

**FAKTOR-FAKTOR KEJAYAAN USAHAWAN
KHADIJAH BINTI KHUWAYLID R.AH:
ANALISIS TERHADAP KEJAYAAN USAHAWAN
WANITA MUSLIM PRODUK KESIHATAN DI
MALAYSIA**

YUSMA FARIZA BINTI YASIN

UNIVERSITI SAINS MALAYSIA

2021

**FAKTOR-FAKTOR KEJAYAAN USAHAWAN
KHADIJAH BINTI KHUWAYLID R.AH:
ANALISIS TERHADAP KEJAYAAN USAHAWAN
WANITA MUSLIM PRODUK KESIHATAN DI
MALAYSIA**

oleh

YUSMA FARIZA BINTI YASIN

**Tesis yang diserahkan untuk
memenuhi keperluan bagi
Ijazah Doktor Falsafah**

Mac 2021

PENGHARGAAN

Dengan nama Allah yang Maha Pemurah, lagi Maha Mengasihani, *Rabb* yang telah menganugerahkan segala nikmat dan kurniaan-Nya. Selawat dan salam ke atas junjungan mulia Nabi Muhammad SAW, para sahabat Baginda dan sesiapa jua yang mengikuti mereka dengan ikhlas sepanjang zaman. Syukur *Alhamdulillah*, dengan berkat dan izin dari-Nya, dapat dihasilkan sebuah tesis ini yang mampu memberi sumbangan kepada masyarakat. Mudah-mudahan, Allah SWT melihat usaha menyiapkan tesis ini sebagai ibadah yang bernilai disisi-Nya.

Sehubungan dengan itu, setinggi-tinggi penghargaan ditujukan kepada Dr. Mohd Shukri Hanapi selaku penyelia dan Dr. Azrin Ibrahim selaku penyelia bersama yang banyak memberi bimbingan dan tunjuk ajar dalam menghasilkan tesis ini. Bantuan yang diberikan oleh kedua-duanya banyak memberi manfaat dan tunjuk ajar sehingga penyelidik berjaya meneruskan perjuangan sehingga ke garisan penamat.

Ucapan terima kasih juga ditujukan kepada semua pensyarah, staf pentadbiran, felo, felo bersekutu, penyelidik bersekutu di Pusat Kajian Pengurusan Pembanguna Islam (ISDEV), Universiti Sains Malaysia di atas segala galakan, bantuan, kerjasama serta bimbingan yang diberikan.

Selain itu, ucapan ribuan terima kasih juga ditujukan kepada suami yang sangat memahami, Amir Syahir bin Mat Sedik dan permata hati kembar, Muhammad Aqief bin Amir Syahir dan Muhammad Aqiel bin Amir Syahir serta permata hati cilik Muhammad Adib bin Amir Syahir di atas kesabaran dan ketabahan sepanjang

tempoh menyiapkan kajian ini. Begitu juga dengan kedua-dua ibu bapa, Yasin bin Che Awang dan Khatipah binti Daud serta keluarga mentua di atas segala pengorbanan dan jasa yang diberikan kepada penyelidik sepanjang menyiapkan tesis. Jasa dan pengorbanan daripada ahli keluarga tidak mampu dibalas dengan nilai wang ringgit.

Di samping itu, ribuan terima kasih diucapkan kepada rakan-rakan seperjuangan terutamanya Siti Zanariah dan Nor Arini yang banyak membantu dan sering memberi kata-kata semangat dan dorongan sepanjang menyiapkan tesis ini. Ucapan penghargaan turut ditujukan kepada semua pihak yang telah terlibat secara langsung atau secara tidak langsung sepanjang proses menghasilkan kajian ini.

Akhir kata, semoga Allah SWT membalas jasa dan kebaikan semua individu yang terlibat dalam proses penghasilan tesis ini dengan kebaikan yang lebih baik.

Yusma Fariza Yasin
Pusat Kajian Pengurusan Pembangunan Islam (ISDEV)
Universiti Sains Malaysia
Pulau Pinang

SENARAI KANDUNGAN

PENGHARGAAN.....	ii
SENARAI KANDUNGAN.....	iv
SENARAI JADUAL.....	xi
SENARAI RAJAH.....	xiii
SENARAI SINGKATAN.....	xiv
PANDUAN TRANSLITERASI.....	xvi
ABSTRAK.....	xvii
ABSTRACT.....	xix
BAB 1 PENGENALAN.....	1
1.1 Pendahuluan.....	1
1.2 Latar Belakang.....	1
1.3 Pernyataan Masalah.....	7
1.4 Objektif Kajian.....	13
1.5 Persoalan Kajian.....	14
1.6 Definisi Operasional Kajian.....	16
1.6.1 Usahawan Wanita Muslim.....	16
1.6.2 Faktor-faktor Kejayaan Usahawan Wanita Muslim.....	21
1.6.3 Produk Kesihatan.....	26
1.6.4 Pencapaian Usahawan Wanita Muslim Produk Kesihatan di Malaysia.....	27
1.7 Skop dan Batasan Kajian.....	28
1.7.1 Batasan Kajian.....	28
1.7.2 Batasan Lokasi.....	31

1.7.3	Batasan Informan.....	31
1.8	Kepentingan Kajian.....	32
1.9	Sumbangan Kajian.....	33
1.10	Struktur Organisasi Tesis.....	33
BAB 2 KAJIAN LEPAS DAN SOROTAN KARYA.....		36
2.1	Pendahuluan.....	36
2.2	Kajian Lepas.....	36
2.2.1	Kajian Berkenaan Khadijah binti Khuwaylid.....	37
2.2.2	Kajian Usahawan Wanita Muslim.....	39
2.2.3	Kajian Faktor-faktor Kejayaan Usahawan Wanita Muslim.....	40
2.2.4	Kajian Ciri-ciri Usahawan Wanita Muslim Berjaya.....	48
2.2.5	Kajian Industri Produk Kesihatan di Malaysia.....	50
2.3	Analisis Kajian Lepas.....	54
2.4	Sorotan Karya.....	55
2.4.1	Faktor Kejayaan Usahawan Wanita Muslim.....	55
2.4.2	Biografi Khadijah Binti Khuwaylid r.a.....	57
2.4.3	Faktor-faktor Kejayaan Khadijah binti Khuwaylid r.ah.....	58
2.4.3(a)	Kepatuhan Beragama.....	59
2.4.3(b)	Ciri-Ciri Personaliti.....	60
2.4.3(c)	Amalan Pengurusan Perusahaan.....	66
2.4.3(d)	Pengalaman Lepas.....	74
2.4.3(e)	Budaya Masyarakat.....	77
2.4.3(f)	Penglibatan Kerajaan.....	79
2.4.3(g)	Penglibatan Keluarga.....	81

2.4.3(h) Sumber Modal.....	83
2.4.3(i) Sumber Manusia.....	85
2.4.3(j) Sumber Manusia.....	91
2.4.3(k) Perihal Perusahaan.....	94
2.4.3(l) Perhubungan Awam dan Komunikasi.....	101
2.5 Ulasan Sorotan Karya.....	105
2.6 Kerangka Konseptual.....	107
2.7 Kesimpulan.....	109
BAB 3 KAEDAH PENYELIDIKAN.....	110
3.1 Pendahuluan.....	110
3.2 Reka Bentuk Kajian.....	110
3.2.1 Prosedur Kaedah Penyelidikan.....	111
3.3 Kaedah Pengumpulan Data.....	113
3.3.1 Instrumen Kajian.....	113
3.3.2 Persampelan Kajian.....	115
3.3.3 Pemilihan Informan.....	117
3.3.4 Kajian Rintis.....	124
3.3.5 Data Sekunder.....	128
3.3.6 Kesahan dan Kebolehpercayaan Data.....	130
3.3.6(a) Kaedah Triangulasi.....	132
3.3.6(b) Pengesahan Informan.....	133
3.4 Kaedah Penganalisan Data.....	134
3.5 Kesimpulan.....	138

BAB 4	ANALISIS FAKTOR-FAKTOR KEJAYAAN USAHAWAN WANITA MUSLIM PRODUK KESIHATAN DI MALAYSIA BERDASARKAN KEJAYAAN KHADIJAH BINTI KHUWAYLID R.AH.....	139
4.1	Pendahuluan.....	139
4.2	Maklumat Informan.....	139
4.3	Elemen-Elemen yang Mempengaruhi Usahawan Wanita Muslim Memilih Produk Kesihatan Dalam Perniagaan yang Diusahakan.....	140
4.3.1	Sokongan daripada Pengguna.....	141
4.3.2	Minat terhadap Produk Kesihatan.....	142
4.3.3	Meminati Aktiviti Perniagaan.....	144
4.3.4	Mempunyai Masalah Kesihatan.....	144
4.3.5	Mencari Keunikan.....	145
4.4	Faktor-Faktor Kejayaan Usahawan Wanita Muslim Produk Kesihatan Di Malaysia.....	147
4.4.1	Kepatuhan Beragama.....	147
4.4.2	Ciri-ciri Personaliti.....	161
	4.4.2(a) Akhlak yang Baik.....	162
	4.4.2(b) Berani Menghadapi Risiko.....	166
	4.4.2(c) Bijaksana.....	169
	4.4.2(d) Kekuatan Mental.....	172
	4.4.2(e) Rajin dan Cekal.....	174
	4.4.2(f) Menepati Janji.....	177
	4.4.2(g) Berpendirian Teguh dan Tegas Membuat Keputusan.....	179
4.4.3	Amalan Pengurusan Perniagaan.....	183
	4.4.3(a) Mengatur Gerak Geri Pekerja.....	183
	4.4.3(b) Cara Memilih Pekerja.....	185
	4.4.3(c) Pengurus yang Kreatif.....	186

