

ISSN 1675-9192

VOL. 1 NO. 1 Tahun 2004



PROSIDING KOLOKSIUM 2004



Universiti Teknologi MARA

Cawangan Kedah,
Kampus Sungai Petani,
Peti Surat 187, 08400 Merbok,
Kedah Darul Aman, Malaysia
Tel: 04 4562000
Fax: 04 4562223

Laman Web: <http://www.kedah.uitm.edu.my>

KOLOKIUM 2004

UNIVERSITI TEKNOLOGI MARA
CAWANGAN KEDAH
KAMPUS SUNGAI PETANI

Tema:
Budaya Kesarjanaan

Pada:
13 Mei 2004

Tempat:
Dewan Mini
Universiti Teknologi MARA Cawangan Kedah
Kampus Sungai Petani
Kedah Darul Aman

Isi Kandungan

Kata-kata Aluan Naib Canselor Universiti Teknologi MARA	
Kata-kata Aluan Pengarah Kampus, Universiti Teknologi MARA Cawangan Kedah	ii
Kata-Kata Aluan Pengerusi Jawatankuasa Kolokium 2004	iii
A Study On The Strategies Of Successful Bumiputra Food Service Business in Kedah, Perlis And Penang: Concept, Food, Ambience And Business Processes <i>PROF. MADYA MOHAMMAD ZAKI AYOB</i>	1
Kajian Kesedaran Dan Amalan Etika Perniagaan Mengikut Perspektif Islam <i>PROF. MADYA HJ. KAMAL BHRIN HJ. SHAMSUDDIN</i>	20
Kajian Taraf Hidup, Pendidikan Dan Cabaran: Menelusuri Penghidupan Ibu Tunggal Di Mukim Tanjung Dawai, Daerah Kuala Muda <i>PROF. MADYA MAZNAH WAN OMAR</i>	32
Kajian Terhadap Rekabentuk, Perisian Dan Ciri-Ciri Maklumat KIOSK di UiTM (Zon Utara) <i>ABDUL LATIF ABDUL RAHMAN</i>	46
Students' Perspectives On Teaching Quality Determinants: A Comparative Study Between Social Sciences And Pure Sciences Students In The Northern Region Universities <i>ROSHIMA SAID</i>	60
A Study On The Perception, Usage Rate And Satisfaction Of Herbal Products Among Customers In The Northern Region <i>PROF. MADYA FATIMAH MOHD. SAMAN</i>	75
Students' Learning Style Preferences And The Impact On Their Achievements In Mainstream English I (BEL200): A Study On UiTM Students In The Northern Region (Branch Campuses Of UiTM In Perlis, Penang And Kedah) <i>FRANCIS XAVIER A.S.RAJOO</i>	99
International Monetary System: Structure, Development And Prospects <i>ZAKARYA AHMAD</i>	115

KAJIAN KESEDARAN DAN AMALAN ETIKA PERNIAGAAN MENGIKUT PERSPEKTIF ISLAM

PROF. MADYA HJ KAMAL BAHRIN HJ SHAMSUDDIN

*Pensyarah Ekonomi
Universiti Teknologi MARA Cawangan Kedah
Kampus Sungai Petani*

ELIAS JAAFAR

*Pensyarah Ekonomi
Universiti Teknologi MARA Cawangan Kedah
Kampus Sungai Petani*

OSMAN ABD. HAMID

*Pensyarah Pemikiran dan Kefahaman Islam
Universiti Teknologi MARA Cawangan Kedah
Kampus Sungai Petani*

