

**Motif Keusahawanan dalam Kalangan Usahawan Melayu  
Negeri Kedah**

*(Motives of Entrepreneurship among Malay Entrepreneurs  
in Kedah State)*

SOLAHUDDIN ABDUL HAMID

Pusat Pengajian Umum, Universiti Utara Malaysia  
E-mel: *solah@uum.edu.my*

CHE ZARRINA SA'ARI

Akademi Pengajian Islam, Universiti Malaya

NOR AZZUWAL KILA

Sekolah Keb. Dato' Wan Kemara, Changlun Kedah

**Abstrak**

*Secara fitrahnya, manusia tidak mungkin berikhtiar bersungguh-sungguh tanpa sebarang motif untuk memenuhi keinginan atau memperolehi sesuatu. Kajian ini dijalankan bagi mengenalpasti motif yang mempengaruhi masyarakat Melayu menceburi bidang keusahawanan tanpa mengira bentuk dan skala perniagaan mereka. Pengkaji telah menklasifikasikan keutamaan motif keusahawanan kepada dorongan keagamaan, untuk mendapat kedudukan dalam masyarakat, pembangunan sendiri, keinginan kepada kebebasan serta mendapatkan keuntungan serta jaminan. Sebanyak 102 orang usahawan Melayu yang telah diklasifikasikan sebagai berjaya dalam keusahawanan oleh Pejabat MARA negeri Kedah telah dipilih sebagai sampel kajian. Hasil kajian mendapati, majoriti responden telah memilih dorongan keagamaan sebagai motif utama mereka terlibat dalam bidang keusahawanan. Dapatan kajian ini adalah selari dengan kepercayaan agama responden iaitu agama Islam. Tasawwur, pola berfikir, sistem nilai serta struktur sosial dalam Islam sentiasa mementingkan keseimbangan pembangunan ekonomi dan kerohanian*

**Kata Kunci :** *penghayatan agama, motif dan usahawan Melayu.*

**Abstracts**

*Naturally, humans are not likely to strive hard without any motive to fulfill the desire or obtain something. This study was conducted to identify the motives that influenced the Malay entrepreneur to be involved in entrepreneurship regardless of the type and scale of their business. Researchers have classified priority to boost entrepreneurship to religious motives, to gain a position in*

*the community, personal development, as well as the desire to gain freedom and security. A total of 102 Malay entrepreneurs who have been classified as successful in entrepreneurship by the Pejabat MARA Kedah were selected as sample for the study. The study found that the majority of respondents chose the religious motive as their main motive to be involved in entrepreneurship. This finding is in line with the religious beliefs of respondents are Muslim. Worldview, patterns of thought, value systems and social structures in Islamic has always been prioritized balance of economic development and spirituality*

**Keywords:** *religiousity, motive, Malay entrepreneur.*

### **Pengenalan**

Motif dalam kajian ini merujuk kepada tujuan para usahawan yang dikaji menceburkan diri dalam bidang keusahawanan. Gagasan motif keusahawanan telah diklasifikasikan kepada lima pilihan keutamaan iaitu pembangunan sendiri, keinginan kepada kebebasan, dorongan keagamaan, memperolehi keuntungan yang banyak serta mendapat kedudukan dalam masyarakat. Fokus kajian ini adalah selari dengan saranan Abdul Halim Othman (1993) bahawa kajian terhadap psikologi Melayu perlu melibatkan perincian secara menyeluruh yang merangkumi aspek fizikal, persepsi, sensasi, emosi, motivasi, ingatan, khayalan, pembelajaran dan ketaakulan, personaliti, sifat abnormal, pengaruh keturunan dan sebagainya tanpa mengabaikan nilai dan kepercayaan agama Islam berdasarkan kepentingan dan peranannya dalam peradaban Melayu. Bidang keusahawanan boleh dianggap sebagai asas dalam pembangunan sosio-ekonomi masyarakat kerana ia bukan sahaja mampu mempengaruhi proses pembangunan ekonomi, malah berupaya mencetuskan transformasi sosial sesebuah masyarakat dan negara. Walau bagaimanapun, aktiviti komersil ini sentiasa berhadapan dengan pelbagai risiko. Oleh itu, selain memiliki personaliti usahawan yang bersifat universal seperti berkeyakinan, bijak meraih peluang, dinamik, berkepimpinan, berdisiplin tinggi dan sebagainya, kejayaan atau kegagalan sesuatu perniagaan turut bergantung kepada motif seseorang usahawan.

