

Menerapkan Budaya Niaga Islam di Kalangan Usahawan Melayu

Normilia Abd Wahid^{1*}, Nurul Nadia Abd Aziz²

¹Fakulti Pengurusan Perniagaan, Universiti Teknologi MARA Cawangan Pahang,
Kampus Jengka, 26400 Bandar Pusat Jengka, Pahang
normila@pahang.uitm.edu.my

²Fakulti Pengurusan Perniagaan, Universiti Teknologi MARA Cawangan Pahang,
Kampus Jengka, 26400 Bandar Pusat Jengka, Pahang
nurul_nadia@pahang.uitm.edu.my

*Penulis Rujukan

Abstrak: Seringkali usahawan Melayu dimomokkan dengan pandangan yang negatif yang membelakangkan kebolehan mereka dalam bidang perniagaan. Untuk membuang tanggapan negatif sebegini, usahawan Melayu perlu memahami bahawa berniaga merupakan suatu tuntutan di dalam agama. Justeru, usaha ke arah meningkatkan prestasi perniagaan adalah menjadi satu keperluan bahkan demi untuk mengukuhkan ekonomi dan ummah di dalam negara. Oleh itu penulisan ini membincangkan peri pentingnya memahami dan menerapkan budaya niaga Islam dikalangan usahawan Melayu. Selain menjelaskan budaya Ali Baba adalah antara faktor yang menghalang daya tahan dan daya saing di kalangan usahawan Melayu berbanding bangsa lain. Isu Ali Baba ini perlu ditangani secara serius bagi mencapai sasaran ekonomi yang lebih seimbang.

Kata Kunci: Ali Baba, Bahasa Melayu, Budaya Islam, Budaya Niaga, Usahawan

1. Pengenalan

Penulis-penulis blog di Malaysia banyak mengupas tentang budaya perniagaan orang Melayu, perbezaan budaya perniagaan orang Melayu berbanding budaya bangsa lain, dan juga mengapa orang Cina lebih berjaya dalam perniagaan berbanding orang Melayu. Budaya perniagaan Melayu jelas berbeza dari budaya perniagaan bangsa lain. Di negara Barat misalnya, perniagaan mereka adalah berorientasikan keuntungan maksimum. Justeru, peniaga-peniaga Barat tidak perlu memikirkan soal etika dan kesan kepada masyarakat. Budaya ini bersesuaian dengan sistem kapitalis yang diamalkan di negara-negara Barat. Maka tidak hairanlah sekiranya mereka mengamalkan penipuan, riba' dan monopoli dalam perniagaan (Mahmood, 2015).

Bagi peniaga China dan Jepun, kebanyakan mereka mengikut falsafah Konfusius iaitu Yin dan Yang, yang merujuk kepada keseimbangan dalam setiap tindakan. Walau bagaimanapun, mereka tidak terikat kepada adanya hukum halal dan haram dalam perniagaan. Justeru, tidak hairanlah sekiranya penipuan dalam timbangan dan penipuan dalam kualiti produk menjadi lumrah dalam perniagaan mereka. Malah, perkara seumpama itu tidak dikira berdosa kerana ianya dianggap sebagai salah satu cabang seni perundingan dan strategi pemasaran untuk meraih lebih banyak keuntungan (Nordin, n.d).

Meskipun kajian-kajian perbandingan budaya perniagaan antara kaum ini telah banyak dikupas sama ada secara fakta ataupun berdasarkan pandangan individu, namun perbincangan mengenai budaya perniagaan orang Melayu agak kurang dijalankan dalam konteks akademik. Malah, kajian yang lebih menjurus kepada perniagaan Melayu yang berkonsepkan Islam adalah sangat sedikit. Justeru itu, objektif utama kajian ini adalah untuk mengenal pasti budaya umum perniagaan masyarakat Melayu di Malaysia daripada perspektif Islam.

