



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

Model Karakter Fatanah, Amanah, Siddiq dan Tabligh Berdasarkan Pengalaman Usahawan Asnaf Berjaya

(The Character Model of Fatanah, Amanah, Siddiq and Tabligh Based on
The Experiences of Successful Asnaf Entrepreneurs)

Izatul Akmar Ismail^{1*}, Mohd Adib Abd Muin², Muhammad Nasri Md. Hussain³,
Amin Che Ahmat⁴

¹ Academy of Contemporary Islamic Studies (ACIS), Universiti Teknologi MARA, Kedah Branch, Malaysia.

² Islamic Business School, Universiti Utara Malaysia

³ Kulliyah of Islamic Finance, Management Sciences and Hospitality, Sultan Abdul Halim Mu'adzam Shah
International Islamic University

⁴ Academy of Contemporary Islamic Studies (ACIS), Universiti Teknologi MARA, Perak Branch, Tapah Campus, Malaysia

ARTICLE INFO

Article history:

Received 27 May 2024

Accepted 10 September 2024

Published 1 October 2024

Keywords:

amanah
character
fatanah
model
siddiq
tabligh

Katakunci:

amanah
fatanah
karakter
model
siddiq
tabligh

DOI:

<http://doi.org/10.24191/jcis.v10i2.10>

ABSTRACT

In the history of Islamic entrepreneurship, Rasulullah PBUH serves as a role model for successful entrepreneurial leadership. He possessed entrepreneurial characteristics such as fatanah, amanah, siddiq, and tabligh, which should be emulated by entrepreneurs striving for success. In Malaysia, one of the allocations of zakat funds aimed at fostering Muslim entrepreneurs is through the distribution of business capital to asnaf, which has proven to produce successful asnaf entrepreneurs. This study aims to examine the experiences of successful asnaf entrepreneurs through their personal characteristics and to develop a model that can serve as a guide for other asnaf entrepreneurs. The study employs a qualitative transcendental-phenomenological approach, involving seven successful asnaf entrepreneur icons. Data were collected through semi-structured interviews and analyzed using phenomenological methods with the aid of Atlas.ti Version 8 software. The findings reveal that the qualities of fatanah, amanah, siddiq, and tabligh are inherent in successful asnaf entrepreneurs. The themes generated from these four qualities form the Character Model of Fatanah, Amanah, Siddiq, and Tabligh Based on the Experiences of Successful Asnaf Entrepreneurs. The findings can serve as a reference for zakat institutions and related agencies in strengthening training aspects, particularly in building the self-identity and personality of asnaf, so that they can become self-reliant and ultimately move out of the asnaf status.

ABSTRAK

Dalam sejarah keusahawanan Islam, Rasulullah SAW merupakan contoh teladan seorang pemimpin usahawan yang berjaya. Baginda memiliki identiti dan karakter-karakter keusahawanan seperti fatanah, amanah, siddiq, dan tabligh, yang perlu dijadikan contoh bagi usahawan yang ingin mencapai kejayaan. Di Malaysia, salah satu agihan dana

zakat bagi melahirkan usahawan Muslim adalah melalui agihan modal perniagaan kepada asnaf dan terbukti melahirkan usahawan-usahawan asnaf yang berjaya. Kajian ini bertujuan untuk mengkaji pengalaman usahawan asnaf yang berjaya melalui karakter-karakter keperibadian mereka serta membina satu model yang boleh dijadikan panduan kepada usahawan asnaf lain. Kajian ini menggunakan pendekatan kualitatif fenomenologi-transendental melibatkan tujuh ikon usahawan asnaf yang berjaya. Data dikumpul melalui temu bual separa berstruktur dan dianalisis menggunakan kaedah fenomenologi dengan bantuan perisian Atlas.ti Versi 8. Hasil kajian menunjukkan karakter fatanah, amanah, siddiq, tabligh adalah dimiliki usahawan-usahawan asnaf berjaya. Tema-tema yang dihasilkan melalui empat karakter ini membentuk Model Karakter Fatanah, Amanah, Siddiq dan Tabligh Berdasarkan Pengalaman Usahawan Asnaf Berjaya. Hasil kajian boleh dijadikan rujukan bagi institusi-institusi zakat dan agensi berkaitan dalam memperkukuh aspek latihan, terutama dalam membangunkan jati diri dan keperibadian asnaf agar mereka mampu berdikari dan akhirnya keluar dari status asnaf.

PENGENALAN

Kemiskinan menjadi isu utama yang diberikan penekanan bukan sahaja di peringkat global tetapi juga oleh setiap negara. Sustainable Development Goals (SDG) iaitu Matlamat Pembangunan Lestari yang dilaksanakan di peringkat global menetapkan 17 matlamat dengan 169 sasaran, di mana matlamat utama ialah 'No Poverty' (tiada kemiskinan) yang ingin dicapai menjelang tahun 2030 (United Nations, t.t). Pembasmian kemiskinan adalah sangat penting untuk dilaksanakan oleh semua pihak kerana pelbagai kesan negatif yang terhasil sekiranya kemiskinan tidak dibendung dengan sewajarnya. Ini kerana kemiskinan boleh menyebabkan pelbagai kesan negatif, termasuklah mencetuskan masalah sosial seperti jenayah, gangguan kesihatan mental, fenomena gelandangan serta menjadi punca kepada kemunduran dan kehancuran sesebuah bangsa (Nawawi, 2019). Kemiskinan juga dapat memberikan implikasi terhadap individu seperti dijelaskan oleh Yusuf al-Qardhawi dalam karyanya, *Musykilatul Faqri wa Kaifa 'Aalajahal Islam*, yang boleh mengancam bukan sahaja dari aspek kesejahteraan keluarga dan masyarakat, malah dapat mengancam aspek aqidah, pemikiran, etika dan akhlak (Bastoni, 2013).

Pelbagai strategi, matlamat dan dasar telah diimplementasikan di peringkat global dan nasional untuk memastikan kemiskinan dapat dibendung. Institusi zakat sebagai contohnya merupakan salah satu entiti yang berperanan penting dalam usaha pembasmian kemiskinan. Institusi zakat di Malaysia telah melaksanakan transformasi sama ada dari aspek pentadbiran, kutipan dan agihan zakat. Bermula dari zaman pra kolonial, kutipan zakat ketika itu bergantung kepada hasil padi dan zakat fitrah, tetapi peralihan zaman dan ekonomi industry telah memperluaskan skop kutipan zakat kepada hasil-hasil lain seperti pendapatan, perniagaan, Kumpulan Wang Simpanan Pekerja (KWSP), saham, takaful dan lain-lain sumber lagi (Abdullah et al., 2023).

