

PERANAN MOTIVASI DAKWAH DALAM BIDANG KEUSAHAWANAN: SATU TINJAUAN AWAL

THE ROLE OF MOTIVATIONAL DA'WAH IN THE FIELD OF ENTREPRENEURSHIP: AN INITIAL SURVEY

Ismail Maidin¹
Saifulazry Mokhtar^{2*}
Irma Wani Othman^{3*}
Mohd Maziz al-Hadi Moharam⁴

¹ Pusat Penataran Ilmu dan Bahasa, Universiti Malaysia Sabah, Malaysia
Email: maelz822@gmail.com

² Pusat Penataran Ilmu dan Bahasa, Universiti Malaysia Sabah, Malaysia
Email: saifulazry.mokhtar@ums.edu.my

³ Pusat Penataran Ilmu dan Bahasa, Universiti Malaysia Sabah, Malaysia
Email: irma@ums.edu.my

⁴ Pusat Penataran Ilmu dan Bahasa, Universiti Malaysia Sabah, Malaysia
Email: maziz.alhadi@yahoo.com

* Corresponding Author

Article history

Received date : 01-08-2021
Revised date : 23-08-2021
Accepted date : 25-10-2021
Published date : 30-11-2021

To cite this document:

Maidin, I., Mokhtar, S., Othman, I. W., & Moharam, M. M. (2021). Peranan Motivasi Dakwah Dalam Bidang Keusahawanan: Satu Tinjauan Awal. *International Journal of Accounting, Finance and Business (IJAFB)*, 6 (37), 157 - 169.

Abstrak: Bidang keusahawanan adalah pemangkin kemampuan ekonomi negara. Ekonomi yang kukuh adalah nikmat kedua yang perlu disyukuri selepas nikmat keamanan. Dalam bidang keusahawanan dan dakwah, sejak zaman dahulu, kejayaan dakwah Islam itu sentiasa berhubungan dengan sokongan ahli-ahli korporat yang berjaya dalam bidang keusahawanan, dan mereka juga terdiri dari kalangan yang aktif berdakwah. Lantaran itu, kajian ini dilakukan untuk meninjau usaha dakwah memperkasa bidang keusahawanan agar umat Islam sentiasa bermotivasi dalam bidang keusahawanan. Metodologi kajian adalah berbentuk kajian kualitatif melalui tinjauan perpustakaan. Dapatan tinjauan awal menunjukkan, pemahaman tuntutan dakwah Islam berkaitan dengan jihad ekonomi, ibadat zakat, amalan sedekah, pementoran, etika dan akhlak dalam perniagaan, serta melazimkan zikir dan doa harian dilihat ada hubungannya, dan dapat dikaitkan dengan aplikasi motivasi dakwah dalam bidang keusahawanan, dan ia menjadi langkah positif ke arah pembentukan usahawan-usahawan yang cemerlang di dunia dan akhirat.

Kata Kunci: Jihad ekonomi, motivasi dakwah dan keusahawanan, dunia korporat dan pengurusan dakwah.

Abstract: *Entrepreneurship is the catalyst for the country's economic compression. A strong economy is the second blessing to be thanked after the blessing of peace. In the field of entrepreneurship and da'wah, since ancient times, the success of Islamic da'wah has always been related to the support of corporate members who are successful in the field of entrepreneurship, and they also who are active in da'wah. Therefore, this study was conducted to review the efforts of da'wah to strengthen the field of entrepreneurship so that Muslims are always motivated in the field of entrepreneurship. The research methodology is in the form of qualitative research through library surveys. Preliminary survey findings that understanding the demands of Islamic da'wah related to economic jihad, zakat worship, charity practice, mentoring, ethics in business, zikr and daily prayers are seen to be related to the application of da'wah motivation in entrepreneurship, and it is a positive step towards the formation of entrepreneurs who success in this world and the hereafter.*

Keywords: *Economic jihad, da'wah motivation and entrepreneurship, corporate world and da'wah management.*

Pengenalan

Dakwah dapat difahami sebagai usaha menyeru dan menyebarkan agama Islam agar dianuti sebagai pegangan agama. Selain itu, ia juga usaha mengajak orang Islam itu sendiri mengamalkan gaya hidup Muslim sejati, dan mengajarkan kebaikan dan mencegah kemungkaran, dan melakukan *Islahiyah* (pembaikan) ke atas kemungkaran serta kelemahan dalam kehidupan manusia, perkataan mendakwahi (berdakwah kepada), mendakwahkan (menyebarkan sesuatu kepercayaan) dan pendakwahan (perihal mendakwahkan, penyebaran atau penyampaian ilmu agama) adalah merujuk kepada perihal aktiviti dakwah tersebut (DBP, 2016:305). Perkataan dakwah jika dibina dalam bentuk rangkai kata, akan membawa maksud yang lain tetapi tetap tidak lari dari lingkungan maksud istilah dakwah itu sendiri, seperti ilmu dakwah merujuk kepada ilmu-ilmu berkisar tentang dakwah (Samsul Munir Amin & Zirzis, 2009), psikologi dakwah merujuk kepada kebijaksanaan pendakwah memahami minat dan kesesuaian dengan jiwa serta kemahiran komunikasi yang sesuai dengan golongan sasaran dakwah (Sham, 2015), pengurusan dakwah merujuk proses kebijaksanaan pendakwah dalam mengatur dan mengurus dakwah agar berjalan lancar sesuai dengan rencana dan tepat sasaran (Mahmud, 2020), dan beberapa istilah yang dikaitkan dengan dakwah, bertujuan memperindah dan memperkasa aktiviti dakwah tersebut.

Definisi Pendakwah, Motivasi dan Dakwah

Istilah pendakwah ialah orang atau golongan yang berdakwah. Golongan pendakwah boleh bergerak secara perseorangan, berpasangan dan boleh juga dilakukan secara berkumpulan seperti gerakan kumpulan tarikat-tarikat sufi dan kemunculan jemaah-jemaah gerakan Islam masa kini. Pemahaman istilah pendakwah itu sendiri kembali kepada sifat khusus dan umum, iaitu pendakwah secara khusus adalah golongan yang mahir dengan ilmu dakwah iaitu seni khutbah, teknik-teknik dakwah dan sebagainya yang berkaitan dengan dakwah. Manakala pendakwah yang bersifat umum adalah merujuk kepada mereka yang hanya menyampaikan dakwah tetapi tidak mahir dan pakar berkaitan dengan perihal ilmu-ilmu dakwah, mereka hanya menyeru dan menyampaikan Islam dan ajaran agama sesuai dengan kudrat kemampuan dan ilmu mereka sesuai dengan konsep mentaati suruhan Nabi SAW dalam hadis baginda (Riwayat al-Bukhari: 3202) yang bermaksud “..Sampaikan dariku sekalipun satu ayat ..” (Hosen, 2018). Oleh yang demikian, umat Islam itu sendiri adalah berperanan dalam aktiviti dakwah itu sendiri.