2. Ulasan Literatur

Bidang perniagaan bukanlah sesuatu yang baru dalam budaya masyarakat Melayu sendiri kerana bangsa Melayu pernah menjadi masyarakat pedagang yang berjaya suatu ketika dahulu semasa zaman Kerajaan Kesultanan Melayu Melaka. Sejarah Melaka membuktikan

kemakmuran dan kemajuan kerajaan Kesultanan Melayu Melaka adalah kerana kemajuan perniagaannya sehingga Melaka menjadi pusat perdagangan yang terkemuka di dunia. Ketika itu, ramai pedagang-pedagang dari seluruh dunia termasuk dari Eropah, India, Arab dan China menjalankan perdagangan dengan Melaka yang merupakan sebuah pelabuhan penting di dunia. Bukan itu sahaja, malah, masyarakat Melayu turut menerima Islam melalui perniagaan yang disampaikan oleh pedagang-pedagang Arab yang menjalankan perniagaan mereka dengan Melaka (Mohd Balwi & Abd Hamid, n.d.).

Ini bererti, jika umat Islam ingin mencari kekayaan, maju dan menguasai bidang ekonomi, maka perniagaan adalah bidang yang sepatutnya mereka ceburi kerana di situlah terletaklah sebahagian besar pintu rezeki, kekayaan dan juga kuasa dalam bidang ekonomi. Ini bersesuaian dengan sabda Rasulullah SAW yang bermaksud: “Sembilan per sepuluh rezeki itu adalah datang daripada perniagaan” (Hadis riwayat Tirmizi). Kepentingan mencari rezeki yang halal melalui perniagaan telah disebut secara langsung di dalam Al-Quran sebanyak 370 ayat (Hassan, n.d.). Antara ayat-ayat Al-Quran yang menyebut tentang perniagaan adalah:

“Dan Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba” (Surah Al Baqarah ayat 275).

Wahai orang-orang yang beriman! Bertaqwalah kamu kepada Allah dan tinggalkanlah (jangan menuntut lagi) saki baki riba (yang masih ada pada orang yang berhutang) itu, jika benar kamu orang-orang yang beriman. Oleh itu, kalau kamu tidak juga melakukan (perintah mengenai larangan riba itu), maka ketahuilah kamu: akan adanya peperangan dari Allah dan RasulNya, (akibatnya kamu tidak menemui selamat). Dan jika kamu bertaubat, maka hak kamu (yang sebenarnya) ialah pokok asal harta kamu. (Dengan yang demikian) kamu tidak berlaku zalim kepada sesiapa, dan kamu juga tidak dizalimi oleh sesiapa. (Surah al-Baqarah: 278-279).

“Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu makan atau mengambil riba dengan berlipat-lipat ganda dan hendaklah kamu bertakwa kepada Allah supaya kamu berjaya” (Surah Ali 'Imran ayat 130).

“Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tipu, judi dan sebagainya), kecuali dengan jalan perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu berbunuh-bunuhan sesama sendiri. Sesungguhnya Allah Maha Penyayang kepadamu” (Surah An Nisa ayat 29).

Surah Al Baqarah ayat 282 hingga 283 ini menggariskan secara terperinci bahawa perniagaan yang dilunaskan pada masa hadapan memerlukan kontrak perniagaan bertulis, sementara perniagaan tunai bolehlah dilaksanakan secara lisan sahaja.

“Wahai orang-orang yang beriman! Apabila kamu menjalankan sesuatu urusan dengan hutang piutang yang diberi tempoh hingga ke suatu masa yang tertentu maka hendaklah kamu menulis (hutang dan masa bayarannya) itu dan hendaklah seorang penulis di antara kamu menulisnya dengan adil (benar) dan janganlah seseorang penulis enggan menulis sebagaimana Allah telah mengajarkannya. Oleh itu, hendaklah ia menulis dan hendaklah orang yang berhutang itu merencanakan (isi surat hutang itu dengan jelas). Dan hendaklah ia bertaqwa kepada Allah Tuhannya, dan janganlah ia mengurangkan sesuatu pun dari hutang itu. Kemudian jika orang yang berhutang itu bodoh atau lemah atau ia sendiri tidak dapat hendak merencanakan (isi itu), maka hendaklah direncanakan oleh walinya dengan adil benar); dan hendaklah kamu mengadakan dua orang saksi lelaki dari kalangan

