

**Keusahawanan Islam:
Satu Kajian terhadap Kisah Telaga Wakaf Saidina Uthman r.a.**

*[Islamic Entrepreneurship: A Study of the Waqf Well Story Saidina Uthman
r.a.]*

**Khaulah Hilaluddin¹, Mohd Nazri Muhayiddin², Mohd Zulkifli Muhammad³ &
Anis Amira Ab Rahman⁴**

¹ (Corresponding Author) Faculty of Entrepreneurship and Business, Universiti Malaysia Kelantan, 16100, Kelantan, Malaysia, e-mail: khaulahhilaluddin94@gmail.com.

² Faculty of Entrepreneurship and Business, Universiti Malaysia Kelantan, 16100, Kelantan, Malaysia, e-mail: mnazri@umk.edu.my.

³ Faculty of Entrepreneurship and Business, Universiti Malaysia Kelantan, 16100, Kelantan, Malaysia, e-mail: zulkifli.m@umk.edu.my.

⁴ Faculty of Entrepreneurship and Business, Universiti Malaysia Kelantan, 16100, Kelantan, Malaysia, e-mail: anisamira@umk.edu.my.

ABSTRACT

Entrepreneurship is one field that can provide benefits to Muslims. The field of entrepreneurship needs to be given attention and polished through the lens of Islam to develop according to Islamic principles and shari'ah. In this regard, Muslim entrepreneurs should emulate and appreciate the seerah of Uthman's well-endowment through the creation of new ventures. The story of Bi'r Ruwmah, also known as the well of Saidina Uthman bin Affan r.a., is mentioned briefly and concisely in the hadith of Al-Bukhari's narration. It describes the process of starting and developing a business, namely how to plan ideas, find opportunities, prepare plans, and implement strategies. This story can also serve as a guide for Muslim entrepreneurs using the waqf entrepreneurship model. Therefore, this study aims to explore the story of the phenomenon of entrepreneurship in this hadith from the perspective of Islamic entrepreneurship. A qualitative study was carried out to delve deeper into the content of His Prophet's hadith. The study's findings shed light on the Companions of the Prophet's practice of Islamic entrepreneurship, highlighting their character, behavior, thought, action, and strategy to seize opportunities, prioritize the well-being of Muslims, and achieve success in the afterlife. In summary, this story also shows how important it is to prioritize mastery of religious knowledge in understanding creed, worship, and morals while venturing into other fields to produce an execution and thoughts that align with Islamic principles. To enhance the quality of life and fulfill the fundamental needs of the Muslim community, efforts should be sustained by individuals, communities, non-governmental organizations, and government entities to develop endowment-based wells.

Keywords: *Islamic Entrepreneurship, Islamic Social Entrepreneurship, Innovation, Opportunity, Strategy, Waqf*

ABSTRAK

Keusahawanan merupakan sebuah bidang yang dapat memberi manfaat kepada umat Islam. Bidang keusahawanan perlu diberikan perhatian dan digilap mengikut kaca mata Islam agar dapat berkembang sejajar dengan prinsip dan syariat Islam. Antara cabang keusahawanan dalam Islam adalah gabungan wakaf dan keusahawanan yang dapat memainkan peranan terbaik dalam membantu membangunkan masyarakat dan negara. Dalam hal ini, telaga wakaf Uthman menjadi sebuah kisah yang patut diteladani dan dihayati oleh usahawan Muslim dalam proses penciptaan perniagaan baharu. Kisah Bi'r Ruwma atau juga dikenali sebagai telaga Saidina Uthman bin Affan r.a. telah disebut secara ringkas dan padat dalam hadis Riwayat al-Bukhari menceritakan proses memulakan dan mengembangkan perniagaan iaitu bagaimana merancang idea, mencari peluang, penyediaan pelan dan melaksanakan strategi untuk memilik telaga Ruwma. Kisah ini juga merupakan sebuah fenomena yang boleh dijadikan sebagai rujukan model keusahawanan wakaf bagi usahawan Muslim. Oleh itu, kajian ini bertujuan untuk meneroka fenomena keusahawanan yang terdapat dalam hadis tersebut dari sudut keusahawanan Islam. Bagi memahami hadis tersebut dengan lebih mendalam, kajian kualitatif telah dilakukan untuk menganalisis kandungan hadis Baginda SAW. Dapatan kajian menghasilkan sebuah gambaran jelas mengenai fenomena keusahawanan Islam telah diamalkan oleh para sahabat r.a. dari segi keperibadian, tingkah laku, pemikiran, tindakan dan strategi untuk mencapai sesebuah peluang, tujuan dan hala tuju yang diinginkan untuk mengutamakan kesejahteraan umat Islam dan keberuntungan di akhirat. Kesimpulannya, penemuan ini juga menunjukkan betapa pentingnya mengutamakan penguasaan ilmu agama dalam memahami ilmu akidah, ibadah, dan akhlak di samping menceburi bidang-bidang lain bagi melahirkan tindakan dan pemikiran yang selari dengan prinsip Islam. Usaha-usaha wakaf telaga air wajar diteruskan oleh pihak individu, masyarakat, badan bukan kerajaan dan pihak kerajaan bagi meningkatkan mutu kehidupan serta memenuhi keperluan asas umat Islam.

Kata kunci: Keusahawanan Islam, Keusahawanan Sosial Islam, Inovasi, Peluang, Strategi, Wakaf

How to Cite:

Received : 06.01.2024
Accepted : 19.05.2024
Published : 23.05.2024

Hilaluddin, K., Muhayiddin, M. N., Muhammad, M. Z., & Ab Rahman, A. A. (2024). Keusahawanan Islam: Satu Kajian terhadap Kisah Telaga Wakaf Saidina Uthman r.a. *RABBANICA Journal of Revealed Knowledge*, 5(1), 31-49.

1. Pendahuluan

Keusahawan adalah bahtera penyelamat umat Islam dan menjadi alternatif kepada permasalahan yang dihadapi oleh manusia sejagat. Bahtera ini merupakan satu penyelesaian dengan menjadikan sebahagian kalangan umat Islam bertanggungjawab sebagai pengeluar dan pembekal bagi menghasilkan produk halal atau perkhidmatan yang patuh syariah. Mereka juga akan bertanggungjawab untuk memasarkannya ke dalam pasaran yang lebih luas agar menjadi tumpuan umat Islam berjual beli tanpa keraguan. Aktiviti keusahawanan dianggap sebagai suatu amal soleh dan jihad fisabilillah dalam usaha mencapai kesejahteraan ummah (Nadzri & Yaacob, 2019; Yusof, 2010).

Sejarah keusahawanan Islam telah bermula sejak zaman Nabi Adam a.s. di mana keusahawanan dalam bidang pertanian dikembangkan oleh Habil, sementara Qabil terkenal dalam mengusahakan bidang penternakan oleh Qabil (Nadzri & Yaacob, 2019; Ali et al., 2003; Ibn Kathir, 1999). Sejarah Islam juga membuktikan bahawa kebanyakan rasul sebelum

Nabi Muhammad SAW serta zaman selepasnya telah menceburi bidang keusahawanan dalam pertanian, penternakan, pembuatan pakaian dan perhiasan, pengangkutan, perikanan, pengeluaran produk makanan, pendidikan, pembinaan bahtera (pembuatan dan pertukangan), seni bina, pembinaan bangunan (pertukangan), pakar ekonomi pertanian, perdagangan, kesihatan, kewangan, pendidikan, perlombongan, perhutanan dan pemantauan keusahawanan (Aris et al., 2021; Gurdachi & Afabel, 2021; Muflihini, 2020; Rahman et al., 2018; Ripin & Yusof, 2018; Ripin, 2016; Mubarak, 2016; Abdul Hamid & Ahmad, 2016; Sugeng, 2015; Abu Bakar, 2013; Rahim & Nor, 2011; Rahman, 2011; Yusof, 2010; Ab Ghani & Sarif, 2005; Jusoh & Muhammad, 2005; Ab Ghani & Sarif, 2005; Ali et al., 2003; Labid al-Said, 1987; Muhammad Ahmad Siraj, 1988; Abd al-Salam Harun, t.t.).

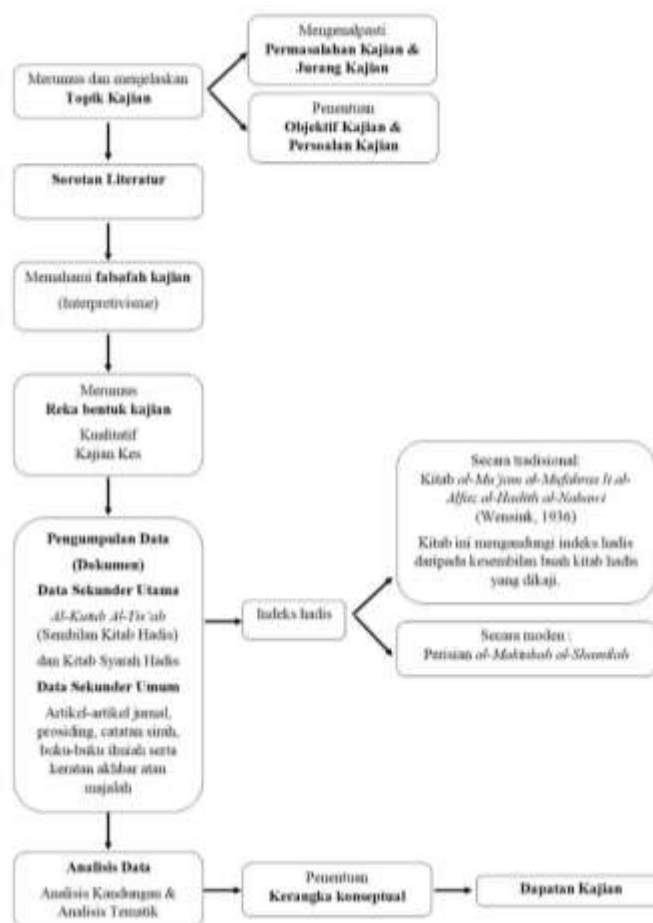
Menurut Ripin & Yusof (2018), keusahawanan dilihat sebagai sebahagian daripada ajaran Islam yang dapat memenuhi keperluan manusia dengan dipraktikkan mengikut landasan syariat dan akhlak Islam. Kajian-kajian lepas menunjukkan lebih daripada 75 peratus usahawan muslim di Malaysia tidak mengikut garis panduan dan tidak mempraktikkan akhlak dan nilai-nilai Islam dalam perniagaan mereka (Nadzri & Yaacob, 2019). Perkara ini berlaku kerana kurang kefahaman dan penghayatan usahawan muslim terhadap asas Islam (Idris, Abd Rahman dan Md Razali, 2019). Ratten, Ramadani, Dana & Gerguri (2017) memperakui bahawa agama adalah fenomena penting dalam pengurusan perniagaan kajian yang harus diperakui dan dibincangkan dengan lebih terperinci. Malah, agama mempengaruhi prestasi ekonomi dan perniagaan kerana peranannya yang tertanam dalam masyarakat (Pistrui & Fahed-Sreih, 2010). Selari dengan pendapat Ratten et al., (2017) bahawa tingkah laku dan sikap keagamaan individu dan masyarakat berperanan mempengaruhi keputusan dan pilihan usahawan (Ratten et al., 2017). Selain itu fenomena keusahawanan juga dipengaruhi oleh interaksi antara individu, masyarakat persekitaran, dan proses (Brahma et al., 2018; Hansen, Ropo & Sauer, 2007; Gartner, 1985).