Namun demikian, menyampaikan dakwah itu mestilah mengikut kemampuan diri masing-masing, sesuai dengan firman Allah SWT dalam surah al-Baqarah 286: “*Allah tidak memberati seseorang melainkan apa yang terdaya olehnya..*”, dan dalam hadis Nabi SAW juga ada menyatakan keperluan melakukan *Islahiyah* sesuai dengan kudrat kemampuan diri, iaitu hadis yang maksudnya: “*Barang siapa antara kalian melihat kemungkaran, maka hendaklah ia mengubahnya dengan tangannya (kekuasaannya); jika ia tidak mampu, maka dengan lidahnya (menasihatnya); dan jika ia tidak mampu juga, maka dengan hatinya (merasa tidak senang dan mendoakannya), dan demikian itu adalah selemah-lemah iman.*” (Hadis riwayat Muslim). Melalui hadis tersebut, jelas menunjukkan aktiviti dakwah tidak pernah berhenti dan diabaikan dari dalam diri seorang Muslim, mereka mesti melakukan dakwah mengikut kudrat masing-masing, meskipun hanya sekadar mendoakan mereka sahaja (Mohd Shahrizal Nasir, 2021).

Seterusnya, bagi istilah motivasi, ia diertikan menurut kamus DBP edisi keempat sebagai keinginan dan semangat yang kuat yang mendorong seseorang itu untuk berusaha atau melakukan sesuatu dalam mencapai kejayaan, dan yang kedua; sesuatu yang mendorong seseorang itu untuk berusaha atau melakukan sesuatu dengan penuh minat. Bermotivasi bermaksud mempunyai motivasi, memotivasikan bermaksud memberikan dorongan, galakan, semangat dan sebagainya untuk melakukan sesuatu (DBP, 2016:1044).

Jika digabungkan dengan kalimah dakwah, rangkai kata ‘motivasi dakwah’ dijadikan sebuah istilah yang merujuk kepada proses memotivasikan dan memotivasikan melalui ilmu dakwah, iaitu kebijaksanaan pendakwah menggunakan metode-metode dakwah untuk merangsang motivasi golongan sasaran dakwah menerima dakwah yang disampaikan. Dalam erti kata yang lain, jika motivasi dakwah tersebut ditujukan sesama pendakwah maka ia akan merangsang untuk aktif berdakwah, dan seterusnya jika pendakwah menggunakan untuk merangsang motivasi golongan sasaran dakwah, maka mereka akan bermotivasi untuk menerima dakwah yang disampaikan. Semua aktiviti dakwah tersebut mestilah memilih metode-metode dakwah yang sesuai sebagai sumber atau sesuatu yang boleh mendorong pendakwah atau golongan dakwah bermotivasi. Metode-metode tersebut disimpulkan kepada dua bentuk secara umumnya, iaitu kultural dan struktural. Dakwah melalui tulisan dan lisan disebut metode dakwah kultural, dan dakwah melalui perbuatan disebut metode dakwah struktural (Sukayat, 2015). Meskipun pelbagai metode dakwah yang boleh diaplikasikan, ia tetap tidak lari dari pedoman metode dakwah yang digariskan oleh Allah SWT di dalam al-Quran, seperti mana firman Allah SWT dalam Surah al-Nahl, ayat 125 yang bermaksud; “*Serulah ke jalan Tuhanmu (Wahai Muhammad) dengan hikmat kebijaksanaan dan nasihat pengajaran yang baik dan berbahaslah dengan mereka (yang Engkau serukan itu) dengan cara yang lebih baik, sesungguhnya Tuhanmu Dia-lah jua yang lebih mengetahui akan orang yang sesat dari jalannya, dan Dialah jua yang lebih mengetahui akan orang-orang yang mendapat hidayah petunjuk*”(Aliyudin, 2010).

Kajian Literatur

Antara kajian lepas yang pernah dikaji mengaitkan istilah motivasi dakwah ialah (Mariyam & Safitri, n.d.) yang mengaitkan peranan pendakwah merangsang motivasi golongan sasaran dakwah melalui pendekatan psikologi dakwah, (Sri Wahyuni Rusli, 2018) menyatakan ada kesan yang positif terhadap aplikasi metode hikmah (bijaksana), mauizah (peringatan) dan mujadalah (perdebatan) dalam konteks motivasi dakwah terhadap meningkatkan motivasi kerja orang bawahan. Dalam pendidikan pula, Ismail Maidin, Sarip Adul, & Dg. Hafizah Ag. Basir (2019) dan Ismail Maidin (2020) menyatakan motivasi dakwah ialah sebagai langkah

permulaan dalam merangsang penguasaan sesuatu perkara. Dalam bidang keusahawanan, meskipun tidak dinyatakan dalam kajian-kajian lepas tentang motivasi dakwah pada tajuk-tajuk kajian mereka, tetapi mereka telah membahaskan secara amali dan aplikasi dalam perbahasan kajian-kajian mereka, seperti kajian (Aziz, Harun, Esa, Yaacob, & Rahman, 2018) membuktikan wujud pengamalan motivasi dakwah itu sendiri dalam bidang keusahawanan melalui mewujudkan Pelan Tindakan Keusahawanan IPT 2016-2020 yang mana mahu Malaysia melahirkan lebih ramai usahawan khususnya dalam kalangan pelajar untuk merealisasikan Malaysia menjadi sebuah 'Negara Keusahawanan', selari dengan hasrat mahu mentransformasikan pelajar menjadi seorang usahawan kelak yang berjaya, agar mewujudkan lebih ramai pencipta kerja tercapai. Lantaran itu, motivasi-motivasi yang dijana dalam acuan pelan tersebut dan penggunaan metode-metode dakwah dalam plan tersebut adalah satu langkah berhikmah dalam bentuk aplikasi motivasi dakwah kepada melahirkan bakal-bakal usahawan yang berjaya.

Metodologi Kajian

Metadologi kajian adalah berbentuk kajian kualitatif tinjauan perpustakaan. Dari data tinjauan tersebut, pengkaji membahaskannya secara tematik berkaitan keusahawanan dan dakwah. Antara tematik yang dibahaskan dalam kajian ini ialah bidang keusahawanan dan dakwah, jihad ekonomi, ibadat zakat dan amalan sedekah, pementoran, etika dan akhlak dalam perniagaan, dan zikir dan doa.

Tematik Perbincangan

Bidang Keusahawanan dan Dakwah

Terdapat saranan yang positif dan galakkan motivasi di dalam al-Quran ke arah pemantapan ekonomi umat Islam menjadi pemangkin kerancakan usahawan-usahawan mencaburi bidang keusahawan (Ripin & Mansur, 2010), demikian juga terdapat di dalam hadis-hadis Nabi SAW yang memotivasikan golongan usahawan dan peniaga untuk istiqamah dalam bidang ini (Shaharuddin, Usman, Majid, Abdullah, & Amran, 2021). Dari zaman kegemilangan Islam, para sahabat dan tabi'in terdiri dari ahli korporat dalam perniagaan yang merupakan sumber utama menggerakkan ekonomi dan dakwah umat Islam. Malah mereka lebih berkaliber berbanding bangsa lain termasuk Yahudi. Tidak hairanlah, terdapat banyak kaedah dan akad-akad dalam muamalat yang telah diperkenalkan oleh Islam sejak zaman Rasulullah lagi (Ghani & Sarif, 2005).