Begitu juga aspek agihan zakat turut mengalami transformasi dengan memperkenalkan jenis agihan zakat produktif. Jenis agihan ini diperkenalkan untuk membantu asnaf mencapai keupayaan berdikari dan keluar dari kemiskinan dalam tempoh masa yang panjang. Agihan ini juga mendorong asnaf fakir, miskin, dan muallaf menceburi bidang keusahawanan, dengan tujuan membantu mereka keluar dari kemiskinan dan seterusnya berpotensi menjadi pembayar zakat pada masa hadapan (Muda, 2014). Matlamat utama pelbagai transformasi yang dilaksanakan oleh institusi zakat adalah untuk memastikan pengagihan pendapatan yang adil dengan mengurangkan jurang pendapatan melalui penyaluran dana kepada golongan yang memerlukan (Haron & Rahman, 2016). Zakat juga bertujuan untuk memperkaya golongan asnaf fakir dan miskin selain daripada memenuhi keperluan hidup.

Dalam memperkasakan agihan zakat produktif, institusi zakat perlu berhadapan dengan pelbagai cabaran. Antara salah satu cabaran adalah sikap asnaf itu sendiri. Ini kerana kajian lepas menunjukkan bahawa sikap asnaf memainkan peranan penting dalam menentukan kejayaan atau kegagalan perniagaan yang diceburi (Marzuki et al., 2019). Sikap yang boleh menyumbang kepada kegagalan termasuklah kurangnya produktiviti, di mana terdapat usahawan asnaf yang menjual barangan modal yang diberikan kepada mereka. Tindakan ini mengakibatkan perniagaan mereka tidak dapat dijalankan dengan baik dan teratur, seterusnya menggagalkan usaha untuk keluar dari kemiskinan (Hadi et al., 2015).

Isu sikap usahawan asnaf turut menjadi salah satu topik perbincangan dalam Resolusi Persidangan Meja Bulat: Isu dan Cabaran Kontemporari Dalam Pengurusan Zakat di Malaysia yang diadakan pada 3 November 2016 (IAIS, 2016). Teguran mengenai masalah sikap dan pemikiran asnaf yang perlu diubah turut disokong oleh Mufti Perlis, Pengerusi Yayasan Basmi Kemiskinan, dan Pengerusi Majlis Dakwah Negara (Sinar Harian, 2020; Astro Awani, 2022). Meskipun sikap merupakan salah satu faktor penting yang mempengaruhi kejayaan dan kegagalan usahawan asnaf, kajian yang memberi tumpuan terhadap perubahan sikap masih kurang dijalankan. Hal ini diakui oleh Mayr et al. (2021) dan Ismail (2022), yang menegaskan bahawa kajian terhadap karakter usahawan dan kaitannya dengan kejayaan dan kegagalan Perusahaan Kecil dan Sederhana (PKS) masih terhad. Oleh itu, penekanan terhadap karakter dan sikap usahawan yang baik adalah penting untuk memastikan keberkesanan bantuan serta meningkatkan prestasi perniagaan. Keberkesanan agihan zakat produktif yang diberikan kepada asnaf fakir dan miskin sangat bergantung kepada sikap dan disiplin penerima bantuan serta bimbingan dan pemantauan dari institusi zakat (Ismail, 2022).

Maka, kajian ini menghuraikan karakter fatanah, amanah, siddiq dan tabligh yang dimiliki usahawan asnaf berjaya sebagai panduan khusus kepada usahawan asnaf yang lain dan institusi zakat dalam memperkasakan agihan zakat produktif dan aspek latihan yang diberikan kepada usahawan asnaf. Karakter fatanah, amanah, siddiq, dan tabligh merupakan sifat yang wajib ada pada baginda Nabi Muhammad SAW. Kesemua sifat itu menunjukkan keluhuran peribadi yang sangat mulia dan menjadi contoh serta ikutan buat semua terutamanya usahawan (Mohamad et al., 2019). Manakala sifat mustahil bagi nabi dan rasul iaitu bodoh (jahil), khianat, berdusta (kadzib) dan menyembunyikan (kitman) mestilah dihindarkan oleh usahawan (Abd Muin et al., 2021). Karakter yang dikaji merujuk kepada sifat atau ciri perwatakan yang membezakan seseorang daripada individu lain (Dewan Bahasa dan Pustaka, t.t). Kajian-kajian terdahulu mengenai karakter-karakter usahawan yang berjaya menunjukkan bahawa mereka memiliki karakter-karakter yang unik dan hampir serupa. Oleh itu, untuk mencapai kejayaan, maka seseorang usahawan perlu mengubah karakter mereka dengan mencontohi karakter-karakter usahawan yang telah berjaya (McGrath et al., 1992).

METODOLOGI KAJIAN

Kajian ini menggunakan pendekatan fenomenologi yang merupakan salah satu pendekatan dalam kajian kualitatif. Kajian kualitatif dilaksanakan kerana kajian ini lebih menumpukan kepada pemahaman yang mendalam terhadap sesuatu isu, berbanding kajian kuantitatif yang bertujuan membina teori dan mengujinya (Cooper & Schindler, 2014). Manakala pendekatan fenomenologi dipilih dalam kajian ini untuk meneliti pengalaman usahawan asnaf yang berjaya. Ini kerana pendekatan ini untuk memahami subjek kajian melalui pandangan dan perspektif mereka sendiri. Pandangan dan perspektif ini dibentuk oleh kesedaran mereka dalam memberi makna kepada pengalaman seharian (Lebar, 2015).

Data dalam kajian ini dikumpulkan dengan melaksanakan temu bual mendalam terhadap unit analisis. Unit analisis dalam kajian ini adalah individu, yang melibatkan tujuh orang ikon usahawan asnaf yang berjaya. Pemilihan unit analisis menggunakan kaedah persampelan bertujuan bagi memilih informan yang sesuai untuk ditemu bual. Persampelan bertujuan bermaksud pemilihan sampel dilakukan berdasarkan pertimbangan pengkaji untuk memilih informan dari populasi yang paling sesuai dengan tujuan kajian

(Babbie, 2014). Sebelum pemilihan dilakukan, pengkaji terlebih dahulu menghubungi pegawai di institusi zakat bagi mendapatkan kriteria-kriteria pemilihan ikon usahawan asnaf sama ada di peringkat negeri mahu pun kebangsaan. Pengkaji juga merujuk kepada kajian lepas berkenaan pengukuran kejayaan usahawan, antaranya peningkatan jualan, keuntungan, pulangan aset, pertambahan pekerja, kelangsungan syarikat dan kepuasan peribadi (Owens, 2003). Berdasarkan kriteria-kriteria pemilihan ikon usahawan dan pengukuran kejayaan dari kajian lepas, maka tujuh informan kajian dipilih berdasarkan ciri-ciri berikut:

- i. Menjalankan perniagaan melebihi lima tahun.
- ii. Keluar dari status asnaf.
- iii. Menerima pengiktirafan dari institusi zakat mahupun kebangsaan yang mana salah satu kriteria pemilihannya adalah peribadi yang unggul sebagai teladan.
- iv. Memberi sumbangan pada masyarakat.