4.4.3(d) Pengurus yang Sistematis.....	189
4.4.3(e) Pengurus yang Teliti.....	193
4.4.3(f) Membayar Upah yang Ditetapkan.....	195
4.4.3(g) Perniagaan Secara Halal.....	196
4.4.3(h) Majikan yang Menghargai Pekerja.....	198
4.4.3(i) Memberi Latihan kepada Pekerja.....	200
4.4.3(j) Perniagaan Secara Tunai dan Mempunyai Sistem Rekod yang Sistematis.....	201
4.4.3(k) Majikan yang Berwibawa.....	204
4.4.3(l) Membayar Gaji Mengikut Tempoh yang Ditetapkan.....	206
4.4.3(m) Amalan Sistem Barter.....	207
4.4.4 Pengalaman Lepas.....	210
4.4.4(a) Pengurus Berpengalaman dalam Perniagaan.....	211
4.4.4(b) Pekerja Berpengalaman dalam Perniagaan.....	214
4.4.5 Budaya Masyarakat	217
4.4.6 Penglibatan Kerajaan.....	222
4.4.7 Penglibatan Keluarga.....	226
4.4.8 Sumber Modal.....	231
4.4.9 Sumber Manusia.....	234
4.4.10 Pendidikan.....	239
4.4.11 Perihal Perusahaan.....	241
4.4.11(a) Saiz Perusahaan.....	242
4.4.11(b) Usia Perusahaan.....	243
4.4.11(c) Pemilikan Perusahaan.....	244
4.4.11(d) Lokasi Perusahaan.....	247

4.4.12	Perhubungan Awam dan Komunikasi.....	249
4.5	Kesimpulan	253
BAB 5	RUMUSAN FAKTOR-FAKTOR KEJAYAAN USAHAWAN WANITA MUSLIM PRODUK KESIHATAN DI MALAYSIA BERDASARKAN FAKTOR-FAKTOR KEJAYAAN KHADIJAH BINTI KHUWAYLID R.AH	254
5.1	Pendahuluan.....	254
5.2	Rumusan Faktor-Faktor Kejayaan Usahawan Wanita Muslim Produk Kesihatan di Malaysia Berdasarkan Faktor-Faktor Kejayaan Khadijah Binti Khuwaylid r.ah.....	254
5.2.1	Kepatuhan Beragama.....	257
5.2.2	Ciri-ciri Personaliti.....	259
5.2.3	Amalan Pengurusan Perniagaan.....	263
5.2.4	Pengalaman Lepas.....	270
5.2.5	Dorongan Keusahawanan.....	271
5.2.6	Penglibatan Kerajaan.....	271
5.2.7	Penglibatan Keluarga.....	272
5.2.8	Sumber Modal.....	272
5.2.9	Sumber Manusia.....	273
5.2.10	Pendidikan.....	274
5.2.11	Perihal Perusahaan	275
5.2.12	Perhubungan Awam dan Komunikasi.....	276
5.3	Kesimpulan.....	277
BAB 6	PENUTUP DAN KESIMPULAN.....	278
6.1	Pendahuluan	278
6.2	Rumusan Dapatan Kajian.....	278

6.3	Implikasi Kajian.....	283
6.3.1	Implikasi Teoritik.....	283
6.3.2	Implikasi Praktikal.....	284
6.4	Cadangan Kajian Masa Hadapan.....	284
6.4.1	Sampel Kajian.....	285
6.4.2	Kaedah Penyelidikan.....	285
6.4.3	Skop Kajian.....	286
6.5	Kesimpulan.....	286
	BIBLIOGRAFI.....	288

SENARAI JADUAL

	Halaman
Jadual 1.1	Ringkasan Objektif Kajian dan Persoalan Kajian.....15
Jadual 2.1	Jenis Bulan dan Lokasi Pasar yang Terlibat.....100
Jadual 3.1	Senarai Informan Usahawan Wanita Muslim Produk Kesihatan di Malaysia.....120
Jadual 3.2	Senarai Pengasas yang Bersetuju untuk Ditemu Bual oleh Penyelidik.....121
Jadual 3.3	Maklumat Informan yang Ditemu Bual.....122
Jadual 3.4	Penyelarasan Soalan Temu Bual (Sebelum Jumpa Pakar).....125
Jadual 3.5	Penyelarasan Soalan Temu Bual (Selepas Jumpa Pakar)127
Jadual 3.6	Ringkasan Analisis Data Mengikut Objektif dan Persoalan Kajian.....136
Jadual 4.1	Syarat Wajib bagi Mengeluarkan Zakat Perniagaan.....152
Jadual 4.2	Faktor Kepatuhan Beragama yang dilaksanakan oleh Informan Berdasarkan Faktor Kejayaan Khadijah Binti Khuwaylid r.ah.....161
Jadual 4.3	Faktor Ciri-ciri Personaliti yang Dilaksanakan oleh Informan Berdasarkan Faktor Kejayaan Khadijah Binti Khuwaylid r.ah.....182
Jadual 4.4	Prinsip Islam Berhubung Halal dan Haram.....197
Jadual 4.5	Faktor Amalan Pengurusan Perusahaan yang dilaksanakan oleh Informan Berdasarkan Kejayaan Khadijah Binti Khuwaylid r.ah.....209
Jadual 4.6	Faktor Pengalaman Lepas yang Dilaksanakan oleh Informan Berdasarkan Faktor Kejayaan Khadijah Binti Khuwaylid r.ah.....216
Jadual 4.7	Faktor Budaya Masyarakat yang Dilaksanakan oleh Informan Berdasarkan Faktor Kejayaan Khadijah Binti Khuwaylid r.ah.....221
Jadual 4.8	Faktor Penglibatan Kerajaan bagi Informan Berdasarkan Faktor Kejayaan Khadijah Binti Khuwaylid r.ah.....226
Jadual 4.9	Faktor Penglibatan Keluarga yang Dilaksanakan oleh Informan Berdasarkan Faktor Kejayaan Khadijah Binti Khuwaylid r.ah.....231

Jadual 4.10	Faktor Sumber Modal yang Dilaksanakan oleh Informan Berdasarkan Faktor Kejayaan Khadijah Binti Khuwaylid r.ah.....	233
Jadual 4.11	Faktor Sumber Manusia yang Dilaksanakan oleh Informan Berdasarkan Faktor Kejayaan Khadijah Binti Khuwaylid r.ah.....	238
Jadual 4.12	Faktor Pendidikan yang Dilaksanakan oleh Informan Berdasarkan Faktor Kejayaan Khadijah Binti Khuwaylid r.ah.....	241
Jadual 4.13	Jumlah Pendapatan, Jumlah Pekerja dan Jumlah Ejen.....	242
Jadual 4.14	Perbezaan antara Perniagaan Jenis Enteprise dengan Perniagaan Jenis Sendirian Berhad (Sdn. Bhd.).....	245
Jadual 4.15	Faktor Perihal Perusahaan yang Dilaksanakan oleh Informan Berdasarkan Faktor Kejayaan Khadijah Binti Khuwaylid r.ah.....	248
Jadual 4.16	Faktor Perhubungan Awam dan Komunikasi yang Dilaksanakan oleh Informan Berdasarkan Faktor Kejayaan Khadijah Binti Khuwaylid r.ah.....	252
Jadual 5.1	Rumusan Faktor-Faktor Kejayaan Usahawan Wanita Muslim Produk Kesihatan di Malaysia Berdasarkan Kejayaan Khadijah Binti Khuwaylid r.ah.....	256

SENARAI RAJAH

	Halaman
Rajah 2.1	Kerangka Konseptual Kajian.....108
Rajah 3.1	Tatacara Prosedur Kajian.....112
Rajah 5.1	Rumusan Faktor Kejayaan Usahawan Wanita Muslim Produk Kesihatan di Malaysia berdasarkan Faktor Kejayaan Khadijah binti Khuwaylid r.ah.....255

