

Amalan Nilai-Nilai Murni Dalam Kalangan Usahawan: Kajian Terhadap Usahawan Berjaya MARA Perlis

Shuhairimi Abdullah¹

ABSTRAK

Amalan nilai-nilai murni dituntut untuk diaplikasikan dalam semua bidang kehidupan manusia termasuklah dalam skop keusahawanan. Tegasnya, nilai-nilai murni adalah sebahagian daripada komponen penting dalam aktiviti keusahawanan. Penulisan ini memerihalkan tentang amalan nilai-nilai murni dalam kalangan usahawan berjaya MARA Perlis. Kaedah penyelidikan yang diaplikasikan adalah berbentuk kajian kepustakaan. Di samping itu, kajian lapangan di Perlis juga dilakukan dengan menggunakan kaedah “purposive sampling” yang merangkumi temu bual dalam kalangan individu penting yang mampu memberikan maklumat dan data yang berkaitan seperti para usahawan dan pihak MARA. Data-data yang diperolehi dianalisis secara kualitatif. Dapatan kajian ini mendapati bahawa kejayaan yang dikecapi oleh para usahawan berjaya MARA Perlis adalah berkait rapat dengan penghayatan nilai-nilai murni yang berkaitan dengan aktiviti keusahawanan.

1. PENGENALAN

Penghayatan nilai-nilai murni dalam amalan keusahawanan adalah merupakan sebahagian daripada komponen yang diperlukan bagi melengkapkan seseorang itu untuk dipilih sebagai usahawan berjaya. Nilai-nilai ini adalah merangkumi sifat-sifat murni yang perlu diasimilasikan dalam tindakan usahawan untuk mendapatkan satu natijah yang positif. Usahawan yang memiliki nilai-nilai murni seperti inovasi, kreatif, berorientasi kepada kejayaan dan sebagainya akan mencetuskan satu momentum untuk bertindak secara konsisten dalam apa jua situasi. Menurut Nawawi Mohd Jan (1992), nilai-nilai positif tersebut akan membentuk serangkaian kecenderungan lazim yang mempengaruhi usaha dan sikap mereka dalam memenuhi tuntutan bidang keusahawanan.

Di samping itu, adunan nilai-nilai murni dalam amalan keusahawanan akan membugarkan semangat yang tinggi dalam diri individu tersebut. Ternyata nilai-nilai murni dapat merangsang potensi untuk memajukan diri dan bertindak

¹ SHUHAIRIMI ABDULLAH, Pusat Teknologi Komunikasi dan Pembangunan Insan, Universiti Malaysia Perlis

terhadap sesuatu stimulus yang dihadapinya untuk mencapai kejayaan (Zaidatol Akmaliah Lope Pihie dan Habibah Elias, 1997). Malah para sarjana Barat seperti Milton (1973), Inkeles dan Smith (1974), Meredith, (1982), Zimmerer (1996) dan Bygrave (1994) telah mengindikasikan bahawa nilai-nilai yang positif dalam diri individu usahawan adalah merupakan elemen penting dan menjadi pemangkin kepada faktor kejayaan dalam bidang keusahawanan. Tegasnya, amalan nilai-nilai murni dalam amalan keusahawanan sentiasa mengutamakan prestasi dan kualiti yang optimum untuk berjaya dalam bidang yang diceburinya. Individu tersebut sentiasa mengimbangi di antara nilai yang berunsurkan keuntungan dan juga bukan keuntungan iaitu nilai-nilai murni. Menurut Suryana M. Si (2006) dalam kajian yang dijalankan didapati antara nilai-nilai asasi yang terdapat kepada usahawan iaitu berorientasikan keuntungan dan bukan keuntungan. Sebagai contoh, tindakan yang merujuk kepada pencapaian berasaskan material seperti berani mengambil risiko, menyesuaikan dengan keadaan dan tuntutan semasa dan memfokuskan kepada penjanaaan kekayaan. Contoh lain pula yang merujuk kepada pencapaian yang tidak berorientasikan keuntungan seperti nilai tanggungjawab, inovasi dan kreatif, menghormati dan sebagainya (Suryana M. Si, 2006).