Seterusnya, penyebaran Islam di pelosok dunia antaranya melalui aktiviti perniagaan dan perdagangan, iaitu usahawan-usahawan Islam tidak hanya mencari keuntungan melalui rentas daratan dan lautan tersebut, tetapi melakukan aktiviti dakwah dengan berdakwah menyampai ajaran Islam. Oleh itu, bidang keusahawanan dan perdagangan menjadi media penghubung dakwah sampai ke sesebuah kawasan. Lantaran itu, golongan usahawan atau korporat adalah pendukung utama dakwah Islam pada zaman dahulu, malah pedagang-pedagang yang berdakwah ke Nusantara dan sebagainya adalah terdiri dari kalangan ahli korporat dan hartawan (Zin, 2000).

Oleh itu, meskipun mereka itu terdiri dari golongan sufi, yang terkenal dengan panggilan ahli zuhud, sebenarnya memperlihatkan kita secara amali pengertian zuhud itu, iaitu mereka tidak pernah meninggalkan usaha dan kehidupan dunia serta tuntutan syariah, kerana pada mereka zuhud itu bukanlah ketiadaan harta, tetapi mengosongkan hati daripadanya, dan matlamat

kesufian ialah menghambakan diri hanya kepada Allah SWT sahaja dan menyucikan hati dari cinta harta atau bertuhankan harta, malah jika golongan sufi itu hidup dalam kemiskinan, mereka tidak menjadikan kemiskinan sebagai perkara perlu ditakuti melebihi ketakutan kepada Allah SWT dan mereka bersabar dengannya, dan sentiasa berusaha menjadi orang berjaya di dunia dan akhirat. Istiqamah menunaikan ibadat fardu dan sunat, dan menyucikan hati dan menjaga hati dari sifat mazmumah adalah inti pati ilmu tasawuf tersebut, seperti mana kata-kata Imam Malik: *“Barang siapa bertasawuf tanpa berfiqih, maka dia telah zindik, barang siapa berfiqih tanpa bertasawuf, maka dia telah fasik, dan barang siapa mengabungkan keduanya, maka dia akan sampai kepada hakikat”* (Hasbi, Besar, & Jakarta, 2016).

Jihad Ekonomi

Jika berbicara suasana perang, serangan, pertahanan, kesulitan hidup dan sebagainya pasti terlintas di fikiran. Oleh itu, nikmat keamanan dan keharmonian perlu disyukuri dan dipertahankan dengan kekuatan ketenteraan, undang-undang, ilmu pengetahuan dan teknologi, serta seumpamanya yang dikenali sebagai jihad keamanan. Berjihad harta dan jiwa juga diertikan sebagai perniagaan menguntungkan untuk saham akhirat, iaitu berniaga dengan Allah dengan berjihad kepada-Nya Seterusnya, selepas nikmat keamanan ialah nikmat perut yang tidak lapar atau selamat dari kelaparan atau disebut juga dengan istilah jihad ekonomi. Keamanan dan ekonomi adalah asas kehidupan manusia, seperti mana firman Allah SWT dalam surah Quraisy ayat 4 yang bermaksud: “Tuhan yang memberi mereka penghidupan: menyelamatkan mereka dari kelaparan, dan mengamankan mereka dari ketakutan” (Shariff, 2019).

Oleh yang demikian, motivasi ummah untuk berjihad dalam bidang ekonomi, dan bidang keusahawanan dilihat antara faktor yang besar menyumbang kemampuan ekonomi ummah. Meskipun ramai yang menyatakan motivasi manusia menceburi bidang keusahawanan atau perniagaan adalah dari motivasi dalaman iaitu desakan hidup, keinginan mencapai kebebasan dan kepuasan, disusuli pelbagai faktor lain seperti ingin membantu menyara keluarga, ingin kaya, cita-cita, ingin berdikari dan tidak suka bekerja makan gaji (Manaf, Omar, & Yee, 2012). Namun, beberapa tindakan pendakwah atau pihak-pihak tertentu dalam memperkasa ekonomi umat Islam dilihat adanya peranan motivasi dakwah, sama ada ia dijana oleh pendakwah (Abidin, 2017), ataupun daripada mana-mana institusi pengajian ataupun organisasi-organisasi (Ibrahim, Hasini, Aziz, & Esa, 2017), dan tidak menolak juga peranan demografi keluarga yang berlatar belakang perniagaan memberikan bimbingan berkait perniagaan (Kamsol Mohamed Kassim, Shaiful Annuar Khalid, Basri Abd Ghani, & Abdul Rashid Sintha, 2010).

Selain itu, seperti mana tuntutan jihad keamanan memerlukan rangsangan motivasi dari para pendakwah, demikian juga relevannya semboyan jihad ekonomi dirangsang oleh para pendakwah. Malah, menurut (Darajat, 2016) jihad itu terbahagi dua jenis iaitu jihad Asgar (kecil) iaitu jihad secara fizikal berperang melawan musuh dan mempertahankan negara dan melindungi keamanan, dan jihad Akbar (besar) pula ialah jihad secara perjuangan spiritual dan moral. Oleh itu, memerangi kebodohan, kemiskinan, kezaliman, rasuah, sifat tamak, perilaku boros, tidak disiplin, dan perilaku negatif lainnya dikategorikan sebagai cabang bidang jihad Akbar dan memerlukan rangsangan motivasi, strategi dan pengurusan dakwah yang baik oleh pendakwah, kerana jika pendakwah tidak berusaha merangsang motivasi masyarakat, maka masyarakat pasti akan sentiasa leka dan hidup dalam kemiskinan, kejahilan dan rosak akhlak.

Ibadat Zakat dan Amalan Sedekah

Kisah Nabi Musa AS dan Qarun dirakamkan di dalam al-Quran menjadi pedoman untuk umat Islam selaku umat akhir zaman dalam mengambil iktibar dari kisah tersebut, iaitu Islam tidak pernah menghalang umatnya mencari harta, menceburi perniagaan untuk mengambil keuntungan dari perniagaan tersebut, tetapi perkara yang dititikberatkan ialah jangan lah menjadi hamba harta dan bertuhankan harta. Kita hendaklah hanya bertuhankan kepada Allah SWT sahaja iaitu Tuhan Yang Maha Kaya dan yang menciptakan segala harta kekayaan tersebut, ketidakpatuhan dengan enggan menunaikan ibadah zakat dan menjadikan amalan bersedekah sebagai budaya hidup Muslim yang berjaya adalah ciri-ciri manusia yang akan mengundang kemurkaan Allah SWT, dan akhirnya mereka tenggelam dalam kerugian di dunia dan akhirat. Meskipun mereka memberikan alasan menjadi kaya atau hartawan itu disebabkan usaha gigih mereka siang dan malam, serta disebabkan ilmu dan pengalaman mereka yang tinggi dalam perniagaan, tetapi mereka lupa perkara asas iaitu semua itu makhluk Allah SWT, dan sekaya mana pun mereka masih perlu akur dengan syariat yang Allah tetapkan kepada mereka iaitu mengeluarkan zakat, kerana mereka menjadi kaya itu adalah dengan izin Allah SWT. Mereka terhibung mata zahir mereka dari memandang falsafah kekayaan mereka itu adalah bermula dari Allah SWT, oleh itu, kenapakah mereka masih enggan beriman, mentaati syariat dan berinfak (Dhiya'ul, 2020).

