

INDIVIDUAL PERCEPTION AND ENVIRONMENTAL MANAGEMENT OF ASNAF WOMEN ENTREPRENEURS ON BUSINESS PERFORMANCE: A STUDY IN THE FEDERAL TERRITORY

PERSEPSI INDIVIDU DAN PENGURUSAN PERSEKITARAN USAHAWAN ASNAF WANITA TERHADAP PRESTASI PERNIAGAAN: KAJIAN DI WILAYAH PERSEKUTUAN

Siti Sarah Izhami, Muhammad Syahrul Deen Ahmad Rosliⁱⁱ, Mohd Afandi Mat Raniⁱⁱⁱ, Shahirah Said^{iv}, Fakhrur Radzi Muslim^v, Mohd Izzat Amsyar Mohd Arif^{vi} & Faezy Adenan^{vii}

- ⁱ (*Corresponding author*). Pensyarah Kanan, Akademi Pengajian Islam Kontemporari (ACIS), Universiti Teknologi Mara (UiTM), 40000, Shah Alam, Selangor. sarahizham@uitm.edu.my
- ⁱⁱ Pensyarah Kanan, Akademi Pengajian Islam Kontemporari (ACIS), Universiti Teknologi Mara (UiTM). syahruldeen@uitm.edu.my
- ⁱⁱⁱ Profesor Madya, Akademi Pengajian Islam Kontemporari (ACIS), Universiti Teknologi Mara (UiTM). mohdafandi@uitm.edu.my
- ^{iv} Pensyarah Kanan, Akademi Pengajian Islam Kontemporari (ACIS), Universiti Teknologi Mara (UiTM), Cawangan Pulau Pinang, Kampus Permatang Pauh. shahirah4572@uitm.edu.my
- ^v Calon Sarjana, Akademi Pengajian Islam Kontemporari (ACIS), Universiti Teknologi Mara (UiTM). 2020726783@student.uitm.edu.my
- ^{vi} Pensyarah Kanan, Akademi Pengajian Islam Kontemporari (ACIS), Universiti Teknologi Mara (UiTM). izzatamsyar@uitm.edu.my
- ^{vii} Pensyarah Kanan, Akademi Pengajian Islam Kontemporari (ACIS), Universiti Teknologi Mara (UiTM). faezyadenan@uitm.edu.my

Abstract	<p><i>Studies related to asnaf entrepreneurs have been conducted, including the forms of capital distribution assistance, the effectiveness of the aid, and strategies to build their entrepreneurship. However, the studies are general, covering men and women. Studies that focus on women asnaf entrepreneurs specifically are not yet widespread. Therefore, the main goal of this study is to identify and further analyze the perceptions of individuals and the management environment of women asnaf entrepreneurs in the Federal Territory on the performance of business conducted by them. This study uses a survey approach through survey instruments in obtaining quantitative data. The obtained data were then analyzed and presented with descriptive statistics and significance tests. The results of subsequent statistical tests will conclude the characteristics of the studied population. The study results found that the individual perception of women asnaf entrepreneurs is an internal factor of women asnaf entrepreneurs, including community relations, surrounding influences, and current relevance. While the management of the external environment must be emphasized through the provision of adequate capital as well as continuous training and guidance so that their self-management confidence is intact and they can be independent in business. The results of this study can be used as a guide to the Federal Territory zakat in helping and developing the business of women asnaf entrepreneurs.</i></p> <p><i>Keywords: Factors, Women, Asnaf, Entrepreneurs, Performance.</i></p>
Abstrak	<p><i>Kajian berkaitan usahawan asnaf telah banyak dijalankan yang merangkumi bentuk-bentuk bantuan agihan modal, keberkesanan bantuan dan strategi</i></p>