### ***Kajian Literatur***

Menurut Hasan Langgulung (2004), motif merupakan antara elemen penting bagi merangsang individu dan masyarakat untuk bekerja atau membangun terutamanya apabila sesuatu motif tersebut jelas dan menarik. Andaian tersebut turut disokong oleh Mitchell (2004) yang mendapati antara hakikat yang tidak harus diabaikan adalah kejayaan perniagaan kecil juga bergantung kepada inisiatif para usahawan individu untuk mewujudkan satu perniagaan yang

berdaya maju. Justeru itu, faktor motif individu untuk memulakan kerjaya sebagai usahawan adalah antara asas penting penting dalam memahami tujuan mereka serta merangsang pembangunan keusahawanan.

McClelland (1963;1971) merumuskan bahawa inspirasi kepada pembangunan aktiviti keusahawanan adalah motif pencapaian dan bukannya motif keuntungan. Hipotesis tersebut berdasarkan sekiranya motif keuntungan lebih diutamakan, mereka akan bersara sebaik sahaja memperolehi keuntungan atau wang tanpa perlu mengambil semula sebarang risiko dalam usaha niaga keusahawanan yang lain. Sebaliknya, mereka dilihat terus gigih berusaha membangunkan usaha perniagaan dan industri sendiri. Justeru itu, adalah lebih baik untuk mengandaikan bahawa mereka dimotivasikan oleh keinginan untuk berjaya. Manakala wang dan keuntungan hanyalah sebagai indeks kuantitatif bagi mengukur pencapaian, bukannya satu motivasi untuk aktiviti keusahawanan. Dengan itu, elemen motif adalah salah satu daripada komponen yang penting dalam mengerakkan tingkahlaku dan mengubah personaliti seseorang individu dan sesebuah masyarakat dalam bidang keusahawanan.

Menurut Lambing dan Kuehl (2003) pula, usahawan bertindak atas idea sendiri melalui motif pencapaian yang diterjemahkan kepada tingkahlaku, manakala inisiatif adalah keputusan dalam pencapaian. Manakala Kuratko dan Hodgetts (1995), merumuskan bahawa mengkaji mengapa manusia memulakan perniagaan serta perbezaan mereka daripada golongan bukan usahawan adalah penting untuk memahami motivasi dan tingkahlaku usahawan semasa memulakan serta menjalankan perniagaan.

Berdasarkan tasawwur Islam, manusia tidak pernah dituntut beramal tanpa tujuan. Selain itu, mereka juga perlu bertanggungjawab ke atas setiap tingkahlaku berdasarkan keinginan mereka. Keinginan lebih merupakan satu harapan, kemahuan atau dorongan untuk mencapai sesuatu ataupun untuk membebaskan diri dari sesuatu peransang yang tidak menyenangkan. Manakala usaha adalah penyelesaian sesuatu tugas untuk mencapai keinginan tersebut (Abd Mujib *et al.* (2001). Motif atau niat merupakan dorongan batin bagi seseorang untuk melakukan sesuatu pekerjaan secara bersungguh-sungguh atau sebaliknya. Ia juga boleh menjadi rosak dan tidak bernilai apabila rendahnya niat (komitmen) terhadap sesuatu pekerjaan (Surah *al-Baqarah* (2): 264).

Walau bagaimanapun, personaliti Melayu dalam kajian-kajian keusahawanan sering digambarkan sebagai tidak berminat, kurang berkeyakinan, tidak mahir, kekurangan modal serta menjadikan bidang komersil ini bukan sebagai kerjaya pilihan, tetapi terpaksa lantaran tiada alternatif lain. Atas sebab-sebab ini, jika diberi peluang memilih, mereka dikatakan lebih suka dengan kerjaya konvensional seperti bekerja dengan kerajaan dan menceburi bidang politik daripada berniaga (Mohammad Noorizzudin Nooh

2006, Suhana Sulaiman 1981, dan Chin Yee Wah 2001). Manakala di kalangan usahawan Melayu pula, mereka dikatakan kurang memiliki ciri-ciri tingkahlaku keusahawanan (Sloane, 1999) dan tidak tinggi keinginan pencapaian mereka (Wan Refaei Abdul Rahman, 1993).