Persoalannya bagaimanakah ibadat zakat dan amalan sedekah boleh dihubungkan dengan motivasi dakwah dalam bidang keusahawanan. Jawapannya ialah, ia umpama benih yang disemai yang nantinya akan tumbuh subur dan membuah hasil yang boleh dinikmati. Demikianlah peranan zakat dan sedekah tersebut, meskipun nilainya sedikit sahaja dalam peratusan jumlah keuntungan yang diambil, tetapi ia sebagai titik permulaan untuk melahirkan lebih ramai lagi usahawan-usahawan yang berjaya, melestarikan konsep kesejahteraan ummah dan sebagainya. Seperti kajian berkaitan dengan kesan sumbangan modal dari dana zakat dilihat memberikan impak positif dalam membantu membina usahawan yang baru (Adnan & Roselam, 2019). Dengan itu, kita dapat melihat pentingnya ibadat zakat dan sedekah dibudayakan dalam rangka membina kesejahteraan masyarakat khususnya, dan para pendakwah mestilah menggunakan pelbagai metode dakwah yang sesuai ke arah melestarikan perkara tersebut (Mohamad, Rahman, & Ismail, 2010). Amatlah dikesali jika terdapat dalam kalangan umat Islam kini, rasa selesa dan bangga jika tidak layak membayar zakat, tetapi mereka wajar refleksi diri kenapakah tidak mencapai standard tersebut, dan berusaha menjadi orang yang boleh menunaikan ibadat tersebut dengan selesa (Nor Paizin, 2014). Seperti mana definisi syukur yang dikaitkan dengan teori ekonomi menurut Imam al-Junaid, salah seorang tokoh sufi agung, iaitu 'Syukur' bererti tidak bermaksiat kepada Allah SWT dengan menggunakan nikmat yang telah Allah SWT anugerahkan, juga tidak menjadikan kurnia-Nya sebagai sumber ketidaktaatan padanya. Dalam hal ini, setiap Muslim mencari hartanya, baik secara perniagaan ataupun bekerja, maka pengendalian perbelanjaan harta itu hendaklah dibelanjakan secara benar sesuai syariah, dan perkara yang wajib didahulukan ialah melunaskan bayaran zakat dan nafkah wajib terlebih dahulu sebelum perbelanjaan lain (Subaidi, 2014).

Tindakan khalifah pertama Islam Sayidina Abu Bakar as-Siddiq dalam memerangi golongan yang enggan membayar zakat adalah tindakan yang tepat, dan ia memperlihatkan metode dakwah amal makruf nahi mungkar itu berkesan terhadap merangsang motivasi dakwah umat Islam untuk istiqamah dengan ibadat zakat, dan ibadah tersebut sebagai rukun Islam ketiga bukan sahaja menjaga akidah ummah, juga sebagai sumber kekuatan ekonomi negara Islam pada masa tersebut. Oleh itu, ketegasan pemerintah dan perundangan dalam perihal zakat ini

mesti difikirkan untuk diperkemas lagi sesuai dengan kehendak syarak (Mohd Najib & Hasan Hafizi, 2009) dan (Mohd Shahrizal Nasir, 2021).

Pementoran

Pementoran menurut Kementerian Sumber Manusia (KSM) ialah pendekatan untuk memberikan bimbingan, sokongan dan bantuan profesional oleh mentor, pendekatan ini melibatkan aktiviti perhubungan, pemindahan kemahiran personel dan profesional dalam jangka masa yang ditetapkan. Mentor akan bertindak sebagai 'role model' dan mentee akan dipantau dari dimensi personel seperti sikap, motivasi, keyakinan, dan disiplin. Seterus dipantau dalam aspek profesional berkait tentang pengetahuan, kemahiran, teknik-teknik dan kepakaran. Selain itu, kompetensi sosial dan budaya juga dipantau oleh mentor agar mentee tersebut mampu menjadi seperti mentornya. Tempoh pementoran pula dihadkan pada jangka tertentu, seperti jangka masa perjumpaan 40 minit ke 60 minit, dan kekerapan perjumpaan dua kali sebulan, dan jangka masa perjumpaan terhad kepada enam bulan sahaja (Unit Pengurusan Psikologi KSM, 2021). Menurut Arshad, Ismail, Suandi, & Omar (2015), pementoran telah membangunkan jaringan sosial belia dan menyediakan peluang untuk meningkatkan aset ekologi menerusi akses yang dimiliki mentor. Hubungan mentor dan mentee dilihat telah menyumbang kepada peningkatan pembangunan belia yang positif. Dalam keusahawanan dilihat pementoran boleh menjadi faktor motivasi perubahan seseorang untuk menjadi usahawan yang berjaya.

Kisah-kisah di dalam al-Quran dilihat mempunyai pesanan mengambil iktibar dari segi ekonomi, seperti kisah Nabi Musa AS bersama Qarun, dilihat terkesan daripada aplikasi pementoran Nabi Musa AS di awal permulaan Qarun memulakan hidupnya sebagai usahawan, adalah sebagai permulaan perubahan ekonomi hidup sang Qarun (Baihaqi, 2017), dan kisah Sayidina Umar RA yang menghalau beberapa orang pemuda dari masjid yang meninggalkan kehidupan dunia untuk duduk beribadat di dalam masjid sahaja (kerana pemuda-pemuda tersebut bersuluk tanpa guru mursyid, dan pemahaman konsep zuhud yang salah), memperlihatkan peranan pendakwah dalam usaha menjana motivasi ke arah pembentukan insan yang rajin bekerja, ataupun memotivasikan mereka untuk menjadi usahawan, sesuai dengan konsep wasatiah atau konsep insan kamil, yang menitikberatkan tuntutan kehidupan seimbang sesuai dengan keperluan kehidupan duniawi dan ukhrawi (Dream.co.id, n.d.). Kisah-kisah yang wajar kita ambil iktibar dalam perlunya guru dan ilmu serta amali yang berterusan, bermentorkan mereka yang telah berjaya dalam bidang keusahawanan. Amat rugilah bagi umat Islam, jika mereka yang telah berjaya tersebut enggan menyumbangkan sedikit hartanya, ilmunya dan bimbingannya untuk melahirkan usahawan-usahawan yang berjaya.

