

PERIHAL PERUSAHAAN WANITA MUSLIM BERDASARKAN KEJAYAAN KHADIJAH BINTI KHUWAYLID

BUSINESS MATTERS OF MUSLIM WOMEN BASED ON THE SUCCESS OF KHADIJAH BINT KHUWAYLID

Yusma Fariza Yasin^{1*}
Mohd Shukri Hanapi²

¹ Yusma Fariza Yasin: School of Human Resource Development and Psychology, Faculty of Social Science and Humanities, Universiti Teknologi Malaysia, Skudai 81300, Johor, Malaysia
(E-mail: yusmafariza@utm.my)

² Mohd Shukri Hanapi: Center for Islamic Development Management Studies, Universiti Sains Malaysia, Minden, 11700, Pulau Pinang, Malaysia
(E-mail: Author B@uuu.edu.my)

Article history

Received date : 12-5-2025
Revised date : 12-5-2025
Accepted date : 18-6-2025
Published date : 30-6-2025

To cite this document:

Yasin, Y. F., & Hanapi, M. S. (2025). Perihal perusahaan wanita muslim berdasarkan kejayaan Khadijah Binti Khuwaylid. *Journal of Islamic, Social, Economics and Development (JISED)*, 10 (73), 478 - 486.

Abstrak: *Khadijah Khuwaylid merupakan tokoh usahawan terkenal menurut Sejarah Islam. Strategi perusahaan yang dilaksanakan merupakan antara elemen utama yang menyumbang kepada kejayaan Khadijah dalam bidang keusahawanan. Oleh itu, kertas kerja ini bertujuan mengenal pasti perihal perusahaan dalam kalangan usahawan wanita Muslim yang mengusahakan produk kesihatan di Malaysia, berdasarkan faktor kejayaan Khadijah binti Khuwaylid. Kajian ini menggunakan kaedah kualitatif dengan menemu bual seramai 10 orang usahawan wanita Muslim. Data yang diperoleh dianalisis menggunakan kaedah analisis kandungan, dan dapatan kajian menunjukkan bahawa aspek perusahaan memainkan peranan penting dalam mempengaruhi kejayaan mereka, sejajar dengan faktor kejayaan yang ditunjukkan oleh Khadijah binti Khuwaylid. Kajian ini membuktikan bahawa elemen perusahaan berasaskan nilai Islam seperti yang ditunjukkan oleh Khadijah binti Khuwaylid masih relevan dalam memperkukuh kejayaan usahawan Wanita Muslim masa kini. Justeru, dapatan kajian memberi implikasi kepada Pembangunan modul Latihan keusahawanan berteraskan nilai Islam, sekali gus mampu menjadi rujukan kepada pembuat dasar dalam merangka inisiatif yang menyokong pemerkasaan Wanita muslim khususnya dalam sektor produk Kesihatan.*

Kata Kunci: *Perihal Perusahaan, keusahawanan Wanita Muslim, Khadijah Khuwaylid.*

Abstract: *"Khadijah binti Khuwaylid is a well-known entrepreneurial figure in Islamic history. The business strategies she implemented were among the key elements that contributed to her success in entrepreneurship. Therefore, this paper aims to identify the entrepreneurial aspects among Muslim women entrepreneurs involved in the health product industry in Malaysia, based on the success factors of Khadijah binti Khuwaylid. This study employs a qualitative approach*

through interviews with 10 Muslim women entrepreneurs. The data collected were analyzed using content analysis, and the findings indicate that entrepreneurial aspects play a significant role in influencing their success, in alignment with the success factors demonstrated by Khadijah binti Khuwaylid. This study demonstrates that entrepreneurial elements grounded in Islamic values, as exemplified by Khadijah binti Khuwaylid, remain relevant in strengthening the success of contemporary Muslim women entrepreneurs. Accordingly, the findings imply the need for the development of entrepreneurship training modules based on Islamic principles. These findings may also serve as a reference for policymakers in formulating initiatives that support the empowerment of Muslim women, particularly in the health products sector.