Setelah pemilihan informan kajian, pengkaji menjalankan temu bual separa berstruktur sebagai pengumpulan data yang utama. Temu bual terlebih dahulu dimulakan dengan mengkaji latar belakang informan. Pengkaji kemudian mengenal pasti karakter informan melalui pengalaman mereka dalam mengendalikan perniagaan. Setelah proses temu bual selesai, pengkaji mendengar semula rakaman temu bual dan menghasilkan transkripsi temu bual. Berdasarkan teks temu bual yang lengkap, pengkaji merujuk kepada baris-baris teks dalam transkripsi tersebut untuk di analisis dalam laporan dapatan kajian, bagi memudahkan pemahaman dan rujukan (Jasmi, 2010). Transkripsi temu bual ini seterusnya dianalisis menggunakan analisis tema dengan bantuan perisian Atlas.ti versi 8. Analisis kajian ini bertujuan menjawab persoalan-persoalan berikut:

- i. Apakah karakter yang dimiliki oleh informan usahawan asnaf yang berjaya?
- ii. Bagaimanakah karakter fatanah yang dimiliki informan usahawan asnaf yang berjaya?
- iii. Bagaimanakah karakter amanah yang dimiliki informan usahawan asnaf yang berjaya?
- iv. Bagaimanakah karakter siddiq yang dimiliki informan usahawan asnaf yang berjaya?
- v. Bagaimanakah karakter tabligh yang dimiliki informan usahawan asnaf yang berjaya?

DAPATAN KAJIAN DAN PERBINCANGAN

Dapatan analisis tema karakter menggunakan Atlas.ti Versi 8 mengenalpasti karakter-karakter yang dimiliki oleh usahawan asnaf berjaya. Perbincangan dapatan kajian dihuraikan mengikut persoalan-persoalan kajian.

- i. Apakah karakter yang dimiliki oleh informan usahawan asnaf yang berjaya?

Model karakter usahawan asnaf yang berjaya merujuk kepada karakter Rasulullah SAW, yang merupakan contoh pemimpin usahawan yang berjaya. Identiti dan karakter keusahawanan baginda, seperti bersikap fatanah (bijaksana), amanah (jujur), siddiq (benar), dan tabligh (menyampaikan), melayakkan baginda berada pada kedudukan tersebut (P. Rameli et al., 2014). Perincian pengukuran setiap karakter ini dikenalpasti berdasarkan kajian Darimis (2015) seperti berikut:

Jadual 1. Pengukuran Karakter Fatanah, Amanah, Siddiq dan Tabligh

Fatanah	Amanah	Siddiq	Tabligh
Cerdas	Prinsip	Jujur	Komunikatif
Berilmu	Harmoni	Tawaduk	Empati
Beretika	Cinta	Setia	Proaktif
Profesional	Hormat	Sabar	Memimpin
Realistik	Tanggungjawab	Ikhlas	Sifat spontan
Rasional	Tepati janji	Telus	Berkhidmat
Inisiatif	Misi	Pembaikan	Kerjasama
Penyelesaian	Tugas	Berdikari	Dukungan
Kreativiti	Kehormatan	Adil	Teladan
Inovasi	Berwawasan	Terbuka	
Prestasi		Objektif	
Toleransi			
Kebijaksanaan			
Analitis			

Sumber: Diubahsuai dari Darimis (2015)

Berdasarkan perincian pengukuran karakter fatanah, amanah, siddiq dan tabligh, hasil analisis transkrip temu bual mendapati kesemua informan memiliki karakter-karakter tersebut seperti jadual berikut:

Jadual 2. Karakter Usahawan Asnaf Berjaya

Karakter	INF 1	INF 2	INF 3	INF 4	INF 5	INF 6	INF 7
Fatanah	√	√	√	√	√	√	√
Amanah	√	√	√	√	√	√	√
Siddiq	√	√	√	√	√	√	√
Tabligh	√	√	√	√	√	√	√

Sumber: Hasil temu bual informan

ii. Bagaimanakah karakter *fatanah* yang dimiliki informan usahawan asnaf yang berjaya?

Hasil kajian mendapati kesemua informan usahawan asnaf berjaya mempunyai karakter fatanah. Walau bagaimanapun, karakter fatanah yang dimiliki adalah berdasarkan pengalaman berbeza bagi setiap informan usahawan asnaf berjaya. Secara umumnya, fatanah bermaksud bijaksana, cerdik, dan cerdas (Zahroh & Muhammad Nafik, 2015). Salah satu ayat al-Quran dalam surah Al-An'am ayat 83 menjelaskan bahawa rasul dikurniakan sifat fatanah dalam menjalankan tugas. Karakter fatanah yang dimiliki oleh Rasulullah SAW dalam perniagaan tergambar melalui pelbagai strategi yang baginda bangukan, termasuk strategi pemasaran, kebijaksanaan dalam menguruskan perniagaan seperti pengurusan kewangan, serta kreativiti dan inovasi (Zahroh & Muhammad Nafik, 2015). Rasulullah SAW melaksanakan strategi pemasaran dengan menawarkan produk berkualiti tinggi, mengambil kadar keuntungan yang berpatutan, tidak menipu pembeli dari segi kuantiti dan kualiti produk, dan menunjukkan sikap toleransi dalam urusan niaga (Bastoni, 2013). Amalan pengurusan yang cekap dan efektif dapat memberikan implikasi positif kepada prestasi perniagaan, termasuk perkembangan dan keuntungan (Abdul Hadi & Borhan, 2013). Karakter fatanah ini dapat dilihat dalam kalangan informan usahawan asnaf yang berjaya melalui pengalaman mereka dalam menguruskan perniagaan, seperti berikut:

Jadual 3. Karakter Fatanah Usahawan Asnaf Berjaya

Karakter Fatanah	INF 1	INF 2	INF 3	INF 4	INF 5	INF 6	INF 7
Cerdas	√	√	√	√	√	√	√
Berilmu	√	√	√	√	√	√	√
Beretika	√	√	√	√	√	√	√
Profesional	√	√	√	√	√	√	√
Realistik	√	√	√	√	√	√	√
Rasional	√	-	-	-	-	√	√
Inisiatif	√	√	√	√	√	√	√
Penyelesaian	√	√	√	√	√	√	√
Kreativiti	√	-	-	√	-	√	√
Inovasi	√	-	-	√	-	√	√
Prestasi	√	√	√	√	√	√	√
Toleransi	√	-	√	-	-	-	√
Kebijaksanaan	√	√	√	√	√	√	√
Analitis	√	√	√	√	√	√	√

Sumber: Hasil temu bual informan

Berdasarkan hasil temu bual, didapati setiap informan memiliki sifat cerdas dalam menguruskan perniagaan. Cerdas membawa maksud cerdik, pandai dan pintar (Dewan Bahasa dan Pustaka, t.t). Setiap informan memiliki strategi masing-masing dalam memastikan perniagaan kekal dan berkembang. Strategi yang dilaksanakan adalah menawarkan produk dan perkhidmatan berkualiti dengan kos yang rendah dan harga yang berpatutan tetapi memberikan pulangan yang besar (INF 1 dan 6). Selain itu mereka juga mengambil inisiatif dengan mempelbagaikan cabang perniagaan dan pemasaran dalam berhadapan keadaan ekonomi yang mencabar terutama ketika pandemik COVID-19 melanda negara (INF 1, 2, 3, 4, 5, 6 dan 7).