Lanjutan itu, kajian ini cuba untuk menghurai dan menganalisis motif sebagai mekanisme pembangunan keusahawanan Melayu khususnya dalam kalangan usahawan Melayu MARA di negeri Kedah. Pemilihan usahawan Melayu adalah selari dengan fokus kajian ini yang mengaitkan konsep motif usahawan berdasarkan perspektif Islam. Manakala pemilihan MARA adalah berdasarkan peranannya yang sinomin dengan hal-ehwal-pembangunan golongan bumiputera terutamanya orang Melayu. Sejak ditubuhkan, MARA telah melaksanakan pelbagai bentuk program dengan pelbagai pendekatan dalam usaha melahirkan seramai mungkin usahawan Bumiputera, bukan sahaja dari segi bilangan malah kualiti yang menepati matlamat. Oleh kerana kemampuan usahawan Bumiputera berbanding kaum lain sangat terbatas sama ada dari segi bilangan mahupun nilai urus niaga, maka soal bantuan kerajaan terhadap mereka tetap menjadi agenda penting.

#### Jadual 1

##### *Keluasan Daerah dan Jumlah Penduduk Tahun 2002-2020*

Daerah	Keluasan Hektar	Peratusan	Jumlah Penduduk	Peratusan
Kota Star	66,378.70	7.01	372,292	22.6
Kuala Muda	92,136.74	9.73	358,663	21,7
Kulim	76,575.98	8.09	201,636	12.2
Kubang Pasu	94,739.67	10.01	194,440	11.8
Baling	154,334.85	16.3	130,352	7.9
Pendang	62,992.92	6.65	93,945	5.7
Langkawi	47,057.57	4.97	73,091	4.4
Yan	24,182.33	2.55	64,936	3.9
Sik	165,569.31	17.49	62,225	3.8
Padang Terap	135,735.66	14.34	58,399	3.5
Bandar baru	27,048.09	2.86	39,777	2.41
KEDAH	946,751.90	100	1,649,758	100

Sumber: Ringkasan Laporan Pemeriksaan Rancangan Struktur Negeri Kedah 2002-2020

Manakala negeri Kedah yang menjadi lokasi kajian ini terletak bersempadan dengan Perak dan Pulau Pinang di Selatan, sementara Perlis dan Thailand di sebelah di Utara Semenanjung Malaysia. Negeri yang berkeluasan

9,426 kilometer persegi ini mempunyai 11 daerah iaitu Kota Star, Kuala Muda, Kulim, Kubang Pasu, Baling, Pendang, Langkawi, Yan, Sik, Padang Terap dan Bandar Baharu manakala bandaraya Alor Setar sebagai ibu negeri dan pusat pentadbiran kerajaan negeri. Terdapat 11 petempatan utama iaitu Alor Setar, Sungai Petani, Kulim, Jitra, Baling, Pendang, Kuah, Yan, Sik, Kuala Nerang dan Serdang.

Majoriti besar penduduk di negeri Kedah adalah Melayu iaitu 75.4 peratus daripada keseluruhan jumlah penduduk, diikuti oleh Cina 14.6 peratus, India 7.0 peratus, Thai 1.4 peratus dan lain-lain 1.0 peratus. Dalam konteks semasa, bidang keusahawanan masih merupakan sumber utama negeri Kedah selain pertanian. Negeri yang terkenal dengan jolokan 'jelapang padi' ini mempunyai potensi dalam pembangunan sumber manusia dan mampu menampung permintaan gunatenaga untuk 20 tahun akan datang. Ini kerana, 80.6 peratus daripada penduduk tahun 2000 adalah tergolong dalam lingkungan umur 0-44 tahun. Jumlah tenaga buruh telah meningkat daripada 427.7 ribu (1980) kepada 483.4 ribu (1990) dan 644 ribu (2000). Perubahan struktur ekonomi negeri yang menjurus kepada perindustrian dan perkhidmatan dalam tempoh 1990-2000 telah menyebabkan peningkatan gunatenaga (Jabatan Perancangan Bandar dan Desa, 2001). Secara tidak langsung ia juga membantu dalam perkembangan proses keusahawanan di negeri ini.