Oleh yang demikian, adalah menjadi keperluan meneroka dan memahami inti pati yang terkandung dalam al-Quran dan hadis dalam usaha untuk meneroka ilmu keusahawanan Islam. Justeru, kajian ini bertujuan untuk meneroka fenomena keusahawanan yang terdapat dalam hadis tersebut dari sudut keusahawanan Islam. Kajian ini juga bertujuan untuk menganalisis kisah telaga Uthman bin Affan r.a sebagai contoh inspirasi dalam memulakan dan mengembangkan perniagaan berdasarkan prinsip-prinsip Islam. Agama Islam adalah agama yang *syumul* (menyeluruh) yang merangkumi setiap aspek kehidupan yang meraikan keperluan bagi fitrah manusia (Sa'id Abdul Latif Fudah, 2014). Oleh itu, usahawan Muslim mestilah menjadikan al-Quran dan hadis sebagai kompas kehidupan dalam aktiviti keusahawanan demi mencapai kesejahteraan di dunia dan di akhirat. Hal ini kerana keusahawanan juga merupakan kerangka ibadat yang berkait rapat dengan hubungan dengan Allah SWT (*habluminallah*) dan juga sesama manusia (*habluminannas*).

2. Metodologi Kajian

Kajian ini adalah kajian kualitatif menggunakan pendekatan kajian kes menggunakan dokumen (teks hadis) dalam memahami fenomena keusahawanan yang terdapat dalam kisah telaga wakaf Uthman bin Affan sebagai contoh inspirasi bagi memulakan dan mengembangkan perniagaan berdasarkan prinsip-prinsip Islam. Data daripada semua jenis dokumen boleh membantu penyelidik mendedahkan makna, mengembangkan pemahaman dan menemui cerapan yang berkaitan dengan masalah penyelidikan (Merriam, 2009). Pengumpulan data daripada kitab-kitab hadis mengandungi kaedah-kaedahnya yang tersendiri. Oleh itu, dalam kajian ini, penyelidik mengumpul data daripada data sekunder utama iaitu hadis bersama syarahnya dan data sekunder umum daripada pandangan sarjana Islam dan bukan Islam dalam artikel-artikel jurnal, prosiding, catatan sirah, buku-buku ilmiah

serta keratan akhbar atau majalah. Kaedah menganalisis teks menggunakan teknik analisis kandungan dan analisis tematik digunakan untuk menganalisis data teks bagi mengenalpasti tema-tema dalam penciptaan perniagaan baharu yang terdapat dalam kisah telaga wakaf Uthman bin Affan. Carta alir kajian ini dapat dilihat dalam Rajah 1.



Rajah 1: Carta alir penyelidikan
Sumber dan adaptasi Saunders et al. (2019)

3. Konsep Keusahawanan Islam

Epistemologi keusahawanan Islam mestilah berteraskan iman (keyakinan) iaitu yakin bahawa Allah SWT sebagai pengawal (*Controller*) kepada setiap perlakuan termasuklah dalam aktiviti keusahawanan (Sabri et al., 2018). Menurut Yusof (2010), keusahawanan merupakan sebuah bidang yang dapat memberi manfaat kepada umat Islam dalam proses penciptaan perniagaan baharu. Bidang keusahawanan perlu diberikan perhatian dan digilap mengikut kaca mata Islam agar dapat berkembang dalam kerangka yang menyeluruh sejajar dengan prinsip dan syariat Islam. Di samping mematuhi prinsip etika Islam yang menjunjung tinggi kebenaran, keadilan dan kesaksamaan, mengutamakan kesederhanaan, keikhlasan, bebas daripada fasad, menitik berat kerelaan, kebebasan dan perlindungan, mengamalkan syura, memupuk kemesraan dan kesopanan, muafakat dan persaudaraan serta mementingkan keredaan Allah SWT (Abdullah & Ariffin, 2011; Ripin & Mansur, 2010; Yusof, 2010).

Perkataan *al-Tijarah* disebut di dalam al-Quran yang bermaksud perniagaan dan *al-Bay'* dan *Tabaya'tum* bermaksud jual beli yang boleh dikaitkan dalam konteks keusahawanan (Mubarak, 2016). Islam menggalakkan umatnya menceburi pelbagai jenis bidang keusahawanan. Dalam konteks fahaman Islam, keusahawanan bukanlah aktiviti yang dikhususkan dengan bidang ekonomi sahaja tetapi ia juga turut merentasi bidang sains

teknologi, sosial, perdagangan, budaya, dan pelbagai institusi lain (Abdullah & Ariffin, 2011). Menurut Al-Qardawi (2001), keusahawanan merupakan satu bentuk ibadah melalui pelbagai aktiviti ekonomi dalam sector pengeluaran dan perkhidmatan yang dapat memberi manfaat kepada manusia dalam meningkatkan taraf keperluan hidup agar menjadi lebih sempurna dan sejahtera mengikut ketentuan Ilahi (Yusoff & Mohd, 2022).

Keusahawanan dalam istilah bahasa Arab kini disebut *Riyadah al-A'mal* (ريادة الأعمال) dan usahawan pula disebut *Ra'id al-A'mal* (رائد الأعمال). Manakala, konsep keusahawanan Islam merujuk kepada manusia sebagai usahawan pemegang amanah yang melaksanakan tanggungjawabnya sebagai hamba (*ubudiyah*) dan khalifah. Kedua, Allah SWT yang menyediakan sumber alam untuk manusia melakukan aktiviti keusahawanan. Ketiga, Nabi Muhammad SAW sebagai ikon contoh teladan sebagai usahawan berjaya. Keempat, agama Islam sebagai garis panduan dan gaya hidup melibatkan tauhid, akhlak dan syariah. Kelima, al-Quran dan hadis sebagai sumber rujukan utama dalam setiap perintah dan larangan semasa proses perniagaan. Keenam, misi utama adalah untuk mencapai kesejahteraan manusia sejagat. Akhir sekali, setiap usaha yang dilakukan mendapat ganjaran daripada Allah SWT. Ganjaran terbesar adalah anugerah kebahagiaan dan kejayaan hidup di dunia dan akhirat (Davis, 2013; Abdullah & Ku Ariffin, 2011; Yusof, 2010).

Keusahawanan Islam merangkumi aspek *rabbani* (ketuhanan) dan *insani* (kemanusiaan) iaitu amanah yang dipertanggungjawabkan ke atas manusia sebagai seorang hamba (*ubudiyah*) dan manusia sebagai khalifah. Seorang hamba hendaklah memenuhi tuntutan *hablumminalAllah* iaitu interaksi hamba dengan pencipta iaitu Allah SWT (konsep ibadah) dan *hablumminannas* hubungan manusia sesama manusia (pengurusan muamalat) serta interaksi manusia dengan alam (*khalifah al-Ard*) (Abdullah & Ku Ariffin, 2011; Ab Rahman, 2015; Hilaluddin, et al., 2021). Menurut Amran et al. (2020), perspektif barat boleh dimanfaatkan bagi membentuk simbiotik indikator usahawan berjaya yang holistik selagi mana prinsip, nilai dan etika Islam menjadi keutamaan. Penerapan, penghayatan dan pemahaman prinsip Islam dalam bidang keusahawanan dapat menyumbang kepada pembangunan keusahawanan Islam di Malaysia (Hilaluddin e tal., 2021).

Keusahawanan adalah antara pasaran perniagaan penting yang merencanakan pembangunan ekonomi negara dengan penubuhan usaha niaga baharu pada masa hadapan (Fadzil, e tal., 2019). Oleh yang demikian, perlunya kepada kajian tentang perkembangan sejarah keusahawanan Islam kerana kajian keusahawanan agama masih di peringkat awal dibandingkan dengan jenis penyelidikan keusahawanan lain (Ratten et al., 2017; Hilaluddin et al., 2023). Hal ini dapat memastikan perkembangan ilmu yang lebih mantap dan berpotensi dari masa ke masa. Kajian tentang kisah keusahawanan *anbiya'* (para Nabi) dalam al-Quran telah diterokai oleh Ripin (2016) dari perspektif pembangunan modal insan. Dalam hal ini, kajian penerokaan yang melibatkan aktiviti-aktiviti perniagaan yang dijalankan oleh Baginda SAW dan para sahabat amat diperlukan untuk mengetahui perkembangan sejarah Islam bermula sejak zaman Nabi Muhammad SAW (Hilaluddin et al., 2021).

4. Biografi Saidina Uthman bin Affan r.a.

Nama penuh beliau adalah Uthman bin Affan bin Abi al-Aus bin Umayyah bin Abd Syam al-Umawi. Beliau digelar sebagai *Amir al-Mukminin Zu al-Nurain*. Gelaran ini diberikan kepada beliau kerana memiliki dua cahaya di mana beliau mengahwini puteri Nabi SAW secara berturutan setelah yang satu meninggal dan merupakan Khalifah ar-Rasidin yang ketiga selepas kewafatan Saidina Umar. Pemerintahan beliau selama 12 tahun bermula 644M hingga 656M (umur beliau 80 tahun). Beliau syahid pada bulan Zulhijjah tahun 35H (Ibn Hajar, 1986). Beliau adalah salah seorang ikon usahawan berjaya dalam kalangan para Sahabat Baginda SAW (Mubarak, 2016). Di samping itu, beliau merupakan seorang saudagar yang

kaya dan mempunyai imej perwatakan yang baik. Rasulullah SAW mempercayai, mengasihi dan menghormati beliau kerana kesopanan, kelembutan akhlak dan sikapnya yang suka membelanjakan hartanya untuk perjuangan umat Islam (Muhammad Ridha, 1982).

Jika diteliti kisah sebelum beliau diangkat sebagai khalifah, beliau terkenal sebagai seorang peniaga yang dermawan. Beliau antara sepuluh sahabat yg dijanjikan syurga berdasarkan sabda Rasulullah SAW yang bermaksud: “*Abu Bakar di syurga, Umar di syurga, Uthman di syurga, Ali di syurga, Talhah di syurga, al-Zubair di syurga, ‘Abdul Rahman bin ‘Auf di syurga, Sa’ad bin Abi Waqqash di syurga, Sa’id bin Zaid (Abu al-A’war) di syurga dan Abu ‘Ubaidah bin al-Jarrah di syurga.*” (Riwayat al-Tirmidzi, No. hadis: 3747 & 3748 dan disahihkan oleh syeikh Al-Albani, no. Hadis: 3747). Walau bagaimanapun, para sahabat tidaklah sombong dan bermalasan setelah mengetahui berita ini. Bahkan, para sahabat tetap terus berusaha sendiri dan fokus dalam bidang seperti perdagangan, perniagaan, penternakan dan pertanian (Hilaluddin et al., 2018).