membina keusahawanan mereka. Walau bagaimanapun, kajian-kajian tersebut bersifat umum iaitu yang meliputi lelaki dan wanita. Kajian yang berbentuk memberi penekanan kepada usahawan asnaf wanita secara spesifik masih belum meluas. Justeru itu, matlamat utama kajian ini adalah untuk mengenalpasti seterusnya menganalisis persepsi individu dan pengurusan persekitaran usahawan asnaf wanita di Wilayah Persekutuan terhadap prestasi perniagaan yang dijalankan oleh mereka. Kajian ini menggunakan pendekatan tinjauan, menerusi instrumen kaji selidik dalam mendapatkan data-data kuantitatif. Data-data yang diperolehi kemudiannya dianalisis dan dipersembahkan dengan statistik perihalan dan ujian signifikan. Keputusan ujian-ujian statistik seterusnya akan memberi kesimpulan terhadap ciri-ciri populasi yang dikaji. Hasil kajian mendapati bahawa persepsi individu usahawan asnaf wanita ialah bersifat faktor dalaman usahawan asnaf wanita dan ia merangkumi hubungan masyarakat, pengaruh sekeliling dan relevan semasa. Manakala pengurusan persekitaran bersifat luaran yang mesti ditekankan menerusi pemberian modal yang mencukupi serta latihan dan bimbingan yang berterusan agar keyakinan pengurusan sendiri mereka utuh dan mereka mampu berdikari dalam perniagaan. Hasil daripada kajian ini, dapat dijadikan panduan kepada pihak zakat Wilayah Persekutuan dalam membantu dan mengembangkan perniagaan para usahawan asnaf wanita.

Kata kunci: Faktor, Wanita, Asnaf, Usahawan, Prestasi.

PENDAHULUAN

Usahawan merupakan golongan yang bekerja kuat, mempunyai idea-idea baru, mempunyai daya cipta dan kreativiti yang tinggi, sanggup menghadapi risiko kehilangan harta benda dan berusaha meningkatkan operasi perniagaan mereka. Aktiviti keusahawanan adalah perkara yang dijalankan oleh para usahawan. Hakikatnya, aktiviti ini memberi impak dan sumbangan yang besar kepada individu, masyarakat dan negara. Dalam semua dasar kerajaan sejak selepas kemerdekaan sehingga kini, tumpuan dalam bidang ekonomi adalah melalui Dasar Ekonomi Baru (1971-1990), Dasar Pembangunan Negara (1990-2000), Dasar Wawasan Negara (2001-2010) dan Model Ekonomi Baru (2011-2020).

Selain itu, dalam Rancangan Malaysia ke-12 (2021-2025) dan Rancangan Malaysia ke-13 (2026-2030), keusahawanan menjadi bidang keutamaan nasional. Malah sebahagian besar kementerian dan agensi kerajaan menjadikan keusahawanan sebagai elemen penting dalam setiap dasar yang dibangunkan. Kewujudan Kementerian Pembangunan Usahawan (MED) pada tahun 2018 yang merangka ekosistem keusahawanan yang holistik, kondusif dan inklusif ke arah untuk menjayakan Malaysia sebagai sebuah negara keusahawanan.

Peranan ini sejajar dengan Matlamat Pembangunan Mapan (SDG) yang merangkumi tiga unsur utama SDGs, iaitu ekonomi, sosial dan persekitaran yang melibatkan kehidupan bandar dan luar bandar. Golongan usahawan memainkan peranan penting dalam menggerakkan perubahan dalam struktur ekonomi masyarakat sesebuah negara (Ab. Aziz, 2010).

Golongan asnaf merupakan golongan yang berada di bawah kategori penerima zakat. Di mana, agihan zakat kepada para asnaf untuk membangunkan perniagaan telah bermula sejak tahun 1990an. Pada peringkat permulaan, peranan institusi zakat hanya tertumpu kepada pengagihan bantuan berbentuk material sahaja tetapi asnaf tersebut tidak dibimbing dan dibentuk untuk menjadi usahawan yang berjaya. Transformasi agihan zakat bantuan modal ke arah memberi "pancing" bukan sahaja memberikan asnaf fakir miskin pendapatan lumayan, malah mendidik mereka menjadi insan yang berjaya di dunia dan akhirat (Rizal, 2015).