2. AMALAN NILAI-NILAI MURNI USAHAWAN BERJAYA MARA PERLIS

Dalam pada itu, merujuk kepada pengamalan nilai-nilai murni dalam kalangan usahawan berjaya MARA Perlis menunjukkan bahawa majoriti golongan tersebut mengaplikasikan nilai-nilai murni dalam amalan perniagaan mereka. Menurut keterangan Noraini Othman,² berdasarkan kepada pengalaman pihak MARA dalam membantu proses pembangunan usahawan khususnya dalam kalangan Bumiputera, usahawan berjaya sentiasa mempraktikkan nilai-nilai yang baik dalam aktiviti mereka. Sebaliknya, golongan usahawan yang gagal pula berpunca dari pelbagai faktor antaranya adalah disebabkan kegagalan mereka mengabaikan nilai-nilai yang baik dalam amalan keusahawanan mereka.

Secara tidak langsung, ia dapat difahami bahawa nilai-nilai murni yang dihayati dan dibudayakan oleh usahawan merupakan sebagai agen atau penyumbang kepada kejayaan mereka. Tanpa disiplin terhadap nilai-nilai murni tersebut mengakibatkan usahawan mudah terdedah kepada perkara-perkara negatif yang pada penghujungnya boleh mendedahkan usahawan kepada kegagalan dalam aktiviti mereka. Meskipun begitu, para usahawan menyedari bahawa nilai-nilai murni juga penting dalam amalan mereka namun dari segi praktikalnya masih lagi terdapat ruang-ruang yang perlu kepada penambahbaikan untuk memantapkan dan membudayakan nilai-nilai tersebut dalam aktiviti mereka.

² Temubual dengan Noraini Haji Othman (Timbalan Pengarah MARA, Bahagian Khidmat dan Pengurusan, Kedah. Sebelum menjawat jawatan tersebut beliau adalah Pengarah MARA Perlis) pada 13.8.2009 jam 3.00 petang di pejabat beliau.

Berdasarkan kepada pengamatan pihak MARA, nilai-nilai yang menjadi asas pegangan kepada para usahawan seperti nilai jujur, amanah, bersih, adil, bertanggungjawab dan sebagainya merupakan sebahagian daripada sifat yang dimiliki oleh usahawan berjaya. Nilai-nilai ini mudah dipraktikkan oleh para usahawan bersesuaian dengan kesedaran agama yang tinggi dalam diri mereka. Dalam pada itu, didapati nilai-nilai sampingan yang berkaitan dengan sifat keusahawanan juga dipraktikkan seperti tekun, dan berdisiplin, daya tahan yang tinggi, kecenderungan menghadapi risiko, menerima teknologi, pengurusan kewangan dan memiliki ilmu berkaitan bidang yang diceburi dan jaringan perniagaan yang baik serta pengurusan masa yang bijak. Sebagaimana yang telah dijelaskan penghayatan nilai-nilai murni memberi impak yang positif dalam proses pembangunan usahawan.

Menurut Hasan Adli Hashim,³ usahawan berjaya yang berpegang kepada nilai-nilai murni sentiasa memelihara dirinya dan aktiviti yang diusahakan menepati dengan kehendak agama dan tidak bertentangan dengan perundangan manusia. Dalam perkara ini, memetik pandangan yang diutarakan oleh beliau:

“....nilai-nilai yang diamalkan oleh mereka adalah berkait rapat dengan tuntutan yang dianjurkan oleh Islam. Ini kerana, kejayaan yang ditekankan oleh Islam adalah bersifat holistik yang merangkumi kejayaan dari segi material, tingkahlaku yang benar, sumber yang bersih, nilai-nilai berteraskan akhlak dan bermatlamatkan keredaan Ilahi. Manifestasi kejayaan ini bukan sahaja dinikmati di alam dunia tetapi juga mempunyai kesinambungan dengan alam akhirat. Secara umumnya, boleh dikatakan majoriti usahawan berjaya menghayati nilai-nilai murni seperti amanah, inovasi dan kreatif, rajin, berakhlak terpuji, bertanggungjawab dan juga melaksanakan tanggungjawab sosial terhadap masyarakat dan agama amnya.”