kamu. Kemudian kalau tidak ada saksi dua orang lelaki, maka bolehlah, seorang lelaki dan dua orang perempuan dari orang-orang yang kamu setuju menjadi saksi, supaya jika yang seorang lupa dari saksi-saksi perempuan yang berdua itu maka dapat diingatkan oleh yang seorang lagi. Dan jangan saksi-saksi itu enggan apabila mereka dipanggil menjadi saksi. Dan janganlah kamu jemu menulis perkara hutang yang bertempoh masanya itu, sama ada kecil atau besar jumlahnya. Yang demikian itu, lebih adil di sisi Allah dan lebih membetulkan (menguatkan) keterangan saksi, dan juga lebih hampir kepada tidak menimbulkan keraguan kamu. Kecuali perkara itu mengenai perniagaan tunai yang kamu edarkan sesama sendiri, maka tiadalah salah jika kamu tidak menulisnya. Dan adakanlah saksi apabila kamu berjual-beli. Dan janganlah mana-mana jurutulis dan saksi itu disusahkan. Dan kalau kamu melakukan (apa yang dilarang itu), maka sesungguhnya yang demikian adalah perbuatan fasik (derhaka) yang ada pada kamu. Oleh itu hendaklah kamu bertaqwa kepada Allah; dan (ingatlah), Allah (dengan keterangan ini) mengajar kamu; dan Allah sentiasa mengetahui akan tiap-tiap sesuatu” (Surah Al Baqarah ayat 282).

“Dan jika kamu berada dalam musafir (lalu kamu berhutang atau memberi hutang yang bertempoh), sedang kamu tidak mendapati jurutulis, maka hendaklah diadakan barang gadaian untuk dipegang (oleh orang yang memberi hutang). Kemudian kalau yang memberi hutang percaya kepada yang berhutang (dengan tidak payah bersurat, saksi dan barang gadaian), maka hendaklah orang (yang berhutang) yang dipercayai itu menyempurnakan bayaran hutang yang diamanahkan kepadanya, dan hendaklah ia bertaqwa kepada Allah Tuhannya. Dan janganlah kamu (wahai orang-orang yang menjadi saksi) menyembunyikan perkara yang dipersaksikan itu. Dan sesiapa yang menyembunyikannya, maka sesungguhnya ia adalah orang yang berdosa hatinya. Dan (ingatlah), Allah sentiasa mengetahui akan apa yang kamu kerjakan” (Surah Al Baqarah ayat 283).

2.1. Budaya Ali Baba di Kalangan Usahawan Melayu

Antara budaya peniaga Melayu yang subur di Malaysia adalah budaya “Ali Baba”. Secara ringkasnya, budaya “Ali Baba” ditakrifkan sebagai;

“... satu pakatan perniagaan yang tidak seimbang dibentuk oleh dua atau lebih pihak di mana satu pihak wujud kerana kemudahan yang dinikmati akibat dari pelaksanaan sesuatu dasar atau yang ‘dekat’ kepada pemimpin yang berkuasa untuk memberikan projek, kontrak, lesen dan sebagainya. Pihak ini disebut sebagai Ali kerana lazimnya di Malaysia, kaum bumiputeralah yang menikmati kemudahan tersebut. Ali, biasanya tidak mempunyai pengetahuan, kemahiran dan pengalaman dalam perniagaan, tetapi berpegang kepada pengaruh politik, dan pentadbiran dan bertindak sebagai ‘rakan kongsi tidur’ (sleeping partner). Baba sebaliknya, adalah dari golongan rakyat keturunan Cina yang mempunyai kepakaran, pengalaman dan modal perniagaan yang menyumbang kepada produktiviti syarikat dan mengawal penuh operasi syarikat. “Melayu punya kontrak, Cina punya kerja” adalah ungkapan lazim yang kita dengar untuk menggambarkan pakatan ini. Dalam erti kata lain, projek atau syarikat secara rasmi di miliki oleh Ali (orang Melayu) tetapi yang menguasainya adalah Baba (orang Cina). Jadi saya fikir kita boleh sepakat untuk menerima konsep Ali Baba ini, spesifik kepada pakatan yang melibatkan orang Melayu dengan rakyat keturunan Cina. (Dipetik dari teks ucapan Tengku Razaleigh Hamzah).