Menurut Abdul Karim Zaidan (2003), sebelum kedatangan Islam, orang Arab Badwi (penduduk pendalaman yang berpindah-randah) terkenal dengan syair, pengucapan awam, linguistik bahasa Arab, mengetahui waktu turun hujan dan angin kencang melalui pengalaman mereka ketika musafir dan berpindah-randah. Manakala orang Arab Hadari (penduduk bandar), mereka menetap di dalamnya dan menceburi bidang perdagangan dan pertanian. Masyarakat Arab terutamanya kaum Quraisy sudah menjadikan perniagaan sebagai kelaziman mereka sebelum kedatangan Islam lagi (Abd al-Salam Harun, t.t). Orang Arab Quraisy mempunyai dua perdagangan yang besar iaitu perdagangan ke Yaman pada musim sejuk dan Syam pada musim panas. Selepas kedatangan Islam, hal yang diperakui syarak masih diteruskan dan hal yang dilarang oleh syarak ditinggalkan seperti jual beli diharamkan syarak dan riba diharamkan. Kehadiran syariat Islam membawa gelombang pembaharuan dan penambahbaikan dalam menetapkan gaya hidup yang berlandaskan hukum berkaitan akidah, akhlak, ibadah dan muamalat yang terdapat dalam al-Quran dan Sunnah Nabi untuk kesejahteraan sekalian alam. Para sahabat lebih cenderung menghafal al-Quran dan terdapat juga sahabat yang menulis ayat-ayat al-Quran pada pelepah tamar, kulit atau daun kayu (Al-Qaththan, 2004).

Tulisan-tulisan al-Quran pada zaman Rasulullah SAW tidak dikumpulkan dan tidak disusun dalam satu mushaf yang lengkap. Manakala pada pemerintahan Khalifah Abu Bakar r.a., Zaid bin Thabit menulis al-Quran dalam lembaran-lembaran dan disimpan oleh Abu Bakar r.a., kemudian berpindah ke tangan Khalifah Umar r.a. dan seterusnya berpindah ke tangan Saidatina Hafsa bin Umar. Pada akhirnya, Khalifah Uthman r.a. meminta lembaran-lembaran tersebut ketika pertama kali menduduki kerusi khalifah. Lembaran-lembaran tersebut menjadi rujukan utama untuk pengumpulan dan penerbitan al-Quran yang menyeluruh pada zaman Uthman bin Affan r.a. (Muhammad al-Mufti et al., 2012). Beliau merupakan seorang khalifah, seorang penghafal al-Quran dan juga salah seorang penulis mushaf al-Quran (Muhammad Ridha, 1982). Inovasi pembukuan al-Quran dalam satu mushaf iaitu tanpa baris dan titik dilakukan oleh Ali bin Abi Talib, Zaid bin Thabit, Ubay bin Ka’ab dan Uthman bin Affan untuk mengelakkan berlaku perbalahan dan perselisihan (Mohamad et al., 2019).

Kemudian, perkembangan inovasi mushaf al-Quran diteruskan dengan pembaharuan titik, tanda-tanda baris, perubahan bentuk tulisan dan penambahbaikan bentuk baris dilakukan. Mushaf Uthmani sehingga kini masih digunakan oleh seluruh umat Islam di pelusuk dunia. Seiring perkembangan sains dan teknologi moden pada masa kini, kaedah pembukuan Al-Quran telah dimodenkan dengan pelbagai cara seperti al-Quran digital, aplikasi al-Quran dalam telefon pintar, penciptaan al-Quran braille dan al-quran isyarat. Perubahan atau inovasi yang dilakukan ini tidak mengubah keaslian al-Quran, akan tetapi ia memberi kemudahan kepada umat Islam untuk membaca al-Quran (Mohamad et al., 2019).

Hal ini menunjukkan bahawa inovasi digalakkan dalam Islam selagimana inovasi yang dilakukan berada dalam kerangka yang dibenarkan syarak (Abdullah et al., 2021).

Menurut Fahrani et al. (2023), kebijaksanaan khalifah Uthman bin Affan r.a. dalam ekonomi politik mengikut syariat Islam dengan mewajibkan orang muslim mengeluarkan zakat jika telah cukup yang nisab dan tempohnya agar dapat diberikan kepada umat Islam yang memerlukan. Pada zaman tersebut, wilayah negara Islam telah meluas, kekuasaannya juga meluas, wilayahnya semakin banyak, penduduknya bercampur aduk, dan bercampur pelbagai bahasa. Ramai mempelajari Al-Quran dan mendengar daripada para Sahabat apa yang mereka hafal daripada Sunnah, dan apa yang mereka simpan dalam ingatan mereka sejak zaman awal Islam di zaman kenabian (Muhammad Ridha, 1982).

Selain itu, para sahabat berlumba-lumba membelanjakan harta dan berterusan memberi sedekah pada jalan Allah SWT dalam pelbagai cara, antaranya adalah Saidina Uthman menyediakan dua ratus ekor unta serta 200 wang perak dalam rombongan ke Syam serta menyumbangkan seratus lagi ekor unta (Abu Bakar & Gunardi, 2023). Dengan kata lain, dalam menegakkan agama Islam, banyak bidang yang dipelori oleh para Sahabat antaranya bidang dakwah, politik, pentadbiran, undang-undang, ekonomi, perniagaan, perdagangan, sosial dan pendidikan. Firman Allah SWT yang bermaksud:

(يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا هَلْ أَذُنكُمْ عَلَىٰ تِجْرَةٍ تُنحِيكُمْ مِّنْ عَذَابِ إِلِيمِ ۚ ۱۰ تُوْمِنُونَ بِاللّٰهِ وَرَسُولِهِ وَتُجَاهِدُونَ فِي سَبِيلِ اللّٰهِ بِأَمْوَالِكُمْ وَأَنْفُسِكُمْ ذَٰلِكُمْ خَيْرٌ لَّكُمْ إِن كُنْتُمْ تَعْلَمُونَ ۚ ۱۱ يَغْفِرْ لَكُمْ ذُنُوبَكُمْ وَيُدْخِلْكُمْ جَنَّاتٍ تَجْرِي مِنْ تَحْتِهَا الْأَنْهَارُ وَمَسْكِنٌ طَيِّبَةٌ فِي جَنَّاتٍ عَدْنٍ ذَٰلِكَ الْفَوْزُ الْعَظِيمُ ۚ ۱۲ وَأُخْرَىٰ تُحِبُّونَهَا نَصْرٌ مِّنَ اللّٰهِ وَفَتْحٌ قَرِيبٌ وَبَشِّرِ الْمُؤْمِنِينَ ۚ ۱۳)

Terjemahan: “Wahai orang-orang yang beriman! Mahukah Aku tunjukkan sesuatu perniagaan yang boleh menyelamatkan kamu dari azab seksa yang tidak terperi sakitnya? Iaitu, kamu beriman kepada Allah SWT dan rasulNya, serta kamu berjuang membela dan menegakkan ugama Allah SWT dengan harta benda dan diri kamu; yang demikian itulah yang lebih baik bagi kamu, jika kamu hendak mengetahui (hakikat yang sebenarnya). (Dengan itu) Allah SWT akan mengampunkan dosa-dosa kamu, dan memasukkan kamu ke dalam taman-taman yang mengalir di bawahnya beberapa sungai, serta ditempatkan kamu di tempat-tempat tinggal yang baik dalam Syurga Adn. Itulah kemenangan yang besar. Dan ada lagi limpah kurnia yang kamu sukai, iaitu pertolongan dari Allah SWT dan kemenangan yang cepat (masa berlakunya). Dan sampaikanlah berita yang mengembirakan itu kepada orang-orang yang beriman.” (Al-Saff, 61:10-13).

Hamka (1985) menyatakan bahawa setiap manusia menginginkan keuntungan, begitu juga orang yang berniaga pasti mengharap keuntungan dalam perniagaannya. Maka Allah memberitahu kepada orang-orang yang beriman bahawa keuntungan yang sebenar adalah suatu perniagaan yang boleh menyelamatkan kamu dari azab seksa dengan diampunkan dosa-dosa dan dikurniakan tempat tinggal yang baik dalam syurga. Perniagaan itu adalah bermodalkan keimanan kepada Allah SWT dan rasulNya dan amal soleh, pasti Allah SWT memberikan ganjaran, keuntungan yang berlipat ganda dan kekayaan yang tidak terkira. Setelah itu hendaklah dibuktikan dengan kesanggupan berjihad iaitu dengan mengorbankan harta benda, jiwa dan bekerja keras tanpa menyerah, berhenti apatah lagi mundur dalam melaksanakan hukum-hukum Islam dan menegakkan agama Allah SWT. Oleh itu, apapun perniagaan yang diceburi hendaklah meletakkan Allah SWT dan Rasulullah SAW sebagai keutamaan agar usahawan sentiasa berada atas landasan yang benar dan tidak terjerumus dalam perkara-perkara haram.

5. Penglibatan Saidina Uthman bin Affan r.a. dalam Perniagaan

Terdapat kisah yang boleh dijadikan sebagai contoh adalah ketika penghijrahan Rasulullah SAW dan para Sahabat ke Yathrib atau kini dikenali sebagai Madinah al-Munawwarah. Madinah al-Munawwarah merupakan sebuah bandar pusat pemerintahan Islam. Rasulullah SAW menjadikan Madinah sebagai tempat yang suci dan aman. Madinah terkenal dengan tanah yang subur dan mempunyai banyak taman, kebun kurma dan buah-buahan (Al-Maghluts, 2014). Di Madinah juga mempunyai banyak telaga (*bi'r*), disebut di dalam kitab *Athar al-Madinah al-Munawwarah* terdapat sembilan telaga yang paling terkenal di Madinah. Antaranya adalah *Bi'r Aris*, *Bi'r Ruwmah*, *Bi'r Ghars*, *Bi'r Haa'*, *Bi'r Budha'ah*, *Bi'r Al-Suqya*, *Bi'r Aba Ayyub*, *Bi'r Zarwan* dan *Bi'r 'Urwah bin al-Zubair*.

Kesemua telaga di atas mempunyai kisahnya yang tersendiri. Namun, kajian ini hanya mengfokuskan kepada *Bi'r Ruwmah* (Telaga *Ruwmah*). *Bi'r Ruwmah* terletak berdekatan *Mujtamak al-Asyal* (berdekatan juga dengan Masjid Qiblatian). *Bi'r Ruwmah* merupakan telaga yang terkenal di Barat Madinah (Al-Ansari, 1999). Kisah telaga *Ruwmah* ini menonjolkan sifat keperibadian Saidina Uthman bin Affan r.a. sebagai seorang sahabat Baginda SAW serta sebagai peniaga dan usahawan muslim yang berjaya dan dermawan.

Jadual 1: Jumlah taburan hadis.