SENARAI SINGKATAN

AIM	Amanah Ikhtiar Malaysia
a.s	<i>‘Alayh al-Salām</i>
B2B	<i>Business to Business</i>
CEO	<i>Chief Executive Officer</i>
CSR	Tanggungjawab Sosial Korporat
<i>Degree</i>	Ijazah Sarjana Muda
DPMM	Dewan Perniagaan Melayu Malaysia
<i>et. al.</i>	Dua orang atau ramai penulis
EPF	<i>Employees Provident Fund</i>
GIBA	<i>Global Islamic Business Award</i>
GMP	<i>Good Manufacturing Practice</i>
Hamka	Abdul Malik Karim Amrullah
hlm.	Halaman
IPTA	Institut Pengajian Tinggi Awam
ISDEV	<i>Center For Islamic Development Management</i> (Pusat Kajian Pengurusan Pembangunan Islam)
KKM	Kementerian Kesihatan Malaysia
KWSP	Kumpulan Wang Simpanan Pekerja
MARDI	<i>Malaysian Agricultural Research and Development Institute</i>
<i>Master</i>	Ijazah Sarjana
MENA	Timur Tengah dan Afrika Utara
NOT	Notifikasi
NPRA	<i>National Pharmaceutical Regulatory Agency</i>

PBSK	Pasar Besar Siti Khadijah
PDA	<i>personal digital assistant</i>
PDPA	Akta Perlindungan Data Peribadi
PERTIWI	Persatuan Tindakan Wanita Islam
Ph. D	Doktor Falsafah
PPZ	Pusat Pungutan Zakat
PUNB	Perbadanan Usahawan Nasional
R&D	<i>Research and development</i>
r.a	<i>Raḍiy Allāh ‘anh</i>
r.ah	<i>Raḍiy Allāh ‘anhum</i>
SAW	<i>Ṣallā Allāh ‘alayh wa Sallam</i>
Sdn. Bhd.	Sendirian Berhad
SOP	<i>Standard Operating Procedures</i>
SPM	Sijil Pelajaran Malaysia
SSM	Suruhanjaya Syarikat Malaysia
STPM	Sijil Tinggi Pelajaran Malaysia
SWT	<i>Subhanahuwataala</i>
TITAS	Tamadun Islam dan Tamadun Asia
UiTM	Universiti Teknologi Mara
t.t	Tanpa Tahun
UK	United Kingdom
UKM	Universiti Kebangsaan Malaysia
UPSI	Universiti Pendidikan Sultan Idris
WHO	Pertubuhan Kesihatan Sedunia
WIFE	Jaringan Perniagaan Wanita dalam Forum Ekonomi Islam Sedunia

PANDUAN TRANSLITERASI

HURUF RUMI	HURUF ARAB	HURUF RUMI	HURUF ARAB
T	ط	-	ا
Z	ظ	b	ب
'	ع	t	ت
Gh	غ	th	ث
f	ف	j	ج
q	ق	h	ح
k	ك	kh	خ
l	ل	d	د
m	م	dh	ذ
n	ن	r	ر
w	و	z	ز
h	هـ	s	س
'	ء	sy	ش
y	ي	ş	ص
t	ة	d	ض

PENDEK		PANJANG		DIFTONG	
A	َ	ā	آ	ay	أَيَّ
I	ِ	ī	إِي	aw	أُو
U	ُ	ū	أُو		

Sumber: *Pedoman Transliterasi Huruf Arab Ke Rumi*, Dewan Bahasa dan Pustaka (DBP) (1992)

**FAKTOR-FAKTOR KEJAYAAN USAHAWAN KHADIJAH BINTI
KHUWAYLID R.AH: ANALISIS TERHADAP KEJAYAAN USAHAWAN
WANITA MUSLIM PRODUK KESIHATAN DI MALAYSIA**

ABSTRAK

Di Malaysia, masyarakat semakin sedar mengenai kepentingan penjagaan kesihatan. Kesannya, ramai yang mengambil produk kesihatan sebagai cara untuk menjaga kesihatan. Sokongan terhadap produk kesihatan ini sekali gus memberi kesan terhadap pengasas produk kesihatan sehingga menjadikan mereka sebagai usahawan wanita Muslim yang berjaya dalam bidang keusahawanan. Kejayaan mereka terbukti apabila mereka berjaya meraih keuntungan yang lumayan pada setiap bulan dan berjaya bertapak dalam bidang keusahawanan dalam tempoh melebihi lima tahun. Justeru, apakah faktor yang menjadikan usahawan wanita Muslim produk kesihatan di Malaysia berjaya dalam bidang keusahawanan? Adakah usahawan wanita Muslim hanya fokus kepada keuntungan semata-mata tanpa mengambil kira kandungan sebenar dalam produk kesihatan yang dijual? Adakah kejayaan yang dikecapi oleh usahawan wanita Muslim dalam produk kesihatan turut merangkumi kejayaan dunia dan akhirat? Sebenarnya, penglibatan wanita dalam aktiviti keusahawanan bermula sejak dari zaman Rasulullah SAW lagi apabila isteri Baginda, Khadijah binti Khuwaylid r.ah melibatkan diri dalam aktiviti tersebut. Khadijah binti Khuwaylid r.ah merupakan satu-satunya wanita Mekah yang menceburi bidang keusahawanan dan beroleh kejayaan pada ketika itu. Persoalannya, apakah faktor yang mempengaruhi kejayaan Khadijah binti Khuwaylid r.ah? Oleh itu, terdapat tiga objektif yang ingin dicapai dalam kajian ini. Pertama, mengenal

pasti faktor-faktor kejayaan usahawan wanita Muslim produk kesihatan di Malaysia; kedua, menganalisis faktor-faktor kejayaan usahawan wanita Muslim produk kesihatan di Malaysia berdasarkan kejayaan Khadijah binti Khuwaylid r.ah; dan ketiga, merumuskan faktor-faktor kejayaan usahawan wanita Muslim dalam bidang keusahawanan berdasarkan faktor-faktor kejayaan Khadijah binti Khuwaylid r.ah. Kajian ini menggunakan kaedah kualitatif iaitu melalui sumber primer dan sekunder. Sumber primer didapati melalui kaedah temu bual dengan 10 orang informan, manakala sumber sekunder diperoleh melalui kajian dokumen. Data yang diperoleh kemudiannya dianalisis dengan menggunakan kaedah analisis kandungan kualitatif. Hasil kajian mendapati terdapat lima faktor dalaman dan tujuh faktor luaran kejayaan usahawan wanita Muslim berdasarkan faktor-faktor kejayaan Khadijah binti Khuwaylid r.ah.

**SUCCESS FACTORS OF KHADIJAH BINTI KHUWAYLID R. AH:
ANALYSIS ON SUCCESS FACTORS OF MUSLIM WOMEN
ENTREPRENEURS IN HEALTH PRODUCTS BUSINESS**

ABSTRACT

Malaysian community has become increasingly aware of the importance of healthcare. Therefore, people have been consuming health products to maintain fit. Supports for these health products will increase the confidence in founders and eventually make them successful Muslim women entrepreneurs. Their success is evident when they are able to make large monthly profit and being involved in entrepreneurship for more than four years. This phenomenon raises several questions: what are the factors that make their health products successful in Malaysia? Do Muslim women entrepreneurs merely focus on the profits without regards to the safety of the health products? Is the success achieved by Muslim women entrepreneurs in selling health products not intended for the long cause (i.e. the success in the hereafter)? Historically, the involvement of women in the entrepreneurial world dates back to the time of the Prophet's wife when Khadijah binti Khuwaylid r.ah was involved in this activity. Khadijah binti Khuwaylid r.ah was among the few Meccan women who ventured into entrepreneurship and was successful at that time. One of the many questions is, what are the factors that influenced the success of Khadijah binti Khuwaylid r.ah? Inspired by these questions, this study provided three main objectives: to identify the success factors of Muslim women entrepreneurs in health products in Malaysia; to analyze the success factors of Muslim women entrepreneurs' health products in Malaysia based on the

success of Khadijah binti Khuwaylid r.ah; to sum up the success factors of Muslim women entrepreneurs in entrepreneurship based on success factors of Khadijah bint Khuwaylid r.ah. This study used semi-structured interviews as the qualitative research method. A total of 10 participants were interviewed. The data obtained were then analyzed using content analysis. The results showed that there are five internal factors and seven external factors for the success of Muslim women entrepreneurs based on the success factors of Khadijah binti Khuwaylid r.ah.

BAB 1

Pengenalan

1.1 PENDAHULUAN

Kajian ini secara umumnya bertujuan mengkaji faktor-faktor kejayaan usahawan wanita Muslim yang mengusahakan produk kesihatan di Malaysia. Secara lebih khusus pula, kajian ini bertujuan mengenal pasti dan menganalisis faktor-faktor kejayaan usahawan wanita Muslim produk kesihatan di Malaysia berdasarkan faktor-faktor kejayaan Khadijah binti Khuwaylid r.ah. Penganalisan ini bertujuan melihat faktor-faktor kejayaan usahawan wanita Muslim yang boleh dirumuskan dalam bidang keusahawanan berdasarkan kejayaan Khadijah binti Khuwaylid r.ah.