Oleh yang demikian, dapat difahami bahawa jika nilai-nilai tersebut gagal dihayati oleh para usahawan maka natijahnya ia akan mematikan unsur-unsur ketulenan sifat keusahawanan dalam diri mereka. Impaknya, para pengusaha akan gagal dalam aktiviti yang diusahakannya. Secara generalisasinya, boleh dikatakan majoriti usahawan berjaya menghayati nilai-nilai murni seperti amanah, inovasi dan kreatif, kepimpinan, perkhidmatan berkualiti, mengambil risiko, rajin, berakhlak terpuji, bertanggungjawab, berpengetahuan serta melaksanakan tanggungjawab sosial terhadap masyarakat dan agama amnya.

Tidak dinafikan lagi bahawa nilai-nilai murni yang diamalkan oleh usahawan merupakan sebahagian daripada faktor yang menyumbang kepada kejayaan

³ Temubual dengan Hasan Adli Hashim (Ketua Penolong Pengarah, Unit Pembangunan Usahawan, MARA Perlis) pada 14.8.2009 jam 3.10 petang di pejabat beliau.

mereka.⁴ Sebagai contoh, penghayatan nilai-nilai murni dapat mendorong ke arah mencapai kejayaan dan mengawal perilaku daripada terlibat dengan perkara-perkara yang negatif seperti penyelewengan, pecah amanah, menindas, menipu dan pelbagai lagi. Usahawan yang berpegang kuat dengan nilai-nilai murni lebih bersifat bertanggungjawab dan beramanah sama ada dengan organisasi yang diterajui, staf bawahan, pelanggan, pembekal dan juga dengan institusi kewangan. Oleh yang demikian, apabila semua hubungan interaksi ini berjalan dengan baik, secara tidak langsung ia dapat mempengaruhi persekitaran yang positif dan ia juga membantu meningkatkan prestasi mereka secara keseluruhannya. Pada dasarnya, nilai-nilai murni dalam kalangan usahawan berjaya di bawah observasi pihak MARA diringkaskan seperti dalam jadual berikut:

Jadual 1.1: (Nilai-Nilai Murni Usahawan Berjaya MARA Perlis)

Nilai-Nilai Murni			
Nilai-Nilai Asasi	Nilai Kemahiran Insaniah (softskill)	Nilai Akhlak dan Etika	
Mengambil risiko	Berpengetahuan	Berpegang kepada kehendak agama	
Berorientasikan keuntungan dan tekun bekerja	Inovasi dan kreatif	Amanah	
Perkhidmatan berkualiti	Kepimpinan	Berakhlak	
Penekanan kepada teknologi	Bertanggungjawab	Beretika	
Daya tahan dan daya saing	Berwawasan	Tanggungjawab sosial	

Sumber: (Maklumat temubual dengan pegawai MARA)

Dalam pada itu, berdasarkan kepada kajian temubual yang telah dijalankan ke atas 13 orang pengusaha MARA Perlis yang berjaya bagi sesi 2006/2007 (5 orang) dan 2008/2009 (8 orang) berkaitan nilai-nilai murni didapati semua responden telah bersetuju bahawa unsur-unsur tersebut merupakan sebahagian daripada elemen penting dalam amalan keusahawanan. Dalam memenuhi

⁴ Temubual dengan Hasan Adli Hashim (Ketua Penolong Pengarah, Unit Pembangunan Usahawan, MARA Perlis) pada 14.8.2009 jam 3.10 petang di pejabat beliau. Perkara ini juga telah dipersetujui oleh Noraini Haji Othman dalam temubual dengan Noraini Haji Othman (Timbalan Pengarah MARA, Bahagian Khidmat dan Pengurusan, Kedah. Sebelum menjawat jawatan tersebut beliau adalah Pengarah MARA Perlis) pada 13.8.2009 jam 3.00 petang di pejabat beliau.

objektif sebagai usahawan, individu tersebut bukan sahaja perlu melengkapi dirinya dengan asas-asas perniagaan yang bermotifkan keuntungan semata-mata tetapi juga perlu diperkukuhkan dengan nilai-nilai murni yang positif (Buchari Alma, 2008). Nilai-nilai murni yang dihayati tersebut menjadi pelengkap kepada kesempurnaan usahawan berjaya. Individu usahawan yang sentiasa mengikat amalannya dengan nilai-nilai murni sentiasa berhati-hati dalam tindak-tanduknya dan cuba menjauhi perkara-perkara ataupun aktiviti yang menyalahi agama dan juga norma hidup masyarakat setempat.