Bagi menjalankan perniagaan, ilmu adalah salah satu komponen penting yang menyumbang kepada perkembangan perniagaan. Kesemua usahawan asnaf mendapat latihan berkaitan perniagaan melalui institusi zakat, agensi berkaitan dan menghadiri kursus-kursus secara persendirian untuk diaplikasikan dalam perniagaan. Terdapat juga informan usahawan asnaf yang mempunyai mentor sebagai rujukan dalam menjalankan perniagaan (INF 1, 6 dan 7). Informan usahawan asnaf juga mementingkan etika dalam perniagaan, antaranya tidak menipu (INF 3 dan 4), menjalankan perniagaan yang halal (INF 1, 2, 3, 4, 5, 6 dan 7), mementingkan hubungan dengan pelanggan (INF 2, 3, 5, 6 dan 7) dan lain-lain. Walaupun menjalankan perniagaan milik sendiri bersama ahli keluarga tetapi tidak menyebabkan usahawan asnaf mengambil sikap sambil lewa. Mereka sangat profesional dalam menguruskan masa, pembahagian kerja dan kewangan. Mereka juga bersikap realistik dalam perniagaan yang dijalankan iaitu menawarkan produk dan perkhidmatan yang bersesuaian dengan keperluan dan kehendak pelanggan.

Karakter fatanah melalui kreativiti dan inovasi dapat dilihat melalui Informan 1, 4, 6 dan 7. Informan 1 dan 4 melakukan inovasi dengan mengolah resipi dengan kreativiti sendiri dan produk makanan yang dihasilkan dapat bertahan lama. Informan 6 dan 7 pula menawarkan perkhidmatan yang mempunyai kelainan daripada pesaing-pesaing serta mengolah bahan mentah menjadi produk yang menghasilkan keuntungan. Sifat toleransi iaitu menghormati atau menerima pandangan dari orang lain juga perlu diberikan penekanan dalam perniagaan sepertimana dijelaskan oleh informan 1. Toleransi bukan sahaja sesama kaum tetapi juga berlainan kaum sepertimana hubungan yang dipelihara oleh informan 3 dan 7 dengan kaum cina.

Aspek menguruskan perniagaan, informan usahawan asnaf bijak dan sentiasa melakukan analisis terhadap peluang bagi mengembangkan perniagaan mengikut keadaan yang dihadapi mereka. Mereka bijak dalam menguruskan pembahagian kerja, kewangan, masa, stok dan pemasaran. Bagi pengurusan kewangan, kebanyakan informan menggunakan pendekatan mudah dengan merekodkan aktiviti kewangan mereka iaitu memastikan terdapat catatan yang jelas mengenai aliran masuk dan keluar wang. Mereka juga membahagikan modal untuk perbelanjaan kos bahan mentah, pembayaran gaji, dan simpanan. Pengurusan stok juga diutamakan bagi memastikan kelangsungan barang atau perkhidmatan yang diniagakan. Selain itu, pengurusan masa adalah sangat penting, terutama bagi informan yang mempunyai tanggungjawab tambahan, seperti menjaga anak yang sakit, serta menguruskan pelbagai cabang perniagaan. Masa perlu diuruskan dengan bijak supaya semua tugas dapat dilaksanakan dengan baik.

Melalui pemerhatian dan temu bual oleh pengkaji menunjukkan semua informan melaksanakan strategi pemasaran melalui inisiatif sendiri dengan sokongan daripada institusi zakat, rakan-rakan dan pihak lain. Setiap informan memastikan barangan dan perkhidmatan yang ditawarkan adalah berkualiti dan menekankan aspek kebersihan. Dari segi penentuan harga, terdapat dua metode yang dikenal pasti dilaksanakan usahawan asnaf berjaya iaitu pertamanya, penawaran harga rendah dengan skala penawaran kuantiti produk yang besar dan kedua, penetapan harga yang kompetitif dengan jaminan kualiti terhadap barangan dan perkhidmatan yang ditawarkan.

Selain itu, lokasi perniagaan dipilih secara strategik supaya sesuai dengan jenis perniagaan yang ditawarkan dan terletak di tempat yang menjadi tumpuan orang ramai yang memerlukan produk dan perkhidmatan tersebut. Sebagai contoh, informan 1 yang mengendalikan kantin sekolah mempunyai keupayaan untuk menjual produk roti kepada pelajar; informan 3 membuka kedai di lot berdekatan masjid dengan banyak tempat makan; informan 4 menjalankan perniagaan makanan dengan *foodtruck* di tempat ramai pengunjung; dan informan 5 membuka kedai runcit dan kedai makan di sekitar pusat peranginan tepi pantai.

Dapat dirumuskan melalui strategi dan pengurusan yang dilaksanakan dengan bijak dapat meningkatkan prestasi perniagaan informan usahawan asnaf. Peningkatan prestasi meningkatkan hasil jualan, pendapatan, menyelesaikan permasalahan kewangan dan seterusnya membantu mereka dapat keluar dari status asnaf.

iii. Bagaimanakah karakter amanah yang dimiliki informan usahawan asnaf yang berjaya?

Amanah berasal daripada perkataan *al-amn* dalam bahasa Arab yang bermaksud ketenangan hati. Menurut al-Ghazali, *al-amn* merujuk kepada rasa aman seseorang daripada pelanggaran hak-haknya oleh orang lain (Shuhari & Hamat, 2015). Amanah juga melibatkan konsep kejujuran, kebolehpercayaan, kredibiliti, tanggungjawab, dan lain-lain sifat yang mulia (Zahroh & Muhammad Nafik, 2015). Sifat amanah ini juga dinyatakan dalam Al-Qur'an, surah An-Nisa ayat 58. Karakter amanah sangat penting dalam kehidupan seseorang, sehingga Imam al-Ghazali mengaitkan amanah (*al-amn*) dengan keimanan (*al-iman*), di mana sesiapa yang menjaga amanah Allah SWT, maka Allah SWT akan menjaga keimanannya (Shuhari & Hamat, 2015). Karakter inilah yang menyebabkan Rasulullah SAW diberikan gelaran al-Amin, termasuk ketika baginda menjalankan urusan perniagaan (Hoque et al., 2014)