Sebagai bab permulaan, bab ini membincangkan latar belakang kajian, pernyataan masalah kajian, objektif kajian, persoalan kajian, definisi operasional kajian, skop dan batasan kajian, kepentingan kajian, sumbangan kajian dan struktur organisasi kajian.

1.2 LATAR BELAKANG KAJIAN

Sejarah telah membuktikan Islam turut berkembang melalui bidang perniagaan. Terdapat ramai usahawan Muslim yang berjaya pada awal perkembangan Islam (Fatimah Salwa Abd Hadi & Joni Tamkin Borhan, 2013). Antara individu Muslim yang berjaya dalam perniagaan pada zaman keagungan Islam termasuklah Nabi Muhammad SAW, Abū Bakr r.a, ‘Utsmān bin ‘Affan r.a, ‘Umar al-Khattab r.a, Zayd bin Arqam r.a, Talhaṭ bin Ubayd al-Allah r.a, ‘Abd al-Rahmān al-Auf r.a dan

sebagainya. Abu Bakar r.a, ‘Utsmān bin Affan r.a dan Imam Abu Hanifaṭ memiliki perniagaan kain. Umar bin al-Khattab r.a pula memiliki perniagaan jagung dan mempunyai hubungan perdagangan dengan pihak tertentu di Iran. Selain itu, ‘Abd al-Rahmān al-Auf r.a pula menjalankan pelbagai jenis perniagaan iaitu perniagaan keju, mentega, gandum, kain, peralatan dapur, minyak wangi dan lain-lain lagi (Ashadi Zain, 2010:7).

Selain itu, ada juga golongan wanita Muslim yang melibatkan diri dalam aktiviti keusahawanan pada ketika itu. Buktinya, Khadijah binti Khuwaylid r.ah merupakan wanita Muslim yang berjaya dalam perniagaan sama ada dari segi kewangan mahupun bukan kewangan (Fatimah Salwa Abd Hadi, 2013). Kejayaan dari segi kewangan bermaksud, Khadijah binti Khuwaylid r.ah memiliki harta yang banyak dan menggandakan lagi hartanya melalui aktiviti perniagaan. Kejayaan dari segi bukan kewangan pula bermaksud Khadijah binti Khuwaylid r.ah banyak membantu perkembangan dan penyebaran Islam (Fatimah Salwa Abd Hadi & Joni Tamkin Borhan, 2013). Beliau menggunakan hartanya pada jalan yang benar dan diredai Allah SWT.

Kejayaan Khadijah binti Khuwaylid r.ah dalam bidang keusahawanan telah membuktikan wanita Muslim juga terlibat dalam aktiviti tersebut (Shuhairimi Abdullah & Ku Halim Ku Ariffin, 2010). Islam merupakan agama yang menekankan bidang keusahawanan kerana sembilan per sepuluh daripada sumber rezeki datangnya daripada perniagaan (Mohd Rafi Yaacob & Mohd Rosli Mohamad, 2014:39-40). Begitu juga dengan kejayaan usahawan Muslim pada awal kurun perkembangan Islam.

Kejayaan Khadijah binti Khuwaylid r.ah dalam aktiviti perniagaan dapat dilihat apabila satu kafilah dagangan yang dihantar ke Syria menyamai konsortium beberapa kafilah dagangan Quraisy (Mardiana Mat Ishak & Mohd Khairul Nizam Zainan Nazri, 2014). Kejayaan ini menunjukkan bahawa Khadijah binti Khuwaylid r.ah merupakan srikandi yang bijak dan pintar dalam melakukan aktiviti keusahawanan. Beliau bukan sahaja seorang yang pintar, bahkan seorang yang hartawan, rupawan, bangsawan, budiman serta memiliki akhlak yang baik (Nuraslina Jusin & Zaharuddin Abd Rahman, 2010:93-94). Khadijah binti Khuwaylid r.ah juga merupakan salah seorang daripada isteri Rasulullah SAW. Beliau merupakan wanita pertama yang memeluk Islam dan pernah menyumbangkan modal yang besar dalam usaha menyebarkan Islam (Muhammad Nazri, 2016:6).

Di Malaysia, bidang keusahawanan merupakan suatu bidang yang boleh mempertingkatkan taraf hidup wanita Muslim. Keadaan ini selari dengan kecenderungan wanita Muslim kerana bidang keusahawanan merupakan bidang yang diminati oleh kaum tersebut (Muhammad Abu Syauqi Banna, 2012:61). Tambahan pula, sejumlah 80 peratus daripada usahawan berdaftar di bawah Persatuan Pedagang dan Pengusaha Melayu Malaysia (PERDASAMA) adalah terdiri daripada golongan wanita (Fatin Hafizah Mohd Shahr, 2017).

Di samping itu, terdapat peningkatan bilangan usahawan wanita Muslim yang menjadi pemilik perniagaan. Peningkatan ini diukur berdasarkan aspek bilangan perniagaan, penjana hasil dan pekerja. Peningkatan golongan wanita Muslim dalam aktiviti keusahawanan mempunyai beberapa faktor iaitu pertama, kemahiran berkomunikasi secara berkesan dengan pihak yang berkepentingan; kedua, kemahiran kemanusiaan

iaitu dapat membaca emosi dengan melihat riak muka seseorang dan berkebolehan dalam memaparkan gaya, perlakuan dan suara mengikut kesesuaian situasi; ketiga, mempunyai fikiran secara serentak atau pemikiran jaringan iaitu kebolehan mengumpulkan data dan maklumat daripada persekitaran dan membina perkaitan antara maklumat dengan satu maklumat yang lain; keempat, memiliki kemahiran berunding; dan kelima, berkebolehan membina hubungan yang baik dengan pihak yang tertentu. Kesemua kelebihan tersebut merupakan sebab-sebab kebanyakan wanita Muslim mampu menjadi usahawan yang berjaya dan memiliki pelbagai perniagaan di Malaysia (Norita Deraman *et al.*, 2010:266-267).

Tambahan pula, peningkatan bilangan wanita dalam bidang keusahawanan dapat membantu perkembangan ekonomi negara sekali gus menggalakkan lebih ramai penyertaan golongan wanita dalam bidang ini (Umami Munirah Syuhada Mohamad Zan *et al.*, 2017:400). Ramai wanita Muslim memilih keusahawanan sebagai kerjaya bagi mengelakkan diri daripada pengangguran. Fenomena ini kebiasaannya berlaku apabila wanita Muslim ingin kembali bekerja setelah melahirkan anak. Bagi wanita, bidang keusahawanan membolehkan mereka menggunakan masa dengan baik untuk keluarga dan bertanggungjawab dalam pekerjaan (Dafna Kariv, 2011).

Selain itu, aktiviti keusahawanan juga dianggap sebagai aktiviti yang boleh mengubah status kemiskinan dalam kalangan wanita terutamanya bagi golongan wanita yang menjadi ketua isi rumah (Nor Aini Idris, 2008:83-84). Bukan itu sahaja, wanita juga mempunyai kelebihan tersendiri dalam bidang keusahawanan jika dibandingkan dengan golongan lelaki. Keadaan ini berlaku disebabkan oleh golongan wanita lebih bersedia menghadapi karenah pelanggan serta lebih tekun dalam menguruskan

perniagaan yang diusahakan (Ummi Munirah Syuhada Mohamad Zan, *et al.*, 2017:400).

Di samping itu, usahawan wanita Muslim dapat melakukan beberapa pekerjaan dalam suatu masa tertentu melalui aktiviti keusahawanan. Berikut merupakan pekerjaan yang dapat dilakukan oleh wanita Muslim. Pertama, wanita Muslim dapat mencari rezeki bagi menyumbang terhadap pendapatan keluarga; kedua, wanita Muslim dapat menggunakan ilmu yang ada bagi memberi manfaat kepada masyarakat; ketiga, wanita Muslim dapat menawarkan sesuatu produk atau perkhidmatan untuk kegunaan masyarakat; dan keempat, wanita Muslim sekali gus dapat menyumbang kepada ekonomi negara tanpa meninggalkan rumah dan anak-anak (Ahmad Sarji Abdul Hamid, 2006).

Di Malaysia, ramai usahawan wanita Muslim melibatkan diri dalam bidang keusahawanan. Peningkatan bilangan usahawan wanita Muslim dalam bidang keusahawanan menunjukkan perkembangan positif bagi perkembangan ekonomi negara (Ummi Munirah Syuhada Mohamad Zan *et al.*, 2017:400). Sebagai bukti, Rozita Ibrahim merupakan salah seorang daripada usahawan wanita Muslim yang bergelar jutawan dalam mengusahakan Syarikat Sendayu Tinggi (Ummi Munirah Syuhada Mohamad Zan *et al.*, 2017:400). Beliau memperkenalkan produk berjenama Sendayu Tinggi sekali gus menjadi Pengarah Sendayu Tinggi Holdings Sdn. Bhd. Kejayaan Rozita dalam perniagaan ini adalah hasil daripada ketabahan dan kekuatan beliau sendiri. Usaha yang dilakukannya telah menjadikan beliau sebagai seorang usahawanan wanita Muslim yang berjaya dan pernah dianugerahkan sebagai

Usahawan Wanita Berjaya pada tahun 2005 oleh Dewan Perniagaan Melayu Malaysia (DPMM).