Lantaran itu, pengajaran bidang keusahawanan mesti perkenalkan secara formal dan diajarkan di peringkat sekolah rendah lagi, dan menjadikan subjek wajib lulus dalam peperiksaan sijil pelajaran Malaysia (SPM), dan tidak salah juga jika dijadikan subjek yang wajib lulus secara teori dan amali di peringkat pengajian tinggi. Dengan situasi tersebut, dapat menukarkan persepsi negatif masyarakat terhadap bidang keusahawanan. Yusof & Tahir (2021) menyatakan faktor "Sikap/Minat/Kesedaran diri sendiri" bagi seseorang usahawan itu merupakan faktor paling utama yang mendorong kejayaan seseorang usahawan muda dalam menjalankan perniagaan Industri Kecil dan Sederhana (IKS), ini menunjukkan perkara sikap/minat/kesedaran diri sendiri adalah perlu dididik dan dipupuk sejak usia kanak-kanak lagi, mampu memudahkan pembentukan usahawan berjaya pada masa hadapan. Malah Zulkiple Abd. Ghani (2006) menyatakan, peranan guru atau pendakwah dalam membentuk dan mempertingkatkan nilai insan dengan meraikan segala unsur yang ada pada pelajar dari segi mental,

fizikal, emosi dan spiritual, dapat menjadi elemen teras yang mempengaruhi kualiti kehidupan peribadi seseorang pelajar kelak serta perlu disusuli dengan pendekatan yang kreatif dan inovatif (Mokhtar, S., et.al., 2021).

Usaha institusi pendidikan tinggi dan organisasi-organisasi tertentu, seperti Tunggak, Salomon, & Abu (2011) dalam usaha mendidik dan membangun usahawan-usahawan bumiputera Muslim, yang menghayati nilai dan etika Islam dilihat semakin mendesak. Kajian dijalankan melalui edaran borang soal selidik dan sesi temu bual bersama usahawan PKS yang menerima bantuan pembiayaan MARA dan usahawan Bumiputera PKS yang bukan penerima bantuan pembiayaan MARA. Dapatan menunjukkan, kelemahan usahawan bumiputera adalah dipengaruhi oleh latar belakang, pengalaman individu, sikap, nilai dan etika keusahawanan, pengetahuan dan kemahiran pengurusan, program pendidikan dan pembangunan keusahawanan, serta desakan dan persekitaran. Model pendidikan dan latihan berteraskan nilai dan etika Islam diketengahkan melalui kajian ini diharap mampu menyumbang ke arah matlamat pembangunan usahawan Bumiputera Muslim.

Etika dan Akhlak Dalam Perniagaan

Dalam al-Quran, teguran dan peringatan berkait dengan etika dan akhlak sering diperingatkan, dan tidak ketinggalan juga dalam bidang perniagaan dan keusahawanan diungkapkan untuk memberi peringatan kepada golongan usahawan agar menjaga adab dengan baik dan berhati-hati. Demikian juga jika ditinjau dari hadis-hadis Nabi SAW, juga selalu memperingati mereka agar menjaga perkara tersebut. Persoalannya, adakah wujud unsur motivasi dari pemahaman ayat-ayat dan hadis-hadis tersebut, kerana jika dilihat secara zahir, unsur tegahan tersebut akan melahirkan rasa takut untuk orang awam menceburi bidang keusahawanan dan perniagaan. Oleh itu, melihat secara positif dan penelitian tajam, serta kaca mata motivasi dari ungkapan tersebut akan membawa kepada persepsi yang lebih tinggi ayat tersebut, iaitu ia tanda Allah SWT telah secara tidak langsung meningkatkan kepercayaan orang awam terhadap bidang keusahawanan dan pembinaan ekonomi yang mampan. Dengan wujudnya masyarakat yang beretika dan berakhlak dalam perniagaan, akan memberikan suasana persekitaran yang aman dalam perniagaan dan keuntungan yang tulus akan mudah dibina jika suasana tersebut dibudayakan. Malah, keuntungan akan mudah diraih dengan membudayakan nilai adil, ihsan, tulus dan reda dalam urusan transaksi ekonomi dan jual beli, iaitu secara logiknya setiap penipuan dan akhlak yang buruk yang dilakukan hanya akan untung sekali sahaja, manakala urusan yang jujur akan boleh mendapat keuntungan berkali-kali (Ridwan & Syamsuri, 2019). Lantaran itu, para pendakwah mesti selalu memperingatkan masyarakat berkait dengan menjaga etika dalam perniagaan, agar motivasi masyarakat menceburi bidang perniagaan akan sentiasa berterusan dan dibudayakan etika-etika mulia tersebut agar terlaksana tujuan utama umat Islam menjadi usahawan ialah menjadi usahawan yang berjaya dunia dan akhirat.

Yusof & Tahir (2021) menyatakan sikap dan akhlak usahawan yang berdisiplin tinggi dan beretika dalam mengendalikan perniagaan, berani dan sanggup menghadapi risiko, berfikiran kreatif dan inovatif, sentiasa mendalami ilmu perniagaan adalah menyumbang terhadap kejayaan usahawan muda IKS di Malaysia bagi mengembangkan lagi perniagaan ke arah peringkat global dan akhirnya menyumbang kepada pembangunan ekonomi negara. faktor Sikap/Minat/Kesedaran diri sendiri, Modal, Pemasaran yang baik, Pemikiran Inovatif dan kreatif, Persekitaran Perniagaan, Kemahiran dan Pengetahuan serta Pengurusan Organisasi dan Kerjasama Luar.

Zikir dan Doa

Mohd Zain, Kasma, Marwan, Mohd Nazri, & Wan Salihin (2017) menyatakan, usahawan yang berjaya itu mempunyai kerohanian dan ketenangan jiwa yang baik. Bagi seorang Muslim, ibadah zikir dan doa adalah cara memperoleh ketenangan jiwa dari hambatan stress dan tekanan yang dihadapi setiap hari (Ilyas, 2017), dan (Noor, 2009) menyatakan satu pertiga kehidupan seseorang itu diluahkan seharian di tempat kerja ataupun di lapangan pencarian nafkah hidup. Implikasi negatif berlaku jika seseorang itu tidak mengawal tekanan kerja dan masalah perusahaan. Panas baran, gelisah, murung, kelesuan, sentiasa hilang tumpuan rasa bersalah, dan ketakutan, adalah antara kesannya. Islam telah menetapkan jika seseorang itu menghadapi kesusahan dan tekanan perlulah sentiasa rasional, tenang, yakin dan bersabar dengan ketentuan Allah SWT. Allah SWT memberikan panduan dalam menangani tekanan melalui firman-Nya dalam surah al-Baqarah ayat 155-156, maksudnya: *"Demi sesungguhnya! Kami akan menguji kamu dengan sedikit perasaan takut (kepada musuh) dan (dengan merasai) kelaparan, dan (dengan berlakunya) kekurangan dari harta benda dan jiwa serta hasil tanaman. Dan berilah khabar gembira kepada orang-orang yang sabar (iaitu) orang-orang yang apabila mereka ditimpa oleh sesuatu kesusahan, mereka berkata: Sesungguhnya kami adalah kepunyaan Allah dan kepada Allah jualah kami kembali"*. Oleh itu, menjaga solat fardu lima waktu, solat sunat, amalan berzikir seperti bertasbih, bertahmid, bertakbir, berselawat dan sebagainya merupakan amalan yang mampu menenangkan jiwa. Seterusnya, mengamalkan mendengar, membaca dan menghayati akan tafsir al-Quran merupakan amalan yang mampu menenangkan jiwa. Seterusnya, menjaga pemikiran dengan meletakkan keyakinan kehidupan dunia ini adalah sementara dan akan berakhir, dan akhirat jua tempat yang kekal selama-lamanya merupakan cara yang mampu menenangkan jiwa. Kemudian, memohon keampunan, amalan berdoa, dan menyerahkan semua apa yang telah diusahakan kepada Allah SWT, merupakan amalan yang mampu menenangkan jiwa.