Karakter amanah ini juga menyebabkan Rasulullah SAW dilantik menjadi ejen dagangan Saidatina Khadijah ke Syam. Misi perniagaan ke Syam menghasilkan jualan dagangan yang sangat laris. Nabi Muhammad SAW merupakan seorang usahawan yang jujur, adil, dan sentiasa memastikan pelanggannya berpuas hati. Baginda juga amat menepati janji dan menghantar barangan dalam keadaan berkualiti serta tepat pada waktunya. Seorang peniaga atau usahawan mestilah menjadikan perniagaan yang diceburi sebagai suatu amanah. Oleh itu, segala yang berkaitan dengan perniagaan, termasuk modal, harta, organisasi, jawatan, dan perniagaan itu sendiri, adalah amanah yang perlu dijaga oleh seorang usahawan (Abdullah & Ahcene, 2011). Seorang usahawan yang beramanah akan sepenuhnya bertanggungjawab atas

apa yang diceburinya dan dimilikinya. Selain itu, seorang peniaga atau usahawan yang beramanah juga akan memastikan perniagaannya adalah halal dan terhindar daripada aktiviti-aktiviti yang diharamkan dalam Islam, termasuk *riba*, *gharar* (ketidakpastian), *maisir* (perjudian), arak, *khinzir*, penipuan, dan lain-lain. Karakter amanah ini juga dapat dilihat dalam pengalaman informan usahawan asnaf, seperti yang diringkaskan berikut:

Jadual 4. Karakter Amanah Usahawan Asnaf Berjaya

Karakter Amanah	INF 1	INF 2	INF 3	INF 4	INF 5	INF 6	INF 7
Prinsip	-	√	-	-	-	-	-
Harmoni	√	√	√	√	√	√	√
Cinta	√	√	√	√	√	√	√
Hormat	-	-	√	-	-	-	-
Tanggungjawab	√	√	√	√	√	√	√
Tepati janji	-	√	-	√	√	√	√
Misi	√	√	√	√	√	√	√
Tugas	√	√	√	√	√	√	√
Kehormatan	√	√	√	√	√	√	√
Berwawasan	√	√	√	√	√	√	√

Sumber: Hasil temu bual informan

Berdasarkan hasil temu bual dengan usahawan asnaf berjaya terdapat seorang informan iaitu informan 2 menjelaskan prinsipnya dalam menjalankan perniagaan yang halal dan mengutamakan keluarga terlebih dahulu. Selain itu, sifat harmoni seperti menjaga hubungan baik dengan pelanggan sangat ditekankan oleh kesemua informan usahawan asnaf berjaya. Sifat cinta dan kasih sayang kepada keluarga juga menjadikan usahawan asnaf bertanggungjawab ke atas tanggungan mereka. Mereka bertanggungjawab mencari nafkah dan berusaha mendapatkan pendapatan yang halal agar keluarga mereka hidup dalam keadaan baik, meskipun terdapat di antara mereka yang diuji dengan masalah kesihatan diri atau anak. Tanggungjawab terhadap keluarga menjadi pemangkin utama bagi mereka untuk berdikari dan keluar dari status asnaf (INF 1, 2, 3, 4, 5, 6, dan 7).

Selain itu, mereka juga menyatakan bahawa mereka merasa bertanggungjawab terhadap bantuan yang diterima, yang menjadi pendorong untuk mereka berusaha lebih gigih. Mereka merasa takut untuk mengkhianati amanah tersebut, kerana bantuan modal dan peralatan yang diterima merupakan zakat yang dikeluarkan oleh pembayar zakat. Kesedaran ini mendorong mereka untuk memastikan bantuan yang diterima dimanfaatkan dengan sebaik mungkin. Oleh itu mereka berusaha dengan sebaik mungkin dalam perniagaan yang dijalankan supaya keluar dari status asnaf bagi memelihara kehormatan diri daripada perbuatan hanya mengharap bantuan orang lain. Selain itu, informan usahawan asnaf juga mempunyai misi dan wawasan untuk mengembangkan perniagaan (INF 1, 2, 3, 4, 5, 6 dan 7), memastikan kehidupan keluarga lebih baik (INF 1, 2, 3, 4, 5, 6 dan 7), menanggung kos rawatan sendiri dan keluarga (INF 1, 2 dan 6) dan juga matlamat untuk menunaikan umrah dan haji (INF 1, 2, 3, 4, 5).

Sifat amanah juga dapat dilihat terutama apabila berurusan dengan pelanggan dan pembekal. Mereka beramanah dengan produk dan perkhidmatan yang ditawarkan, bayaran yang diperoleh, perjanjian yang dilakukan dan juga bertanggungjawab terhadap pekerja. Ini menjadikan informan usahawan asnaf berjaya dihormati oleh orang lain seperti yang ditekankan oleh informan 3.

iv. Bagaimanakah karakter siddiq yang dimiliki informan usahawan asnaf yang berjaya?

Siddiq berasal dari perkataan Arab *al-sidq*, yang bermaksud berkata jujur, tidak berdusta dan benar (Zahroh & Muhammad Nafik, 2015). Sifat siddiq ini juga dijelaskan dalam Al-Qur'an, surah Maryam ayat 41.

Menurut al-Ghazali, seperti yang dipetik oleh Shuhari dan Hamat (2015), lafaz *al-sidq* merujuk kepada enam aspek iaitu *al-sidq fi al-qawl* (kebenaran dalam perkataan), *al-sidq fi al-niyyah wa al-iradah* (kebenaran dalam niat dan kehendak), *al-sidq fi al-'azm* (kebenaran dalam keazaman), *al-sidq fi al-wafa' bi al-'azm* (kebenaran dalam menepati janji dengan keazaman), *al-sidq fi al-'amal* (kebenaran dalam amalan), dan *al-sidq fi tahqiq maqamat al-din* (kebenaran dalam merealisasikan maqam-maqam keagamaan).

Kebenaran dalam perkataan merujuk kepada kejujuran dalam ucapan, sama ada menerangkan masa lalu atau masa depan. Kebenaran dalam niat dan kehendak pula merujuk kepada niat yang ikhlas kerana Allah SWT dan bukan untuk kepentingan lain. Kebenaran dalam keazaman bermaksud mempunyai keazaman yang kuat dalam melakukan kebaikan. Kebenaran dalam menepati janji dengan keazaman bermakna seseorang dianggap benar dan menepati janji jika mereka melaksanakan kebaikan yang telah diazamkan. Kebenaran dalam amalan merujuk kepada amalan zahir yang selari dengan niat batin seseorang. Akhirnya, kebenaran dalam merealisasikan *maqam-maqam* keagamaan adalah tahap yang tertinggi dan paling mulia, yang merangkumi sifat-sifat seperti *al-khauf* (takut), *al-raja'* (harap), *al-ta'zim* (mengagungkan), *al-zuhd* (zuhud), *al-rida* (reda), *al-tawakkal* (tawakal), *al-hubb* (cinta), dan lain-lain.