Pandangan umum, walau bagaimanapun, tidak spesifik kepada kaum Melayu dan Cina sahaja, sebaliknya pakatan ini boleh juga dirujuk kepada mana-mana kaum. Budaya Ali Baba ataupun kronisme pada dasarnya adalah tidak wajar. Menurut Tengku Razaleigh Hamzah, sekiranya sesuatu kontrak itu diberikan kepada orang yang kurang layak, maka risiko penyediaan barangan dan perkhidmatan yang tidak berkualiti adalah sangat tinggi. Budaya ini hanya membawa kepada peningkatan kos sesuatu barang atau perkhidmatan yang akhirnya akan ditanggung oleh masyarakat umum. Ini akan mengakibatkan pembaziran wang negara dan menyumbang kepada perasaan tidak puas hati di kalangan masyarakat (Bernama, 2014).

3. Perbincangan

Secara ringkasnya, meskipun pelaksanaan sistem Ali Baba ini begitu sinonim dalam perniagaan Melayu masa kini, namun, fakta jelas membuktikan bahawa ia tidak langsung membantu meningkatkan taraf pemilikan perniagaan di kalangan orang Melayu. Pelaksanaan program Dasar Ekonomi Baru (DEB) selama 19 tahun (1971-1990) tidak berjaya mencapai sasaran 30 peratus pegangan ekuiti menjelang tahun 1990. Segala bentuk bantuan dan kemudahan serta menawarkan hak-hak istimewa kepada masyarakat Bumiputera, ternyata ia hanya menambahkan lagi sikap kebergantungan orang Melayu terhadap sokongan kerajaan dalam memajukan perniagaan mereka. Antara keistimewaan yang ditawarkan kepada peniaga Bumiputera termasuk kelayakan untuk mendapatkan lesen, tender dan juga pembidaan kontrak-kontrak kerajaan (Mohd Balwi, 2005).

Maka, sudah sampai masanya, budaya perniagaan berlandaskan syariah Islam perlu dihidupkan semula bukan sahaja bagi menyara kehidupan tetapi juga bagi kemaslahatan umat Islam dan seterusnya mengukuhkan ekonomi Islam. Budaya ini bukan sahaja perlu dihidupkan semula secara teori, tetapi juga dipraktikkan dan disuburkan dengan membina rangkaian perniagaan yang kukuh supaya ia dapat menjadi sumber penting bagi ekonomi umat Islam dan seterusnya mengangkat martabat Islam itu sendiri. Seorang usahawan mempunyai tanggungjawab yang besar dalam membangunkan sesebuah masyarakat. Malah usahawan Melayu perlu memahami bahawa pembabitan mereka dalam urusan perniagaan adalah satu tugas keagamaan bagi memperkasakan dan memperkuatkan ekonomi ummah.

Untuk berjaya di dalam bidang perniagaan, individu Islam mesti mempunyai semua ciri-ciri penting seorang usahawan yang berjaya. Peniaga yang jujur adalah ciri-ciri utama yang dituntut dalam Islam. Ia bertepatan dengan sabda Rasulullah SAW yang bermaksud "*Seorang pedagang yang jujur akan dibangkitkan pada hari Akhirat bersama dengan yang soleh dan yang mati syahid*" (Hadis riwayat At-Tirmizi dan Al-Hakim daripada Abi Said). Antara lain, ciri-ciri tersebut termasuklah inisiatif, mencari dan memanfaatkan peluang, ketekunan, motivasi, menambah ilmu pengetahuan, keperihatinan dan disiplin terhadap kualiti kerja, iltizam terhadap tanggungjawab yang diamanahkan dan banyak lagi ciri-ciri yang lain. Selain itu, budaya niaga Islam memberi tekanan tinggi kepada disiplin. Umat Islam, melalui penghayatan ibadat khusus seperti solat, puasa, zakat dan haji sepatutnya memiliki disiplin tinggi. Masyarakat tanpa disiplin akan pasti menghadapi pelbagai masalah. Kejayaan dalam urusan perniagaan memerlukan daya juang tinggi melalui disiplin diri yang tinggi. Kejayaan bukan dicapai melalui jalan singkat dan ia memerlukan ketekunan dan kesabaran (Tunggak, Salamon & Abu, n.d.).