Kepentingan zikir dan doa dilihat sangat penting sehinggakan Nabi SAW mengungkapkan dalam sebuah hadis yang bermaksud: *"Doa adalah senjata orang beriman, tiang agama dan cahaya langit-langit dan bumi"* (Hadis Riwayat Hakim), dan: *"Takutlah kamu terhadap doa orang yang dizalimi kerana sesungguhnya tiada antara doa itu dengan Allah sebarang dinding"* (Hadis Riwayat Bukhari dan Muslim) dan (Abu Nourul Husna, 2015). Lantaran itu, kita tidak wajar meninggalkan amalan kerohanian, zikir, selawat dan doa bagi seorang yang bergelar usahawan, dan dalam menyemarakkan kerohanian yang mantap. Shahrudin, Majid, Abdullah, Usman, & Amran (2020) menyatakan, impak elemen spiritual terhadap kejayaan usahawan Muslim menunjukkan bertapa ia sangat perlu dijaga, dan cara penjagaannya adalah melalui amalan-amalan kerohanian seperti solat, zikir, selawat, doa dan sebagainya, sehingga menerbitkan perwatakan diri yang sentiasa bersyukur, reda dan bertawakal.

Dalam perkara ini, seseorang itu bebas menyusun bentuk doanya dengan bahasa pertuturannya atau bahasa yang difahaminya. Namun, pendakwah juga berperanan dalam usaha memotivasikan melalui ungkapan doa yang disusun dengan keindahan bahasa yang tinggi dan berpatutan dengan syarak. Oleh itu, ia menjadi agenda pendakwah untuk mengurus dan menyusun bahan-bahan zikir dan doa-doa tersebut sesuai dan menepati hukum syarak. Seterusnya, usaha menterjemah doa-doa yang masyhur berbahasa Arab oleh golongan pendakwah dilihat sebagai usaha yang murni dan perlu diperbanyakkan agar ungkapan bahasa Arab tersebut mudah difahami dan seterusnya dekat di hati yang membacanya sehingga melahirkan ketenangan jiwa pada setiap patah perkataan yang diungkapkan (Hassan Basri & Mohamad, 2014).

Selain doa yang dibaca sendiri, seorang usahawan juga boleh meminta orang lain terutamanya orang-orang soleh mendoakan mereka berjaya dalam bidang keusahawanan, perkara tersebut akan memindahkan motivasi yang terkandung dalam ungkapan-ungkapan doa tersebut, untuk merangsang seseorang itu rajin berusaha (Malik & Subagiyo, 2020). Sesuai dengan konsep usaha dan doa yang bersatu, dan bukannya meninggalkan salah satunya. Sesuai dengan akidah ahli sunah yang berpaksikan konsep usaha dan doa yang bersatu. Maka dari itu, akan menghasilkan kehidupan usahawan yang memperoleh kejayaan dunia dan pada masa yang sama memenuhi tuntutan agama dan syariat serta akhlak Islam, yang dikenali sebagai usahawan 'al - Falah' (Ali, Abu@Hussin, & Sawari, 2021). Oleh itu, mendapat doa ibu untuk berjaya dalam perniagaan dilihat berkesan terhadap pembentukan usahawan yang berjaya (Sinar, 2013).

Menurut kajian Md Yusof & Hamed (2018), penglibatan ramai golongan wanita dalam bidang keusahawanan dilihat sebagai fenomena yang positif dan unik, kerana jika diperhatikan di negara Islam lain, wanita belum lagi diberikan kebebasan menceburi bidang keusahawanan secara meluas. Lantaran itu, kajian yang dilakukan ini merujuk kepada usahawan wanita Islam yang berjaya. Kajian mendapati antara pemangkin kejayaan usahawan wanita tersebut, iaitu percaya kepada konsep rezeki, rezeki ketentuan Allah dan doa. Manakala unsur ibadah yang mereka amalkan antaranya zakat, sedekah, solat duha, membaca al-Quran dan silaturahim. Unsur akhlak menunjukkan rasa syukur, tawakal, sabar dan pemurah sebagai amalan usahawan Muslimah yang berjaya. Justeru, untuk berjaya dan mencapai al-falah, usahawan Muslimah perlu menerapkan nilai-nilai keimanan, memperbaiki ibadah dan berakhlak mulia. Mereka perlu bekerja keras dalam menguruskan perniagaan mereka dengan bijak, kemudian berdoa dan bertawakal kepada Allah untuk memperoleh kejayaan dunia dan akhirat.

Kesimpulan

Pengkaji menyimpulkan bahawa motivasi dalaman dan luaran menjadi faktor minat seseorang dalam bidang keusahawanan, dan motivasi yang dijana oleh pendakwah (motivasi dakwah) juga boleh menjadi faktor minat seseorang itu, dan konsep ahli korporat mendukung usaha dakwah atau berperanan sebagai pendakwah (berlatar belakangkan ahli korporat) mesti dibudayakan, sesuai dengan sejarah awal Islam kegemilangan Islam yang didukung dan terdiri dari golongan ini. Tindakan golongan hartawan atau korporat dalam dunia dakwah, dengan menyemarakkan aktiviti dakwah, dan pementoran usahawan, serta melahirkan ramai pendakwah-pendakwah yang berlatar belakangkan bidang korporat, dilihat sebagai kerugian bagi umat Islam, jika golongan korporat tersebut meminggirkan diri dari dunia dakwah. Dengan keengganan mereka itu, apa yang ditakuti mereka akan menimpa nasib kerugian dunia dan akhirat, sama seperti sang Qarun menimpa kerugian hidupnya yang akhirnya lemas tenggelam bersama harta-hartanya.