Keywords: *Business Aspects, Muslim Women Entrepreneurship, Khadijah Khuwaylid*

Pendahuluan

Sejak awal perkembangan Islam, telah wujud ramai usahawan wanita Muslim yang berjaya dalam bidang keusahawanan. Antara tokoh yang paling menonjol ialah Khadijah binti Khuwaylid, seorang wanita yang berjaya dan layak dijadikan teladan oleh usahawan wanita Islam masa kini (Razwy, 1992; Harahap, 2009). Beberapa elemen yang terkandung dalam perihal perusahaan telah mempengaruhi kejayaan Khadijah dalam aktiviti keusahawanan. Kejayaan Khadijah binti Khuwaylid r.a. sebagai usahawan wanita Muslim dapat dijelaskan melalui beberapa faktor keusahawanan yang signifikan dan relevan sehingga kini.

Pertama, saiz perniagaan yang besar membolehkannya membangunkan rangkaian niaga yang luas hingga ke Syam dan Yaman, diurus dengan sistem pekerja dan ejen yang teratur (Chiste, 1996; Ashadi Zain, 2008). Kedua, usia perniagaan yang stabil selama lebih satu dekad memberikan asas kukuh untuk pertumbuhan berterusan, sebagaimana diperlihatkan oleh Khadijah sebelum dan selepas perkahwinan dengan Nabi Muhammad SAW.

Ketiga, faktor pemilikan perniagaan memainkan peranan penting. Khadijah mewarisi dan menguruskan harta keluarga serta harta peninggalan suami dengan bijaksana, menjadikannya usahawan terkaya di Mekah (Ainol Basar & Nurul Basri, 1990; Ashadi Zain, 2008). Keempat, lokasi strategik Kota Mekah sebagai pusat perdagangan antarabangsa dan tumpuan jemaah haji memberi kelebihan dari segi pasaran dan peluang niaga bermusim. Kesemua faktor ini membuktikan bahawa kejayaan usahawan wanita Muslim tidak bergantung kepada satu aspek sahaja, tetapi bergantung kepada gabungan faktor saiz, usia, pemilikan dan lokasi sebagaimana dibuktikan melalui model keusahawanan Khadijah binti Khuwaylid. Justeru, kertas kerja ini ingin melihat sama ada kejayaan usahawan wanita Muslim yang mengusahakan produk Kesihatan turut dipengaruhi oleh perihal perusahaan atau sebaliknya.

Sorotan Literatur

Faktor perihal perusahaan merangkumi aspek saiz, usia, pemilikan, dan lokasi sesuatu perniagaan. Kejayaan Khadijah binti Khuwaylid r.a. dapat dikaitkan dengan ciri-ciri perusahaannya yang berskala besar, memiliki tempoh operasi yang menjangkau sepuluh tahun, dimiliki secara persendirian, serta beroperasi di lokasi yang tidak tetap.

Saiz Perusahaan

Saiz perusahaan Khadijah binti Khuwaylid r.a. diukur berdasarkan beberapa aspek. Pertama, perniagaannya berkembang pesat sehingga dikenali oleh Kaum Quraisy; kedua, banyak barang dagangan miliknya yang dibawa oleh para kafilah niaga Quraisy yang melakukan perjalanan ke

Syam serta Yaman; dan ketiga, beliau memiliki jumlah pekerja dan ejen-ejen yang berada di Mekah dan pekerja yang keluar menjalankan perniagaannya. Perbezaan saiz skala boleh dilihat berdasarkan beberapa kriteria iaitu pertama, jumlah pekerja; kedua, jualan kasar; ketiga, keuntungan dan keempat jenis pemilikan perniagaan (Chiste, 1996:10).

Usia Perusahaan

Kejayaan Khadijah binti Khuwaylid r.ah dalam perniagaan juga disebabkan usia perusahaan sudah mencapai tempoh selama sepuluh tahun. Perniagaan yang dikendalikan oleh Khadijah binti Khuwaylid r.a. telah beroperasi selama kira-kira sepuluh tahun. Tempoh ini dianggarkan bermula sejak kematian bapanya pada tahun 585 Masihi sehingga perkahwinannya dengan Nabi Muhammad SAW pada tahun 595 Masihi. Tempoh ini dijadikan sebagai tanda aras kerana selepas perkahwinan tersebut, Nabi Muhammad SAW telah mengambil alih pengurusan perniagaan tersebut dan berperanan sebagai pengurus serta perancang utama.