Selain itu, Datin Sharifah Anisah Tan Sri Dato' Professor Syed Agil Barakbah juga merupakan antara usahawan wanita Muslim yang berjaya dalam mengusahakan produk kesihatan di Malaysia. Beliau merupakan pengasas produk NR Mustajab atau pun dikenali sebagai produk Nona Roguy sebelum ini. Perniagaan yang diusahakan telah mencapai tempoh selama 36 tahun dan memiliki sayap perniagaan yang besar sama ada di dalam mahupun di luar negara (Sharifah Anisah Syed Agil Barakbah, 2019).

Di samping itu, Datin Maziah Binti Mohamed juga merupakan antara usahawan wanita Muslim yang berjaya dalam perniagaan produk kesihatan di Malaysia. Beliau telah memperkenalkan produk berjenama Jus Nusantara, Jus Qasih Sayang, Jamu Sri Dara, Almas Cafe, Slimdah Fiber Sol Cafe, Charisma dan sebagainya. Kejayaan Datin Maziah dalam perniagaan ini adalah hasil daripada ketabahan dan kekuatan beliau sendiri. Usaha yang dilakukan oleh beliau dalam bidang perniagaan telah menjadikan beliau seorang wanita Muslim yang berjaya dan telah bertapak selama lebih daripada 14 tahun dalam bidang perniagaan (Maziah Mohammed, 2019).

Selain itu, Muniroh Kasim juga merupakan salah seorang daripada usahawan wanita Muslim yang berjaya dalam produk kesihatan. Beliau telah memperkenalkan produk Natasya. Jenama produk ini diperkenalkan bersempena dengan nama cucu sulungnya. Minuman gamat berperisa prun merupakan antara produk kesihatan yang dihasilkan di bawah produk Natasya. Kejayaan yang dikecapi oleh Muniroh adalah hasil daripada

sikapnya yang sentiasa yakin pada diri sendiri dan tidak mudah mengalah dalam memajukan aktiviti perniagaannya. Tambahan pula, beliau juga sentiasa bersikap positif dan sentiasa berusaha mempelajari bidang herba agar produk yang dihasilkan adalah bermutu tinggi (Bintu Rasyada A. Rahman, 2007).

Kejayaan yang dimiliki oleh beberapa usahawan wanita Muslim yang mengusahakan produk kesihatan sudah tentu sukar dicapai sekiranya tiada faktor-faktor tertentu yang diamalkan. Dalam menyempurnakan kajian ini, penyelidik ingin mengkaji faktor-faktor kejayaan usahawan wanita Muslim yang mengusahakan produk kesihatan di Malaysia. Faktor-faktor kejayaan berikut akan diukur berdasarkan berdasarkan faktor-faktor kejayaan Khadijah binti Khuwaylid r.ah.

1.3 PERNYATAAN MASALAH

Berdasarkan perbincangan sebelum ini, dapat dilihat bahawa wanita Muslim turut melibatkan diri dalam bidang keusahawanan di Malaysia. Peranan yang digalas oleh wanita Muslim ini ternyata mampu mengukuhkan ekonomi keluarga dan negara (Shafezah Abdul Wahab, 2019). Perbincangan dalam sub topik sebelum ini turut menceritakan mengenai kejayaan yang dicapai oleh beberapa usahawan wanita Muslim iaitu Datin Sharifah Anisah Tan Sri Dato' Professor Syed Agil Barakbah, Datin Maziah Mohammed, Muniroh Kassim dan Rozita Ibrahim. Justeru, terdapat ramai usahawan wanita Muslim telah menjadi jutawan terkenal (Thuaibah@Suaibah Abu Bakar *et al.*, 2007:4). Semua usahawan wanita Muslim tersebut adalah terdiri daripada usahawan yang mengusahakan produk kesihatan di Malaysia.

Dalam Islam, terdapat dua ciri yang perlu diutamakan sebagai Mukmin yang baik dalam sektor pekerjaan. Hal ini dijelaskan dalam firman Allah SWT yang bermaksud:

“Sesungguhnya sebaik-baik orang yang kami ambil untuk bekerja ialah yang kuat dan yang beramanah”. (al-Qasas, 28:26)

Berdasarkan tafsir al-Munir, firman Allah SWT daripada Surah al-Qasas ayat 26 di atas merujuk kepada kuat melaksanakan perintah dan memiliki sifat amanah dalam melaksanakan sesuatu pekerjaan (Wahbah al-Zuhayliy, 2016:370). Dalam ayat di atas, kuat yang dimaksudkan termasuklah kesihatan rohani dan jasmani, berilmu, berkebolehan dan keimanan yang mantap sehingga menjadikan seseorang individu memiliki sifat amanah. Kesihatan jasmani, rohani dan sosial merupakan aspek penting dalam kehidupan bagi menjaga keselamatan dan kebahagiaan seseorang di dunia dan akhirat. Bahkan, kesihatan merupakan asas terhadap setiap aktiviti dalam kehidupan seharian (Che Wan Jasimah Wan Mohamed Radzi, 2000:1-2). Oleh itu, tumpuan terhadap kesihatan merupakan perkara yang penting. Usahawan wanita Muslim yang mengusahakan produk kesihatan merupakan individu yang hebat kerana mereka berjaya mengusahakan perniagaan produk kesihatan yang mampu memberi manfaat dan kebaikan kepada para pengguna. Pengasas yang mengusahakan produk kesihatan dilihat berusaha menghasilkan produk yang mampu memberi kebaikan dan manfaat kepada orang ramai. Perkara ini adalah selari dengan Islam kerana agama Islam menitik beratkan kebahagiaan dan kesejahteraan hidup di dunia dan di akhirat (Amiru Sodiq, 2015:388).

Kejayaan yang dikecapi oleh usahawan wanita Muslim yang mengusahakan produk kesihatan sudah tentu mempunyai pelbagai cabaran dan terpaksa menempuhi segala

rintangan dalam dunia perniagaan. Sungguh pun begitu, cabaran sebagai seorang usahawan Muslim berjaya bukan sahaja dilihat dalam bidang perniagaan semata-mata, namun harus berpegang teguh kepada ajaran Islam. Terdapat usahawan Muslim yang mengabaikan aspek agama disebabkan terlalu mengejar kejayaan dalam perniagaan yang diusahakan (Yazilmiwati @ Hasni Yaacob, 2016:106). Oleh itu, kajian ini ingin melihat sama ada usahawan wanita Muslim produk kesihatan turut berpegang teguh pada agama Allah SWT atau pun sebaliknya. Menurut Azrain Mustapa (2010), seseorang usahawan Muslim perlu memiliki faktor personaliti atas dasar ‘āmāl mā’rūf nāhī mungkār dalam mengejar kejayaan. Penerapan nilai Islam dalam perniagaan harus dilaksanakan agar beroleh rezeki yang berkat sejak awal proses memulakan perniagaan sehinggalah kepada proses berikutnya (Yazilmawati @ Hasni Yaacob, 2016:11). Tambahan pula, bagi seseorang usahawan Muslim, kejayaan dalam bidang keusahawanan bukan diukur dalam aspek material semata-mata, bahkan lebih kepada perjuangan dan tanggungjawab dalam menegakkan nilai-nilai akhlak Islam (Muhammad Ali Hashim, 2002).

Selain itu, peningkatan usahawan wanita Muslim produk kesihatan di Malaysia semakin meningkat disebabkan oleh sambutan yang memberangsangkan dalam kalangan masyarakat. Keadaan ini berlaku kerana masyarakat semakin sedar mengenai kepentingan penjagaan kesihatan. Sebagai bukti, perangkaan tahun 2020 menunjukkan terdapat 635 juta warga emas yang berusia 65 tahun ke atas di seluruh dunia iaitu 10.0 peratus daripada jumlah penduduk dunia (Doris Padmini Selvaratnam *et al.*, 2009:305). Peningkatan ini membuktikan bahawa masyarakat semakin mementingkan penjagaan kesihatan. Selain itu, bermula pada tahun 2013, Kementerian Kesihatan Malaysia telah menganjurkan Kempen Nak Sihat. Tujuannya adalah bagi

meningkatkan kesedaran dan pengetahuan komuniti belia mengenai kepentingan pelaksanaan aktiviti fizikal (Ranita Manap & Norziah Othman, 2016:212). Melalui kempen pemakanan seimbang dan trend gaya hidup sihat, pasaran makanan tambahan semakin berkembang di Malaysia (Norshamliza Chamhuri *et al.*, 2018:30). Menurut Ahmad (2002), dalam tahun 2002, laporan menunjukkan bahawa masyarakat Malaysia membelanjakan purata berjumlah RM70 sebulan bagi pembelian makanan tambahan seperti ubat-ubatan tradisional dan herba. Pada tahun 2013 pula, jualan runcit vitamin dan makanan tambahan telah mencatatkan kadar pertumbuhan tahunan sebanyak 7.9 peratus daripada jualan berjumlah RM1.7bilion (Euromonitor International, 2015).