### **Metodologi**

Kajian ini akan menggunakan pendekatan rekabentuk deskriptif menggunakan soal selidik bagi mendapatkan ukuran, gambaran atau fenomena semasa berkaitan keadaan atau ciri-ciri yang terdapat dalam populasi kajian. Rekabentuk kajian ini dibina untuk mengkaji motif keusahawanan dalam kalangan usahawan Melayu yang telah diklasifikasikan sebagai berjaya oleh pejabat MARA negeri Kedah.

### ***Instrumen***

Instrumen soal-selidik ini dibina sendiri oleh pengkaji hasil adaptasi daripada kajian-kajian terdahulu. Item-item yang terdapat dalam soal selidik ini diadaptasi daripada kajian Mitchell (2004) yang menggabungkan idea daripada kajian-kajian oleh Butner dan Moore, Hisrich, Hisrich dan Brush, Fischer, Reuber dan Dyke, Scheinberg and MacMillan dan Singh yang telah mengadakan kerjasama bersama penyelidik daripada 11 negara untuk mengukur motif usahawan.

Pengkaji membahagikan gagasan yang mengandungi 20 item ini kepada 5 keutamaan motif iaitu dorongan keagamaan, mendapat kedudukan dalam masyarakat, pembangunan sendiri, keinginan kepada kebebasan dan

mendapatkan keuntungan serta jaminan sumber pendapatan. Pengukuran gagasan ini dibuat dengan menggunakan skala Likert lima point iaitu 1: Sangat Tidak Setuju, 2: Tidak Setuju, 3: Tidak Pasti, 4: Setuju dan 5: Sangat Setuju.

### ***Persampelan***

Populasi kajian melibatkan usahawan Melayu yang telah diklasifikasikan sebagai berjaya oleh Pejabat MARA negeri Kedah. Daripada 7333 orang personaliti usahawan, sebanyak 276 orang telah diklasifikasikan sebagai berjaya. Sampel kajian Seramai 102 orang telah dipilih dengan menggunakan teknik persampelan rawak sistematik perkadaran (*proportinate systematic random sampling*) yang lebih berkesan bagi mendapatkan data daripada setiap daerah.

### ***Kajian Rintis***

Tujuan kajian rintis adalah untuk menilai tahap kebolehpercayaan dan kesahan pengukuran yang digunakan dalam kajian. Ujian kebolehpercayaan pengukuran adalah penting bagi memastikan kestabilan dan kemantapan pengukuran yang digunakan (Wiersma, 2000) serta mengelak daripada berlakunya bias (Sekaran, 2000). Instrumen yang mampu mengukur sesuatu gagasan atau pembolehubah dengan tekal seharusnya mempunyai kebolehpercayaan yang tinggi (Mohd. Majid Konting, 1990). Pengkaji telah melakukan kajian rintis telah dilakukan sebanyak dua kali. Nilai kebolehpercayaan *alpha Cronbach* instrumen daripada kajian rintis yang pertama adalah 0.88 manakala nilai kebolehpercayaan *alpha Cronbach* kajian rintis yang kedua ialah 0.85. Analisis kebolehpercayaan kajian ini menunjukkan majoriti responden dapat memahami item-item dalam skala dengan baik. Oleh itu, soal skala ini sesuai digunakan sebagai instrumen dalam kajian ini.

### **Dapatan Kajian**

Majoriti responden memilih dorongan keagamaan sebagai motif mereka terlibat dalam bidang keusahawanan. Keputusan ini adalah hasil perbandingan antara skor min yang diperolehi. Skor min yang diperolehi oleh dorongan keagamaan ialah 27.83. Kemudian diikuti motif untuk mendapat kedudukan dalam masyarakat dengan skor min 19.17, pembangunan sendiri dengan skor min 16.86, keinginan kepada kebebasan dengan skor min 12.74 dan mendapatkan keuntungan serta jaminan dengan skor min 11.00. Jadual 2 berikut menunjukkan motif responden mengikut keutamaan.