Sejak berusia 25 tahun hingga usia kenabiannya pada 40 tahun, Baginda menjalankan aktiviti perniagaan ke pelbagai daerah di Semenanjung Arab seperti Bahrain, Iraq, dan Syam (Khoirul Amru Harahap, 2009:20). Maka, tempoh sepuluh tahun penglibatan Khadijah r.a. dalam dunia perniagaan sebelum perkahwinan sudah cukup untuk membuktikan keupayaannya sebagai seorang usahawan wanita yang berjaya pada zamannya. Kejayaan ini wajar dijadikan contoh, berdasarkan keuntungan dan kekayaan yang diperoleh hasil daripada kebijaksanaan beliau dalam menguruskan perniagaan. Usia perusahaan juga merupakan faktor yang signifikan dalam kejayaan perniagaan. Menurut kajian oleh Mohd Yusof dan Tahir (2021), perusahaan yang telah beroperasi dalam jangka masa yang lebih lama cenderung memiliki pengalaman dan pengetahuan yang lebih mendalam mengenai pasaran serta membolehkan mereka menyesuaikan strategi perniagaan dengan lebih efektif.

Pemilikan Perusahaan

Khadijah binti Khuwaylid r.ah memiliki perusahaan yang ditinggalkan oleh bapanya. Bapa Khadijah binti Khuwaylid r.ah merupakan usahawan yang kaya di Mekah dengan memiliki perusahaan sehingga ke Syam dan Yaman. Setelah kematian bapanya, Khadijah binti Khuwaylid r.ah mengambil alih perusahaan peninggalan bapanya. Justeru, pemilikan perusahaan Khadijah binti Khuwaylid r.ah adalah milik persendirian. Dari segi faktor pemilikan perusahaan, penubuhan perniagaan Khadijah binti Khuwaylid r.a. bermula selepas kematian bapanya pada tahun 585 Masihi. Khadijah telah mewarisi kekayaan peninggalan bapanya dan sejak itu menguruskan harta tersebut dengan penuh kebijaksanaan. Hasil pengurusan yang baik, beliau berjaya menjadi salah seorang usahawan paling kaya di Mekah pada ketika itu, dengan jaringan perniagaan yang meluas hingga ke Syam dan Yaman (Ashadi Zain, 2008:1).

Selain harta pusaka daripada bapanya, Khadijah r.a. juga mewarisi kekayaan daripada kedua-dua bekas suaminya terdahulu. Beliau menggunakan harta tersebut untuk melabur dan mengembangkan perniagaannya. Menariknya, Khadijah r.a. menguruskan perniagaan ini secara langsung tanpa perlu keluar ke negeri atau pekan-pekan untuk berniaga (Ainol Basar & Nurul Basri, 1990:14). Oleh itu, dapat disimpulkan bahawa pemilikan dan penubuhan perusahaan Khadijah r.a. berpunca daripada warisan harta keluarga, yang kemudiannya diuruskan dengan bijak sehingga berkembang menjadi perniagaan yang berjaya dan berpengaruh.

Pemilikan perniagaan secara persendirian memberikan kawalan penuh kepada usahawan dalam membuat keputusan strategik dan operasional. Kajian oleh Ayob *et al.* (2021) menunjukkan bahawa usahawan wanita yang memiliki perniagaan mereka sendiri mempunyai keupayaan

yang lebih besar untuk menyesuaikan perniagaan mereka dengan nilai dan etika Islam, serta memenuhi keperluan pasaran yang khusus. Ini mencerminkan pendekatan Khadijah binti Khuwaylid r.a., yang menguruskan perniagaannya secara langsung dan membuat keputusan penting tanpa campur tangan pihak ketiga.

Lokasi Perusahaan

Selain itu, faktor lokasi turut memainkan peranan penting dalam kejayaan perniagaan Khadijah binti Khuwaylid r.a. Pada ketika itu, lokasi perniagaan banyak bergantung kepada kesesuaian musim dan keadaan persekitaran. Kota Mekah memiliki iklim yang sesuai serta masyarakat yang aktif dalam bidang perdagangan. Kedudukan strategik Kota Mekah jelas dapat dilihat melalui lokasinya yang terletak di laluan perdagangan antarabangsa.

Barangan dagangan dari India seperti rempah ratus, buah-buahan, gandum, seramik dan tekstil biasanya dihantar ke Yaman. Seterusnya, barangan dari Semenanjung Tanah Arab seperti kopi, ubat-ubatan dan minyak wangi akan dibawa oleh kafilah dagangan ke Kota Mekah sebelum diteruskan perjalanan ke Syam dan akhirnya menuju ke kawasan Mediterania (A. A. Razwy, 1992:13).