Untuk memastikan kehidupan dan perniagaan mendapat keredaan Allah SWT, seorang peniaga atau usahawan mesti memiliki karakter *al-sidq*. Seorang peniaga mesti benar dalam niat, percakapan, perbuatan, amalan, dan keazaman mereka dalam menjalankan perniagaan. Rasulullah SAW dapat dijadikan teladan kerana sentiasa benar dalam setiap perkataan yang diucapkan, perbuatan yang dilaksanakan, dan amalan yang diamalkan. Berdasarkan hasil temu bual, karakter siddiq yang ditunjukkan oleh informan usahawan asnaf yang berjaya dapat diringkaskan seperti berikut:

Jadual 5. Karakter Siddiq Usahawan Asnaf Berjaya

Karakter siddiq	INF 1	INF 2	INF 3	INF 4	INF 5	INF 6	INF 7
Jujur	√	√	√	√	√	√	√
Tawaduk	√	√	√	√	√	√	√
Setia	√	√	√	√	√	√	√
Sabar	√	√	√	√	√	√	√
Ikhlas	√	√	√	√	√	√	√
Telus	√	√	-	-	√	√	√
Pembaikan	√	√	√	√	√	√	√
Berdikari	√	√	√	√	√	√	√
Adil	√	√	√	√	√	√	√
Terbuka	√	√	√	√	√	√	√
Objektif	√	√	√	√	√	√	√

Sumber: Hasil temu bual informan

Karakter siddiq dapat dilihat pada informan usahawan asnaf yang berjaya melalui sifat jujur. Mereka sangat menitikberatkan kejujuran dalam setiap urusan muamalat dengan orang lain, terutama sekali dengan pelanggan. Kejujuran ini termasuk dalam menyampaikan maklumat yang benar mengenai produk yang ditawarkan, seperti kualiti, harga, kuantiti, dan aspek-aspek lain yang berkaitan (INF 1, 2, 3, 4, 5, 6, dan 7). Selain itu, sebahagian informan usahawan juga menitikberatkan ketelusan dalam perniagaan yang dijalankan (INF 1, 2, 5, 6 dan 7). Oleh kerana itu, pelanggan gemar mendapatkan produk dan perkhidmatan yang ditawarkan. Walaupun perniagaan mereka menghasilkan pendapatan yang memberangsangkan tetapi informan usahawan asnaf mengambil sikap merendah diri iaitu tawaduk dan sentiasa membantu orang lain. Mereka juga sentiasa sabar dalam menempuhi ujian sama ada dalam kehidupan dan perniagaan, setia,

ikhlas, berdikari dan sentiasa melakukan penambahbaikan dalam memajukan perniagaan. Mereka juga adil dan bersikap terbuka terhadap pekerja, pelanggan dan pihak yang berurusan. Objektif utama informan usahawan asnaf yang berjaya menceburi bidang perniagaan adalah untuk keluar dari status asnaf, dan mereka berusaha sedaya upaya untuk mencapai matlamat tersebut.

v. Bagaimanakah karakter tabligh yang dimiliki informan usahawan asnaf yang berjaya?

Perkataan tabligh berasal dari perkataan Arab iaitu *balagha*, yang membawa pengertian menyampaikan sesuatu dengan ikhlas (Abd Muin et al., 2014). Karakter tabligh disebut dalam Al-Qur'an, surah Al-Maidah ayat 67. Seorang usahawan perlu memiliki sifat tabligh, iaitu menyampaikan maklumat tentang produk dan perkhidmatannya secara telus, termasuk kuantiti, kualiti, material, harga, manfaat, kekurangan, kesan sampingan dan lain-lain. Selain itu, usahawan mestilah berperilaku baik dan berakhlak dalam menjalankan perniagaan agar menjadi contoh kepada orang lain. Perilaku baik ini boleh ditonjolkan melalui perbuatan, percakapan dan tindakan apabila berurusan dengan pihak lain seperti pelanggan, pembekal, dan sebagainya (Abdullah & Ahcene, 2011). Karakter tabligh yang dimiliki oleh usahawan asnaf yang berjaya dapat diringkaskan seperti berikut:

Jadual 6. Karakter Tabligh Usahawan Asnaf Berjaya

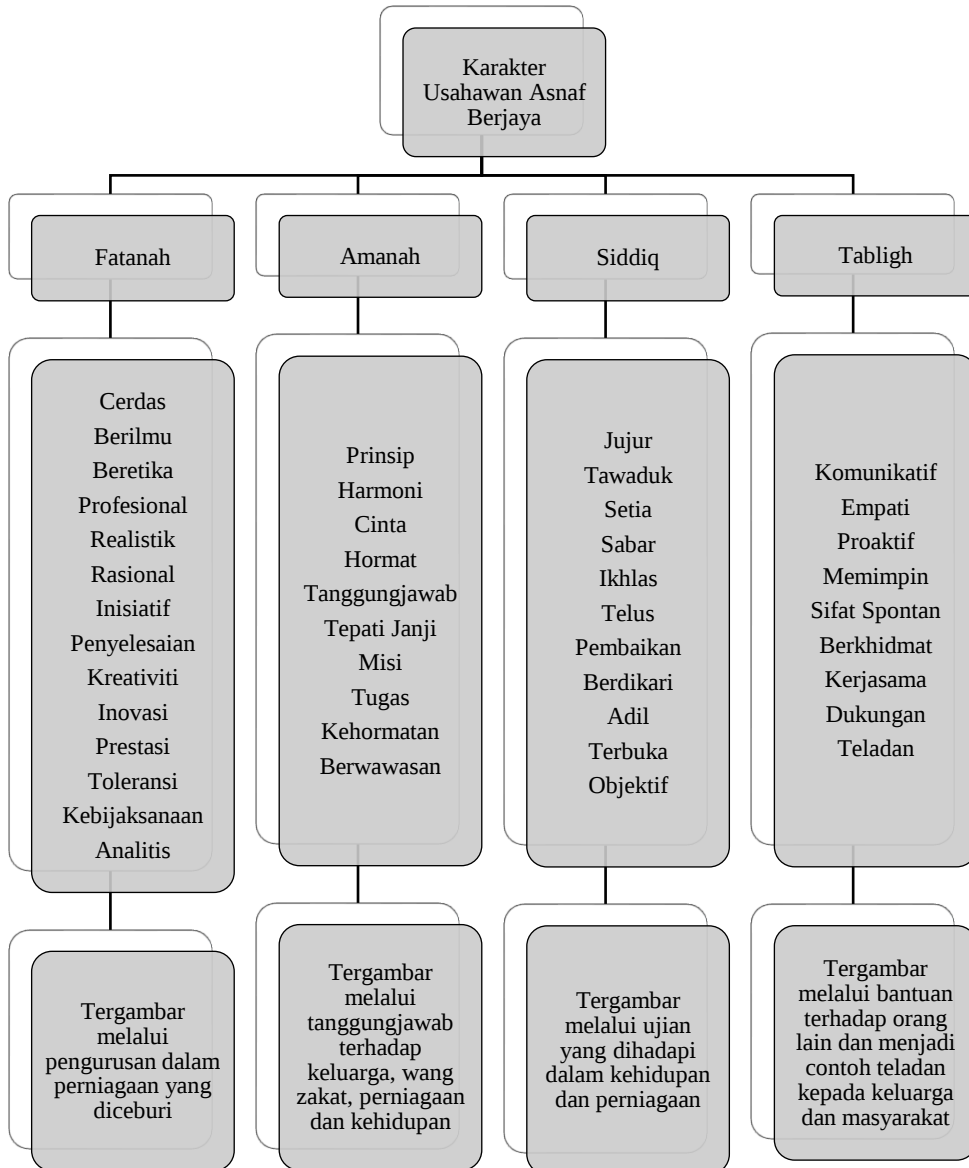
Karakter tabligh	INF 1	INF 2	INF 3	INF 4	INF 5	INF 6	INF 7
Komunikatif	√	√	√	-	-	√	√
Empati	√	√	√	√	√	√	√
Proaktif	√	√	√	√	√	√	√
Memimpin	√	-	√	√	-	-	√
Sifat spontan	√	√	√	√	√	√	√
Berkhidmat	√	√	√	√	√	√	√
Kerjasama	√	√	√	√	√	√	√
Dukungan	√	√	√	√	√	√	√
Teladan	√	√	√	√	√	√	√