MAKTABAH AL-SHAMILAH (Kata kunci: بئر dan رومه)			
Kitab Hadis	Bilangan Hadis	No. hadis	Status Hadis
Sahih al-Bukhari	3	Permulaan bab fi al-Syarb, No. hadis 2626, Permulaan bab manaqib Uthman bin Affan r.a..	Sahih
Sahih Muslim	-	-	-
Sunan Abi Dawud	-	-	-
Sunan al-Tirmizi	1	No. hadis 3703	Hasan
Sunan al-Nasa'i	4	No. hadis 3182 No. hadis 3606 No. hadis 3607 No. hadis 3608	Dhaif Sahih Sahih Sahih
Sunan Ibnu Majah	-	-	-
Musnad Ahmad	2	No. hadis 511 No. hadis 555	Sahih li ghairihi Hasan
Muwatta' Imam Malik	-	-	-
Musnad al-Darimi	-	-	-
Jumlah	10	Jumlah keseluruhan bersama pengulangan	

*Sumber: Analisis Penyelidik

Jadual 1 menunjukkan jumlah taburan hadis daripada *al-Kutub al-Tis'ah* dengan carian kata kunci *Bi'r* dan *Ruwmah* sebanyak 10 hadis bersama pengulangan. Kisah *Bi'r Ruwmah* (Telaga *Ruwmah*) bermula semasa Rasulullah SAW dan kaum *muhajirin* (orang Islam yang berhijrah dari Mekah ke Madinah) berada di kota Madinah dan dalam keadaan sukar mendapatkan sumber air bersih dan segar selain *Bi'r Ruwmah* (Ibn Hajar, 1959; Al-Mubarakfur, t.t). Sebelum ini, ketika di Mekah kaum *muhajirin* telah terbiasa menggunakan sumber air zam-zam. Ketika tiba di Madinah, sumber air bersih yang ada pada saat itu adalah sumber air dari telaga. Tetapi pemilik asal telaga *Ruwmah* adalah seorang Yahudi yang menjual air dari telaganya kepada orang Muslim dengan harga satu dirham untuk satu

kantung air (*Qirbah*) (Al-Bukhari, 1993). Selepas melihat keadaan ini, Rasulullah SAW bersabda:

مَنْ يَشْتَرِي بِئْرَ رُومَةَ، فَيَكُونُ دَلْوُهُ فِيهَا كَدِلَاءِ الْمُسْلِمِينَ فَاشْتَرَاهَا عُثْمَانُ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ

Terjemahan: Siapa yang bersedia membeli telaga ruwmah lalu mengizinkan seluruh kaum muslimin untuk mengambil airnya? Lalu Uthman membeli telaga tersebut.

[*Ṣaḥīḥ al-Bukhari*, Kitab al-Musaqat wa al-Shurb, Bab Fi Shurb]

Setelah mendengar sabda Rasulullah SAW, seorang sahabat iaitu Uthman bin Affan r.a. berusaha untuk membeli telaga tersebut dari pemilik Yahudi (Ibn Hajar, 1959). Meskipun begitu Yahudi tersebut tidak ingin menjual telaganya dengan berandaian bahawa pendapatan hariannya tidak dapat dihasilkan jika dia menjual telaga tersebut. Walau bagaimanapun, Uthman tetap tidak berputus asa mencari jalan untuk mendapatkan telaga *Bi'r Ruwmah* dan mengambil risiko dengan menawarkan harga untuk separuh daripada telaga tersebut. (Ibn Bathal, 2003).

Saidina Uthman secara berhikmah (bijaksana) mencadangkan kepada pemilik telaga tersebut untuk membeli setengah sahaja daripada telaga tersebut. Setelah mendengar tawaran itu pemilik Yahudi terus menerimanya dengan beranggapan bahawa dirinya akan mendapat keuntungan dua kali ganda daripada hasil penjualan setengah telaga kepada Uthman dan pendapatan tetapnya daripada orang-orang yang tidak berhenti membeli air dengannya. Pemilik telaga Yahudi tersebut bersetuju untuk menjual separuh daripada telaganya dengan harga 12,000-dirham dengan menetapkan giliran untuk ambil air secara berselang hari iaitu satu hari dimiliki Uthman dan satu hari dimiliki Yahudi (Ibnu Abd al-Bar, 1992; Ibn Bathal, 2003).

Pada hari giliran Saidina Uthman bin Affan r.a., semua orang Islam datang mengambil air secara percuma untuk bekalan mereka selama dua hari. Ini kerana mereka tidak perlu lagi membeli air dengan pemilik Yahudi pada hari keesokannya. Maka, pemilik Yahudi tersebut melihat keadaan tersebut berlaku berterusan dan menyebabkan perniagaannya mulai merosot. Justeru, Yahudi tersebut menjual kesemua telaga itu kepada Saidina Uthman r.a. dengan bayaran sebanyak 8,000 dirham. Oleh itu, jumlah keseluruhan yang dibayar oleh Saidina Uthman r.a. adalah bernilai 20,000 dirham (Ibn 'Asakir, 1995; Al-Nawawi, t.t; Muhammad Ridha 1982; Al-Banna, t.t). Setelah itu telaga Uthman diwakafkan untuk kegunaan para penduduk setempat dan kawasan sekitarnya berkembang menjadi semakin subur dengan kebun kurma yang banyak (Bakar, 1999).

6. Keusahawanan Islam Uthman bin Affan r.a.

Keusahawanan disimpulkan sebagai satu proses mencipta sesuatu yang baru dan mempunyai nilai dengan memerlukan peruntukan masa, usaha, kesanggupan menerima risiko dalam aspek kewangan, psikologi dan sosial serta berakhir dengan ganjaran kebebasan, kepuasan peribadi dan keuntungan sebagai simbol kejayaan. (Aman Shah et al., 2018). Oleh itu, penelitian dibuat merangkumi empat dimensi dengan merujuk kerangka penciptaan peniagaan baru yang diketengahkan oleh Gartner (1985) iaitu individu (ciri-ciri individu yang memulakan penciptaan peniagaan baharu), organisasi (organisasi yang mereka cipta), persekitaran (persekitaran yang berlaku disekeliling penciptaan peniagaan baharu) dan proses yang berlaku (di mana usaha baharu itu dimulakan). Oleh itu, penyelidik menghuraikan keempat-empat dimensi ini dan merumuskannya dalam Rajah 3 Kerangka Keusahawanan Islam dalam penciptaan usaha baharu seperti berikut:

6.1 Individu (Usahawan)

Usahawan dilihat sebagai "kapten industri", iaitu ketua risiko (Mill, 1848), pengambil risiko (Webster, 1976), individu yang berkehendak pencapaian (McClelland, 1961), atau kapasiti kepada inovasi (Schumpeter, 1934). Kajian lepas sering melakukan percubaan membangunkan profil psikologi dan mengukur karakter psikologi sebagai kehendak pencapaian (*need for achievement*) (DeCarlo & Lyons, 1979; Schwartz, 1976; Hornaday & Abound, 1971; McClelland & Winter, 1969; McClelland, 1961). Menurut Brahma et al. (2018), terdapat penambahan lagi sub dimensi kepada dimensi individu iaitu tingkah laku keusahawanan, budaya keusahawanan, pembuatan keputusan keusahawanan, pendidikan keusahawanan, intensiti keusahawanan, niat keusahawanan, kepimpinan keusahawanan, pembelajaran keusahawanan, motivasi keusahawanan, keusahawanan berorientasi, semangat keusahawanan, personaliti keusahawanan, pasukan keusahawanan, usahawan wanita, semangat dan kegigihan usahawan dan pengalaman emosi keusahawanan. Usahawan dapat disimpulkan sebagai individu yang mempunyai sikap kreatif, inovatif, berwawasan, berkemahiran, mempunyai karisma sebagai pemimpin, berani menghadapi risiko, gigih, sabar dan pelbagai lagi (Abdullah & Abdul Hamid, 2020) serta sentiasa merebut peluang yang ada dan meneroka sumber yang baharu atau menggantikan yang lama dengan mekanisme baru (Kuratko, et al., 2007).

Dalam hal ini, kebanyakan kajian keusahawanan menumpukan kepada dimensi individu dalam membangunkan usahawan muslim. Usahawan adalah faktor utama dalam keusahawanan yang bertanggungjawab untuk penciptaan usaha niaga baharu. Setiap perkara yang dilakukan oleh usahawan perlulah dimulai dengan niat yang betul melahirkan hasil yang sangat bermanfaat. Niat menjadi asas yang menentukan nilai dan kekuatan sesuatu amalan. Niat seseorang usahawan mempengaruhi proses dan hasil diinginkan. Seorang usahawan yang *muslim, mukmin, muslim* dan *muttaqi* sentiasa memperbaharui niat kerana Allah SWT. Di dalam kisah telaga *Ruwmah*, Uthman sebagai seorang sahabat Baginda SAW, mengambil peluang yang diberikan oleh Baginda SAW dengan meletakkan niat sebagai ibadah kerana Allah SWT demi kesejahteraan umat Islam yang memerlukan sumber air bagi meneruskan kehidupan di Madinah. Sepertimana Saidina Uthman r.a. yang terkenal dengan dermawan yang sentiasa membelanjakan hartanya ke jalan Allah SWT. Tujuan utama pembelian telaga *Ruwmah* adalah untuk mendapat syurga Allah SWT yang dijanjikan dan mencapai kesejahteraan umat Islam. Sabda Nabi SAW:

إِنَّمَا الْأَعْمَالُ بِالنِّيَّاتِ

Terjemahan: Sesungguhnya setiap amalan berdasarkan niat.

[*Ṣaḥīḥ Bukhari*, no. hadith: 1]

Tambahan, ia selari dengan prinsip Islam yang mementingkan keredaan Allah SWT bukan sahaja mementingkan pencapaian material semata-mata (Abdullah & Ku Ariffin, 2011; Ripin & Mansur, 2010; Yusof, 2010). Kewujudan telaga Uthman sehingga ke hari ni memberi gambaran kepada umat Islam bahawa wakaf merupakan ibadah yang memberi keuntungan yang besar untuk jangka masa panjangselagi mana diurus oleh seorang mukmin yang amanah) dan menjadi sedekah jariah yang (berpanjangan) untuk bekalan di akhirat. Terdapat hadis lain yang menyebut ganjaran pahala di syurga kepada sesiapa yang mewakafkan telaga *ruwmah* iaitu hadis riwayat al-Tirmizi (no. hadis: 3703, Bab 46: al-Manaqib) dan riwayat al-Nasaie (no. hadis: 3608, disahkan oleh syeikh Al-Albani, no. Hadis:3610). Selain itu, ada juga riwayat lain dari al-Nasaie (no. hadis: 3606 dan 3607, disahkan oleh syeikh Al-Albani, no. Hadis: 3608 dan 3609) yang menyebut ganjaran pengampunan dosa.