Keadaan Kota Mekah pada zaman Khadijah binti Khuwaylid r.a. adalah sangat kondusif untuk aktiviti perdagangan. Lokasinya yang terletak di tengah-tengah Semenanjung Tanah Arab serta berhampiran dengan Laut Tengah menjadikannya sebagai pusat tumpuan pedagang. Kota ini juga terletak di antara laluan perdagangan utama yang menghubungkan Yaman di selatan dan Syam di utara. Tambahan pula, Kota Mekah menempatkan Kaabah yang menjadi pusat ibadah, menarik kehadiran pelbagai kabilah Arab yang datang menunaikan haji. Keadaan ini turut membuka ruang kepada aktiviti ekonomi melalui kewujudan pasar-pasar tahunan. Sebelum kedatangan Islam, masyarakat Arab sering menganjurkan pasar di pelbagai kawasan, termasuk di Kota Mekah dan sekitarnya. Antara pasar terkenal pada masa itu ialah Pasar Ukaz, Pasar Mijannah, dan Pasar Zil Majaz (A. A. Razwy, 1992:30).

Kaedah Metodologi

Kajian ini dilaksanakan dengan menggunakan kaedah persampelan bertujuan (*purposive sampling*) bagi pemilihan sampel kajian. Temu bual secara separa berstruktur telah dijalankan melibatkan seramai 10 orang usahawan wanita Muslim yang mengusahakan produk kesihatan di Malaysia. Pemilihan usahawan wanita sahaja dalam kajian ini adalah kerana berasaskan inspirasi daripada Khadijah binti Khuwaylid yang merupakan tokoh hebat dalam sejarah Islam. Oleh itu, fokus kajian diberikan kepada wanita sahaja bagi meneliti faktor-faktor kejayaan dalam konteks keusahawanan wanita Muslim, khususnya yang mengusahakan produk Kesihatan di Malaysia.

Pemilihan informan telah dilakukan dengan mengambil kira beberapa kriteria penting yang dianggap relevan bagi menyokong dapatan kajian. Terdapat sembilan kriteria pemilihan informan dalam kajian ini iaitu pertama, beragama Islam; kedua, memiliki ciri personaliti yang baik, termasuk melaksanakan tanggungjawab terhadap Allah SWT, diri sendiri dan masyarakat; ketiga, mengusahakan produk kesihatan yang sesuai untuk semua peringkat usia, termasuk bayi, kanak-kanak, dewasa dan warga emas; keempat, produk kesihatan yang dijual telah mendapat kelulusan Kementerian Kesihatan Malaysia (KKM); kelima, produk dipasarkan di seluruh Malaysia; keenam, memiliki syarikat sendiri dalam bidang produk kesihatan; ketujuh, syarikat telah beroperasi sekurang-kurangnya empat tahun; kelapan, menerima anugerah daripada agensi tertentu atas kejayaan pemasaran; dan terakhir, mempunyai keupayaan

membiayai iklan di televisyen dan radio tempatan. Kesemua informan berasal dari kawasan dan daerah berbeza di Malaysia.

Setiap informan tidak hanya dinilai berdasarkan jumlah pendapatan bulanan semata-mata, sebaliknya pengukuran kejayaan turut merangkumi aspek bilangan pekerja dan ejen yang dimiliki. Selain itu, kejayaan juga ditaksir berdasarkan kriteria kejayaan menurut perspektif Islam. Mengikut Mohd. Zain Mubarak (2015), lima ciri utama usahawan berjaya dalam Islam adalah pertama, beriman dan bertakwa kepada Allah SWT; kedua, memiliki akhlak yang baik dan mematuhi syariat Islam; ketiga, memberi sumbangan kepada Masyarakat; keempat, mendekatkan diri kepada Allah SWT, dan kelima memiliki sikap positif serta bermotivasi. Bagi tujuan analisis data, setiap informan diberikan kod penomboran yang merujuk kepada identiti mereka, iaitu UW01 hingga UW10. Kod ini ditetapkan oleh penyelidik untuk memastikan kerahsiaan dan memudahkan proses analisis. Data yang diperoleh melalui temu bual serta kajian dokumen dianalisis menggunakan pendekatan analisis data kualitatif.