Antara langkah atau pun cara masyarakat menjaga kesihatan adalah melalui pengambilan makanan seimbang, aktiviti senaman, tidur atau rehat yang mencukupi, cara pergaulan dengan manusia di sekeliling, kebersihan dari segi mental, fizikal dan persekitaran (Ranita Manap & Norziah Othman, 2016:213). Tambahan pula, ada juga masyarakat yang mengambil produk kesihatan sebagai cara untuk menjaga kesihatan.

Di Malaysia, terdapat pelbagai jenama produk kesihatan yang dijual sama ada dalam mahupun di luar negara. Menurut sumber dari Kementerian Kesihatan Malaysia (KKM), semua produk ubat-ubatan perlu didaftarkan terlebih dahulu sebelum dipasarkan kepada pengguna termasuklah produk yang dibuat di luar negara. Objektif pihak KKM melaksanakan perkara sedemikian adalah bagi memastikan produk kesihatan yang dijual adalah terjamin dari segi keselamatan, kualiti dan keberkesanan. Terdapat lima kategori pendaftaran produk iaitu pertama, kategori A yang membawa maksud ubat mengandungi racun terkawal. Kedua, kategori X yang bermaksud ubat yang tidak mengandungi racun terkawal, manakala ketiga, kategori T iaitu ubat

tradisional seperti jamu, minyak urut dan minyak gamat. Keempat pula, kategori N iaitu natural produk atau pun ubat suplemen kesihatan seperti minyak ikan kod dan multivitamin. Terakhir iaitu kategori H yang membawa maksud ubat veterinar. Justeru, semua kategori yang digariskan di atas adalah sebagai petunjuk bagi pengguna untuk memastikan produk kesihatan yang dibeli adalah selamat untuk digunakan.

Sungguh pun ramai usahawan wanita Muslim yang berjaya dalam membangunkan produk kesihatan, namun terdapat juga usahawan wanita Muslim yang hanya fokus kepada keuntungan semata-mata tanpa mengambil kira kandungan sebenar dalam produk kesihatan yang dijual. Buktinya, terdapat pengusaha produk kesihatan yang menggunakan istilah makanan sunnah terhadap produk berasaskan kopi, jus (minuman kesihatan), ubatan dan sebagainya bagi melariskan produk (Khader Ahmad *et al.*, 2015:137). Keadaan ini menggambarkan usahawan tidak jujur dalam perniagaan yang diusahakan. Walhal, dalam Islam, setiap usahawan harus memiliki sifat yang jujur dalam melaksanakan aktiviti keusahawanan.

Justeru, dalam permasalahan yang timbul ini, apakah faktor-faktor yang mempengaruhi kejayaan usahawan wanita Muslim dalam mengusahakan produk kesihatan? Siapakah yang menjadi tulang belakang atau pendorong kepada kejayaan yang dikecapi? Adakah mereka mempunyai prinsip hidup sendiri dalam memajukan bidang keusahawanan? Adakah kejayaan yang dikecapi oleh usahawan wanita Muslim dalam produk kesihatan turut merangkumi kejayaan dunia dan akhirat?

Jika dilihat, sejak dari zaman Rasulullah SAW lagi, wanita Muslim turut terlibat dalam aktiviti keusahawanan. Buktinya, penglibatan isteri Rasulullah SAW sendiri iaitu

Khadijah binti Khuwaylid r.ah turut berniaga pada ketika itu (Sakinah Salleh, 2013). Khadijah binti Khuwaylid r.ah merupakan anak kepada pasangan Khuwaylid bin Asad dan Faṭimaṭ binti Zā'daṭ iaitu berketurunan bani Amir yang mempunyai kaitan dengan keluarga Nabi Muhammad SAW. Bapa Khadijah binti Khuwaylid r.ah merupakan usahawan yang berjaya pada ketika itu. Kejayaan bapa beliau kemudiannya diwarisi oleh beliau sendiri. Semenjak ayah beliau meninggal, Khadijah binti Khuwaylid r.ah menguruskan perniagaan tersebut dengan baik sehingga mempunyai jaringan perniagaan hingga ke Syria dan Yaman (Ashadi Zain, 2008). Meskipun kejayaan Khadijah binti Khuwaylid r.ah dalam dunia perniagaan adalah berasal daripada keturunan keluarganya, namun kejayaan tersebut tidak akan kekal sekiranya beliau tidak memiliki kebijaksanaan untuk menguruskan perniagaan tersebut. Kejayaan beliau sudah tentu memiliki faktor-faktor kejayaannya yang tersendiri.

Melalui pendekatan kajian yang dilakukan oleh Fatimah Salwa Abd Hadi (2013) sebelum ini, terdapat tiga belas faktor penting yang mendorong kepada kejayaan Khadijah binti Khuwaylid r.ah. Pertama, ciri-ciri pemilik; kedua, amalan pengurusan perniagaan; ketiga, pengalaman lepas; keempat, budaya masyarakat sekeliling; kelima, penglibatan kerajaan; keenam, penglibatan keluarga; ketujuh, sumber modal; kelapan, sumber manusia; kesembilan, amalan nilai-nilai agama; kesepuluh, pendidikan; kesebelas, saiz perusahaan; kedua belas usia perusahaan; dan ketiga belas, pemilikan perusahaan. Berdasarkan semua faktor tersebut, penyelidik ingin melihat semula faktor-faktor kejayaan Khadijah selain daripada faktor yang telah dikemukakan oleh pengkaji sebelum ini. Setelah itu, penyelidik ingin melihat faktor-faktor kejayaan usahawan wanita Muslim produk kesihatan di Malaysia berdasarkan faktor kejayaan yang dimiliki oleh Khadijah dalam bidang keusahawanan.

Oleh itu, berdasarkan isu dan persoalan-persoalan inilah maka kajian ini dilakukan. Kajian ini diharap dapat menghasilkan suatu rumusan berkaitan faktor-faktor kejayaan yang ada dalam diri usahawan wanita Muslim produk kesihatan di Malaysia berdasarkan faktor penting yang mempengaruhi kejayaan Khadijah binti Khuwaylid r.ah.

1.4 OBJEKTIF KAJIAN

Objektif umum bagi kajian ini adalah untuk meneliti dan menilai faktor-faktor kejayaan usahawan wanita Muslim produk kesihatan di Malaysia. Berikut merupakan objektif kajian yang perlu dicapai dalam menyempurnakan kajian ini:

- i. Mengenal pasti faktor-faktor kejayaan usahawan wanita Muslim produk kesihatan di Malaysia.
- ii. Menganalisis faktor-faktor kejayaan usahawan wanita Muslim produk kesihatan di Malaysia berdasarkan kejayaan Khadijah binti Khuwaylid r.ah.
- iii. Merumuskan faktor-faktor kejayaan usahawan wanita Muslim produk kesihatan di Malaysia berdasarkan faktor kejayaan Khadijah binti Khuwaylid r.ah.

1.5 PERSOALAN KAJIAN

Bagi memastikan kajian ini mencapai objektif yang ditetapkan, penyelidik membentuk beberapa persoalan kajian seperti berikut:

- i. Mengapakah usahawan wanita Muslim memilih produk kesihatan sebagai produk yang diusahakan dalam perniagaan?
- ii. Apakah faktor-faktor yang mempengaruhi kejayaan usahawan wanita Muslim produk kesihatan di Malaysia berdasarkan faktor-faktor kejayaan Khadijah binti Khuwaylid r.ah?
- iii. Bagaimanakah faktor dalaman dan luaran bagi kejayaan usahawan wanita Muslim produk kesihatan di Malaysia berdasarkan faktor kejayaan Khadijah binti Khuwaylid r.ah?
- iv. Apakah faktor-faktor kejayaan usahawan wanita Muslim produk kesihatan yang boleh dirumus berdasarkan faktor-faktor kejayaan Khadijah binti Khuwaylid r.ah?

Berikut merupakan objektif dan persoalan kajian yang dilengkapkan dalam Jadual 1.1.