Hal ini dapat dilihat, selepas beribu tahun berlalu telaga Uthman masih terjaga dan memberi manfaat yang berterusan sehingga ke hari ini. Berkat kesungguhan dan kebijaksanaan strategi Saidina Uthman bin Affan r.a. dalam mengambil risiko tersebut, kini telaga ini dapat berkembang pesat menjadi pusat pertanian dan penternakan lembu, ayam, arnab dan lain-lain (Al-Ansari, 1999). Oleh itu, pentingnya mengutamakan produk yang berkualiti seperti kualiti air bersih telaga Uthman. Kini telaga Uthman diletakkan di bawah jagaan Kementerian Air dan Pertanian Arab Saudi (Abdul Rahman, 2015). Wakaf adalah salah satu sedekah jariah yang pahalanya berpanjangan, sepertimana riwayat Abu Hurairah r.a., sabda Nabi SAW yang bermaksud:

إِذَا مَاتَ الْإِنْسَانُ انْقَطَعَ عَنْهُ عَمَلُهُ إِلَّا مِنْ ثَلَاثَةٍ: إِلَّا مِنْ صَدَقَةٍ جَارِيَةٍ، أَوْ عِلْمٍ يُنْتَفَعُ بِهِ، أَوْ وَلَدٍ صَالِحٍ يَدْعُو لَهُ
Terjemahan: “Apabila matinya seseorang itu, maka terputuslah amalannya melainkan tiga perkara, iaitu sedekah jariah, ilmu yang dimanfaatkan dan anak soleh yang sentiasa mendoakan kedua ibubapanya”
[*Shāḥih Muslim* no. hadith: 1631]

Untuk memulakan dan mengendalikan perniagaan baharu, ia melibatkan risiko dan usaha yang besar dalam mengatasi inersia terhadap mencipta sesuatu yang baharu. Selain itu, dalam mencipta dan mengembangkan usaha baharu, usahawan memikul tanggungjawab dan risiko untuk pembangunan dan kelangsungannya serta menikmati ganjaran yang sepadan (Hisrich et al., 2013). Walau bagaimanapun, pengalaman Uthman bin Affan r.a. dalam perniagaan sejak muda memberi kelebihan kepada beliau dalam bijak mengambil risiko. Keperibadian Uthman sebagai peniaga tidak menjadi alasan untuk beliau tidak melaksanakan kawajipan beliau sebagai seorang Muslim. Sikapnya yang sabar, tidak berputus asa mencari jalan (ikhtiar), tidak memaksa, jujur, murah hati, tidak bersumpah dan tidak menipu dalam urusan perniagaan perlu dijadikan sebagai contoh kepada usahawan kini. Pada masa yang sama, beliau memotivasikan diri dengan mengejar pahala yang dijanjikan dengan mencapai kehendak kebajikan di dunia dan keuntungan di akhirat. Berlumba-lumba dalam membuat kebaikan digalakkan dalam Islam sepertimana maksud daripada firmanNya: “*Oleh itu berlumba-lumbalah kamu membuat kebaikan (beriman dan beramal soleh)*” (Al-Maidah 5:48).

Penemuan kajian Mukhtar et al. (2021) menunjukkan bahawa tingkah laku telah menjadi faktor utama dalam menilai kecekapan sebenar usahawan dalam bidang keyakinan diri. Ketika melaksanakan sesuatu tugas, tahap keyakinan diri dan kecekapan yang tinggi adalah penting kerana ia boleh mempengaruhi pemikiran, tingkah laku dan tindakan usahawan. Telaga ini juga melambangkan sikap dermawan yang ada dalam diri seorang Sahabat Baginda SAW iaitu Uthman bin Affan r.a. Sumber kewangan beliau yang mampu membeli telaga dengan harga tersebut menunjukkan prestasi perniagaan beliau yang berpengalaman dalam menjadikan perniagaan sebagai sumber pendapatan. Hal ini tidak akan berlaku jika beliau tidak mempunyai pengalaman dalam bidang perniagaan. Uthman bin Affan r.a. merupakan seorang pedagang sebelum kedatangan Islam lagi. Selepas kedatangan Islam, Islam mencantikkan lagi cara berniaga dan diharamkan riba. Dalam hal ini, Baginda SAW memberi dan membuka peluang kepada para Sahabat untuk mengejar ganjaran yg besar di sisi Allah SWT. Mendengar sabda Rasulullah SAW, Uthman bin Affan r.a. berusaha dan berikhtiar mengatur strategi untuk mendapatkan telaga tersebut.

Usahawan muslim menginginkan sesuatu yang terbaik dalam penciptaan usaha baharunya. Oleh itu, wajarlah para usahawan meletakkan Rasulullah SAW dan para sahabat sebagai ikon terbaik yang ingin diikuti dalam setiap usaha baharu yang dicipta. Hal ini kerana zaman Baginda SAW dan para sahabat adalah sebaik-baik zaman (Lihat Sahih al-Bukhari, no. hadis 3651). Boleh dikatakan, generasi sebelum lebih baik daripada generasi berikutnya. (Ibn Hajar, 2000). Oleh itu, penting dalam dimensi individu, usahawan muslim perlu

memastikan niatnya adalah kerana Allah, tujuannya untuk kesejahteraan umat Islam, menyemai sikap dan akhlak yang terpuji, mempunyai ilmu dan pengalaman berniaga, mengutamakan prinsip dan ajaran Islam, berkehendak kepada kebajikan di dunia dan keuntungan di akhirat, kebijaksanaan mengurus risiko dan memotivasikan diri untuk mengejar pahala dan ganjaran Allah SWT. Hal ini untuk memastikan perjalanan usaha baharu yang dihasilkan berada pada landasan yang benar, menepati syariat Islam dan dihiasi dengan nilai-nilai dan akhlak yang terpuji. Seperti sabda Baginda S.A.W:

التَّاجِرُ الصَّدُوقُ الْأَمِينُ مَعَ النَّبِيِّينَ وَالصِّدِّيقِينَ وَالشُّهَدَاءِ

Terjemahan: Peniaga yang jujur dan amanah akan bersama para nabi, orang yang jujur dan orang yang syahid.

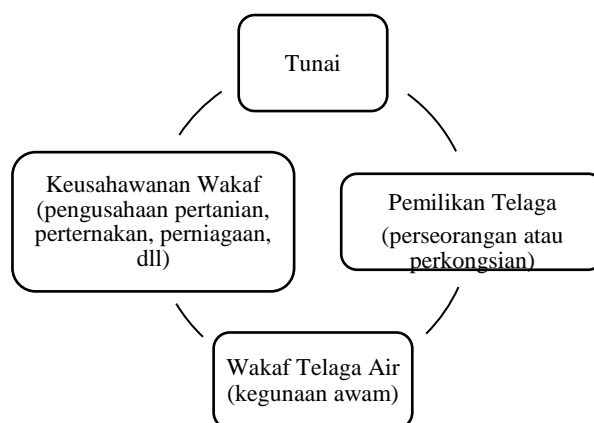
[*Sunan al-Tirmizi*, no. hadith: 1209, Dinilai *hasan* oleh al-Tirmizi]

6.2 Organisasi

Organisasi yang ditubuhkan turut memainkan peranan penting kepada penubuhan sesebuah perniagaan baharu. Menurut Gartner (1985), terdapat 17 faktor yang mempengaruhi keadaan perniagaan yang ditubuhkan. Antaranya adalah kepimpinan pembiayaan, fokus, produk atau perkhidmatan baru, persaingan selari, kemasukan francais, pemindahan geografi, kekurangan bekalan, menekan sumber yang tidak digunakan, kontrak pelanggan, menjadi sumber kedua, usaha sama, perlesenan, pelepasan pemasaran, menjual bahagian, pembelian yang disukai oleh kerajaan dan perubahan peraturan kerajaan. Menurut Brahma et al. (2018), terdapat penambahan sub dimensi iaitu keusahawanan sosial, prestasi perniagaan dan daya tarikan majikan perniagaan.

Merujuk kepada kisah Saidina Uthman bin Affan r.a. menunjukkan beliau segera bertindak dan berusaha mencapai persetujuan dan persepakatan pemilik telaga dengan menawarkan harga yang tinggi untuk membeli telaga tersebut. Cara Uthman tidak menunjukkan beliau memaksa dan menabur janji tetapi beliau berusaha mendapat persetujuan. Saidina Uthman menukar strategi dengan mencadangkan kepada pemilik telaga dengan membeli separuh telaga tersebut. Strategi ini tidak akan timbul di minda tanpa petunjuk daripada ilmu-ilmu Allah SWT, ianya tidak akan hadir tanpa kehendak Allah SWT. FirmanNya yang bermaksud: *Allah memberikan Hikmat kebijaksanaan (ilmu yang berguna) kepada sesiapa yang dikehendakiNya (menurut aturan yang ditentukanNya). Dan sesiapa yang diberikan hikmat itu maka sesungguhnya ia telah diberikan kebaikan yang banyak. Dan tiadalah yang dapat mengambil pengajaran (dan peringatan) melainkan orang-orang yang menggunakan akal fikirannya.* (Al-Baqarah, 2: 269).

Antara cabang keusahawanan di dalam Islam adalah gabungan wakaf dan keusahawanan yang dapat memainkan peranan terbaik dalam membantu membangunkan masyarakat dan negara. Cara pendekatan Saidina Uthman sangat berbeza dengan cara Yahudi berniaga. Saidina Uthman mengutamakan kebajikan dan keuntungan di akhirat manakala orang Yahudi berniaga hanya menginginkan keuntungan dunia semata. Jika keinginan seseorang itu didorong oleh ketakwaan, maka penggunaan dan perbelanjaan dikerjakan dengan prinsip Syariah untuk mengimbangi kesejahteraannya dengan orang lain (Muhammad et al., 2020). Kebijaksanaan Saidina Uthman dalam mengatur strategi perniagaan bermula dengan tawar menawar, mendapatkan separuh pemilikan telaga dan seterusnya mengambil alih perniagaan telaga yang sedia ada.



Rajah 2: Ringkasan strategi mengembangkan harta wakaf

Rajah 2 menunjukkan ringkasan strategi Saidina Uthman r.a. mengembangkan harta wakaf. Usahawan muslim hendaklah berusaha menguasai pasaran keperluan asas agar dapat memenuhi keperluan masyarakat dengan adil. Kebajikan yang dilakukan oleh Saidina Uthman tidak terhenti kepada wakaf sahaja, tetapi ia diteruskan oleh generasi berikutnya dengan mengembangkan harta wakaf tersebut dengan meluaskan pemasaran melalui penanaman pohon kurma yang subur berkat sumber air yang mengalir. Mengembangkan harta wakaf adalah pekerjaan yang mulia sepertimana wakaf telaga Saidina Uthman bin Affan r.a., wakaf tanah Umar di Khaibar, wakaf kebun Biyarha' Abu Talhah, wakaf *Ruwmah* Mu'az bin Jabal, Abi Waqas, Zubair ibn al-Awwam, telah memberi sumbangan besar dalam pembangunan ummah sehingga ke hari ini (Abu Bakar & Gunardi, 2023). Oleh itu, pengurus wakaf perlu berfikir sebagai usahawan untuk mengembangkan harta wakaf dan memberi manfaat kepada orang ramai.

Menurut Zainol et. al (2014), model keusahawanan sosial melalui wakaf korporat mempunyai potensi yang besar dan boleh diamalkan dengan berkesan untuk membasmi kemiskinan bandar di Malaysia. Hal ini juga turut dinyatakan oleh Saufi et al. (2021) bahawa institusi wakaf mempunyai potensi dalam membantu negara menjana pembangunan ekonomi ummah sekiranya diaplikasikan secara tepat dan menyeluruh. Selain itu, pengurusan sesebuah organisasi hendaklah mengatur strategi secara bijaksana yang dapat memaksimumkan kebajikan kepada masyarakat sesuai dengan kehendak syarak, sentiasa meningkatkan prestasi perniagaan, mengambil peluang yang memberi manfaat dan ganjaran di Akhirat, melakukan tindakan dengan segera tanpa bertangguh, meningkatkan keusahawanan sosial, berlumba-lumba dalam melakukan kebaikan dalam setiap aspek kehidupan dan mengembangkan organisasi wakaf. Hal ini sekaligus memberi sumbangan besar kepada ekonomi negara Islam.