Dalam kajian kualitatif, pemilihan saiz sampel tidak ditentukan oleh bilangan yang besar tetapi lebih kepada kedalaman maklumat yang diperoleh daripada informan yang terpilih. Oleh itu, pemilihan sepuluh (10) orang informan dalam kajian ini adalah mencukupi bagi mencapai tahap ketercukupan data (*data saturation*), iaitu tiada maklumat baharu yang dijana setelah beberapa sesi temu bual terakhir dijalankan.

Menurut Guest, Bunce dan Johnson (2006), ketercukupan data lazimnya dicapai dengan sampel sekecil enam hingga dua belas orang informan, khususnya apabila kumpulan sasaran adalah homogen dan topik kajian bersifat fokus. Tambahan pula, kajian oleh Creswell dan Poth (2018) menyarankan bahawa antara lima hingga 25 orang peserta adalah memadai bagi satu kajian fenomenologi, bergantung kepada kompleksiti isu dan kedalaman data yang diperlukan.

Dalam konteks kajian ini, kesemua informan memenuhi kriteria pemilihan yang ketat dan memberikan data yang kaya serta relevan dengan objektif kajian. Oleh itu, jumlah informan ini adalah wajar dan mencukupi untuk mewakili populasi sasaran kajian, iaitu usahawan wanita Muslim dalam sektor produk kesihatan di Malaysia.

Dapatan dan Perbincangan

Berdasarkan perihal perusahaan yang diusahakan oleh Khadijah binti Khuwaylid r.a., kejayaan usahawan wanita Muslim dianalisis melalui empat aspek utama, iaitu saiz, usia, bentuk pemilikan, dan lokasi perniagaan. Hasil temu bual dengan 10 orang informan menunjukkan bahawa saiz perusahaan mempengaruhi perbezaan dari segi jumlah pendapatan, bilangan pekerja, dan jumlah ejen yang dimiliki oleh setiap informan.

Jadual 1: Jumlah Pendapatan, Jumlah Pekerja dan Jumlah Ejen bagi setiap Informan

Bil.	Informan	Jumlah Pendapatan (Bulanan)	Jumlah Pekerja (Orang)	Jumlah Ejen (Orang)
1.	UW01	1 juta dan ke atas	100 dan ke atas	1000 dan ke atas
2.	UW02	6 juta dan ke atas	Melebihi 20	-
3.	UW03	1 juta dan ke atas	110	2000 dan ke atas
4.	UW04	4 juta dan ke atas	70	-
5.	UW05	1 juta dan ke atas	70	1000 dan ke atas

6.	UW06	3 juta dan ke atas	Melebihi 60	1000 dan ke atas
7.	UW07	200 Ribu	15	100 dan ke atas
8.	UW08	30 Ribu	2	15 dan ke atas
9.	UW09	25 Ribu dan ke atas	4	20 dan ke atas
10.	UW10	300 – 800 Ribu dan ke atas	4	100 dan ke atas

Jadual 1 menunjukkan bahawa enam orang informan memperoleh pendapatan melebihi satu juta ringgit. Hal ini membolehkan perbandingan dibuat antara saiz perusahaan Khadijah binti Khuwaylid r.a. dengan saiz perusahaan para informan, di mana tidak semua informan memiliki perniagaan berskala besar. Hasil temu bual mendapati bahawa enam informan, iaitu UW01, UW02, UW03, UW04, UW05, dan UW06 (2019), memiliki saiz perusahaan yang dikategorikan sebagai berskala besar. Penentuan saiz ini adalah berdasarkan jumlah pekerja, bilangan ejen, serta tempoh penglibatan mereka dalam bidang perniagaan.

Walau bagaimanapun, informan UW07, UW08, UW09 dan UW10 (2019) turut mencapai kejayaan dalam perniagaan produk kesihatan yang diusahakan meskipun bersaiz sederhana. Perniagaan yang dijalankan oleh kumpulan informan ini tetap meraih keuntungan yang tinggi setiap bulan dan menunjukkan perkembangan yang positif. Keadaan ini menunjukkan bahawa saiz perusahaan bukanlah satu-satunya penentu kejayaan dalam bidang keusahawanan. Kajian oleh Jebna dan Baharudin (2013) turut menyatakan bahawa faktor-faktor seperti kepuasan pelanggan, kualiti perkhidmatan dan orientasi pesaing memainkan peranan penting dalam kejayaan perusahaan tanpa mengira saiz perusahaan.