Selari dengan tuntutan agama, motif dorongan agama mengandungi item-item seperti menyara diri dan keluarga, melaksanakan tuntutan fardhu kifayah, mengikut sunnah Rasulullah s.a.w., menawarkan barangan atau

perkhidmatan yang suci kepada pengguna Islam, membantu memulih imej agama dalam bidang ekonomi serta membantu menawarkan peluang pekerjaan untuk umat Islam. Persetujuan responden terhadap kepentingan elemen-elemen dorongan keagamaan tersebut dapat dilihat dalam jadual 3 di bawah:

Jadual 2

*Motif Responden Mengikut Keutamaan*

Motif	Skor min
Dorongan keagamaan	27.83
Mendapat kedudukan dalam masyarakat	19.17
Pembangunan sendiri	16.86
Keinginan kepada kebebasan	12.74
Mendapatkan keuntungan serta jaminan	11.00

Jadual 3

*Analisis Dorongan Keagamaan*

Item	Sangat Tidak Penting	Tidak Penting	Sederhana Penting	Penting	Sangat Penting
Sebagai jaminan keperluan hidup kepada diri dan keluarga	-	-	11 (10.8%)	22 (21.6%)	69 (67.6%)
Melaksanakan tuntutan agama (fardhu kifayah)	-	-	3 (2.9%)	19 (18.6%)	80 (78.4%)
Mengikut sunnah Rasulullah s.a.w.	-	-	4 (3.9%)	21 (20.6%)	77 (75.5%)
Menawarkan barangan atau perkhidmatan yang suci kepada pengguna Islam	-	1 (1.0%)	3 (2.9%)	18 (17.6%)	80 (78.4%)
Membantu memulih imej agama dalam bidang ekonomi pada pandangan	1 (1.0%)	-	5 (4.9%)	32 (31.4%)	64 (62.7%)
Membantu menyediakan peluang pekerjaan untuk umat Islam	1 (1.0%)	-	4 (3.9%)	38 (37.3%)	59 (57.8%)

Motif responden dalam kajian ini adalah berbeza dengan dapatan kajian Gartner (1989) yang mendapati wang, kekayaan, kemashyuran, kebebasan dan

kepuasan diri merupakan motif utama dalam perniagaan. Memandangkan tasawwur sesuatu bangsa terhadap alam semesta biasanya dipengaruhi oleh agama atau budaya yang dianuti ketika mereka melihat, mendekati dan berinteraksi dengan segala sesuatu dalam kehidupannya, perbezaan ini mungkin disebabkan oleh perbezaan pegangan agama mereka. Amir Hussin Baharuddin (2002) menjelaskan, berbeza dengan sains fizikal dan tulen seperti matematik, bidang sains sosial dan kemanusiaan yang melibatkan gelagat dan institusi manusia memang tiada unsur keselarasan dan keserasian secara langsung walaupun memang terdapat sesetengah konsep dan teori sains sosial yang universal. Namun, apabila manusia itu mengambilkira soal agama, budaya, dan kuasa, cerita rasionalnya sudah berubah.

### **Perbincangan, Implikasi dan Cadangan**

Secara umumnya, dapatan kajian ini adalah selari dengan tasawwur, pola berfikir dan sistem nilai dalam masyarakat Melayu. Secara teorinya, jati diri Melayu dari sudut maknawi yang bersifat ilmiah, historis dan undang-undang terangkum dalam takrifan berdasarkan kelompok etnik atau sosio-budaya dan perlembagaan (Perkara 160 (2)) adalah beragama Islam, berbahasa Melayu dan beradat resam Melayu. Dalam tiga faktor pengukur ini, agama adalah yang paling utama kerana ia telah, masih dan akan terus memberikan jati diri dan makna hidup kepada umat Islam yang berbahasa Melayu. Islam ialah ciri penting dalam memberi konsep “orang Melayu” berasaskan kepada tradisi yang menganggap bahawa semua orang Melayu tanpa mengira asal keturunan, berpegang kepada Islam (Wan Mohd Nor Wan Daud, 2007).