ABSTRAK

Kajian ini bertujuan mengenalpasti aspek-aspek pengetahuan etika, kesedaran dan amalan perniagaan mengikut perspektif Islam. Sebanyak 216 responden terdiri daripada para peniaga muslim telah ditemuduga di 10 kawasan di Zon Utara Semenanjung Malaysia. Data penyelidikan dianalisis menggunakan pendekatan kaedah ujian t, teknik analisis faktor, analisis model-model secara regresi mudah dan regresi bolehbilang. Keputusan kajian mendapati tahap pengetahuan etika, kesedaran dan amalan peniaga-peniaga muslim adalah kurang memuaskan. Walaupun begitu responden mempunyai tahap amalan yang baik dari sudut pelaksanaan akad jual beli, pengasingan barangan berbeza kualiti untuk mengelak unsur-unsur gharar, memastikan ketepatan alat timbang sukat, dan tidak berurusniaga pada masa terlarang. Hasil kajian turut mendapati wujud hubungan signifikan di antara tahap amalan perniagaan mengikut perspektif Islam dengan pembolehubah bebas tahap pengetahuan etika dan tahap kesedaran. Oleh yang demikian, peniaga muslim yang tidak mempunyai pengetahuan etika dan kesedaran adalah mereka yang tidak mempraktikkan amalan perniagaan mengikut perspektif Islam. Angkubah bebas kekerapan menghadiri kursus etika perniagaan Islam dan kawasan operasi perniagaan didapati mempunyai hubungan signifikan dengan tahap amalan perniagaan mengikut perspektif Islam. Berdasarkan penemuan kajian ini, adalah disarankan kepada pihak kerajaan untuk mewajibkan semua para peniaga muslim mengikuti kursus etika perniagaan Islam selaras dengan kepentingan para pengguna muslim dan untuk mencapai matlamat kerajaan menjadikan Malaysia pengeluar utama barangan dan perkhidmatan halal di peringkat antarabangsa.

PENGENALAN DAN PERNYATAAN MASALAH

Dalam dunia perniagaan sama ada kita berlandaskan kepada konvensional ataupun Islam, kita tidak dapat lari daripada mengikut peraturan ataupun etika yang dilaksanakan oleh sesuatu masyarakat. Oleh yang demikian, masalah etika ini bukanlah sesuatu yang baru dan ia telah lama wujud dalam masyarakat yang bertamadun. Kedudukan etika dalam sesuatu pengurusan boleh terbahagi kepada

tiga bahagian utama iaitu: pertamanya falsafah, nilai dan etika.¹ Keduanya sumber manusia dan sumber alam. Dan ketiganya sistem dan amalan. Ketiga-tiganya adalah berpadu untuk menuju ke satu arah matlamat pengurusan. Ketiga-tiga bahagian ini saling kait-mengait dan saling perlu-memerlukan bagi memastikan tercapainya matlamat pengurusan sesuatu organisasi sama ada awam ataupun swasta. Ini selaras dengan ucapan Perdana Menteri Malaysia, Y.A.B. Datuk Seri Dr Mahathir Mohamad yang bertemakan 'Ke arah memperbaharui OIC: Agenda untuk keamanan dan kemakmuran' pada Forum Perniagaan OIC di Hotel Marriott, Putra Jaya iaitu : (Sementara kita membangunkan etika perniagaan Islam, kita tidak harus menolak etika dan sistem sedia ada yang tidak bertentangan dengan ajaran Islam semata-mata kerana kita inginkan kelainan. Kita tidak perlu memaksa sistem kita digunakan ke atas orang lain. Pada masa sama, kita tidak seharusnya dipaksa menjalankan perniagaan hanya dengan cara yang dimahukan oleh orang lain jika mereka tidak adil kepada kita. Kita harus menolak mereka bukan kerana kehendak agama, tetapi kerana amalan itu buruk dan tidak adil. Wujud terlalu banyak unsur perjudian di pasaran hari ini hingga menyebabkan yang kaya menindas yang miskin. Terlalu banyak tamak haloba. Mengaut keuntungan dan amalan buruk berleluasa. Kita harus menolak semua ini. Perniagaan adalah untuk membuat keuntungan tetapi ia tidak seharusnya menyebabkan orang lain sengsara. Meraih keuntungan munasabah menerusi etika yang boleh diterima dalam amalan perdagangan, harus menjadi matlamat umat Islam dan semua ini boleh diajar di Kulliyah Perniagaan Islam dan piawaiannya seumpama itu akan memberikan imej dan kejayaan kepada peniaga Islam. Hari ini, tiada negara Islam boleh memajukan semuanya dengan keupayaan sendiri dan terpaksa bergantung kepada negara lain termasuk membangunkan sumber minyak meski pun secara teorinya umat Islam menguasai satu per enam pasaran dunia. Islam sebenarnya sudah memberi panduan bagaimana perniagaan harus dijalankan dan mereka dituntut supaya bersikap jujur dalam setiap kerja yang dilakukan kerana sifat tamak adalah musuh utama Islam.) (Berita Harian, 16 Oktober 2003).² Oleh itu, hasil kajian ini adalah penting sebagai sumber rujukan dan maklumat kepada pihak kerajaan, Dewan Perniagaan Melayu Malaysia, persatuan-persatuan peniaga muslim, ahli-ahli akademik dan pihak-pihak yang berkaitan dengan urusan perniagaan dan perundangan di negara ini. Pengumpulan maklumat hanya terhad kepada peniaga-peniaga muslim tanpa mengira asal-usul kaumnya. Beberapa kawasan di negeri Kedah, Pulau Pinang dan Perlis telah dipilih sebagai tempat pungutan data iaitu di kawasan Sungai Petani, Alor Star, Kulim, Baling, Pulau Langkawi, Butterworth, Kepala Batas, Bukit