Oleh itu, dapat disimpulkan bahawa saiz perusahaan bukanlah satu-satunya penentu kejayaan dalam bidang keusahawanan. Kejayaan usahawan wanita Muslim dalam mengusahakan produk kesihatan tidak semestinya bergantung kepada saiz perniagaan yang besar. Walaupun sebahagian informan memiliki perusahaan berskala besar, mereka yang mengendalikan perniagaan berskala sederhana juga terbukti mampu mencapai kejayaan yang setara.

Kejayaan Khadijah binti Khuwaylid r.a. dalam bidang perniagaan turut dipengaruhi oleh usia perusahaannya yang telah mencecah sepuluh tahun. Dapatan temu bual menunjukkan bahawa empat orang informan, iaitu UW02, UW04, UW05, dan UW06 (2019), memiliki usia perusahaan yang melebihi sepuluh tahun. Sementara itu, baki informan yang lain juga menunjukkan kematangan dalam perniagaan dengan tempoh penglibatan melebihi empat tahun. Walaupun tidak semua informan mempunyai perusahaan yang telah beroperasi selama sepuluh tahun, kesemua mereka berjaya meningkatkan keuntungan hampir setiap bulan. Ini membuktikan bahawa usia perusahaan bukan satu-satunya faktor penentu kejayaan, namun ia mempunyai hubungan yang signifikan dengan perkembangan saiz perniagaan. Kajian oleh Marmaya *et. al.*, (2018) menyatakan bahawa penggunaan maklumat dan perancangan strategik yang berkesan serta diperoleh melalui pengalaman bertahun-tahun mempunyai hubungan positif dengan prestasi perusahaan kecil dan sederhana di Malaysia.

Umumnya, semakin lama seseorang usahawan bertapak dalam industri, semakin besar saiz perusahaan yang dapat dibangunkan. Hal ini turut dapat dilihat pada informan UW02, UW04, UW05 dan UW06, di mana saiz perniagaan mereka lebih besar berbanding informan lain, sejajar dengan usia penglibatan mereka yang telah melebihi sepuluh tahun dalam bidang ini. Walau bagaimanapun, usia perusahaan yang masih muda juga tidak menghalang kejayaan. Informan yang memiliki perniagaan dengan usia kurang daripada sepuluh tahun tetap

menunjukkan pencapaian cemerlang sebagai usahawan wanita Muslim yang berjaya dalam mengusahakan produk kesihatan di Malaysia.

Khadijah binti Khuwaylid r.a. mewarisi perusahaan yang ditinggalkan oleh bapanya, seorang usahawan yang terkenal dan kaya di Mekah. Perniagaannya berkembang sehingga ke wilayah Syam dan Yaman. Selepas kematian bapanya, Khadijah mengambil alih pengurusan dan pemilikan sepenuhnya ke atas perusahaan tersebut. Oleh itu, pemilikan perniagaan Khadijah binti Khuwaylid r.a. boleh dikategorikan sebagai pemilikan persendirian.

Di Malaysia, setiap usahawan diwajibkan untuk mendaftarkan jenis pemilikan perniagaan mereka mengikut perundangan yang ditetapkan. Hasil temu bual dalam kajian ini menunjukkan bahawa para informan mendaftarkan syarikat mereka di bawah dua jenis entiti perniagaan, iaitu sama ada sebagai Enterprise ataupun Sendirian Berhad (Sdn. Bhd.). Kedua-dua bentuk pemilikan ini tertakluk kepada peraturan di bawah Akta Pendaftaran Perniagaan (*Registration of Business Act*). Kajian oleh Khalil *et. al.*, (2022) menunjukkan bahawa sokongan pengurusan dan tumpuan kepada pelanggan memainkan peranan penting dalam prestasi perusahaan kecil dan sederhana di Malaysia, tanpa mengira bentuk pemilikan perniagaan.

Kesimpulan

Secara keseluruhannya, kajian ini menunjukkan bahawa kejayaan dalam bidang keusahawanan wanita Muslim yang mengusahakan produk kesihatan di Malaysia tidak semata-mata bergantung kepada saiz atau usia perusahaan semata-mata. Walaupun enam orang informan memiliki perniagaan berskala besar dengan pendapatan melebihi satu juta ringgit, kejayaan turut dicapai oleh empat orang informan lain yang menjalankan perniagaan bersaiz sederhana. Ini membuktikan bahawa strategi pengurusan, ketekunan serta kebolehan menyesuaikan diri dengan pasaran turut menjadi faktor penentu kejayaan.

