K., Subramaniam, T. S., Rathakrishnan, G., Jabor, M. K., & Sern, L. C. (2022). Impact of Digital Entrepreneurship in Malaysia In The Era Of Covid-19 Pandemic. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 12(10), 468 – 476.
- Jaapar, N., Mohamed Yusof, M.F., Muhamad, M.D., Syed Abdullah, S.F., & Abd Halim, A.H. (2022). The shariah principles of online advertising during the pandemic of COVID-19. *Journal of Contemporary Islamic Studies* 8(1).
- Kets de Fries, M.F.R. (1977). The Entrepreneurial Personality: A Person At The Crossroads. *Journal of Management Studies* 14 (1).
- Khamis, M.R., Hashim, M.J., Muhammad Arifin, N.A., Kamarudin, M.F., Mat Radzi, F., & Abdul Rahman, A. (2021). Factors Determining The Success of Asnaf Entrepreneurs Through The Asnaf Entrepreneurship Program. *Empirical Economics Letters* 20(8).
- Lister, M. (2018). 40 Essential Social Media Marketing Statistics For 2018. Retrieved from <https://www.wordstream.com/blog/ws/2017/01/05/social-media-marketingstatistics>.
- Littunen, H. (2000). Entrepreneurship and the Characteristics of The Entrepreneurial Personality. *International Journal of Entrepreneurship Behavior and Research* 8 (1).
- Martinelli, A. (2004). The Social and Institutional Context of Entrepreneurship. *Crossroads of Entrepreneurship* 3(1).

- Mohammad, N., Asnawi, N.H., Ghazali, N., Salleh, N.F., Mohammad, M. & Putit, L. (2022). Social Entrepreneurship in Higher Education Institutions In Malaysia: Conceptual Framework. *Journal of Contemporary Islamic Studies* 8 (Special Issues).
- Mohd Munahar, M., Md Badarudin, I., & Harun, N. (2023). A Conceptual Paper on Characteristics of Successful Asnafpreneur In Malaysia. *International Journal of Social Science And Human Research* 6 (3). Doi: 10.47191/ijsshr/v6-i3-11
- Olanrewaju, A. S. T., Hossain, M. A., Whiteside, N., & Mercieca, P. (2020). Social Media and Entrepreneurship Research: A Literature Review. *International Journal of Information Management* 50(1). <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2019.05.011>
- Pickard-Whitehead, G. (2018). Wow! African American Small Business Ownership Up 400% in a Year, Survey Reveals. *Small Business Trends*, <https://smallbiztrends.com/2018/08/africanamerican-small-business-statistics-2018.html>.
- Rahim, R. T. A., Noor, N. S. M., & Zuki, M. F. M. (2023). The Channels of Digitalization on Business Model Practice Among Asnafpreneurs in Perlis. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences* 13(4).
- Rosli, M. S. D. A., Yusof, M. F. M., Mansor, S. K. M., Zainal, N. H., Rahim, S. I. A., & Rani, M. A. M. (2023). Performance of Asnaf Micro-Entrepreneurs Through Values of Business Digitalization: An Empirical Measurement. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences* 13(5). <http://dx.doi.org/10.6007/IJARBS/v13-i5/16787>
- Syamsul Bahri, E. & Rosalina, H. (2022). Optimizing Disbursement of Zakat Funds for Asnaf Entrepreneurs. *ITQAN: Journal of Islamic Economics, Management, and Finance* 1(1). <https://doi.org/10.57053/itqan.v1i1.1>
- Syamsul Bahri, E., Ali, J., & Mohammad Aslam, M.M. (2023). Successful of Asnaf Entrepreneur: The Role of Knowledge, Skills, and Ability. *AZKA International Journal of Zakat & Social Science* 4(3). <https://doi.org/10.51377/azjaf.vol4no3.111>
- Valigursky, D. I., Romanovich, V. K., Bronnikova, V. V., Kolenova, V. A., & Karplyuk, V. V. (2021). *Public-Cooperative Partnership: New Forms of Development. In Cooperation and Sustainable Development*. Cham: Springer International Publishing.
- Yaakob, M.A.Z., Bhari, A., Saidin, N., Khalid, M.M., Mohamed Yusof, M.F., & Abdullah, M.Y. (2023). Analisis Pelaksanaan Matlamat Pembangunan Mampan (SDG) Di Bahagian Zakat, Sedekah Dan Wakaf (ZAWAF), Universiti Teknologi MARA (UiTM). *Journal of Contemporary Islamic Studies*, 9(1).
- Yáñez-Valdés, C. & Guerrero, M. (2024). Determinants and Impacts Of Digital Entrepreneurship: A Pre-And Post-COVID-19 Perspective. *Technovation* 132. <https://doi.org/10.1016/j.technovation.2024.102983>



© 2024 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY SA) license (<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>).