¹ Falsafah perniagaan Islam diasaskan oleh tauhid yang memenuhi tanggungjawab agama iaitu perkara - perkara asas perlu dipelihara adalah agama, nyawa, akal, keturunan dan harta; pembangunan mental, spiritual dan jasmani manusia; harta sebagai alat bukan matlamat; dan usahawan dilahirkan melalui motivasi. Manakala etika perniagaan Islam berprinsip tidak mudarat dan tidak memudaratkan; niat yang betul; keadilan dalam perniagaan; amanah dan benar dalam urusan perniagaan; menyorok barang diharamkan; tidak mengurangkan timbangan; tiada unsur - unsur gharar, perjudian dan riba; tidak menzalimi pekerja; menekankan kualiti; menghormati hak-hak pengguna; memenuhi janji atau kontrak yang dibuat; harga yang adil; dan tidak melupai ibadat-ibadat lain dalam keusahawanan.

² Abd Razak Omar dan Nor Zanah Jamari (2001) pendekatan etika pengurusan perniagaan Islam mempunyai ciri-ciri iaitu diantaranya tatacara kehidupan berasaskan Al-Quran dan Al-Sunnah ; bekerja sebagai satu ibadah; matlamat pengurusan Islam haruslah memakmurkan bumi Allah S.W.T. serta melaksanakan tugas sebagai khalifah Allah S.W.T. dengan adil dan saksama ; tanggungjawab perniagaan secara Islam bukanlah diasaskan kepada mencari keuntungan semata-mata sebaliknya ke arah mendapat keredhaan Allah S.W.T.; tanggungjawab agama adalah mengkehendaki menjurus kepada menjamin akhlak mulia, menjaga kesejahteraan makhluk seperti mana dikehendaki agama Islam ; Allah S.W.T dan RasulNya sangat membenci sifat malas dan menganggur sehingga membebankan orang lain ; perniagaan adalah suatu fardu; dan sifat-sifat yang dikehendaki dikalangan peniaga muslim adalah amanah, ikhlas, jujur terhadap kakitangan dan pengurusan, jujur terhadap pemegang saham, patuh kepada ketetapan agama , menunaikan tanggungjawab sosial (seperti menunaikan zakat, bersedekah, berwakaf dan scumpamanya) , membersihkan harta serta perniagaan dari sebarang unsur-unsur yang dilarang, sama ada agama atau oleh masyarakat, dan memberi hak kepada pelanggan dan pengguna (misalnya dalam memilih yang terbaik dan termampu, memilih barangan atau perkhidmatan pilihan, untuk meneruskan atau membatalkan urusan, jaminan mutu yang sepadan dengan nilai dan harga, menentukan sendiri apa yang dikehendaki, mendapatkan manfaat yang maksimum, dan mendapatkan ganti rugi dan keadilan).

Mertajam, Arau dan Kangar. Kawasan-kawasan ini dipilih secara rawak. Pembatasan kawasan terpaksa dibuat memandangkan tempoh masa kajian yang terhad di samping selaras dengan peruntukan kewangan dalam menjalankan penyelidikan ini.