Usahawan asnaf secara umumnya dapat difahami sebagai kelompok asnaf khususnya dalam kumpulan fakir dan miskin yang ingin ditransformasikan daripada asnaf

tidak produktif menjadi asnaf produktif menerusi platform keusahawanan. Kelompok ini akan diberikan bantuan dan bimbingan yang diperlukan bagi membolehkan mereka bergelar usahawan (Sanep, 2012).

Dalam merangsang pembangunan ekonomi negara yang dilaksanakan oleh pihak kerajaan peranan golongan wanita tidak boleh dikesampingkan. Pelan Harapan Pembangunan Luar Bandar 2018-2023 antara yang difokuskan adalah kepada pemerkasaan wanita luar bandar. Usaha untuk memperbanyakkan peluang pekerjaan yang boleh diceburi oleh golongan wanita, memberi latihan kesedaran dan pemerkasaan wanita dan menjadikan pusat komuniti desa sebagai pusat aktiviti wanita (Dokumen Pelan Harapan Pembangunan Luar Bandar 2018-2023).

OBJEKTIF KAJIAN

Bantuan daripada aspek dalaman mahupun luaran usahawan asnaf wanita sangat diperlukan. Mereka ini adalah golongan yang kurang berkemampuan dari sudut kewangan apatah lagi mereka ini adalah wanita yang mempunyai komitmen terhadap rumah tangga dan anak-anak. Lagi menyukarkan jika mereka ini terdiri daripada ibu tunggal.

Atas dasar itu, tujuan utama kajian ini adalah untuk melihatkan apakah persepsi usahawan wanita yang merangkumi faktor dalam diri mereka sendiri dan pengurusan persekitaran iaitu faktor luaran yang menjadi sistem sokongan kepada mereka dalam meneruskan misi menjadi usahawan sekali gus berusaha keluar dari belunggu kemiskinan.

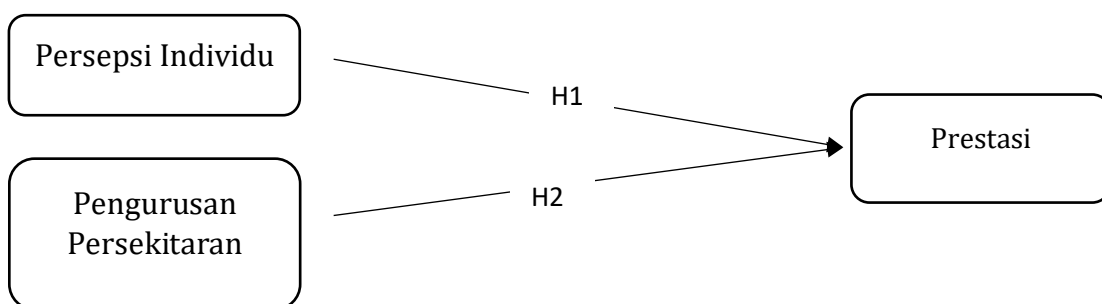
Hasil kajian ini sangat penting untuk menjadi rujukan oleh mana-mana institusi atau badan yang bertanggungjawab menguruskan mereka untuk cakna dan menyusun strategi membantu mereka dengan lebih baik.

METODOLOGI KAJIAN

Kajian ini dibuat melalui kajian tinjauan, menerusi instrumen kaji selidik dalam mendapatkan data-data kuantitatif. Data-data yang diperoleh kemudiannya dianalisis dan dipersembahkan dengan statistik perihalan dan ujian signifikan (Masri, 2005). Keputusan ujian-ujian statistik seterusnya akan memberi kesimpulan terhadap ciri-ciri populasi yang dikaji. Populasi untuk kajian ini dipilih mengikut pemilihan sampel bertujuan.

Kajian dijalankan di sekitar Wilayah Persekutuan terhadap asnaf wanita yang menjalankan perniagaan. Data golongan wanita asnaf diperoleh daripada Majlis Agama Islam Wilayah Persekutuan secara langsung dan ia memenuhi karakteristik dan ciri-ciri yang ditentukan di dalam kajian. Responden adalah yang mempunyai persamaan secara umum iaitu yang berada di bawah bantuan dan bimbingan MAIWP. Borang kaji selidik diedarkan menerusi *google form* dan diisi oleh asnaf wanita yang berdaftar dengan MAIWP.