Jadual 1.1: Ringkasan Objektif Kajian dan Persoalan Kajian

Bil	Objektif Kajian	Bil	Persoalan kajian
1.	Mengenal pasti faktor-faktor kejayaan usahawan wanita Muslim produk kesihatan di Malaysia.	i.	Mengapakah usahawan wanita Muslim memilih produk kesihatan sebagai produk yang diusahakan dalam perniagaan?
2.	Menganalisis faktor-faktor kejayaan usahawan wanita Muslim produk kesihatan di Malaysia berdasarkan kejayaan Khadijah binti Khuwaylid r.ah.	ii.	Apakah faktor-faktor yang mempengaruhi kejayaan usahawan wanita Muslim produk kesihatan di Malaysia berdasarkan faktor-faktor kejayaan Khadijah binti Khuwaylid r.ah?
		iii.	Bagaimanakah faktor dalaman dan luaran bagi kejayaan usahawan wanita Muslim produk kesihatan di Malaysia berdasarkan faktor kejayaan Khadijah binti Khuwaylid r.ah?
3.	Merumuskan faktor-faktor kejayaan usahawan wanita Muslim produk kesihatan di Malaysia berdasarkan faktor kejayaan Khadijah binti Khuwaylid r.ah.	iv.	Apakah faktor-faktor kejayaan usahawan wanita Muslim produk kesihatan yang boleh dirumus berdasarkan faktor-faktor kejayaan Khadijah binti Khuwaylid r.ah?

Jadual 1.1 menunjukkan bahawa untuk mencapai objektif kajian yang pertama, terdapat satu persoalan kajian yang perlu dijawab iaitu persoalan i. Seterusnya, bagi mencapai objektif kedua pula, terdapat dua persoalan yang perlu dijawab iaitu persoalan ii dan iii. Objektif kajian yang ketiga pula merangkumi satu persoalan iaitu persoalan iv.

1.6 DEFINISI OPERASIONAL KAJIAN

Definisi operasional dilakukan terhadap beberapa kata kunci yang penting. Hal ini bertujuan menjelaskan kata kunci yang berkaitan bagi mengelakkan kesalahfahaman terhadap isu kajian yang dijalankan. Kajian ini mempunyai empat kata kunci utama iaitu pertama, usahawan wanita Muslim; kedua, faktor-faktor kejayaan usahawan wanita Muslim; ketiga, produk kesihatan; dan keempat pencapaian usahawan wanita Muslim produk kesihatan di Malaysia.

1.6.1 Usahawan Wanita Muslim

Dari perspektif Islam, Shuhairimi dan Ku Halim Ku Ariffin (2010) mendefinisikan usahawan berjaya sebagai individu yang cemerlang dalam aktiviti keusahawanan dan mempraktikkan tuntutan keagamaan secara sempurna atas kapasitinya sebagai seorang Muslim, Mukmin dan Muhsin. Definisi yang dikemukakan oleh Shuhairimi dan Ku Halim Ku Ariffin (2010) tersebut lebih menyeluruh iaitu melihat kepada kejayaan yang dicapai di dunia dan akhirat. Berbeza dengan definisi usahawan yang dikemukakan oleh Mariah Suhaimi (1998) apabila beliau sekadar memberi maksud usahawan wanita berjaya yang tertumpu di dunia semata-mata tanpa mengambil kira kejayaan dia akhirat. Definisi yang dikemukakan adalah usahawan wanita berjaya merupakan usahawan yang menjalankan perniagaan melebihi tiga tahun dan mempunyai jumlah jualan yang melebihi RM500,000.

Bagi perkataan usahawan pula, perkataannya adalah berasal dari bahasa Perancis iaitu *enterpremdre* yang membawa maksud tugas atau mencuba (Hisrich & Peters, 1995).

Perkataan ini kemudiannya diterjemahkan ke dalam Bahasa Inggeris sebagai *entrepreneur*. Dalam Bahasa Melayu pula, usahawan bermaksud orang yang mengusahakan sesuatu perniagaan dan mengambil risiko terhadap perniagaan yang diceburinya (Laman Usahawan Muda, 2017). Meskipun begitu, maksud sebenar usahawan masih belum ada yang dirumuskan secara tepat. Penyelidik dan penulis sebelum ini mendefinisikan usahawan mengikut keperluan kajian masing-masing.

Menurut Cantillon (1775), usahawan ialah seseorang yang menanggung risiko dan berbeza dengan orang yang mengeluarkan modal, manakala Scumpeter (1934) mendefinisikan usahawan sebagai seseorang yang berinovatif dan mampu mengembangkan teknologi yang belum pernah dicuba sebelum ini. Bagi Zimmerer dan Scarborough (1996:3), mereka mendefinisikan usahawan sebagai seseorang yang menghadapi risiko yang tidak menentu, menggabungkan pelbagai cara yang baru untuk menghasilkan nilai dan sentiasa mencari maklumat bagi membangunkan perniagaan yang baru.

Selain itu, McClelland (1961) pula telah menterjemahkan usahawan sebagai seseorang yang mengambil risiko secara sederhana. Bagi Birley dan Muzyka (2000) pula, usahawan ialah individu yang merancang, mengendalikan dan menanggung segala risiko yang berkait dengan perniagaan. Definisi usahawan yang dikemukakan oleh Birley dan Muzyka (2000) memiliki persamaan dengan Burch (1886:4) iaitu usahawan merupakan seseorang yang melaksanakan suatu usaha, menguruskannya, menimbulkan modal untuk membiayai dan menanggung semua atau sebahagian besar daripada risiko.

Hal ini berbeza dengan pendapat Drucker dan Peter (1964). Menurut Drucker dan Peter (1964), usahawan ialah individu yang memaksimumkan peluang yang ada. Bagi pandangan Hisrich (1985) pula, keusahawanan ialah proses mencipta ataupun mengeluarkan sesuatu yang berlainan, mengalami masalah kewangan, gangguan psikologi dan risiko sosial serta menerima imbuhan kewangan dan mencapai kepuasan diri. Berbeza dengan definisi yang diberikan oleh Blawatt (1998). Menurut Blawatt (1998:13), usahawan merupakan individu yang mencipta sesuatu yang bernilai pada masa tertentu dan di sesebuah tempat yang tidak pernah ada sebelum ini.

Adnan Alias (2005) memberi maksud usahawan sebagai individu yang aktif membentuk atau membawa perniagaan sendiri serta menggalakkan pertumbuhan dan kejayaan. Ahli Kumpulan Usahawan UiTM (2005:12) pula mendefinisikan usahawan sebagai individu yang aktif menubuhkan atau menerajui perniagaan sendiri dan memupuk mereka untuk pertumbuhan dan kemakmuran. Bagi Rasem N. Kayed dan M. Kabir Hassan (2011:30), mereka mendefinisikan usahawan sebagai individu yang mengetahui peluang perniagaan, menggerakkan sumber-sumber yang diperlukan dan memulakan perniagaan secara bebas tanpa mengira motif yang telah dipandu oleh peluang atau keperluan.

Menurut Kamarulzaman Ismail dan Amaludin Ab. Rahman (2009:2), usahawan bermaksud individu yang sanggup menanggung risiko dan berusaha secara gigih dan penuh kreativiti bagi mencapai matlamat. Definisi yang dikemukakan oleh Kamarulzaman Ismail dan Amaludin Ab. Rahman (2009) adalah hampir sama dengan definisi yang dinyatakan oleh Mohd Nor Hidayad Hambali (2011) iaitu usahawan ialah golongan yang mempunyai ciri-ciri tertentu seperti sanggup menghadapi risiko,

kreatif, inovatif, pandai mencari peluang pasaran, dapat merancang dan mewujudkan pasaran bagi barangannya.

Bagi Syed Zamberi Ahmad (2009:11), usahawan merujuk kepada penghasilan perniagaan baru dalam suasana baru bagi tujuan mendapatkan keuntungan dan pertumbuhan dengan mengenali peluang yang ada serta sumber-sumber yang diperlukan dalam merebut peluang tersebut. Maksud usahawan yang diberikan oleh Mohd Nor Hidayad Hambali (2011) dan Syed Zamberi Ahmad (2009:11) tidak mendalam seperti maksud yang dikemukakan oleh Shuhaimi Abdullah dan Ku Halim Ku Ariffin (2010:10). Shuhaimi Abdullah dan Ku Halim Ku Ariffin (2010:10) memberi maksud usahawan sebagai individu atau kelompok individu yang memiliki kemampuan atau kebolehan yang luar biasa bagi menguruskan hal-hal yang berkaitan dengan keusahawanan. Tambahan pula, golongan ini memiliki idea yang dinamik serta memiliki kreativiti yang tinggi untuk mengembangkan aktiviti perniagaan atau perkhidmatan lain daripada skala kecil sehingga berjaya mencipta sebuah empayar perniagaan yang kukuh. Hasil usaha tersebut bertujuan dikongsi dengan masyarakat. Meskipun maksud yang dikemukakan oleh Shuhaimi Abdullah dan Ku Halim Ku Ariffin (2010) adalah mendalam, namun maksud usahawan yang diberikan oleh Abdul Aziz Ab. Latif (2009) adalah mengikut peringkat perkembangan usahawan.

