

KEUSAHAWANAN ISLAM : SATU PENGENALAN

SHUHAIRIMI ABDULLAH

Oleh : Mustaffa Ismail

Sejarah Keusahawanan Dalam Islam

Secara amnya, perbincangan keusahawanan yang diutarakan oleh para sarjana begitu luas skopnya. Oleh yang demikian, penulisan bidang keusahawanan ini hanya difokuskan dalam konteks ekonomi dan perdagangan sahaja. Sebagai contoh, pengusaha dalam bidang perniagaan, perladangan, pertanian, pembinaan, penternakan dan perkhidmatan. Dari pentas retrospektif sejarah Islam, penglibatan golongan Muslim dalam dunia keusahawanan bukanlah satu fenomena yang asing. Kecenderungan orang-orang Islam dalam aktiviti sedemikian telah berlangsung hampir lima belas abad yang silam. Menurut Rafiq Yunus al-Misri (2007), masyarakat Arab adalah komuniti yang berorientasikan perniagaan sehingga Allah S.W.T memerintahkan mereka beriman dengan menggunakan pendekatan *lahjah* perniagaan (surah *al-Saf*, 61):10-11). Bagi kalangan masyarakat Arab terutamanya kaum Quraysh aktiviti perniagaan sudah menjadi amalan kelaziman secara tradisi kepada mereka sejak sebelum Islam lagi (Abd al-Salam Harun, t.t.). Aktiviti perniagaan yang dijalankan ketika itu melibatkan pelbagai jenis transaksi. Namun, sistem transaksi yang diaplikasikan adalah berasaskan kepada teori akal semata-mata. Akibat daripada sifat ketamakan, kebobrokan, kejahilan dan kepuasan hawa nafsu aktiviti perniagaan tersebut dicemari dengan nilai-nilai negatif seperti penipuan, penindasan, monopoli dan diskriminasi dalam kalangan masyarakat.

Kedatangan Islam telah membawa bersama gelombang pembaharuan dan penambahbaikan dengan menitikberatkan nilai-nilai murni sebagai intisari penting dalam aktiviti perniagaan tetapi dalam pada masa yang sama menegah dan memberi peringatan yang keras terhadap sikap para peniaga yang memperolehi kekayaan dengan cara menindas hak orang lain (Asghar Ali Engineer, 1992). Reformasi tersebut melibatkan penghapusan dan penambahbaikan amalan sistem muamalah sedia ada. Antaranya, menghapuskan transaksi jualbeli yang jelas bertakwidi dengan prinsip-prinsip Islam seperti mengharamkan amalan riba, judi, perniagaan barangan yang haram (arak, babi, anjing dan barangan najis). Manakala amalan-amalan kontrak yang tidak berkonotasi dengan syara' dikekalkan dengan membuat beberapa modifikasi terhadap jenis-jenis kontrak yang kurang jelas kondisi dan termannya.

Umat Islam terdahulu telah berjaya menempa nama sebagai individu usahawan yang sukses dan menjadi *uswah* yang terbaik untuk dicontohi oleh golongan usahawan pada hari ini. Nabi Muhammad S.A.W, Saidina Abu Bakar r.a, Saidina Uthman bin 'Affan, Saidina 'Umar al-Khattab, Zaid bin Arqam, Thalhab bin 'Ubaid al-Allah, 'Abd al-Rahman al-'Auf dan

sebagainya adalah antara individu-individu yang begitu cemerlang sebagai usahawan dan peniaga. Melalui aktiviti perdagangan dan keusahawanan amnya, pengaruh syiar Islam telah berjaya disebarkan ke wilayah-wilayah negara Arab yang lain dan secara tidak langsung ia telah berjaya melahirkan negara-negara kota Islam yang cemerlang dalam bidang perdagangan. Perkembangan yang positif ini telah menyaksikan sebahagian daripada kota-kota Islam seperti kota Mekah menjadi pusat perdagangan yang terkenal (Reid. A (1984).