Begitu juga dengan faktor usia perusahaan. Meskipun hanya empat orang informan mempunyai tempoh penglibatan melebihi sepuluh tahun, semua informan berjaya menjana keuntungan yang konsisten dan menunjukkan perkembangan positif dalam perniagaan masing-masing. Hal ini membuktikan bahawa usia perniagaan memberikan kelebihan dari segi kestabilan dan perkembangan, namun bukanlah satu-satunya penentu kejayaan.

Pemilikan perniagaan turut memainkan peranan penting sebagaimana yang dapat dilihat melalui pemilikan perniagaan persendirian oleh Khadijah binti Khuwaylid r.a. Kejayaan beliau dalam mengembangkan empayar perniagaan yang diwarisi membuktikan bahawa kecekapan dalam mengurus harta dan strategi perniagaan adalah elemen penting. Di Malaysia, para usahawan wanita Muslim turut mengikuti langkah serupa melalui pendaftaran syarikat sama ada dalam bentuk Enterprise atau Sendirian Berhad, selaras dengan perundangan yang ditetapkan.

Bagi kajian pada masa hadapan, disarankan agar penyelidikan diperluas kepada skop yang lebih pelbagai. Antaranya adalah membandingkan usahawan wanita Muslim dengan usahawan bukan Muslim dalam industri yang sama atau meneroka perbezaan strategi keusahawanan antara generasi muda dan berpengalaman. Selain itu, kajian kuantitatif atau campuran (*mixed-method*) boleh dijalankan bagi mengukur hubungan signifikan antara faktor kejayaan seperti modal sosial, inovasi produk, atau penggunaan teknologi digital dengan prestasi perniagaan. Kajian juga boleh difokuskan kepada cabaran yang dihadapi usahawan wanita Muslim di peringkat

global agar dapatan dapat digunakan sebagai rujukan dasar untuk pembangunan keusahawanan wanita berteraskan nilai Islam secara lebih menyeluruh.

Oleh itu, secara tuntas, kejayaan usahawan wanita Muslim dalam bidang keusahawanan khususnya dalam produk kesihatan adalah hasil gabungan pelbagai faktor termasuk saiz dan usia perusahaan, bentuk pemilikan, serta kecekapan pengurusan dan daya saing individu. Kejayaan Khadijah binti Khuwaylid r.a. wajar dijadikan inspirasi dan model ikutan bagi usahawan wanita Muslim masa kini dalam memperkukuh empayar perniagaan yang berteraskan etika dan nilai Islam.