Sumber: Hasil temu bual informan

Karakter tabligh tergambar melalui bantuan usahawan asnaf kepada orang lain dan keperibadian yang baik yang boleh dijadikan contoh teladan. Hasil temu bual mendapati bahawa terdapat informan yang pandai berkomunikasi dan sebaliknya. Komunikasi memainkan peranan penting dalam perniagaan untuk menyampaikan maklumat mengenai produk dan perkhidmatan dengan telus, termasuk kualiti produk, bahan yang digunakan, harga, manfaat produk, dan aspek-aspek lain yang berkaitan. Informan yang kurang mahir dalam komunikasi, sama ada secara lisan atau melalui media sosial, dibantu oleh keluarga untuk menyampaikan maklumat mengenai produk dan perkhidmatan yang ditawarkan, seperti yang berlaku kepada informan 4 dan 5. Sebagai contoh, dari segi promosi, pengkaji mendapati terdapat perbezaan dalam penggunaan kaedah penyampaian maklumat berdasarkan peringkat umur dalam kalangan informan. Informan yang berumur 40 tahun ke bawah cenderung menggunakan pelbagai platform media sosial seperti Facebook, Instagram, WhatsApp, TikTok, dan lain-lain, manakala mereka yang berumur 40 tahun ke atas lebih mengutamakan pemasaran secara *offline*. Namun begitu, terdapat juga informan yang berumur lebih 40 tahun yang aktif dalam media sosial dengan bantuan anak-anak yang sentiasa mengemaskini akaun media sosial mereka.

Seterusnya persamaan oleh kesemua informan ialah mereka gemar membantu orang lain dan melakukan kebajikan sama ada dari segi bantuan wang, tenaga, kemahiran dan ilmu yang dikongsi. Ini kerana mereka mempunyai sifat empati terhadap orang lain, sentiasa berkhidmat dan bekerjasama serta memberikan dukungan kepada orang lain. Beberapa informan juga diberi peluang oleh institusi zakat, pihak

universiti, dan agensi luar untuk berkongsi kisah kejayaan mereka serta memberikan motivasi kepada orang lain untuk berjaya dan bangkit dalam kehidupan. Selain memberikan motivasi, mereka juga tidak kedekut berkongsi ilmu dan secara sukarela mengajar orang lain dalam bidang perniagaan tanpa mengenakan sebarang bayaran. Selain sifat membantu orang lain, informan usahawan asnaf juga sentiasa proaktif, mempunyai sifat kepimpinan dan mampu berhadapan cabaran secara spontan yang menjadikan mereka boleh dijadikan teladan kepada masyarakat yang ingin berjaya terutamanya dalam bidang keusahawanan. Berikut adalah ringkasan model karakter fatanah, amanah, siddiq dan tabligh berdasarkan pengalaman usahawan asnaf berjaya:



Rajah 1. Model Karakter Fatanah, Amanah, Siddiq Dan Tabligh Berdasarkan Pengalaman Usahawan Asnaf Berjaya

Sumber: Sorotan kajian lepas dan hasil temu bual informan

KESIMPULAN

Model karakter fatanah, amanah, siddiq dan tabligh membentuk landasan yang kukuh sebagai pemangkin kejayaan usahawan asnaf. Karakter fatanah iaitu bijaksana tergambar melalui pengalaman informan usahawan asnaf menguruskan perniagaan. Manakala karakter amanah pula tergambar melalui tanggungjawab mereka terhadap keluarga, wang zakat, perniagaan dan kehidupan yang menjadikan mereka berusaha bersungguh-sungguh untuk keluar dari status asnaf. Karakter siddiq iaitu kejujuran tergambar melalui ketelusan mereka dalam perniagaan dan melalui ujian yang dihadapi sama ada dalam kehidupan mahupun perniagaan. Seterusnya karakter tabligh iaitu menyampaikan tergambar melalui perkongsian dan bantuan mereka terhadap orang lain dan menjadi contoh teladan serta bermanfaat kepada keluarga dan masyarakat. Karakter inilah yang perlu diterapkan oleh usahawan yang ingin berjaya kerana pengamalan nilai-nilai ini bukan sahaja boleh mencapai kejayaan malah memberi impak positif kepada masyarakat dan ekonomi. Oleh itu, cadangan kajian lanjutan dan pelaksanaan oleh institusi zakat dan agensi berkaitan keusahawanan dalam membangunkan modul pembinaan karakter fatanah, amanah, siddiq dan tabligh kepada usahawan-usahawan.

PENGHARGAAN

Penulis merakamkan setinggi-tinggi penghargaan kepada Akademi Pengajian Islam Kontemporari (ACIS) UiTM, Universiti Teknologi MARA (UiTM) Cawangan Kedah, Universiti Utara Malaysia (UUM), Lembaga Zakat Selangor (LZS), Teraju Ekonomi Asnaf Sdn Bhd (TERAS) dan semua informan usahawan asnaf yang terlibat sehingga menghasilkan manuskrip ini.

KONFLIK KEPENTINGAN

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

SUMBANGAN PENGARANG

Izatul Akmar Ismail telah merangka dan menulis artikel kajian ini. Mohd Adib Abd Muin dan Muhammad Nasri Md. Hussain telah membuat semakan laras bahasa, ejaan, menyumbangkan idea dan penambahbaikan kandungan dalam kajian ini. Amin Che Ahmat bersama dengan Izatul Akmar Ismail telah terlibat dalam pengumpulan data dari lapangan.