OBJEKTIF DAN HIPOTESIS PENYELIDIKAN

Penyelidikan ini bertujuan pertamanya, mengkaji hubungan di antara tahap pengetahuan etika, kesedaran dan amalan perniagaan di kalangan peniaga muslim.³ Keduanya, mengkaji faktor-faktor yang mempengaruhi amalan perniagaan mengikut perspektif Islam. Dan ketiganya, memberi saranan amalan perniagaan menurut perspektif Islam dikalangan peniaga muslim. Hipotesis kajian meramalkan peniaga muslim sewajarnya mempunyai pengetahuan etika tentang perniagaan Islam; mempunyai kesedaran perniagaan dan mengamalkan perniagaan mereka mengikut perspektif Islam. Keduanya, koefisien tahap pengetahuan etika peniaga muslim dengan kesedarannya adalah bernilai sifar. Ketiganya, koefisien tahap kesedaran peniaga muslim dengan tahap amalannya adalah bernilai sifar. Keempatnya, koefisien tahap pengetahuan etika peniaga muslim dengan tahap amalannya adalah bernilai sifar. Kelimanya, koefisien parameter tahap pengetahuan etika terhadap amalan perniagaan mengikut perspektif Islam bernilai sifar. Keenamnya, koefisien parameter tahap kesedaran terhadap amalan perniagaan mengikut perspektif Islam bernilai sifar. Dan ketujuhnya, Koefisien parameter-parameter bandar ; negeri ; jantina; agama ; bangsa; taraf pendidikan pemilik perniagaan; bilangan staf atau pekerja; tempoh terlibat dalam bidang berniaga; modal memulakan perniagaan; jualan purata harian; tahap kebersihan dan persekitaran pusat perniagaan; lokasi perniagaan; latarbelakang perniagaan; anggaran keuntungan sehari; jenis perniagaan yang dijalankan; pendapatan purata bulanan perniagaan; bentuk perniagaan yang dijalankan; pernahkah anda atau staf mengikuti kursus etika perniagaan Islam; berapa kali hadir kursus etika perniagaan Islam; dan pendekatan pengurusan perniagaan sekarang terhadap amalan perniagaan mengikut perspektif Islam adalah bernilai sifar.

METODOLOGI PENYELIDIKAN DAN SPESIFIKASI MODEL

Penyelidikan ini menggunakan data primer melalui proses temuduga. Pungutan sampel terhadap 216 orang responden di kawasan-kawasan Sungai Petani, Alor Star, Kulim, Baling, Pulau Langkawi, Butterworth, Kepala Batas, Bukit Mertajam, Kangar dan Arau. Teknik persampelan secara rawak dipilih berdasarkan andaian kajian kawasan responden yang dikaji adalah mengikut peraturan dan undang-undang perniagaan yang sama. Data kajian ini dianalisis menggunakan Statistical Package for Social Sciences versi 11.0 (Agresti et. al (1997) dan Coakes, S.J. dan Steed, L.G. (2001)). Maklumat taburan frekuensi, peratusan dan nilai purata digunakan untuk perbincangan data secara diskriptif. Analisis statistik ujian t satu sampel turut digunakan untuk menguji kaitan pembolehubah-pembolehubah berdasarkan 25 soalan tahap pengetahuan etika, tahap kesedaran dan amalan perniagaan responden dengan min tahap pencapaian yang sepatutnya dicapai oleh peniaga yang berpengetahuan etika perniagaan, peniaga yang mempunyai kesedaran dan peniaga yang mengamalkan perniagaan mengikut perspektif Islam. Sila rujuk Jadual 1.

³ Sila rujuk Ahmad (1991), Ismail (1992), Al-Bukhari (1993), Abdullah (1995), Abd Razak & Nor Zanah (2001), Abu Mazaya (2002), dan Johardy (2003).