Kerangka Model Kajian



Kajian ini dijalankan untuk mengenal pasti persepsi individu dan pengurusan persekitaran terhadap prestasi usahawan wanita asnaf. Persepsi individu adalah antara elemen yang penting di dalam prestasi keusahawanan kerana ia adalah berkait dengan diri usahawan itu sendiri dan memerlukan kepada kajian terhadap apakah jenis-jenis persepsi

individu dan bagaimana ia membantu di dalam pengembangan prestasi perniagaan mereka. Manakala pengurusan persekitaran keusahawanan adalah aspek utama di dalam proses serta strategi perniagaan yang penting di dalam peningkatan prestasi perniagaan (Bin Yusoff et al., 2018; Fuller et al., n.d.; Othman et al., 2020).

Dengan ini, kajian ini mempunyai dua hipotesis iaitu:

H1: Persepsi individu mempunyai impak terhadap prestasi usahawan wanita asnaf

H2: Pengurusan persekitaran mempunyai impak terhadap prestasi perniagaan usahawan wanita asnaf.

Pengekodan Soalan Dan Item

Persepsi Individu	Saya mempunyai kawan yang membantu saya memulakan perniagaan semasa memulakan perniagaan dahulu.	Hubungan masyarakat	PI1
	Saya mempunyai mentor atau penasihat semasa memulakan perniagaan dahulu.	Mentor	PI2
	Orang di sekeliling menyokong saya menjadi usahawan semasa memulakan perniagaan dahulu.	Pengaruh sekeliling	PI3
	Keadaan sekeliling menyebabkan saya jarang mengubah strategi pemasaran perniagaan .	Relevan semasa	PI4
	Saya selesa dengan persekitaran saya	Keselesaian	PI5
Pengurusan Persekitaran	Saya sentiasa bersedia untuk menghadapi arus perubahan semasa.	keseimbangan	PP1
	Saya bersedia menghadapi cabaran persaingan dalam kualiti barangan atau keabadian yang hebat.	Keyakinan ekonomi	PP2
	Saya bersedia menghadapi cabaran persaingan harga dalam pasaran.	kompetitif	PP3
	Saya mampu menghadapi cabaran peraturan dan pelaksanaan dasar kerajaan yang tidak menentu.	Pematuhan undang-undang	PP4
	Saya yakin dengan kemampuan saya dan merasa selesa dengan diri sendiri.	Keyakinan pengurusan sendiri	PP5
Prestasi	Perniagaan saya lebih maju dari dahulu	Prestasi	Prestasi

Jadual 1: Pengekodan soalan dan item kajian

SOROTAN LITERATUR

Penglibatan Wanita Sebagai Usahawan Asnaf

Kajian penyelidikan tentang keusahawanan asnaf telah mendapat perhatian daripada sarjana-sarjana tempatan yang memfokuskan penyelidikan mereka terhadap asnaf fakir dan miskin sejak tahun 2000. Kajian keusahawanan mula memfokuskan kepada faktor yang menjadi asas kepada pembangunan dan kejayaan seseorang usahawan agar lebih ramai para usahawan yang berjaya mampu diwujudkan (Mohamad, 2000 & Yusof, 2000). Seterusnya kajian dilakukan oleh Hisham & Zulkifli pada tahun 2006 yang membincangkan tentang Zakat Sebagai Instrumen Penyumbang Pembentukan Usahawan (Hisham & Zulkifli, 2006).