Menurut Abdul Aziz Ab. Latif (2009:4), usahawan merupakan seseorang individu yang berjaya meneroka perniagaan yang baru. Pada peringkat permulaan, usahawan dapat merealisasikan produk yang baru, idea yang baru atau inovasi yang baru dengan menggunakan pelbagai jenis kenderaan. Di peringkat perkembangan, usahawan didefinisikan sebagai seseorang yang pandai mengambil peluang, berani mengambil

risiko serta mengeksploitasi peluang yang ada dan mengelakkan ancaman dalam usaha membangunkan perniagaan.

Secara keseluruhannya, definisi usahawan yang dikemukakan oleh beberapa karyawan sebelum ini adalah berkonsepkan kejayaan duniawi semata-mata tanpa mengambil kira hala tuju kejayaan ukhrawi. Meskipun begitu, Mohd. Zain Mubarak (2015) dan Rosli Mahmood, *et al.*, (2010) mendefinisikan usahawan yang berkonsepkan kejayaan di dunia dan akhirat. Menurut Mohd. Zain Mubarak (2015), usahawan merupakan Khalifah Allah SWT yang berkebolehan dengan ilmu dan kemahiran tertentu serta sentiasa berusaha untuk meningkatkan ekonomi diri dan masyarakat melalui aktiviti perniagaan. Tujuan perniagaan yang diusahakan adalah untuk mendapat kurniaan Allah SWT iaitu sama ada berbentuk material (keuntungan dunia) mahupun spiritual (keuntungan akhirat). Bagi Rosli Mahmood, *et al.*, (2010:17) pula, usahawan berjaya ialah usahawan yang mencapai *al-falāḥ* iaitu berjaya memperoleh keredaan Allah SWT di dunia dan akhirat.

Bagi definisi Muslim pula merujuk kepada seseorang yang mempraktikkan Islam iaitu dengan berserah diri kepada Allah SWT (Zepp, 1992). Seseorang yang menjadi Muslim bukan melalui kelahiran tetapi dengan pengakuan ungkapan dua kalimah syahadah. Tambahan pula, Muslim juga merupakan seseorang yang boleh melakukan kedua-dua perkara iaitu melakukan ungkapan kalimah syahadah dan melaksanakan kehidupan di landasan yang benar. Usahawan Muslim menurut Mohammad Noorizzuddin Nooh dan Wan Rasyidah Wan Nawang (2009) bermaksud mereka daripada kumpulan umat Islam yang menjalankan aktiviti perniagaan dengan produk yang halal. Sungguh pun begitu, mereka turut terikat dengan etika dan roh

perundangan Syariah agar sentiasa dipatuhi secara menyeluruh bersumberkan al-Qur'an dan hadith. Oleh itu, ilmu berpaksikan naqli perlu diasimilasikan untuk mewujudkan ikon usahawan Muslim yang ideal.

Sebagai rumusan bagi melengkapkan kajian ini, penyelidik bersetuju untuk menggabungkan definisi yang digunakan oleh Mohd. Zain Mubarak (2015), Mohd Nor Hidayad Hambali (2011) Shuhaimi Abdullah dan Ku Halim Ku Ariffin (2010), serta Mohammad Noorizzuddin Nooh dan Wan Rasyidah Wan Nawang (2009). Usahawan wanita Muslim dalam kajian ini bermaksud Khalifah Allah SWT yang berkebolehan dengan ilmu dan kemahiran tertentu serta menjalankan aktiviti perniagaan dengan produk yang halal. Tambahan pula, mereka mempunyai ciri-ciri tertentu seperti sanggup menghadapi risiko, kreatif, inovatif, pandai mencari peluang pasaran, dapat merancang dan mewujudkan pasaran bagi barangannya. Di samping itu, perniagaan yang diusahakan adalah terikat dengan etika dan roh perundangan Syariah serta bermatlamat memperoleh kurniaan Allah SWT iaitu sama ada berbentuk material (keuntungan dunia) mahupun spiritual (keuntungan akhirat).

1.6.2 Faktor-faktor Kejayaan Usahawan Wanita Muslim

Dewan Bahasa dan Pustaka mendefinisikan faktor sebagai unsur atau sebab yang menyumbang kepada sesuatu hasil, manakala perkataan kejayaan pula berasal daripada kata terbitan berjaya. Konsep berjaya bermaksud hari ini adalah lebih baik daripada semalam. Konsep ini juga merujuk kepada setiap perkara yang dilakukan memberi kelebihan dan kekuatan kepada manusia untuk terus berusaha dan membuat perubahan yang memberi pahala, kebaikan, rahmat dan keberkatan dalam kehidupan

(Zahir Zainudin & Amaludin Abd Rahman, 2008). Tambahan pula, mereka berpendapat bahawa berjaya itu boleh diukur dalam banyak perkara seperti peluang, wang ringgit, pencapaian, anugerah dan kepuasan jiwa.

Menurut al-Qur'an, banyak perkataan yang membawa maksud kejayaan, kemenangan atau keberuntungan. Perkataan ini dizahirkan dalam lafaz *falāh*, *faza* dan *ghalab*. Setiap perkataan yang merujuk kepada maksud kejayaan boleh dijadikan sebagai pegangan berdasarkan al-Qur'an (Afifi Ahmad, 1953:62). Kejayaan berdasarkan pegangan al-Qur'an yang dimaksudkan ialah kejayaan yang berasaskan keimanan. Keimanan mampu memberi kesejahteraan dan mampu mengembangkan potensi diri kepada seseorang individu untuk berjaya. Kejayaan juga disebut sebagai *falāh* dalam laungan azan setiap kali masuknya waktu solat. Selain itu, kejayaan juga membawa maksud pencapaian matlamat dalam hidup seseorang dan sentiasa dilihat dari sudut positif (Syarifah Akmam Syed Zakaria, 2005:5).

Islam juga telah memberi penjelasan mengenai maksud kejayaan atau *al-falāh*. Imam al-Ghazāliy telah mendefinisikan *al-falāh* sebagai kegembiraan hakiki atau *eternal happiness* (Mohd Nahar Mohd Arshad, 2007:72). Definisi kejayaan menurut Islam sudah tentu berbeza dengan pandangan karyawan Barat. Buktinya, Hornaday dan Bunker (1970) memberi maksud usahawan berjaya sebagai individu yang memulakan perniagaan, membangunkannya sekurang-kurangnya lima tahun untuk membuat keuntungan dengan struktur tenaga kerja 15 orang atau lebih. Begitu juga dengan pandangan Lussier (1995) apabila beliau mendefinisikan kejayaan seorang usahawan adalah bergantung terhadap tahap keuntungan perniagaan yang diperoleh. Keuntungan yang dimaksudkan adalah sama ada lebih rendah daripada purata industri mahupun

lebih tinggi daripada purata industri. Purata industri bertindak sebagai kayu ukur kepada kejayaan seseorang usahawan untuk terus berjaya. Sebagai contoh, keuntungan seseorang individu meningkat setiap hari dan membuahkan hasil, justeru keadaan ini dapat meningkatkan semangat seseorang usahawan untuk terus berjaya (Rohailin Zainon, Mohammad Afdhaluddin Azahar & Nurulhayah Muhamad, 2019:82).

Menurut Yazilamawati @ Hasni Yaacob (2016), faktor-faktor kejayaan usahawan ialah unsur atau sebab yang menyumbang kepada hasil yang dilakukan oleh seseorang yang mengusahakan sesuatu perniagaan. Oleh itu, maksud faktor-faktor kejayaan usahawan wanita Muslim dalam kajian ini ialah sebab-sebab yang memberi hasil terhadap seseorang dalam mengusahakan perniagaan. Sebab-sebab tersebut adalah terdiri daripada beberapa faktor dalaman dan luaran. Faktor dalaman bermaksud perwatakan usahawan, pengetahuan dan pengalamannya dalam bidang keusahawanan (Tengku Nurhusni Tengku Ab Razak, 2013:64). Tambahan pula, faktor dalaman juga merujuk kepada faktor-faktor dalam diri seseorang individu seperti minat, kemahiran, pengalaman dan sikap (Thuaibah @ Suaibah Abu Bakar *et al.*, 2007:17). Faktor dalaman yang mempengaruhi kejayaan usahawan Muslim di Malaysia pula merujuk kepada ciri-ciri personaliti usahawan yang meliputi sifat menepati janji, jujur, bercakap benar, amanah, berpengetahuan, ikhlas, adil, motivasi dalaman, keyakinan diri sendiri, lokus kawalan dalaman yang tinggi serta sebagainya (Suhaila Nadzri & Salmy Edawati Yaacob, 2019:10).

Menurut Ab. Aziz Yusof (2010), ciri-ciri personaliti bermaksud membangunkan usahawan wanita Muslim secara keseluruhan yang merangkumi pembangunan penampilan fizikal, akal, mengurus nafsu dan memantapkan kerohanian. Bagi