Rujukan

- A. A. Razwy. (1992). *Khadijatul Kubra, a short story of her life*. New York: Tahrike Tarsile Qur'an.
- Abu 'Uбайдillah Syariff (2002). *Kisah Siti Khadijah binti Khuwaylid wanita hartawan penyejuk hati Nabi*. Kuala Lumpur: Jasmine Enterprise.
- Afzalurrahman. (1997). *Muhammad sebagai pedagang*. Jakarta: Yayasan Swarna Bhumi.
- Ainol Basar & Nurul Basri. (1990). *Kisah ibu mithali Siti Khadijah al-Kubra pelindung Nabi, Siti Aisyah pemimpin perang dan guru para ulamak, Siti Fatimah Az-Zahrah pemimpin wanita Syurga*. Kuala Lumpur: Syarikat Nurulhas.
- Ashadi Zain. (2004). *66 usahawan Malaysia*. Kuala Lumpur: PTS Professional.
- Ashadi Zain. (2008). *Rahsia bisnes isteri Nabi Khadijah*. Kuala Lumpur: Pts Professional.
- Ayob, M. F., Rahim, N. A., & Zainal, N. R. (2021). Peranan pemilikan dan pengurusan dalam kejayaan usahawan wanita Muslim: Kajian terhadap syarikat kecil di Malaysia. *Malaysian Journal of Social Sciences and Humanities (MJSSH)*, 6(9), 180–190.
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2018). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches* (4th ed.). SAGE Publications.
- Fatimah Salwa Abd Hadi & Joni Tamkin Borhan. (2013). Faktor-faktor kejayaan perniagaan Khadijah binti Khuwaylid: analisis terhadap usahawan asnaf di lembaga zakat selangor, *Jurnal Syariah dan Ekonomi Akademi Pengajian Islam Universiti Malaya*, 21(2), 117-144.
- Fatimah Salwa Abd Hadi. (2013). *Kejayaan perniagaan Khadijah binti Khuwaylid: Analisis terhadap usahawan wanita kredit mikro di Amanah Ikhtiar Malaysia (AIM)*. Tesis Ijazah Doktor Falsafah yang diserahkan kepada Jabatan Syariah dan Ekonomi, Akademi Pengajian Islam, Universiti Malaya. Tidak diterbitkan.
- Chiste, K.B. (1996). *Aboriginal small business and entrepreneurship in Canada*. Canada: Captus Press.
- Guest, G., Bunce, A., & Johnson, L. (2006). How many interviews are enough? An experiment with data saturation and variability. *Field Methods*, 18(1), 59–82.
- Jebna, A. K. K., & Baharudin, A. S. (2013). *Factors Affecting Small and Medium Enterprises Success: An Exploratory Study*. *Sains Humanika*, 64(3).
- Khalil, M. I., Haque, R., Senathirajah, A. R. S., Chowdhury, B., & Ahmed, S. (2022). *Modeling Factors Affecting SME Performance in Malaysia*. *International Journal of Operations and Quantitative Management*, 28(2), 1–15.
- Khoirul Amru Harahap. (2009). *Panduan sukses perniagaan Khadijah r.a*. Kuala Lumpur: Synergy Media.
- Marmaya, N. H., Razak, N. A., Wee, M., Karim, R., & Ridzuan, A. R. (2018). *Factors affecting Firm Performance of SMEs in Malaysia*. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 8(10), 1–15.

- Mohd Yusof, N., & Tahir, M. H. M. (2021). Faktor kejayaan usahawan wanita Muslim dalam perniagaan kecil dan sederhana di Malaysia. *Jurnal Wasatiyyah dan Sains Insaniah (JWS)*, 4(2), 45–57.
- Muhammad Abdul Yamani. (2008). *Khadijah cinta abadi kekasih Nabi*. Selangor: PTS Islamika.
- Muhammad Abu Syauqi Banna. (2010). *Begitu romantis Rasulullah SAW*. Selangor: Kemilau Publika.
- Muhammad Abu Syauqi Banna. (2012). *Wanita juga boleh berbisnes*. Selangor: Kemilau Publika Sdn. Bhd.
- Muhammad Al-Qaisyi. (2012). *82 wanita idola sepanjang zaman*. Selangor: Pustaka Ibnu Katsir.
- Ummu 'Urwah. (1987). *Isteri-isteri Rasulullah SAW dan kepahlawanan wanita Islam*. Kuala Lumpur: Pustaka Salam.
- Nizar Abazhah. (2011). *Fi bayt al-Rasul*. Kuala Lumpur: Mutiara Ilmu Selektia Sdn. Bhd.
- Norita Deraman, Armanurah Mohamad, Habshah Bakar & Norashidah Hashim. (Edisi ke-2). (2010). *Keusahawanan teori dan praktis*. Malaysia: McGraw-Hill.
- Nuraslina Jusin & Zaharuddin Abd Rahman. (2010). *Bicaralah atas nama kasih*. Selangor: Grup Buku Karangkrak Sdn. Bhd.
- Ranita Manap & Norziah Othman. (2016). *Pembangunan lestari melalui program kesihatan. Proceeding of 3rd international conference on management nuamalah 2016*.
- Sakinah Salleh. (2013). *10 tokoh usahawan Muslimah*. Selangor: PTS Millennia Sd. Bhd.
- Saniyasnain Khan. (2014). *Kisah Khadijah Muslim Pertama dan isteri Nabi*. New Delhi: Goodword Books.
- Shuhairimi Abdullah & Ku Halim Ku Ariffin. (2010). *Keusahawanan Islam*. Perlis: Unit Penerbitan, Universiti Malaysia Perlis.
- Takiah Mohd Iskandar & Norida Basnan. (2002). *Perakaunan kewangan prinsip dan amalan di Malaysia*. Selangor: Cerdik Publications.