RUMUSAN DAN KESIMPULAN

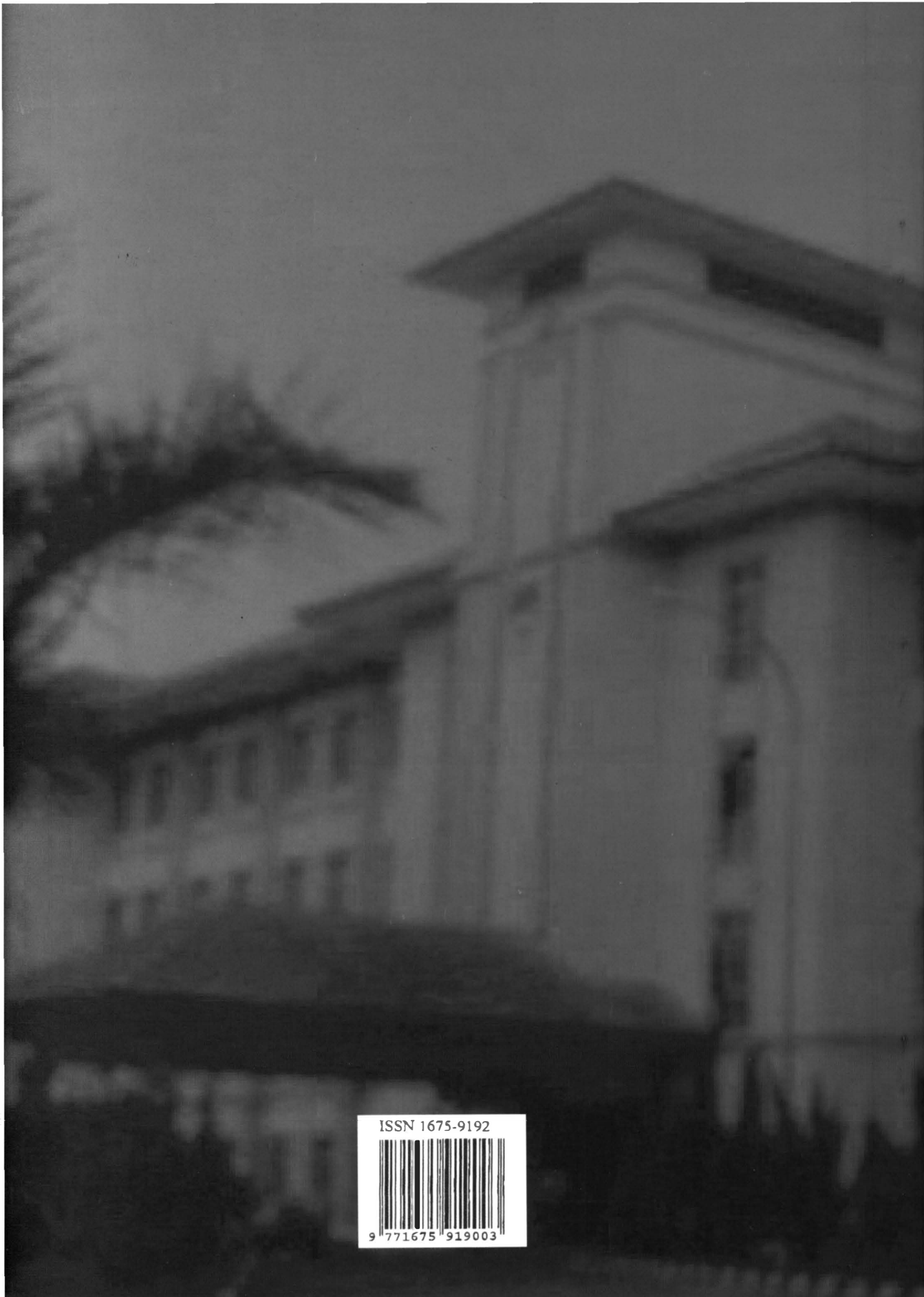
Berdasarkan keputusan penyelidikan adalah disarankan kepada pihak berkuasa khasnya pihak kerajaan wajar mewajibkan bakal-bakal peniaga muslim mengikuti kursus etika perniagaan Islam sebelum dibenarkan menjalankan sesuatu operasi perniagaan sebagaimana kursus asas perkahwinan yang dianjurkan oleh jabatan agama Islam negeri-negeri di negara ini sebelum seseorang muslim dibenarkan berkahwin. Ini adalah penting selaras dengan matlamat kerajaan untuk menjadikan Malaysia sebagai pusat pengeluaran barangan dan perkhidmatan halal diperingkat global. Di samping itu, para pengguna yang berjumlah hampir 24 juta orang di Malaysia, juga turut mendapat munafaat dari segi pengurangan kes-kes salah laku peniaga, penipuan, pecah amanah, penjualan barangan diragui halalnya, penjualan barangan atau perkhidmatan memudaratkan pengguna, penjualan barangan atau perkhidmatan tidak setimpal dengan harga jualannya, dan lain-lain yang memberi kesan negatif kepada pengguna.