Selain itu, tinjauan terhadap istilah jihad ekonomi, ibadah zakat, amalan sedekah, pementoran, etika dan akhlak dalam perniagaan, serta melazimkan zikir dan doa harian dilihat ada hubungannya dengan motivasi dakwah di dalam bidang keusahawanan. Kebijaksanaan pendakwah dalam merangsang minat dan memotivasikan dalam bidang keusahawanan, terlihat pada hubungan mengurus metode dakwah yang sesuai dengan istilah-istilah tersebut. Ia juga sebagai langkah positif dalam memotivasikan ummah ke arah pembentukan usahawan-usahawan yang cemerlang di dunia dan akhirat.

Penghargaan

Manuskrip ini dihasilkan berdasarkan dana Geran Penyelidikan Penerbitan sumbangan Global Academic Excellence (GAE).

Rujukan

- Abidin, Z. (2017). Kontribusi Pemikiran Jihad Ekonomi Kiai Madura Dalam Pengembangan Ekonomi Berbasis Syari'ah. *AL-IHKAM: Jurnal Hukum & Pranata Sosial*, 12(2), 429–447. <https://doi.org/10.19105/AL-LHKAM.V12I2.1254>
- Abu Nourul Husna. (2015). Doa Amalan Sepanjang Hayat. *Perniagaan Jahabersa, Johor*. Retrieved From www.jahabesra.com.my
- Ali, M. M., Abu@Hussin, M. F., & Sawari, S. S. M. (2021). Explorasi Kajian Literatur Konsep Usahawan Al-Falah Menurut Pandangan Ahli Sarjana [Exploration of Literature Study of The Concept of Al-Falah Entrepreneur According to The View of Scholars]. *Qalam International Journal of Islamic and Humanities Research*, 1(1), 107–118. Retrieved From <https://www.qalamjournal.com/index.php/home/article/view/8>
- Arshad, M., Ismail, I., Suandi, T., & Omar, Z. (2015). Kepemimpinan Belia Dalam Jaringan Sosial: Potensi Pementoran Kepada Pembangunan Belia Positif. *Injet.Upm.Edu.My*. Retrieved From http://www.injet.upm.edu.my/images/journal/issue2/kepemimpinan_belia_dalam_jaringan_sosial_potensi_pementoran_kepada_pembangunan_belia_positif.pdf
- Aziz, N. E. M., Harun, N., Esa, M. M., Yaacob, M. R., & Rahman, A. A. A. (2018). Pendidikan Keusahawanan Di Institusi Pengajian Tinggi (Ipt) Dalam Melahirkan Usahawan Berjaya di Malaysia. *Journal Of Business Innovation*, 3(1), 73. Retrieved from <http://kuim.edu.my/journal/index.php/jbi/article/view/431>
- Baihaqi, Y. (2017). Dimensi Ekonomi Dalam Kisah Al Qur'an. *Asas*, 9(1). <https://doi.org/10.24042/asas.v9i1.1214>
- Darajat, Z. (2016). Jihad Dinamis: Menelusuri Konsep Dan Praktik Jihad Dalam Sejarah Islam. *Ijtihad: Jurnal Wacana Hukum Islam Dan Kemanusiaan*, 16(1), 1–25. <https://doi.org/10.18326/ijtihad.v16i1.1-25>
- DBP. (2016). *Kamus Dewan Edisi Keempat*. (Noresah Baharom, Ed.). Pencetakan Rina Sdn. Bhd., Kuala Lumpur.
- Dhiya'ul, F. A. M. (2020). “Konspirasi Politik Penguasa Dan Pengusaha” (Analisis Kisah Fira'un, Haman Dan Qarun Dalam Prespektif Tafsir Al-Azhar).
- Doa Baik Dan Doa Keburukan, Doa Senjata Mukmin. (N.D.). Retrieved November 12, 2021, From <https://harakahdaily.net/index.php/2018/03/22/doa-baik-dan-doa-keburukan-doa-senjata-mukmin/>
- Ghani, A. A., & Sarif, S. (2005). Penerapan Budaya Keusahawanan Dalam Masyarakat Islam. In *Seminar Keusahawanan Islam Peringkat Kebangsaan 2005*. Kuala Lumpur: Jabatan Syariah Dan Pengurusan (www.pengurusan.info). Retrieved From http://eprints.um.edu.my/146/1/01_-_Penerapan_Budaya.Pdf
- Hasbi, A., Besar, G., & Jakarta, I. (2016). Hakikat Kebenaran Mengkaji Tasawuf Akhlaki – Akhlak Kenabian. *Misykat: Jurnal Ilmu-Ilmu Al-Quran, Hadist, Syari'ah Dan Tarbiyah*, 1(2), 43–70. <https://doi.org/10.33511/misykat.v1n2.43>
- Hassan Basri, T., & Mohamad, F. B. Dan A. M. (2014). Konsep Zikir Darajah DALAM DISIPLIN ILMU TAREKAT. *Jurnal Islam Dan Masyarakat Kontemporari*, 8, 61–72. Retrieved From <https://journal.unisza.edu.my/jimk/index.php/jimk/article/view/117>
- Hosen, H. N. (2018). Mengkaji Hadis “Sampaikanlah Dariku Walau Satu Ayat”: Dalil Share, Bukan Dalil Berfatwa. Retrieved November 9, 2021, From