Islam serta struktur sosialnya sangat menggalakkan pembangunan ekonomi yang seimbang dengan pembangunan kerohanian. Tiada istilah kerahiban yang menentang dan menekan pemuasan motivasi-motivasi jasmani sebagaimana juga tiada istilah permisivisme mutlak bagi memuaskan motivasi-motivasi dari tubuh dan jiwa manusia (Muhammad ‘Uthman Najati, 2001). Secara teori dan aplikasinya, motif ekonomi tidak bercanggah dengan Syariat Islam, sebaliknya terdapat galakan supaya mencari rezeki yang halal terutamanya dalam bidang keusahawanan. Malahan kemuliaan usahawan tersebut semakin bertambah apabila perniagaannya beroperasi berdasarkan prinsip-prinsip Islam yang syumul (al-Ghazali 1996, ‘Abd al-Hafiz Faraghli ‘Ali al-Qarni 1987 dan Muhammad Nejatullah Siddiqi, 2000).

Secara fitrahnya, personaliti manusia dijadikan dalam keadaan berbeza antara satu sama lain sama ada dari segi keinginan atau kemampuan mereka untuk melakukan sesuatu (Surah al-Nisa’ (4): 32). Dalam hal ini, Imam al-Ghazali (1966) telah mengklasifikasikan manusia yang bekerja kepada tiga golongan iaitu orang yang bekerja semata-mata untuk kehidupan dunia akan



mengalami kerugian yang amat besar di akhirat, manakala orang yang berusaha semata-mata untuk akhirat hanya akan beroleh kemenangan di akhirat kelak. Tetapi, orang yang menjadikan kerjanya di dunia sebagai usaha untuk akhirat adalah sebahagian daripada orang-orang yang sederhana atau pertengahan. Tingkat pertengahan ini hanya boleh dicapai melalui usaha-usaha yang berdasarkan kepada Syariat Islam atau mengikut jalan yang benar. Manakala Shafiq Falah Alawneh (2009) menjelaskan melalui naluri, peransang dan motif yang dikurniakan oleh Allah S.W.T. manusia mencorakkan tingkahlaku dan kehidupannya supaya menjadi lebih baik.

Setiap sistem ekonomi sama ada Islam, sekular, sosialis dan kapitalis cenderung untuk mengenalpasti satu motif asas yang boleh digunakan seterusnya digeneralisasikan kepada seluruh manusia. M. Umer Chapra (1992) menyatakan, jika individu atau masyarakat tidak diberikan motivasi sewajarnya, tiada sistem ekonomi yang mampu untuk merealisasikan sama ada dari segi kecekapan penggunaan sumber ataupun kesaksamaan pengagihan. Justeru itu, adalah mustahil manusia berikhtiar bersungguh-sungguh tanpa sebarang motivasi dan motif kerana ia telah melanggar fitrah yang telah ditetapkan oleh Allah S.W.T. (Surah al-Najm (53): 39-41) kepada manusia (Badwi Mahmud al-Shaykh, 2000).

Dalam pada itu, Khaliq Ahmad dan AbulHassan M. Sadeq (2001) berpandangan, aktiviti perniagaan tidak boleh beroperasi secara terasing daripada persekitaran politik, budaya, ekonomi dan teknologi sesebuah masyarakat. Manakala Muhammad Nejatullah Siddiqi (2000) mengatakan, jika mahu mencapai perubahan hidup, seharusnya dilaksanakan pendekatan yang sesuai dengan semua aspek kehidupan sama ada ekonomi, politik, sosial atau kerohanian. Ini kerana, kecemerlangan dan keunggulan sesuatu bangsa hanya boleh tercapai menerusi penghayatan nilai-nilai agama dan budaya sendiri. Hakikat ini turut diakui oleh Drucker (1979) yang menegaskan bahawa sistem pengurusan yang baik dan berjaya ialah sistem yang diasaskan kepada nilai-nilai masyarakat itu sendiri untuk keperluan mereka sendiri. Dengan merujuk Jepun dan German sebagai contoh, Drucker (1992) mengatakan kemampuan kedua-dua negara tersebut bangkit semula selepas menderita kekalahan paling parah dalam sejarah, bukan kerana mereka telah menukar budaya sendiri, tetapi merubah perilaku mereka.