3. NILAI-NILAI KHUSUS USAHAWAN BERJAYA MARA PERLIS

Pada asasnya, usahawan berjaya berpegang kuat kepada nilai-nilai khusus yang berakarkan kepada sistem agama atau kepercayaan yang mengandungi nilai-nilai murni. Sistem nilai yang berasaskan kepada agama itu, mengandungi sifat bertanggungjawab yang tinggi terhadap insititusi masyarakat. Nilai kemasyarakatan tersebut menjadi agen kepada asas kepada kerjasama dan kemuafakatan masyarakat yang harmoni. Pada prinsipnya, keusahawanan menzahirkan sistem nilai yang mementingkan tanggungjawab terhadap insititusi masyarakat dalam menawarkan perkhidmatan atau perniagaan. Justeru itu, nilai-nilai khusus yang berobjektifkan kebaikan adalah penting kepada setiap individu usahawan untuk dihayati dan dipraktikkan dalam amalan keusahawanan. Berdasarkan kepada temubual dengan para pengusaha berjaya sesi 2006/2007 dan sesi 2008/2009, nilai-nilai khusus yang menjadi pegangan mereka diringkaskan dalam jadual berikut:

Jadual 1.2: (Nilai-Nilai Khusus Usahawan Berjaya MARA Perlis)

Bil.	Pengusaha (sesi 2008/2009)	Nilai-Nilai Khusus
1.	Pengusaha 1	1. Amanah 2. Kreatif 3. Berani 4. Sabar 5. Tekun
2.	Pengusaha 2	1. Komitmen terhadap kerja 2. Kreatif 3. Disiplin 4. Menepati janji 5. Dermawan 6. Membantu orang lain 7. Bertanggungjawab terhadap keluarga
3.	Pengusaha 3	1. Mengutamakan tuntutan agama (akidah yang kuat)

	2. Syukur 3. Redha 4. Berdoa dan tawakkal 5. Menanggung risiko 6. Merendah diri 7. Menepati janji 8. Kreatif
4. Pengusaha 4	1. Amanah 2. Bertanggungjawab 3. Aktiviti yang halal 4. Berilmu 5. Berakhlak 6. Tanggungjawab sosial 7. Kebajikan pekerja
5. Pengusaha 5	1. Amanah 2. Menepati janji 3. Bercakap benar 4. <i>Infraq</i> 5. Tanggungjawab sosial 6. Kebajikan pekerja 7. Tanggungjawab kepada keluarga 8. Membantu dan membimbing orang lain 9. Pengurusan yang baik
6. Pengusaha 6	1. Berani menghadapi risiko 2. Pengurusan yang baik 3. Berdaya tahan dan berdaya saing 4. Tekun 5. Kreatif dan inovasi 6. Jaringan perniagaan yang luas 7. Berakhlak dan beretika 8. Jujur
7. Pengusaha 7	1. Berilmu 2. Amanah 3. Berwawasan 4. Kreatif dan inovasi 5. Berkebolehan sebagai pengurus 6. Pemurah 7. Berakhlak 8. Sabar 9. Membantu orang lain 10. Berdaya tahan 11. Tanggungjawab sosial
8. Pengusaha 8	1. Rajin 2. Bermotivasi

		3. Berkomunikasi dengan baik 4. Menepati janji 5. Sabar 6. Bertolak ansur 7. Berilmu 8. Berwawasan 9. Membantu orang lain 10. Berani 11. Beretika
Bil.	Pengusaha (2006/2007)	Nilai-Nilai Khusus
1.	Pengusaha 1	1. Kreatif dan inovasi 2. Rajin 3. Jaringan perniagaan yang luas 4. Berdaya saing dan berdaya tahan 5. Amanah 6. Ikhlas 7. Suka membantu 8. Sederhana 9. Berilmu 10. Beretika
2.	Pengusaha 2	1. Amanah 2. Pengurusan yang baik 3. Rajin 4. Membantu orang lain 5. Keyakinan yang tinggi 6. Berdaya tahan dan berdaya saing 7. Kreatif dan inovasi 8. Ikhlas 9. Disiplin
3.	Pengusaha 3	1. Bermotivasi 2. Kreatif 3. Berilmu 4. Beramanah 5. Mengutamakan kualiti 6. Pengurusan yang baik 7. Membantu orang lain 8. Rajin 9. Berdaya saing 10. Beretika
4.	Pengusaha 4	1. Amanah 2. Ikhlas 3. Berdaya saing 4. Sabar