Islam juga melihat tuntutan akhlak sebagai sesuatu yang positif dan berdaya maju. Akhlak membentuk sikap dan daya penggerak positif kepada kemajuan perniagaan dari semua dimensi. Oleh itu, agama menuntut umatnya supaya sentiasa kreatif dan bersikap proaktif. Kelemahan yang terdapat dalam nilai dan budaya keusahawanan Melayu era ini disebabkan oleh banyak faktor seperti terhakisnya nilai agama, etika dan moral di kalangan peniaga dan usahawan Melayu selain persaingan dan perasaan ingin cepat menjadi kaya (Mohd Balwi & Abd Hamid, n.d.). Pembudayaan nilai-nilai keusahawanan di kalangan orang Melayu boleh menyaksikan perubahan, peningkatan dan perkembangan di dalam ekonomi umat Islam di Malaysia. Ini penting dalam konteks pembangunan dan perkembangan ekonomi global bagi memastikan kedudukan umat Islam terus kuat tanpa perlu bergantung kepada orang lain dan

mampu berdikari dalam menyediakan peluang pekerjaan kepada umat Islam dan seterusnya meletak imej agama Islam itu pada kedudukan yang tinggi.

4. Kesimpulan

Perbincangan di atas jelas kepada kita bahawa Islam amat menganjurkan amalan perniagaan. Usahawan Melayu perlu menerapkan budaya niaga Islam dalam mengendalikan urusan perniagaan. Penekanan kepada pembentukan sikap dan akhlak yang mulia amat penting bagi menjamin usahawan Melayu dapat berperanan secara efektif, mampu bersaing dan menjadi penentu kepada kejayaan ekonomi negara. Islam menganjurkan sikap berdisiplin tinggi, akhlak yang positif serta rajin berusaha untuk memperoleh kejayaan dalam perniagaan. Ini kerana budaya niaga Islam memberi fokus kepada mencapai matlamat akhir iaitu kekuatan ekonomi Islam dan kesejahteraan masyarakat. Bahkan Islam telah menyediakan satu peraturan hidup yang sempurna dan lengkap termasuklah yang berkaitan dengan usahawan dan perniagaan.

5. Rujukan

- Bernama. (2014). Tangani isu 'Ali Baba' bentuk ekonomi seimbang – Ku Li. Diakses dari <http://www.astroawani.com/> pada 17 Oktober 2014.
- Hassan, N. N. M. (n.d). Usahawan Melayu perlu menghayati budaya niaga Islam. Diakses dari <http://www.ikim.gov.my/> pada 7 September 2015.
- Mahmood, A. M. (2015). Perkara haram dalam perniagaan. Diakses dari <http://e-muamalat.gov.my/> pada 7 Sept 2015.
- Mohd Balwi, M. K. (2005). Budaya perniagaan dan perdagangan Melayu dalam teks Melayu. *Jurnal Pengajian Melayu*, 15, p. 52-72.
- Mohd Balwi, M. K., & Abd Hamid, M. A. (n.d.). Budaya Perniagaan dan Perdagangan dalam Peradaban Melayu: Satu Kajian ke atas Budaya Keusahawanan di Kalangan Masyarakat Melayu Silam dan Sejauhmanakah Kesenambungannya dengan Budaya Keusahawanan Melayu Hari Ini. Fakulti Pengurusan & Pembangunan Sumber Manusia. Universiti Teknologi Malaysia.
- Nordin, M. K. (n.d.). Memantapkan budaya keusahawanan di kalangan generasi baru melalui Sistem Pendidikan Nasional dan pengajian agama: Gagasan dan cabaran merealisasikannya. Diakses dari <http://e-muamalat.gov.my/> pada 7 September 2015.
- Tunggak, B., Salamon, H., & Abu, B. (n.d.). Pengaruh faktor-faktor demografi terhadap budaya niaga usahawan Bumiputera Muslim. *Jurnal Kemanusiaan*, 20. P, 17-31.