Lanjutan itu, sebarang program pembangunan ekonomi atau pembudayaan keusahawanan terhadap masyarakat Melayu secara khusus, seharusnya turut meletakkan Islam sebagai asas. Ini kerana, proses transformasi keislaman di Tanah Melayu turut melibatkan adat dan budaya Melayu. Jika merujuk kepada takrifan Melayu seperti yang telah dinyatakan sebelum ini, orang Melayu akan kehilangan segala-galanya termasuk keperibadian mereka kerana meninggalkan Islam bererti meninggalkan Melayu itu sendiri (Siddiq

Fadzil, 1992). Agama adalah jati diri bagi seluruh umat Islam sama ada seseorang itu ikhlas atau tidak dalam beragama serta dalam suasana majoriti atau minoriti. Komitmen dalam keagamaan adalah bukti dan pernyataan identiti seseorang Muslim. Walau bagaimanapun, dorongan keagamaan hanya mampu menjadikan usahawan lebih berusaha bersungguh-sungguh untuk mencapai kejayaan dalam perniagaan. Motif tersebut bukanlah merupakan jaminan mutlak untuk menjadikan seseorang itu usahawan berjaya dari segi kebendaan kerana kapasiti manusia adalah sekadar berusaha.

### Penutup

Unsur dalaman yang membentuk dan mengarahkan seseorang bertingkah laku adalah berdasarkan motif dan keperluan tertentu melalui dua dimensi iaitu intrinsik dan ekstrinsik. Motif intrinsik terdiri daripada dorongan yang bersifat batin dan lahiriah. Dorongan batiniah di dalam diri manusia adalah seperti keinginan untuk memperolehi keredaan Allah S.W.T., penghormatan, pujian, kepuasan, kenikmatan dan lain-lain. Manakala dorongan lahiriah adalah seperti mendapatkan hadiah, wang, dan lain-lain. Motif-motif ini muncul berdasarkan keperluan, pengetahuan dan cita-cita. Manakala motif ekstrinsik muncul akibat ganjaran, hukuman dan persaingan. Oleh itu, manusia seharusnya didorong supaya mengejar kepentingan diri masing-masing dalam batas-batas Syariah dan kesejahteraan sosial. Motif dan dorongan motivasi dan kemudahan fizikal semata-mata tidak mencukupi untuk membentuk budaya kerja yang cemerlang. Seharusnya, motif tersebut perlu dibimbing, dikawal, diarah dan disusun supaya ia bergerak ke arah yang dituju melalui disiplin. Istilah disiplin dalam konteks yang lebih luas tidak hanya terbatas kepada sekatan, malah ia juga melibatkan kesepaduan pendidikan dan latihan. Ini kerana, ganjaran baik dan buruk seseorang tidak terhad di dunia sahaja, malah melangkaui sempadan sehingga ke akhirat.

### Rujukan

- Abdul Halim Othman. (1993). *Psikologi Melayu*. Kuala Lumpur: Dewan Bahasa dan Pustaka.
- Abd Mujib, M. Ag. dan Jusuf Mudzakir, M. Si. (2001). *Nuansa-Nuansa psikologi Islam*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- 'Abd al-Hafiz Faraghli 'Ali al-Qarni. (1987). *al-Buyu' fi al-Islam*, c.1, Kaherah: Dar al-Sahwah li al-Nashr wa al-Tawzi'.
- Abi Hamid Muhammad bin Muhammad al-Ghazali. (1996). *Ihya' 'ulum al-din*, Beirut: Dar al-Kutub al-'Ilmiyyah.
- Amir Hussin Baharuddin. (2002). "Sains ekonomi dalam realiti Malaysia suatu penilaian kritis, Siri Syarahan Umum", *Syarahan umum perlantikan profesor*. Pulau Pinang: Penerbit Universiti Sains Malaysia.