	5. Membantu orang lain
	6. Bermotivasi
	7. Berwawasan
	8. Berilmu
	9. Beretika
5. Pengusaha 5	1. <i>Infraq</i>
	2. Tanggungjawab sosial
	3. Tanggungjawab agama
	4. Amanah
	5. Sabar
	6. Rajin
	7. Menepati janji
	8. Berakhlak

Sumber: (Kajian Usahawan Berjaya)

Merujuk kepada Jadual 1.2 mengenai pandangan 13 orang usahawan berjaya MARA Perlis berkaitan nilai-nilai khusus dalam amalan usahawan secara literalnya, didapati nilai-nilai khusus tersebut mencakupi tuntutan nilai-nilai murni dalam aktiviti keusahawanan. Berdasarkan kepada maklumat tersebut, kekerapan nilai-nilai yang menjadi pilihan berdasarkan kepada pandangan para pengusaha seperti berikut: nilai amanah (10 kali), kreatif dan inovasi (8 kali), membantu orang lain (8 kali), berakhlak dan beretika (8 kali), Tekun (6 kali), berilmu (6 kali), berdaya tahan dan berdaya saing (6 kali), sabar (5 kali), menepati janji (5 kali), berani (4 kali), *infraq* (4 kali), menunaikan tanggungjawab sosial (4 kali), pengurusan yang baik (4 kali), berwawasan (3 kali), ikhlas (3 kali), disiplin (2 kali), bertanggungjawab terhadap keluarga (2 kali), mengutamakan tuntutan agama (2 kali), menjaga kebajikan pekerja (2 kali), jaringan perniagaan yang luas (2 kali), bermotivasi (2 kali), komitmen terhadap kerja (1 kali), syukur (1 kali), redha (1 kali), berdoa dan bertawakkal (1 kali), merendah diri (1 kali), bertanggungjawab (1 kali), mengutamakan aktiviti yang halal (1 kali), berkebolehan sebagai pengurus (1 kali), berkomunikasi dengan baik (1 kali), bertolak ansur (1 kali), mengutamakan kualiti (1 kali), sederhana (1 kali) dan keyakinan diri (1 kali). Nilai-nilai yang digariskan tersebut merupakan nilai-nilai khusus berdasarkan kepada pengalaman dan pemerhatian para pengusaha MARA Perlis. Kekerapan nilai-nilai khusus berdasarkan kepada maklumat temubual yang dinyatakan sebanyak 5 kali ke atas dianggap sebagai nilai kekerapan yang tinggi dan nilai kekerapan di bawah pada lima di anggap nilai terendah mengikut perspektif para pengusaha. Ringkasnya, kekerapan nilai-nilai teras mengikut pandangan pengusaha diilustrasikan dalam jadual berikut:

Jadual 1.3: (Nilai-Nilai Khusus Menurut Pandangan Usahawan Berjaya MARA Perlis Berdasarkan Kepada Hirarki Keutamaan)