Pandangan Aktiviti Keusahawanan

Berdasarkan tasawur Islam, keusahawanan merupakan sebahagian daripada aktiviti yang bercirikan bidang perekonomian. Atas asas tersebut, skop keusahawanan dilihat sebagai orientasi pengembangan ekonomi dan perdagangan yang mempunyai objektif untuk mensejahterakan umat manusia. Aktiviti keusahawanan diharuskan oleh syara' kerana ia memberi manfaat kepada individu, masyarakat, masa dan tempat tersebut. Selain melahirkan individu yang kreatif dan inovatif, proses keusahawanan juga dapat memenuhi impian dan keperluan pengguna dan menjana peluang pekerjaan. Secara tidak langsung, ia turut mengangkat status sesebuah masyarakat dan kawasan, seterusnya menyumbang kepada pendapatan per kapita negara. Justeru, bidang komersil ini dianggap sebagai asas dalam pembangunan masyarakat kerana ia bukan sahaja mampu mempengaruhi proses pembangunan ekonomi, malah dapat melonjakkan transformasi sosial sesebuah masyarakat dan negara (Rafiq Yunus al-Misri, 2007 dan al-Sharbi 1994).

Syed Muhammad Naquib al-Attas (1993) menjelaskan, konsep *al-Din* dalam tasawur Islam sendiri adalah gambaran idea sebuah kerajaan dan suatu kosmopolitan yang menjadikan perniagaan serta perdagangan sebagai aktiviti utama mereka. Dalam gambaran aktiviti yang mempunyai pelbagai risiko ini, manusia diproyeksikan sebagai subjek dan objek yang mempengaruhi modalnya sendiri. Manakala kerugian atau keuntungan adalah bergantung kepada tanggungjawab dan kebijaksanaan dalam menguruskannya. Tema keusahawanan telah digunakan secara meluas di dalam al-Qur'an. Sebagai contoh, penggunaan tema komersil ini telah diulang sebanyak 370 kali melalui 20 jenis terminologi yang berbeza. Antaranya, surah *al-Baqarah* (2): 16, *al-Nisa'* (4): 29, *al-Tawbah* (9): 24, *al-Nahl* (16): 14, *al-Isra'* (17): 12 & 66, *al-Nur* (24): 37, *al-Qasas* (28): 73, *al-Rum* (30): 46, *al-Fatir* (35): 12 & 29, *al-Zukhruf* (43): 12, *al-Jathiyah* (45):12, *al-Saf* (6):10, *al-Jumu'ah* (62): 10 & 11 dan *al-Muzammil* (73): 20).

Kekerapan pengulangan tema ini memberi satu isyarat bahawa adanya satu strategi bijak yang bersifat komersil dalam tasawur Islam. Terminologi *al-bay'* (البيع) dalam al-Qur'an adalah berbentuk umum yang merujuk kepada pelbagai jenis aktiviti yang boleh mendatangkan keuntungan seperti urusniaga, perniagaan dan industri. Dalam erti kata lain, *al-bay'* melibatkan aktiviti keusahawanan untuk mendapatkan keuntungan, bukannya kerja yang bergaji (Abulhassan Muhammad Sadeq, 1991). Afzalur Rahman (1983) menyatakan, antara yang telah dinyatakan dalam al-Qur'an adalah seperti industri senjata, batu-bata, pembinaan, permaidani, tembikar, tembaga, perabot, kaca, emas, perak, besi, keluli, kulit, kasut, perlombongan, pembinaan kapal dan lain-lain. Tasawur Islam juga menetapkan bahawa, selain mencari keuntungan untuk keperluan diri dan keluarga, usahawan juga turut menawarkan khidmat kebajikan kepada pengguna dengan memenuhi keperluan asasi konsumer terhadap sesuatu barangan atau perkhidmatan ('Abd al-Sami' al-Misri, 1986). Justeru, selain sebagai memenuhi keperluan hidup manusia, aktiviti keusahawanan juga adalah sebahagian daripada simbolik spiritual Islam dalam membumikan peradaban manusia khususnya dalam aspek perekonomian.