6.3 Persekitaran

Pengaruh persekitaran merupakan penyumbang penting ke arah proses penciptaan perniagaan. Gartner (1985) menyimpulkan terdapat 22 faktor yang mempengaruhi persekitaran dalam penciptaan perniagaan baharu iaitu ketersediaan modal teroka, kehadiran usahawan berpengalaman, tenaga buruh berkemahiran teknikal, kebolehcapaian pembekal, kebolehcapaian pelanggan atau pasaran baharu, pengaruh kerajaan, kedekatan universiti, ketersediaan tanah atau kemudahan, kebolehcapaian pengangkutan, sikap penduduk setempat, ketersediaan perkhidmatan sokongan, keadaan hidup, perbezaan industry dan pekerjaan tinggi, peratusan tinggi pendatang dalam populasi, pangkalan perindustrian yang besar, kawasan bandar yang bersaiz besar, ketersediaan sumber kewangan, halangan untuk masuk, persaingan antara pesaing sedia ada, tekanan daripada produk pengganti, kuasa tawar

menawar oleh pembeli dan kuasa tawar menawar oleh pembekal. Di samping itu, terdapat penambahan sub dimensi kepada persekitaran iaitu evolusi industri dan rangkaian dinamik (Brahma et al., 2018).

Sehubungan itu, sebelum telaga *Ruwma* dibeli oleh Uthman, sudah terdapat sumber air tetapi masyarakat setempat terpaksa mendapatkannya dengan cara membeli sumber air tersebut daripada pemilik Yahudi. Selepas Saidina Uthman membeli separuh telaga tersebut, beliau memberi bekalan air percuma kepada masyarakat setempat maka jualan harian Yahudi tersebut mengalami kerugian. Hal ini kerana masyarakat setempat tidak perlu membeli air lagi kerana telah mendapatkannya secara percuma pada hari giliran Saidina Uthman r.a. Maka Saidina Uthman r.a. mengambil alih keseluruhan telaga yang merupakan perniagaan Yahudi yang sedia ada itu dengan mewakafkan telaga tersebut bagi memenuhi keperluan masyarakat setempat. Selain itu, rundingan antara pemilik Yahudi dan Saidina Uthman r.a. juga menunjukkan bahawa wujud kuasa tawar menawar oleh pembeli dan kuasa tawar menawar oleh pembekal.

Usaha memiliki serta menguasai telaga air yang merupakan keperluan masyarakat ketika itu dan mewakafkannya adalah bekalan pahala yang mengalir kepada pewakaf selama aset wakafnya masih wujud dan sentiasa dimanfaatkan. Hal ini dapat dilihat dalam satu lagi riwayat Ibnu Majah yang menyebut daripada Abu Hurairah, Rasulullah SAW bersabda yang bermaksud:

إِنَّ مِمَّا يَلْحَقُ الْمُؤْمِنَ مِنْ عَمَلِهِ وَحَسَنَاتِهِ بَعْدَ مَوْتِهِ: عِلْمًا نَشَرَهُ، وَوَلَدًا صَالِحًا تَرَكَهُ، وَمُصْحَفًا وَرَّثَهُ، أَوْ مَسْجِدًا بَنَاهُ، أَوْ بَيْتًا لِابْنِ السَّبِيلِ بَنَاهُ، أَوْ نَهْرًا أَجْرَاهُ، أَوْ صَدَقَةً أَخْرَجَهَا مِنْ مَالِهِ فِي صِحَّتِهِ وَحَيَاتِهِ، تَلَحُّفُهُ مِنْ بَعْدِ مَوْتِهِ

Terjemahan: Sesungguhnya yang didapati oleh orang yang beriman dari amalan dan kebaikan yang dia lakukan setelah dia mati adalah: ilmu yang dia ajarkan dan sebarkan, anak soleh yang dia tinggalkan, mushaf al-Qur'an yang dia wariskan, masjid yang dibina, rumah bagi ibnu sabil (musafir yang terputus perjalanan) yang dia bina, sungai yang dia alirkan, sedekah yang dia keluarkan dari harta ketika dia sihat dan hidup, semua itu akan dihubungkan dengannya setelah dia mati”

[*Sunan Ibnu Majah*, no. hadith: 242, Dinilai *hasan* oleh al- al-Albānī]

Di Malaysia, Kementerian Alam Sekitar dan Air dan Yayasan Wakaf Malaysia telah melaksanakan amalan wakaf air dengan memberi peruntukan yang disediakan bagi membantu membendung masalah bekalan air bersih kepada penduduk (Aziz et al., 2022). Di samping itu, rakyat Malaysia pada masa kini gemar melakukan amalan wakaf telaga di luar negara—melalui Badan-badan Bukan Kerajaan (NGO). Ini kerana negara-negara terpilih ini tidak mempunyai bekalan air yang cukup (Bakar & Abd. Rahman, 2021). Kebelakangan ini, semakin meluas usaha-usaha daripada Badan-Badan Bukan Kerajaan (NGO) membuka platform kutipan dana wakaf telaga yang memudahkan para pewakaf menyalurkan dana terus kepada pengurus wakaf telaga. Wakaf telaga ini menjamin bekalan air bersih kepada masyarakat setempat di samping menjadi medium mendapatkan pahala berterusan dan medium dakwah. Hal ini juga menunjukkan bahawa pembangunan harta wakaf dapat menjangka keperluan hakiki dan asasi manusia.

Sehubungan dengan itu, pihak kerajaan memainkan peranan penting dalam aktiviti keusahawanan dalam memastikan ketersediaan sumber keperluan dan ketersediaan sumber kewangan mencukupi bagi meningkatkan pertumbuhan ekonomi negara. Lebih-lebih lagi faktor keperluan setempat, keadaan setempat, ketersediaan sumber keperluan, ketersediaan sumber kewangan, kuasa tawar menawar oleh pembeli dan kuasa tawar menawar oleh pembekal mempengaruhi proses penciptaan perniagaan baharu dalam dimensi persekitaran.

6.4 Proses

Keusahawanan adalah aktiviti atau fungsi dan tidak spesifik kepada individu & pekerjaan (Danhoof, 1949). Antaranya adalah usahawan mencari peluang perniagaan, usahawan mengumpul sumber usahawan memasarkan produk dan perkhidmatan, usahawan mengeluarkan produk, usahawan membina organisasi dan usahawan memberi maklum balas kepada kerajaan dan masyarakat (Gartner, 1985). Manakala menurut Brahma et al. (2018), terdapat penambahan sub dimensi kepada dimensi proses iaitu teori fokus pengawalseliaan, interaksi sosial dan pendedahan keusahawanan terdahulu.

Terdapat sepuluh fungsi usahawan, antaranya adalah seorang usahawan menjadikan Islam sebagai gaya hidup, menerima agama sebagai nasihat, berpegang kepada Allah SWT sebagai pemilik mutlak pemberi rezeki, menjadikan Nabi Muhammad SAW dan para sahabat sebagai ikon usahawan berjaya, menjadikan al-Quran dan hadis sebagai panduan, sebagai khalifah *al-Ard-* mencari keberkatan dan keredhaan Allah SWT, mengeluarkan dan membekalkan produk halal dan perkhidmatan yang bertepatan dengan syariat Islam dan memasarkan produk dan perkhidmatan melalui platform yang meluas dan wujudkan tempat yang diyakini oleh orang Islam tanpa perlu keraguan (Yusof, 2010).

Agama Islam menetapkan bahawa tugas utama orang Islam adalah untuk mengabdikan diri kepada Allah SWT. Oleh itu, jadikanlah setiap pekerjaan itu sebagai suatu ibadah dengan cara mencari pekerjaan yang halal dan menjauhi yang haram. Oleh itu, umat Islam perlu berusaha melaksanakan pekerjaannya dengan amanah tanpa perlu memikirkan rezekinya kerana Allah SWT telah menetapkan rezeki setiap orang mengikut ikhtiar dan usaha masing-masing. Firman Allah SWT:

﴿وَمَا مِنْ دَابَّةٍ فِي الْأَرْضِ إِلَّا عَلَى اللَّهِ رِزْقُهَا وَيَعْلَمُ مُسْتَقَرَّهَا وَمُسْتَوْدَعَهَا كُلٌّ فِي كِتَابٍ مُبِينٍ ٦﴾

Terjemahan: Dan tiadalah sesuatu pun dari makhluk-makhluk yang bergerak di bumi melainkan Allah jualah yang menanggung rezekinya dan mengetahui tempat kediamannya dan tempat ia disimpan. Semuanya itu tersurat di dalam Kitab (Loh mahfuz) yang nyata (kepada malaikat-malaikat yang berkenaan). (Hud, 11:6).

Oleh itu, pentingnya berpegang dengan al-Quran dan hadis untuk menjadi panduan dalam setiap tindakan dan keputusan. Sepertimana firman Allah SWT:

﴿يَهْدِي بِهِ اللَّهُ مَنِ اتَّبَعَ رِضْوَانَهُ سُبُلَ السَّلَامِ وَيُخْرِجُهُم مِّنَ الظُّلُمَاتِ إِلَى النُّورِ بِإِذْنِهِ وَيَهْدِيهِمْ إِلَى صِرَاطٍ مُسْتَقِيمٍ ١٦﴾

Terjemahan: Dengan (Al-Quran) itu Allah SWT menunjukkan jalan-jalan keselamatan serta kesejahteraan kepada sesiapa yang mengikut keredaanNya, dan (dengannya) Tuhan keluaran mereka dari gelap-gelita (kufur) kepada cahaya (iman) yang terang-benderang, dengan izinNya; dan (dengannya juga) Tuhan menunjukkan mereka ke jalan yang lurus (Al-Ma'idah, 5:16).