Kajian terbaru 2021 membincangkan berkaitan keberkesanan model transformasi usahawan asnaf oleh Lembaga Zakat Selangor (Khairul Azhar Meerangani, 2021). Walau bagaimanapun, kajian-kajian lepas dijalankan bersifat umum tanpa memberi fokus kepada usahawan asnaf wanita. Sedangkan kajian sebegini sangat diperlukan. Ini memandangkan bahawa apabila seseorang itu menceburkan diri dalam usahawan mereka memerlukan pelaburan komitmen yang tinggi bukan sahaja masa bahkan tenaga dan juga emosi. Justeru

itu, kajian ini bertujuan untuk menganalisis persepsi individu dan pengurusan persekitaran usahawan wanita asnaf terhadap prestasi perniagaan sehingga membolehkan mereka berjaya dalam bidang ini.

Hasil kajian lepas menunjukkan golongan wanita lebih ramai menerima bantuan memulakan perniagaan daripada LZS berbanding lelaki (Isma Addi Jumbri, Mohamad Zahir Zainudin, 2011). Kesungguhan kerajaan dalam membantu pengusaha wanita direalisasikan dengan penekanan terhadap faktor modal insan dan daya saing. Dengan penekanan kepada aspek modal insan dan daya saing dalam aktiviti keusahawanan, mampu melahirkan insan yang berpengetahuan, mempunyai kemahiran serta meningkatkan nilai tambahan seseorang pengusaha dan menjadikan mereka menjadi usahawan yang berjaya.

Usaha kerajaan ke arah pembangunan modal insan dan daya saing mampu meningkatkan minat golongan wanita untuk menceburkan diri dalam bidang keusahawanan dan bersaing dengan pengusaha lelaki (Nor Azira Ayob, et. al. 2016). Kajian yang dilakukan oleh Mohd Afandi bin Mat Rani, et. al (2020) di negeri Pahang, didapati bahawa 80% yang terlibat dengan program keusahawanan asnaf adalah terdiri daripada kalangan wanita yang berumur sekitar 40-an iaitu seramai 64 orang. Manakala, peserta asnaf lelaki seramai 16 orang dengan peratusan 20%. Kajian-kajian yang dihasilkan ini menunjukkan bahawa golongan wanita mendominasi dalam penglibatan sebagai usahawan.

Faktor Penting Yang Mesti Dimiliki Oleh Usahawan Asnaf Wanita

Setiap usahawan mempunyai persepsi berbeza mengikut objektif yang ditetapkan oleh usahawan itu sendiri. Walau bagaimanapun, untuk mereka berjaya, mengembangkan perniagaan dan merubah kehidupan faktor utama yang mesti dimiliki oleh mereka ialah ilmu. Ilmu adalah faktor penting bagi usahawan yang ingin berjaya. Ilmu tersebut merangkumi ilmu berkaitan keusahawanan, ilmu berkaitan kemanusiaan dan ilmu berkaitan akhirat. Selain ilmu, mereka mestilah mempunyai kemantapan sikap berdikari, suka bersedekah (menghindari sifat tamak) dan bekerjasama yakni membina jaringan (Siti Arni et al, 2009).

Selain itu, menurut Wan Sabri (2005) seseorang usahawan itu mestilah mementingkan aspek etika diri dan etika dalam berusaha. Etika diri adalah hal yang berkaitan nilai-nilai tekun, jujur, bersabar, bersyukur, tiada dengki, pemaaf dan berdoa. Manakala etika dalam berusaha, mendapatkan rezeki daripada usaha sendiri, menjauhi daripada perniagaan yang dilarang, tidak berniaga barangan haram dan mengamalkan sikap yang baik di dalam urusan perniagaan. Melihat kepada kajian-kajian lepas berkaitan faktor penting yang mesti dimiliki oleh usahawan asnaf wanita terbahagi kepada dua faktor. Pertama, faktor diri sendiri. Kedua, faktor persekitaran (Aimi Nadhirah, 2010).

Faktor Diri Sendiri

Secara umumnya, faktor diri sendiri memainkan peranan yang penting bagi usahawan asnaf dalam mencapai kejayaan, ia juga disebut sebagai aspek dalaman atau aspek spiritual. Menurut Kamso et al (2015) orientasi keagamaan yang tinggi dalam diri seseorang mampu meningkatkan kecenderungan seseorang untuk memilih bidang keusahawanan sebagai kerjaya kerana ia selari dengan tuntutan agama dan budaya hidup Muslim.