REFERENCES

- Abd Muin, M.A, Shuib, M.S, Che Omar, A. Mustaffa, M.F (2021). Kepentingan Sifat-Sifat Terpuji (Mahmudah) Bagi Meningkatkan Kesedaran Pembayar Zakat Dalam Kalangan Usahawan Sosial di Malaysia. Dalam Dimensi Baharu Zakat di Malaysia. Penerbit Pusat Pungutan Zakat (PPZ-MAIWP) & Akademi Pengajian Islam Universiti Malaya (APIUM).
- Abdul Hadi, F. S., & Borhan, J. T. (2013). Faktor-Faktor Kejayaan Perniagaan Khadijah Binti Khuwailid: Analisis Terhadap Usahawan Asnaf Di Lembaga Zakat Selangor. *Jurnal Syariah* 21(2).
- Abdullah, S., Ab Rahman, A., & Abdullah, L. (2023). Zakatability of Contemporary Wealth in Malaysia. *Journal of Contemporary Islamic Studies* 9(2).
- Abdullah, S., & Ahcene, L. (2011). The Understanding of Technology Entrepreneurship According to Shariah Principles. *International Conference on Business and Economics Research* 16.

- Astro Awani (2022). Asnaf tidak sepatutnya terus dimanjakan. <https://www.astroawani.com/berita-malaysia/asnaf-tidak-sepatutnya-terus-dimanjakan-373080>
- Babbie, E. (2014). *The Basics of Social Research*. Ed.6. USA: Wadsworth Cengage Learning.
- Bastoni, H. A. (2013). *Beginilah Rasulullah Berbisnis*. Jundi Resources.
- Cooper, D. R., & Schindler, P. S. (2014). *Business Research Methods*. In *Business Research Methods*.
- Darimis, D. (2015). Rem-Bekas (Revolusi Mental Berbasis Konseling Spritual Teistik): Upaya Membangun Generasi Berkarakter FAST (Fathonah, Amanah, Siddiq, dan Tabligh). *Ta'dib* 18(1).
- Dewan Bahasa & Pustaka (t.t). *Maksud Karakter - Cerdas*. <https://prpm.dbp.gov.my/>
- Hadi, F. S. A., Mahjom, N., Razak, A. A., Hussin, M. Y. M., & Muhammad, F. (2015). Prestasi Usahawan Asnaf Zakat Terhadap Program Pembangunan Ekonomi di Lembaga Zakat Selangor. *Al Qimah Al Mudhafah the Journal of Management and Science* 1(1).
- Haron, M. S. & Rahman, R. (2016). Pengagihan Zakat Dalam Konteks Kesejahteraan Masyarakat Islam: Satu Tinjauan Berasaskan Maqasid Al-Syariah. *Labuan E-Journal of Muamalat and Society* 10.
- Hoque, N., Mamun, A., & Mamun, M. A. (2014). Dynamics and Traits of Entrepreneurship: An Islamic Approach. *World Journal of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development* 10(2).
- IAIS (2016). *Resolusi Persidangan Meja Bulat: Isu Dan Cabaran Kontemporari Dalam Pengurusan Zakat Di Malaysia*. [https://iais.org.my/attach/2016/03NOV2016_zakat_RTD/RESOLUSI%20PERSIDANGAN%20MEJ A%20BULAT%20-%203%20Nov%202016%20\(Edited\).pdf](https://iais.org.my/attach/2016/03NOV2016_zakat_RTD/RESOLUSI%20PERSIDANGAN%20MEJ A%20BULAT%20-%203%20Nov%202016%20(Edited).pdf)
- Ismail, I. A. (2022). *Pembinaan Personaliti Islamik dalam Kalangan Usahawan Asnaf Berjaya di Negeri Selangor*. Tesis Doktor Falsafah. Sintok: Universiti Utara Malaysia.
- Jasmi, Kamarul Azmi (2010). *Guru Cemerlang Pendidikan Islam Sekolah Menengah di Malaysia: Satu Kajian Kes*. Tesis Doktor Falsafah. Bangi: Universiti Kebangsaan Malaysia.
- Lebar, O. (2015). *Penyelidikan Kualitatif: Pengenalan kepada Teori dan Metode*. Penerbit Universiti Pendidikan Sultan Idris.
- Marzuki, N., Zulkifli, S., & Wahid, H. (2019). Pengukuran Kejayaan Bantuan Modal Perniagaan Usahawan Asnaf Dalam Konteks Pencapaian Maqasid Al-Shari'ah: Kajian di Daerah Kuala Terengganu dan Kuala Nerus, Terengganu. *Jurnal Syariah* 27(2).
- Mayr, S., Mitter, C., Kücher, A., & Duller, C. (2021). Entrepreneur Characteristics and Differences in Reasons for Business Failure: Evidence from Bankrupt Austrian SMEs. *Journal of Small Business & Entrepreneurship* 33(5).
- McGrath, R. G., MacMillan, I. C., & Scheinberg, S. (1992). Elitists, Risk-Takers, And Rugged Individualists? An Exploratory Analysis of Cultural Differences Between Entrepreneurs and Non-Entrepreneurs. *Journal of Business Venturing* 7(2).
- Mohamad, N., Ishak, M. S., & Rashid, S. M. (2019). Kerelevanan Personaliti Usahawan Islam untuk Membentuk Kepercayaan Dalam Mengukuhkan Komitmen dan Kesetiaan Pelanggan [The Relevance of Islamic Entrepreneur Personality to Build Trust in Strengthening Commitment and Customer Loyalty]. *Jurnal Islam dan Masyarakat Kontemporari* 20(2).
- Muda, N. S. (2014). *Keberkesanan Agihan Zakat Kepada Asnaf Fakir Dan Miskin: Kajian Kes Bantuan* <https://doi.org/10.24191/jcis.v10i1.10>

Jayadiri, Jabatan Zakat Negeri Kedah. Universiti Sains Malaysia.

Nawawi, H. (2019). Pengangguran Dan Kemiskinan Perspektif Ekonomi Islam. *Qolamuna: Jurnal Studi Islam* 4(2).

Owens, K. S. (2003). An investigation of the personality correlates of small business success. Doctoral Dissertation, The University of Tennessee.

P. Rameli, M. F., Ab. Aziz, M. R., Ab. Wahab, K., & Mohd Amin, S. (2014). The Characteristics of Muslimpreneurs from the view of Muslim Scholars and Academicians. *International Journal of Teaching and Education* 2(2).

Shuhari, M.H. & Hamat, M.F. (2015). Nilai-Nilai Penting Individu Menurut Al-Ghazali. *Jurnal Islam Dan Masyarakat Kontemporari* 9.

Sinar Harian (2020). Sikap Asnaf Malas Bersihkan Rumah, Tolak Kerja Bergaji Dikesali, Ramai Netizen Bersetuju. <https://sinarplus.sinarharian.com.my/kisah-masyarakat/malas-bersihkan-rumah-tolak-kerja-gaji-4k-mufti-perlis-luah-sikap-asnaf-muda-ramai-netizen-bersetuju/>

United Nations (t.t). Sustainable Development Goals. Dipetik 30 April 2019 dari <https://sustainabledevelopment.un.org/?menu=1300>

Zahroh, F. & Muhammad Nafik H.R (2015). Nilai Fathonah Dalam Pengelolaan Bisnis Di Pesantren Mukmin Mandiri Sidoarjo. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan* 2(9)



© 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/>).