Nilai-Nilai Khusus	
Nilai Kekerapan Tertinggi	Nilai Kekerapan Terendah
➤ Amanah (10 kali) ➤ Kreatif dan inovasi (8 kali) ➤ Membantu orang lain (8 kali) ➤ Berakhlak dan beretika (8 kali) ➤ Tekun (6 kali) ➤ Berilmu (6 kali) ➤ Berdaya tahan dan berdaya saing (6 kali) ➤ Sabar (5 kali) ➤ Menepati janji (5 kali)	➤ Berani (4 kali) ➤ <i>Infraq</i> (4 kali) ➤ Menunaikan tanggungjawab sosial (4 kali) ➤ Pengurusan yang baik (4 kali) ➤ Berwawasan (3 kali) ➤ Ikhlas (3 kali) ➤ Disiplin (2 kali) ➤ Bertanggungjawab terhadap keluarga (2 kali) ➤ Mengutamakan tuntutan agama (2 kali) ➤ Menjaga kebajikan pekerja (2 kali) ➤ Jaringan perniagaan yang luas (2 kali) ➤ Bermotivasi (2 kali) ➤ Komitmen terhadap kerja (1 kali) ➤ Syukur (1 kali) ➤ Redha (1 kali) ➤ Berdoa dan bertawakkal (1 kali) ➤ Merendah diri (1 kali) ➤ Bertanggungjawab (1 kali) ➤ Mengutamakan aktiviti yang halal (1 kali) ➤ Berkebolehan sebagai pengurus (1 kali) ➤ Berkomunikasi dengan baik (1 kali) ➤ Bertolak ansur (1 kali) ➤ Mengutamakan kualiti (1 kali) ➤ Sederhana (1 kali) ➤ Keyakinan diri (1 kali).

Sumber: (Kajian Usahawan Berjaya)

Berdasarkan kepada Jadual 1.3 tersebut dapat disimpulkan bahawa komponen nilai kekerapan tertinggi yang telah dipersetujui oleh para pengusaha merangkumi nilai amanah sehingga nilai menepati janji. Nilai-nilai yang dinyatakan tersebut secara umumnya, merupakan ciri-ciri yang ada kepada usahawan berjaya. Nilai-nilai tersebut berfungsi sebagai daya penggerak utama kepada usahawan untuk bertindak secara proaktif dan efektif dalam mengembangkan pelbagai usaha dan bidang keusahawanan. Di samping itu, merujuk kepada nilai-nilai lain yang merangkumi nilai berani sehingga nilai

keyakinan diri masih lagi terangkum dalam komponen nilai khusus menurut pandangan para usahawan.

4. KESIMPULAN

Secara umumnya, MARA Perlis telah berjaya melahirkan usahawan dan meningkatkan penguasaan serta pemilikan golongan Bumiputera dalam bidang keusahawanan khususnya di negeri Perlis. Pelbagai bentuk kemudahan dan perkhidmatan disediakan kepada para usahawan seperti pendidikan, bimbingan dan latihan, kajian penyelidikan, khidmat nasihat serta bantuan kewangan. Semua bantuan yang disumbangkan kepada para usahawan Perlis adalah bertujuan untuk melahirkan golongan usahawan yang berkualiti dan berdaya tahan serta mempraktikkan nilai-nilai murni yang boleh mendorong kepada kejayaan golongan tersebut. Secara keseluruhannya, para usahawan berjaya MARA Perlis memperakui bahawa nilai-nilai murni adalah sebahagian daripada komponen penting yang mempengaruhi kejayaan mereka.

RUJUKAN

- Nawawi Mohd Jan (1992). *Kompetensi Keusahawanan, Asas Keusahawanan*. Pusat Pembangunan Usahawan Malaysia (MEDEC), Institut Teknologi Mara, Shah Alam, Selangor: MISAS Advertising.
- Zaidatol Akmaliah Lope Pihie dan Habibah Elias (1997). *Keusahawanan dan Motivasi Diri*. Selangor: Universiti Putra Malaysia.
- Inkeles, Alex dan Smith, David H., (1974). *Becoming Modern : Individual Change in Six Developing Countries*. Cambridge, Mass: Harvard University Press.
- Meredith, Geofferey Grant, Robert, E. Nelson, Neck, Philip A., (1982). *The Practice of Entrepreneurship*. Geneva: International Labour Office.
- Zimmerer, W. Thomas dan Scarborough, Norman M., (1996). *Entrepreneurship and the New Venture Formation*. Upper Saddle River, N.J.: Prentice Hall.
- Bygrave, William D., (1994). *The Portable MBA in Entrepreneurship*. New York: John William & Sons, Inc.
- Suryana, M. Si., (2001) *Kewirausahaan, Pedoman Praktis: Kiat dan Proses Menuju Sukses*. Jakarta: Salemba Empat.
- Alma, Buchari (2008) *Kewirausahaan*, cet. 13. Bandung: Alfabeta.