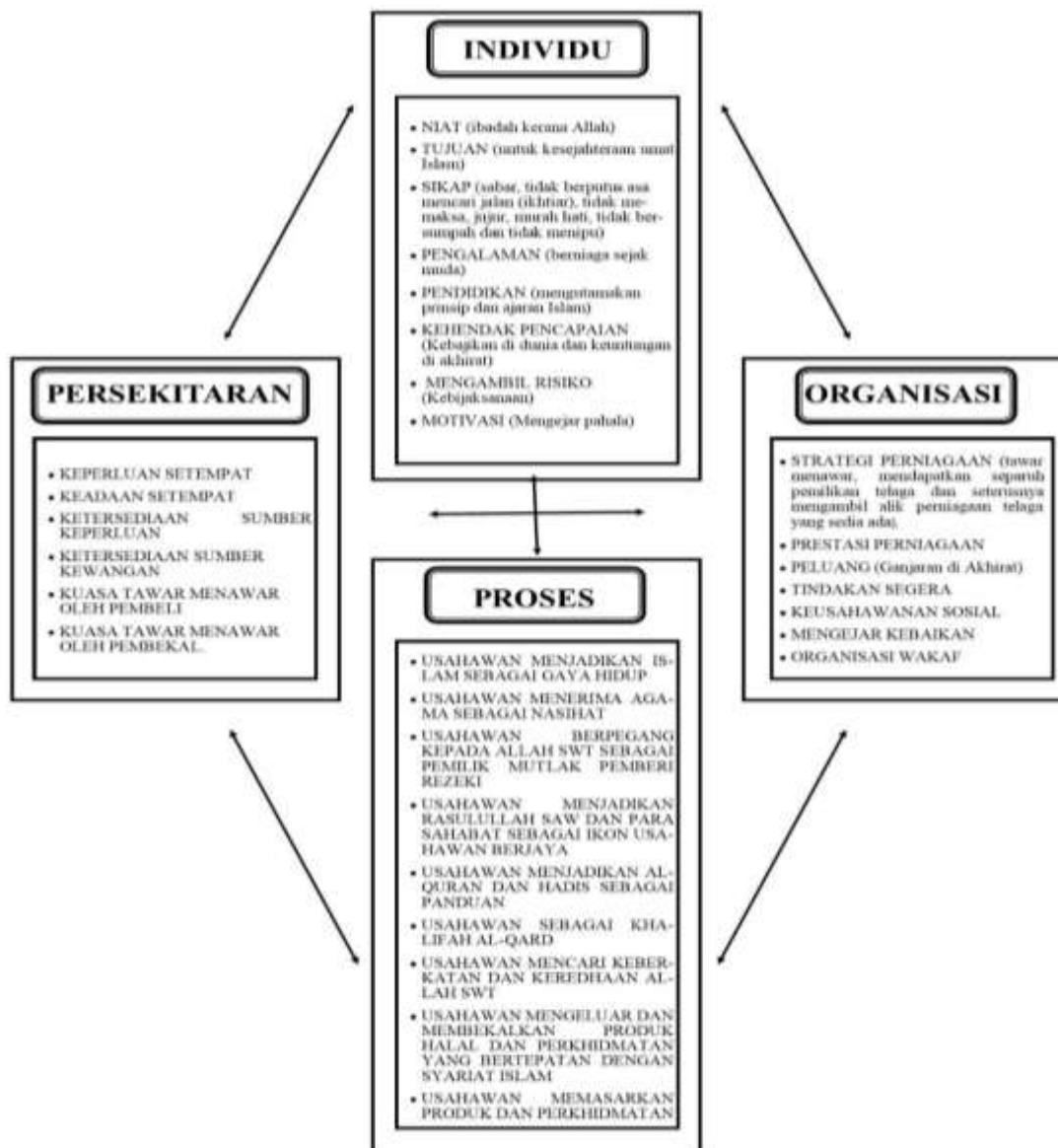
Syariat Islam menetapkan gaya hidup yang berlandaskan hukum berkaitan akidah, akhlak, ibadah dan muamalat yang terdapat dalam al-Quran dan Sunnah Nabi untuk kesejahteraan sekalian alam (Abdul Karim Zaidan, 2003). Sabda Baginda SAW:

تَرَكْتُ فِيكُمْ أَمْرَيْنِ، لَنْ تَضِلُّوا مَا تَمَسَّكْتُمْ بِهِمَا: كِتَابَ اللَّهِ وَسُنَّةَ نَبِيِّهِ

Terjemahan: “Aku telah tinggalkan kepada kamu dua perkara, kamu tidak akan sesat selama berpegang kepada kedua-duanya, (iaitu) kitab Allah SWT dan sunnahku”.

(Muwatta' Malik, No. Hadis: 3, Dinilai *hasan* oleh al-Albānī).

Sumber hadis dapat menjelaskan dan menguatkan hukum-hukum yang terdapat dalam al-Quran. Justeru, kajian ini merupakan sebahagian daripada kisah yang terdapat daripada hadis berkaitan dengan urusan perniagaan dan juga keusahawanan. Akhir sekali, penyelidikan merumus keempat-empat dimensi yang telah disebutkan dalam satu Kerangka Keusahawanan Islam dalam penciptaan usaha baharu (Lihat Rajah 3).



Rajah 3: Kerangka Keusahawanan Islam

7. Penutup

Kisah telaga *Ruwamah* Uthman, Saidina Uthman bin Affan r.a. menunjukkan contoh teladan yang patut dicontohi oleh para usahawan. Amalan mewakafkan telaga air adalah suatu yang mulia kerana ianya adalah keperluan asas manusia dan alam sekitar. Pensyariaan wakaf itu sendiri adalah merupakan inovasi yang mempunyai peranan yang penting dan impak yang positif dalam pembangunan ekonomi Islam. Hal ini kerana setiap titik air yang mengalir dikurniakan ganjaran pahala yang besar di sisi Allah, kerana kebajikannya membantu dan memudahkan urusan masyarakat setempat. Oleh itu, pentingnya melihat kepada keseluruhan keempat-empat dimensi iaitu individu, organisasi, persekitaran dan proses dalam memartabatkan keusahawanan Islam di Malaysia. Pihak kerajaan juga memainkan peranan penting dalam aktiviti keusahawanan melalui galakan kebolehan kognitif, motivasi, dan meningkatkan kompetensi keusahawanan usahawan. Hala tuju keusahawanan Islam adalah usaha yang dicipta ke arah kesejahteraan umat Islam dalam segenap aspek agama, sosial, psikologi, ekonomi, teknologi, politik, pembangunan dan lain-lain. Nilai keusahawanan yang

perlu ada dalam diri seseorang individu lahir dari pegangan agama Islam yang kuat menghasilkan usahawan Islam yang berjaya di dunia dan akhirat. Lebih-lebih lagi, jika individu itu diberi amanah dan tanggungjawab dalam mengembangkan dana untuk kebajikan Islam. Sungguh menjadi satu kepuasaan bagi usahawan muslim jika usaha baharu yang dicipta dapat memberi sumbangan kepada kesejahteraan umat Islam serta menyalurkan pada jalan Allah seperti zakat, sedekah, wakaf dan sebagainya. Firman Allah SWT yang bermaksud: “*Sesungguhnya semulia-mulia kamu di sisi Allah ialah orang yang lebih taqwanya di antara kamu, (bukan yang lebih keturunan atau bangsanya)*” (Al-Hujarat: 49: 13). Segala sifat dan sikap yang baik ini tidaklah lahir dengan sendiri melainkan usahawan itu meningkatkan ibadah dan ketaqwaan kepada Allah SWT. Walaupun ia memerlukan risiko tetapi jika dimulai dengan niat kerana Allah SWT diuruskan dengan baik dan difahami ilmu keusahawanan dengan jelas, ianya akan membuahkan hasil yang menguntungkan umat Islam. Setelah berusaha sebaik mungkin, para usahawan hendaklah meletakkan pengharapan hanya kepada Allah agar usaha yang dilakukan dapat mengeluarkan hasil yang baik. Firman Allah SWT yang bermaksud: “*Katakanlah lagi: Cukuplah Allah bagiku, Allah (yang menolong dan memelihara) kepadaNya hendaklah berserah orang-orang yang mahu berserah diri*” (Az-Zumar 39: 38). Semoga usaha ini dapat menyebarkan mesej Islam dalam semua bidang.

Rujukan

Al-Quran al-Karim.

- Ab Ghani, A. M., & Sarif, S. (2005, 6 September). *Penerapan budaya keusahawanan dalam masyarakat Islam*. Kertas kerja dibentang di Seminar Keusahawanan Islam Peringkat Kebangsaan 2005 di Akademi Pengajian Islam Universiti Malaya, Kuala Lumpur.
- Ab Rahman, A. A. (2015) Perspektif keusahawanan sosial: satu input kepada pendidikan keusahawanan sosial islam. In: *Konsep keusahawanan sosial Islam: suatu pengenalan* (pp. 69-86). Universiti Malaysia Kelantan, Kota Bharu.
- Abd al-Salam Harun (t.t.). *Tahzib Sirah Ibn Hisham*. Beirut: Dar Ihya' al-Turath al-Arabi.
- Abu Bakar, M. (2013). *Saidatina Khadijah sebagai model usahawan berjaya*. In: International Conference on Asean Women (ICAW2013), 10th-12th December 2013, Bandung, Indonesia.
- Abu Bakar, A. Y., & Gunardi, S. (2023). Model wakaf korporat sahabat sebagai rujukan model pembangunan ummah. *Journal of Islamic Philanthropy & Social Finance (JIPSF)*, 5(1), 10-21.
- Abdul Rahman, A. B. (2015). *Madinah munawwarah: Kelebihan dan sejarah*. Kuala Lumpur: Telaga Biru, 108-111.
- Abdul Hamid, S., & Ahmad, K. (2016). Pembudayaan usahawan dalam Islam: Teori dan aplikasi. *International Journal of Islamic Business (IJIB)*, 1(1), 1-12.
- Abdul Karim Zaidan (2003). *Al-madkhal li dirasah al-syariah al-islamiyyah*. Bayrut: Muassasah al-Risalah.
- Abdullah, S., & Abdul Hamid, S. (2020). *Keusahawanan Islam di Malaysia: Perkembangan dan Cabaran*. Perlis: Penerbit UniMAP.
- Abdullah, S., & Ariffin, K. H. (2011) *Nilai-nilai holistik keusahawanan Islam*. Kangar: Penerbit Universiti Malaysia Perlis.
- Abdullah, W. A. A. W., Razak, K. A., Hamzah, M. I., & Zhaffar, N. M. (2021). Konsep inovasi dalam Islam menurut pandangan asatizah inovatif: Innovation concept in Islam based on innovative asatizah. *Journal of Quranic Sciences and Research*, 2(2), 8-16.
- Al-Ansari, A. Q. (1999). *Athar al-madinah al-munawwarah*. c. 4. Jeddah: Kitab Minhal.
- Al-Banna, A. A. R. (t.t). *Al-fath al-rabbani li tartib musnab al-imam ahmad ibn hanbal al-syaybani*. Bayrut: Dar Ihya' al-Turath al-Arabi. j. 23, h. 110.
- Al-Bukhari (1993). *Sahih al-bukhari*. t.q. Mustafa Dib al-Bugha, c.5, Dimasyq: Dar Ibn Kathir.
- Al-Maghluts, S. A. (2014). *Atlas Rasulullah S.A.W*. Selangor: PTS Islamika Sdn. Bhd.
- Al-Mubarakfuri, M. A. R. (t.t). *Tuhfah al-ahwazi bi syarh jami' al-timizi*. Bayrut: Dar al-Kutub al-'Alamiyyah. j. 10, h. 134-135.
- Al- Nawawi (t.t). *Tahzib al-asma' wa al-lughat*. Bayrut: Dar al-Kutub al-'Alamiyyah, j. 1, h. 323.
- Al-Qaththan. (2004). *Mabahits fi ulum al-quran*. Jakarta: Pustaka Al-Kautsar.
- Al-Qaradawi (2001). *Dawr al-qiyam wa al-akhlak fi al-iqtisad al-islami*
- Al-Tirmizi, M. I. S. (1996). *Al-Jami' al-kabir* (Jil. 6). (Basyar 'Awwad Ma'aruf, Ed.). Beirut, Lubnan: Dar al-Gharb al-Islam.