- <https://Panrita.Id/2018/12/24/Mengkaji-Hadis-Sampaikanlah-Dariku-Walau-Satu-Ayat-Dalil-Share-Bukan-Dalil-Berfatwa/>
- Ibrahim, R., Hasini, N. F. M., Aziz, N. E. M., & Esa, M. M. (2017). Faktor Pendorong Pemilihan Program Keusahawanan Di Negeri Melaka. *Journal Of Business Innovation*, 2(2), 61. Retrieved from [Http://Journal.Kuim.Edu.My/Index.Php/JBI/Article/View/405](http://Journal.Kuim.Edu.My/Index.Php/JBI/Article/View/405)
- Ilyas, R. (2017). Zikir Dan Ketenangan Jiwa: Telaah Atas Pemikiran Al-Ghazali. *Mawa'izh: Jurnal Dakwah Dan Pengembangan Sosial Kemanusiaan*, 8(1), 90–106. <https://doi.org/10.32923/MAW.V8I1.699>
- Kamsol Mohamed Kassim, Shaiful Anuar Khalid, Basri Abd Ghani, & Abdul Rashid Sintha. (2010). Pengaruh Orientasi Keagamaan Intrinsik Dan Ektrinsik Terhadap Kecenderungan Keusahawanan. *Jurnal Intelek*, 5(2).
- Keajaiban Doa & Ridho Ibu - Mutia Mutmainnah - Google Books. (N.D.). Retrieved November 12, 2021, From https://books.google.com/my/books?hl=en&lr=&id=Yv6TQoUHE2AC&oi=fnd&pg=PA36&dq=Doa+Ibu&ots=Qmk4plFBAD&sig=Oknq_3bsbw1-Rp-Pixivmrkxk5s&redir_esc=y#v=onepage&q=Doa+Ibu&f=false
- Mahmud, A. (2020). Hakikat Manajemen Dakwah. *Palita: Journal of Social Religion Research*, 5(1), 65–76. <https://doi.org/10.24256/PAL.V5I1.1329>
- Malik, M. K., & Subagiyo, R. (2020). Nilai Filosofi Doa Dalam Ekonomi Syariah. *Tsaqafah*, 16(1), 163–178. <https://doi.org/10.21111/Tsaqafah.V16i1.4389>
- Manaf, A. A., Omar, N. H., & Yee, L. K. (2012). Faktor Kritikal Kejayaan Usahawan Dalam Perniagaan. *E-Bangi*, 7. Retrieved from <https://www.proquest.com/openview/afdf0dc73307b85f2f31fe3769451c6f/1?pq-origsite=gscholar&cbl=616374>
- Md Yusof, S., & Hamed, A. B. (2018). Successful Women Enterpreneur: Islamic Life Practice. Retrieved From <http://www.ijib.uum.edu.my/index.php/vol-2-issue-2-2018/vol-3-issue-1-01-18>
- Mohamad, S., Rahman, A. A., & Ismail, S. H. S. (2010). Kesejahteraan Ummah Dan Agihan Semula Kekayaan Menurut Perspektif Islam. *Seminar Serantau Islam Dan Kesejahteraan Sejagat*, 24-25 Februari 2010, 1–21.
- Mohd Najib, S. S., & Hasan Hafizi, H. (2009). Sistem Negara Islam: Satu Tinjauan. *Jurnal Pengurusan JAWHAR*, 3(1), 237–249.
- Mohd Shahrizal Nasir. (2021, September). Cabaran Nahi Mungkar. Retrieved November 9, 2021, From <https://www.hmetro.com.my/addin/2021/09/758174/Cabaran-Nahi-Mungkar>
- Mohd Zain, M., Kasma, M. H., Marwan, I., Mohd Nazri, M., & Wan Salihin, W. A. (2017). Pengaruh Ciri-Ciri Kerohanian Terhadap Motivasi Usahawan. Retrieved From <http://dspace.unimap.edu.my:80/handle/123456789/57993>.
- Mokhtar, S., Shah, M.K.M., Ramlie, H.A, Othman, I. W., Ationg, R., Esa, M. S. & Marinsah, S. A. (2021). Rekayasa Dakwah KBAT dalam Kalangan Mahasiswa di Universiti Malaysia Sabah Menerusi Kursus Penghayatan Etika dan Peradaban. *International Journal of Education, Psychology and Counselling (IJEPC)*. Volume 6 Issue 39 (May 2021). 178-193.
- Noor, K. M. (2009). Menangani Stres Cara Islam. Retrieved From http://utusan.com.my/utusan/info.asp?y=2009&dt=0705&pub=utusan_malaysia&sec=Bicara_Agama&pg=Ba_01.htm&arc=hive
- Nor Paizin, M. (2014). Amalan Dakwah Zakat di Wilayah Persekutuan Malaysia: Satu Pemerhatian. *International Conference on Arabic Studies and Islamic Civilization*, 7.

- Ridwan, M., & Syamsuri. (2019). Konsep Adil Dan Ihsan Dalam Transaksi Ekonomi Menurut Imam Al-Ghazali Dan Pengaruh Tasawuf Terhadapnya (Studi Analisis Terhadap Kitab Ihyaa' al-'Uloom Al-Diin). *TASFIYAH: Jurnal Pemikiran Islam*, 3(1), 67–92. <https://doi.org/10.21111/Tasfiyah.V3i1.2982>
- Samsul Munir Amin, & Zirzis, A. (2009). Ilmu Dakwah. Retrieved From <https://ecampus.unusia.ac.id/repo/handle/123456789/9986>
- Shaharuddin, S. A., Majid, M. A., Abdullah, M. Y. M., Usman, A. H., & Amran, S. N. A. (2020). Analisis Literatur Sistematis: Impak Elemen Spiritual Terhadap Kejayaan Usahawan Muslim. *Al-Irsyad: Journal of Islamic And Contemporary Issues*, 5(2), 434–443. <https://doi.org/10.53840/Alirsyad.V5i2.105>
- Sham, F. M. (2015). Kemahiran Psikologi Dakwah Kepada Golongan Remaja. *Al-Hikmah*, 7(1), 95–103. Retrieved From <http://spaj.ukm.my/jalhikmah/index.php/jalhikmah/article/view/124>
- Shariff, M. (2019, January 16). Jihad Bisnes Sebagai Jalan Dakwah Ekonomi | Astro Awani. Retrieved November 10, 2021, From <https://www.astroawani.com/berita-malaysia/jihad-bisnes-sebagai-jalan-dakwah-ekonomi-196173>
- Sinar, H. (2013). Lebar Bisnes Ke Luar Negara: Berkat Doa Ibu, Shareen Berjaya Dalam Dunia Perniagaan. Retrieved From http://repo.uum.edu.my/9045/1/SH_Lebar_Bisnes.Pdf
- Subaidi, S. (2014). Teori Ekonomi Junaidi Al-Baghdadi. *At-Taahdzib: Jurnal Studi Islam Dan Muamalah*, 2(1), 138–148. Retrieved From <http://ejournal.kopertais4.or.id/mataraman/index.php/taahdzib/article/view/2517>
- Teguran Khalifah Umar Pada Anak Muda Berlama-Lama Di Masjid | Dream.Co.Id. (N.D.). Retrieved November 11, 2021, From <https://www.dream.co.id/orbit/teguran-khalifah-umar-pada-anak-muda-berlama-lama-di-masjid-180308k.html>
- Tunggak, B., Salamon, H., & Abu, B. (2011). Keperluan Latihan Dan Pendidikan Berterusan Ke Arah Pembangunan Usahawan Muslim Berteraskan Nilai Islam Di Malaysia. *Jurnal Teknologi*, 121–144. <https://doi.org/10.11113/JT.V55.84>
- Unit Pengurusan Psikologi KSM. (2021). Pementoran. Retrieved November 11, 2021, From <https://www.mohr.gov.my/psikologi/index.php/pementoran>
- Yusof, M. Z. M., & Tahir, Z. (2021). Faktor Kejayaan Usahawan Muda Dalam Perniagaan Industri Kecil Dan Sederhana (EKS) Di Malaysia. *Jurnal Wacana Sarjana*, 5(1), 1–13. Retrieved From <http://spaj.ukm.my/jws/index.php/jws/article/view/357>
- Zin, A. A. M. (2000). Hubungan Dakwah Dengan Ahli Koporat. *Jurnal Usuluddin*, 59–66. Retrieved From <http://ejournal.um.edu.my/index.php/JUD/article/download/3848/1734/9693>
- Zulkiple Abd. Ghani, N. S. A. M. (2006). Penghayatan Agama Sebagai Asas Pembangunan Pelajar : Analisis Terhadap Beberapa Pandangan Al-Imam Al-Ghazali. In *National Student Development Co*