Justeru, atas kapasiti sebagai khalifah, manusia dituntut oleh agama untuk menggembelikan sepenuh daya dan usaha untuk melakukakan pelbagai aktiviti yang bertemakan kebajikan dan kebaikan bagi memenuhi fitrah keperluannya dan juga untuk dikembangkan kepada institusi masyarakat dan makhluk lain amnya. Manifestasi falsafah nilai keusahawanan ini digarap daripada petunjuk Allah S.W.T dalam al-Qur'an melalui firman-Nya:

Maksudnya: "Dan katakanlah: "bekerjalah kamu, maka Allah dan rasul-Nya serta orang-orang mukmin akan melihat pekerjaanmu itu, dan kamu akan dikembalikan kepada (Allah) yang mengetahui akan yang ghaib dan yang nyata, lalu diberitakan-Nya kepada kamu apa yang telah kamu kerjakan."

(al-Taubah: 105)



Kesimpulan

Secara prinsipnya, melalui penjaanaan kepada aktiviti tersebut, individu yang dikenali sebagai usahawan memberi sumbangan dalam bentuk penerokaan, nukilan idea yang kreatif dan inovatif dan mencari peluang atau mencipta sesuatu untuk memberi manfaat kepada manusia amnya. Natijahnya, penglibatan golongan sedemikian dalam institusi masyarakat telah memberi impak yang positif terhadap penjaanaan sosioekonomi masyarakat dan secara tidak langsung merangsang pertumbuhan katalis ekonomi negara secara lebih mapan. Dalam masa yang sama, peningkatan daya saing (Rahmah Ismail et. al. 2006) dalam kalangan usahawan telah berjaya mencipta satu suasana yang positif untuk memacu tahap perkembangan ekonomi yang lebih pesat.

Rujukan

'Abd al-Salam Harun. (t.t.). Tahzib Sirah Ibn Hisham, Beirut: Dar Ihya' al-Turath al-'Arabi.

Abulhassan Muhammad Sadeq. (1991). Economic Development in Islam, c. 2. Petaling Jaya: Pelanduk Publications (M) Sdn. Bhd.

Afzalur Rahman. (1983). Subject Index of Quran, Lahore: Islamic Publications.

al-Sharbini, Shams al-Din Muhammad bin Muhammad al-Khatib. (1994). Mughni al-Muhtaj ila Ma'rifah Ma'ani al-Faz al-Manhaj, (tahqiq) 'Ali Muhammad Mu'awwad dan 'Adil Ahmad 'Abd al-Mawjud, j. 2. c. 1, Beirut: Dar al-Kutub al-'Ilmiyyah.

Asghar Ali Engineer. (1992). "Islamic Economics: A progressive Perspective", dalam Jomo K. S. (eds.), Islamic Economic Alternatives, Critical Perspectives and New Directions, c. 1. London: MacMillan Academic and Professional Ltd.

Rafiq Yunus al-Misri. (2007). al-Iqtisad wa al-Akhlaq, c. 1. Damsyik: Dar al-Qalam.

Rahmah Ismail. (2006). Daya Saing Usahawan dan Syarikat Melayu Dalam Sektor Pembuatan dan Perkhidmatan. Kuala Lumpur: Dewan Bahasa dan Pustaka.

Reid, Anthony. (1984). "The Islamization of Southeast Asia," dlm Historia: Essays in Commemoration of the 25th Anniversary of the Department of History, University of Malaya. Muhammad Abu Bakar, Amarjit Kaur, and Abdullah Zakaria Ghazali, (eds). Kuala Lumpur: The Malaysian Historical Society