Antara amalan yang telah diamalkan oleh usahawan asnaf sehingga menempa kejayaan adalah jujur, amanah, berusaha mencari rezeki yang halal (Fatimah Salwa, 2014), yakin akan kuasa Allah, tinggi tawakal, akhlak yang baik dan *qana'ah*. Selain itu, kekuatan dalaman yang perlu dimiliki oleh para usahawan asnaf adalah berinisiatif, merebut peluang, cecak, mencari maklumat, menitikberatkan mutu kerja yang tinggi, komitmen terhadap perjanjian kerja, membuat perancangan yang sistematik, berorientasikan kecekalan, menyelesaikan masalah secara kreatif, yakin diri, tegas, meyakinkan orang lain dan menggunakan strategi-strategi pengaruh, bertanggungjawab menetapkan matlamat, merebut peluang dan bersaing secara sihat (Faizah, 2019).

Faktor Persekitaran

Faktor persekitaran adalah antara faktor yang penting bagi usahawan asnaf wanita dalam urusan perniagaan mereka. Martinelli (1194) percaya bahawa aspek budaya dan sokongan institusi mampu memberi galakan dalam pembentukan usahawan. Faktor ini merangkumi aspek modal iaitu bentuk-bentuk bantuan, kekerapan bantuan dan kaedah pemantauan. Pengagihan modal kepada usahawan asnaf memberi kesan positif terhadap perkembangan usaha mereka (Muhammad Haris, 2012). Kecukupan saiz bantuan modal mempunyai hubungan positif dengan kejayaan sesebuah perniagaan (Norsidah, 1999). Untuk jangka pendek, bantuan hendaklah mampu memenuhi keperluan asas para usahawan asnaf untuk membolehkan mereka menumpukan perhatian untuk projek ekonomi jangka panjang (Muhammad Rizal e tal, 2015).

Selain modal, aspek penting untuk faktor persekitaran adalah berkaitan aspek keilmuan iaitu latihan keusahawanan (Aimi Nadhirah, 2010), bimbingan, pemantauan dan pengurusan. Pelbagai jenis latihan berkaitan perniagaan mestilah diberikan kepada para usahawan asnaf antaranya latihan kemahiran, kursus pengurusan perniagaan (Azman Ab Rahman, 2014), pengurusan kewangan dan perakaunan (Jumaat Abd Meon, 2012), pengumpulan maklumat, strategi pemasaran dan pembuat keputusan (Rosbi, 2011).

Aspek pengurusan kewangan memainkan peranan yang penting dalam memastikan kekukuhan perniagaan yang dijalankan dan membantu para usahawan asnaf untuk keluar dari kesempitan kehidupan. Dari aspek strategi pemasaran, selain daripada memberi latihan sedia ada ia perlu ditekankan pemasaran ekonomi digital juga kerana perkembangan teknologi semakin deras sehingga menjadikan perniagaan yang menggunakan medium media sosial lebih ke hadapan. Oleh itu, para usahawan asnaf dan institusi zakat mestilah mengambil peluang ini dengan melaksanakan transformasi pemasaran produk usahawan asnaf menerusi strategi e-pemasaran untuk meningkatkan hasil jualan usahawan asnaf (Izatul Akmar e tal, 2019).

Untuk aspek bimbingan, sokongan dan pemantauan ia sangat diperlukan bagi membentuk dan membangunkan usahawan di Malaysia. Menurut kajian Supardi (2005) kegagalan sesuatu perniagaan untuk mencapai matlamat antaranya adalah kerana kekurangan bimbingan, latihan, pemantauan dan pengurusan badan. Oleh itu, setiap usahawan asnaf wanita mestilah sentiasa menyempatkan diri dan berusaha untuk sentiasa menambah keilmuan, *skill* dan pengetahuan berkaitan dengan pengurusan perniagaan mereka.