Oleh yang demikian, tiga cara untuk memastikan etika perniagaan Islam dilaksanakan iaitu pertamanya, peniaga seharusnya mempunyai ilmu pengetahuan mengenai etika perniagaan Islam dan ini menuntut mereka sentiasa membaca dan memahami apa yang digariskan oleh syariat. Usahawan muslim harus yakin bahawa mereka akan dihadapkan kepada Allah swt dihari akhirat nanti dan akan timbul perasaan takut untuk melanggar perintah Allah swt. Keduanya, pengguna harus memahami etika perniagaan Islam dan memastikan agar peniaga mangamalkannya. Pengguna harus bertindak secara aktif dalam mempertahankan hak-hak mereka sebagai pengguna dan memberi maklumat kepada agensi-agensi kerajaan dan swasta yang terlibat dalam memantau perlaksanaan etika perniagaan sekiranya terdapat penyelewengan. Ketiganya, peranan kerajaan perlu menyediakan garis panduan yang jelas dan lengkap mengenai etika perniagaan untuk diedarkan kepada peniaga, memastikan mereka memahami garis panduan tersebut dan melaksanakannya, membentuk agensi memantau perlaksanaan garis panduan tersebut dengan adil dan saksama tanpa sebarang unsur diskriminasi; dan menyediakan ruang bagi pengguna untuk menyuarakan bantahan dan memberikan maklumat sekiranya terdapat penyelewengan.

BIBLIOGRAFI

- Abd Razak Omar & Nor Zanah Jamari. (2001). *Etika perniagaan dalam sistem tripartite Malaysia*. Kuala Lumpur : Kementerian Perdagangan Dalam Negeri dan Hal Ehwal Pengguna.
- Abdullah Ibrahim. (1995). *Beberapa konsep penting ilmu feqah untuk dunia perniagaan hari ini: Riba' dan Khiyar*. Kertas Kerja Bengkel Feqah Muamalah anjuran Kulliyah Ekonomi, Universiti Islam Antarabangsa Malaysia , Fraser's Pine, Fraser's Hill.
- Abu Mazaya. (2002). *Sirah dan riwayat hidup Nabi Muhammad S.A.W.* Kuala Lumpur : Percetakan Zafar Sdn Bhd.
- Agresti, A. & Finlay, B. (1997). *Statistical methods for the social sciences* (3rd ed). New Jersey : Prentice Hall.
- Al- Bukhari. (1993). *Sahih Al-Bukhari : Terjemahan Hadis* (Jilid 5). Kuala Lumpur : Tajzia Press Sdn. Bhd.

- Coakes, S. J. & Steed, L. G., (2001). *SPSS analysis without anguish*. Singapore : John Wiley & Sons Australia Ltd.
- Frederick, W.C., Post, J.E. & Davis K. (1992). *Business and society: corporate strategy, public policy ethics* (7th ed.). Singapore: Mcgraw-Hill International Edition.
- Gujarati, Damodar N. (1995). *Basic econometrics* (3rd ed.) Singapore : McGraw-Hill, Inc.
- Idris Ahmad S. H. (1991). *Fiqh Syafii* (Jilid 1 & Jilid 2). Kuala Lumpur : Pustaka Antara Sdn Bhd.
- Ismail Basri (1992). *Etika perniagaan dari sudut Islam*. Kertas dibentangkan di Bengkel Etika Peniagaan anjuran Perbadanan Produktiviti Negara, Hotel NPC .
- Kearah memperbaharui OIC agenda untuk keamanan dan kemakmuran. (2003, 16 Oktober). *Berita Harian*, hal. 1.



ISSN 1675-9192



9 771675 919003