- Ali, N. A., Kamri, N. A., & Sarif, S. (2003). Pembudayaan keusahawanan Islam: Implikasinya terhadap pembangunan ummah sejagat. *Jurnal Usuluddin*, 17, 75-90. *Entrepreneurship* (5th ed.). Selangor: Oxford Fajar.
- Amran, S. N. A., Shaharuddin, S. A., Usman, A. H., Abdullah, M. Y. M., & Abd Majid, M. (2020). Sorotan literatur sistematik: indikator usahawan berjaya menurut perspektif Islam. *Jurnal Pengajian Islam*, 13(2), 136-150.
- Aris, N. M., Abas, S. A. H., Adnan, S. D. M., Nasir, M. F. M., & Jalani, H. (2021). Modul usahawan tani Islam. *E-Journal of Islamic Thought & Understanding (E-JITU)*, 1, 16-32.
- Aziz, A., Ismail, S., Ibrahim M. A., & Ismail, M. S. I. (2022). Inisiatif pelaksanaan wakaf air di Malaysia: Pembangunan dan pelaksanaan dari tahun 2020-2022. *Journal of Islamic*, 7(45), 81-90.
- Bakar, M. D. (1999). Amalan Institusi Wakaf di Beberapa Negara Islam. Dalam *Konsep dan Pelaksanaan Wakaf di Malaysia*, ed. Nik Mustapha, N. H. Kuala Lumpur: Institut Kefahaman Islam Malaysia.
- Bakar, N. H., & Abd Rahman, N. S. (2021). *Wakaf telaga sebagai sumber air alternatif: Suatu tinjauan*. Kertas kerja dibentangkan di International Conference on Syariah & Law2021(ICONSYAL 2021)-Online Conference, di Kolej Universiti Islam Selangor.
- Brahma, M., Tripathi, S. S., & Bijlani, S. (2018). New venture creation: From Gartner to the present. In *Foundational research in entrepreneurship studies* (pp. 77-102). Palgrave Macmillan, Cham.
- Dana, L.-P. (2009). Religion as an explanatory variable for entrepreneurship. *Entrepreneurship and Innovation*, 10 (2), 87-99.
- Davis, M. K. (2013). Entrepreneurship: An Islamic perspective. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 20(1), 63-69.
- Fadzil, A. F. M., Hashim, U.J., Yaacob, M.R., Sallehudin, H., Muhayiddin, M.N., Mukhtar, D., & Ibrahim, R. M. (2019). Entrepreneurial Psychology and Competencies: Some Perspectives from E-Commerce Entrepreneurs in Malaysia. *Journal of Entrepreneurship, Business and Economics*, 7 (2), 31-79.
- Fahrani, I., Suryana, D. F., Ismail, A. S., & Marlina, L. (2023). Analisis Pemikiran Ekonomi Masa Utsman bin Affan r.a dan Relevansinya di Zaman Sekarang. *Al-Istimrar: Jurnal Ekonomi Syariah*, 2(1), 59-68.
- Gümüşay, A. A. (2015). Entrepreneurship from an Islamic Perspective. *Journal of Business Ethics*, 130(1), 199-208. doi:10.1007/s10551-014-2223-7.
- Gurdachi, A., & Afabel, H. (2021). Dampak pemikiran as-syaibani bagi pembangunan perekonomian dinasti abbasiyah (750-804 M). *El Tarikh: Journal of History, Culture and Islamic Civilization*, 2(1), 11-23
- Hamka (1985). *Tafsir al-azhar*. Pustaka Nasional Pte. Ltd. Singapura. Jil. 28.
- Hansen, H., Ropo A. & Sauer, E. (2007) Aesthetic leadership. *Leadership Quarterly* 18, 544-560.
- Hilaluddin, K., Muhayiddin, M. N., Muhammad, M. Z., & Ab Rahman, A. A. (2023, Ogos). *Islamic Entrepreneurship: A systematic literature review*, kertas kerja dibentangkan di The 10th International Conference on Regional Network on Poverty Eradication - SCOPUS CONFERENCE (10th RENPER) di Universiti Malaysia Kelantan, Bachok, Kelantan.
- Hilaluddin, K., Muhayiddin, M. N., Muhammad, M. Z., & Ab Rahman, A. A. (2021, November). Exploring Entrepreneurship Theories Within Religious Perspective Based on al-Kutub al-Tis' ah: A Proposed Model. In *International Conference on Business and Technology* (pp. 999-1011). Cham: Springer International Publishing.
- Hilaluddin, N., Abdullah, A., & Muhayiddin, M. N. (2018). Abdul Rahman bin 'Auf r.a dalam Keusahawanan: Strategi Perniagaan. *Proceedings of the 2018 UMK Postgraduate Colloquium*, 14th April 2018, Kampus Kota UMK, Pengkalan Chepa, Kelantan.
- Ibn 'Asakir (1995). *Tarikh madinah dimasyq*. Dar al-Fikr, j. 39, h. 20
- Ibn Abd al-Bar (1992). *al-Isti'ab fi ma'rifat al-ashab*. Bayrut: Dar al-Jil-il. j. 3, h. 1039-1040
- Ibn Bathal (2003). *Syarh sahih al-bukhari*. Riyad: Maktabah al-Rasyad. j. 8, h. 204.
- Ibn Hajar, A. (1959). *Fath al-bari*. Bayrut: Dar al-Ma'rifah, j.5, h.30.
- Ibn Hajar, A. (1986). *Taqrib al-tahzib*. Syria: Dar al-Rasyid. h. 385.
- Ibn Kathir (1999). *Tafsir al-Quran al-'Azim*. Beirut: Dar al-Kutub al-Ilmiyyah.
- Idris, J., Abd Rahman, S. H., & Md Razali, A. R. (2019). Pengaruh pengetahuan dan kefahaman agama terhadap pembentukan sikap usahawan muslim. *E-Jurnal Penyelidikan dan Inovasi*, 6(2), 148-164.
- Kuratko, D. F. et al. (2007) *Entrepreneurship, theory, process, practice*. United States of America: Thompson South-Western.
- Labid al-Said (1987). *Pekerjaan dan Kaum Buruh* (terj.) Shah Alam: Hizbi Sdn. Bhd.
- Merriam, S. B. (2009). *Qualitative research: a guide to design and implementation*. Jossey-Bass Publishers, 350 Sansome St, San Francisco, CA 94104.
- Mohamad, M. R. B., Adi, M. F. B. A., & Mohamad, N. K. B. (2019). *Sejarah al-Quran: Tahap-tahap perkembangan pembaharuan tanda-tanda titik dan baris di dalam mashaf*. E-prosiding persidangan antarabangsa sains sosial dan kemanusiaan, KUIS, Selangor, 159-170.

- Mubarak, M. Z. (2016). *Keusahawanan Islam: Rasulullah SAW dan sahabat sebagai ikon usahawan berjaya*. Kelantan: Penerbit UMK.
- Muflihini, M. D. (2020). Perekonomian di masa dinasti umayyah: Sebuah kajian moneter dan fiskal. *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics (IIJSE)*, 3(1), 58-69.
- Muhammad Ahmad Siraj (1988). *Al-Awraq al-Tijariyyah fi al-Shari'ah al-Islamiyyah*. Kaherah: Dar al-Thaqafah li al-Nashr wa al-Tawzi'.
- Muhammad, M. Z., Amin, H., Mukhtar, D., Ramlee, S. I. F., & Mohd Din, N. (2020). The Assumption of Unlimited Human Wants (AUHW) in Islamic Economics: A Tasawur Perspective. *International Journal of Advanced Science and Technology*, 29 (4), 3646-3662.
- Muhammad Al-Mufti, 'Ata, al-Zu'bi, al-Hisban, al-Syarafain, & Ajin. (2012). *Madkhal ila ulum al-quran al-karim wa al-sunnah al-nabawiyah*. Amman, Jordan: Am
- Mukhtar, D., Sofian, M. F., & Fadzil, A. F. M. (2021). Entrepreneurial self-efficacy and competencies: reinterpreting entrepreneurial embedded resources. In *The Importance of New Technologies and Entrepreneurship in Business Development: In The Context of Economic Diversity in Developing Countries: The Impact of New Technologies and Entrepreneurship on Business Development* (pp. 1251-1263). Springer International Publishing.
- Muhammad Ridha. (1982). *Zi al-nurain uthman bin affan al-khalifah al-thalith*. c.2. Bayrut: Dar al-Kutub al-'Alamiyyah.
- Nadzri, S., & Yaacob, S., E. (2019). Ciri-ciri akhlak usahawan muslim berjaya dan hubungannya dengan cara pengembangan harta serta matlamat hidup menurut perspektif al-Qur'an. *Journal of Contemporary Islamic Law*, 4 (1): 8-17.
- Pew Research Centre (2011). *The Future of the global muslim population: Projections for 2010-2030*. Washington, DC: The Pew Research Centre.
- Pew Research Centre (2012). *The world's muslims: Unity and diversity*. Washington, DC: The Pew Research Centre.
- Pew Research Center (2016). *The Future of World Religions: Population Growth Projections for 2010-2050*.
- Pistrucci, D., & Fahed-Sreih, J. (2010). Islam, entrepreneurship and business values in the Middle East. *International Journal of Entrepreneurship and Innovation Management*, 12(1), 107-118.
- Rahim, A. A., & Nor, M. Z. M. (2011). Kapal dan pengertiannya: satu pengungkapan mengikut perspektif Al-Quran. *Jurnal Undang-Undang dan Masyarakat*, (15), 19-29.
- Rahman, A. A. (2011). *Pertanian dari perspektif ekonomi Islam*. Penerbit Universiti Malaya.
- Rahman, M. N. A., Hamid, S. A., Ishak, M. S., Zarrina, C., & Sa'ari, J. T. B. (2018). Islam dan dorongan-dorongan keusahawanan dalam budaya masyarakat melayu islam and interpreneurial drives in a malay culture society. *Jurnal Sultan Alauddin Sulaiman Shah* (Special Issue), 456-469.
- Ratten, V., Ramadani, V., Dana, L. P., & Gerguri, R., S. (2017). Islamic entrepreneurship and management: Future research directions. In *Entrepreneurship and Management in an Islamic Context* (pp. 227-242). Springer, Cham.
- Ripin, M. N. (2016). *Kisah anbiya'dalam al-quran: Kajian perspektif pembangunan modal insan berasaskan keusahawanan/Mohd Nasir Ripin* (Doctoral dissertation, University of Malaya).
- Ripin, M. N., & Mansur, N. H. B. (2010). *Keusahawanan menurut perspektif al-Quran*.
- Ripin, M. N., & Yusof, Z. M. (2018). Keusahawanan dakwah berdasarkan kisah anbiya dalam al-Quran. *UMRAN-International Journal of Islamic and Civilizational Studies*, 5(1), 14-29.
- Sa'id Abdul Latif Fudah. (2014). *Al-Syarah al-Kabir 'ala al-Aqidah al-Tahawiyah*. j. 1, Bayrut: Dar Zhakhair, 94-95.
- Saufi, S., Mohamed, N. A., Saleh, M., Ghani, H. A., & Noor, S. (2021). Kajian terhadap kepercayaan masyarakat terhadap institusi pengurusan waqaf di Malaysia. *RABBANICA-Journal of Revealed Knowledge*, 2(2), 83-96.
- Saunders, M., Lewis, P., & Thornhill, A. (2019). *Reserach methods for business students (8th ed.)*. UK: Pearson Education Limited.
- Sugeng, A. (2015). Potret Dasar Kebijakan Ekonomi Utsmaniyah: Suatu Sorotan Literatur. *Journal of Islamic Economics Lariba*.
- Yusof, A. A. (2010) *Keusahawanan Islam bahtera penyelamat umat*. Kedah: UUM Press.
- Yusoff, A. S. & Mohd, A. (2022). *Business like Muhammad*. Selangor: PTS Publishing House.
- Zainol, F. A., Wan Daud, W. N., Abdullah, Z., & Yaacob, M. R. (2014). Social entrepreneurship via corporate waqf: a case of Islamic chamber of commerce (ICC) in Malaysia. *Global Journal of Commerce & Management Perspective*, 3(5), 50-53.