- Chin Yee Wah. (2001). "Transformasi budaya niaga usahawan Cina di Semenanjung Malaysia", *Kajian Malaysia*, XIX(1), 60-101.
- Chua Yan Piaw (2006), *Kaedah penyelidikan*, Buku 1. Kuala Lumpur: Mc Graw Hill.
- Drucker, P. F. (1974). *Management: Tasks, responsibilities, practices*, London: Heinemann.
- Drucker, P. F. (1992). *Managing for the future: the 1990s and beyond*, New York: Dutton.
- Hasan Langguling. (2004). *Manusia dan pendidikan, satu analisa psikologis, filsafat dan pendidikan*, Jakarta: Pustaka al-Husna Baru.
- Khaliq Ahmad dan AbulHassan M. Sadeq. (2001). "Ethics in business and management: A summary", dalam Khaliq Ahmad dan Abul Hassan M. Sadeq (eds.), *Ethics in business and management, Islamic and mainstream approach*. London: ASEAN Academic Press.
- Kuratko, D. F. dan Hodgetts, R. M. (1995). *Entrepreneurship: A contemporary approach*, Fort Worth: The Dryden Press.
- Lambing, P. A. dan Kuehl, C. R. (2003). *Entrepreneurship*. New Jersey: Prentice Hall.
- M. Umer Chapra. (1992). *Islam and the economic challenge*. United Kingdom: The Islamic Foundation.
- McClelland, D. C. (1961). *The achieving society*. New York: Collier-MacMillan.
- McClelland, D. C. (1971). "The achievement motive in economic growth", dalam Peter Kilby (eds.) *Entrepreneurship and economic development*, New York: The Free Press.
- Mohammad Noorizzudin Nooh. (2006). "Meletakkan usahawan Islam di peta dunia", *Utusan Malaysia*: Mei 24, h. 24.
- Mohd. Majid Konting. (1990). *Kaedah penyelidikan pendidikan*, c. 2, Kuala Lumpur: Dewan Bahasa dan Pustaka.
- Muhammad Nejatullah Siddiqi. (2000). *The economic enterprise in Islam*, c. 2, Lahore: Islamic Publications Ltd.
- Muhammad 'Uthman Najati. (2001). *Al-Qur'an wa 'ilm al-nafs*, c.7. Kaherah: Dar al-Shuruq.
- Jabatan Perancangan Bandar dan Desa. (2001., *Ringkasan Laporan Pemeriksaan Rancangan Struktur negeri Kedah (2002-2020)*, Kuala Lumpur: JPBD.
- Riaz Hassan. (2007). "On Being Religious: Pattern of Religious Commitment in Muslim Societies", *The Muslim World*, 97, 437.
- Sekaran, U. (2000). *Research methods for business*, c. 3, New York: John Wiley & Sons, Inc.
- Shafiq Falah Alawneh. (2009). "Human motivation: An Islamic perspective", dalam Amber Haque dan Yasien Mohamed (eds), *Psychology of personality, Islamic Perspective*, Singapura: Cengage-Learning Asia Pte Ltd.

- Siddiq Fadzil. (1992). *Minda Melayu Baru*. Kuala Lumpur: Institut Kajian Dasar
- Solahuddin Abdul Hamid. (2012). "Penghayatan agama sebagai motivasi keinginan pencapaian: kajian usahawan Melayu MARA, Kedah", (Tesis Doktor Falsafah, Jabatan Akidah dan Pemikiran Islam, Akademi Pengajian Islam, Universiti Malaya).
- Sloane, P. (1999). *Islam, modernity and entrepreneurship among the Malays*. London: Macmillan Press LT.
- Suhana Sulaiman. (1981). "Sikap masyarakat Melayu yang tergambar dalam Buku Sejarah Melayu dan Novel Sandra", (Latihan Ilmiah, Jabatan Psikologi, Universiti Kebangsaan Malaysia)
- Wan Refaei Abdul Rahman. (1993). "Psikologi dalam konteks satu pendekatan", *Syarah Perdana Jawatan Professor Universiti Kebangsaan Malaysia*, 10 April, Bangi: Penerbit Universiti Kebangsaan Malaysia.
- Wiersma, W. (2000). *Research in education: An introduction*, Boston: Allyn and Bacon.
- Willam, G. (1989). "Who is an entrepreneur? Is The wrong question", *Journal of Entrepreneurship: Theory and Practice*, Summer, University.