DAPATAN KAJIAN

Kajian ini menggunakan perisian SPSS versi 26. Analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif, analisis nilai R², regresi varian ANOVA dan regresi pekali setiap satu item untuk mengenal pasti status signifikan kepada prestasi perniagaan sebagai pemboleh ubah endogen kajian ini.

	Mean	Std. Deviation	N
PRESTASI	4.57	.593	60
PI1	4.67	.475	60
PI2	4.55	.534	60
PI3	4.35	.685	60
PI4	4.45	.622	60
PI5	4.27	.710	60
PP1	4.63	.551	60
PP2	4.48	.567	60

PP3	4.53	.566	60
PP4	4.30	.696	60
PP5	4.63	.486	60

Jadual 2: Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif dengan min yang berjulat 4.27 hingga 4.63 menunjukkan kadar mean yang sejajar. Manakala sisihan piawai menunjukkan nilai antara .710 hingga .475 menunjukkan variasi sisihan yang sederhana. Kesemua 60 jumlah pensampelan dianalisis.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted Square	R	Std. Error of the Estimate
1	.884 ^a	.782	.737		.304

a. Predictors: (Constant), PP5, PI3, PP2, PI2, PP4, PI5, PI1, PP3, PP1, PI4

Jadual 3: Nilai R²

Jadual 3 menunjukkan nilai R² yang diperoleh dalam kajian ini. Falk dan Miller (1992) mengesyorkan agar nilai R² harus sama dengan atau lebih besar dari 0.10 agar varians yang dijelaskan mengenai konstruk endogen tertentu. Cohen (1988) mencadangkan nilai R² untuk pemboleh ubah endogen dengan tiga nilai indikator utama iaitu 0.26 (substansial), 0.13 (sederhana), 0.02 (lemah). Dengan nilai R² .782, ini bermakna sebanyak 78% analisis statistik yang dilakukan mewakili kepada subjek kajian keseluruhan. Ini menunjukkan bahawa faktor yang dikaji dalam kajian ini dapat menjelaskan sebanyak 78% terhadap faktor pemboleh ubah yang dikaji.

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	16.208	10	1.621	17.552	.000 ^b
	Residual	4.525	49	.092		
	Total	20.733	59			

a. Dependent Variable: PRESTASI

b. Predictors: (Constant), PP5, PI3, PP2, PI2, PP4, PI5, PI1, PP3, PP1, PI4

Jadual 4: Analisis varian keseluruhan

Analisis anova keseluruhan item PI dan PP menunjukkan kadar signifikan .000 dengan F= 17.552. Terdapat perbezaan yang signifikan secara statistik antara kumpulan seperti yang ditunjukkan oleh ANOVA sehala F (17,552) = 16.208, p = .000).

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	13.366	5	2.673	19.594	.000 ^b
	Residual	7.367	54	.136		
	Total	20.733	59			

a. Dependent Variable: PRESTASI

b. Predictors: (Constant), PI5, PI2, PI1, PI4, PI3

Jadual 5: Analisis varian norma subjektif

Analisis varian khusus bagi persepsi individu (PI) mendapati bahawa kadar F=19.594 adalah lebih tinggi berbanding kadar pengurusan persekitaran (PP) = 17.586. Namun, kedua-dua peramalan tersebut adalah signifikan dengan nilai P= 0.00. Ini

menunjukkan bahawa H1 adalah signifikan iaitu H1: Persepsi individu mempunyai impak terhadap prestasi usahawan wanita asnaf = signifikan.

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	12.845	5	2.569	17.586	.000 ^b
	Residual	7.888	54	.146		
	Total	20.733	59			

a. Dependent Variable: PRESTASI

b. Predictors: (Constant), PP5, PP2, PP4, PP1, PP3

Jadual 6: Analisis Varian Perancangan Strategik

Jadual 6 juga menunjukkan bahawa pengurusan persekitaran memberi impak signifikan terhadap prestasi usahawan asnaf wanita dengan kadar signifikan 0.05, maka H2 juga merupakan peramalan yang signifikan menerusi analisis Anova di atas. H2: Pengurusan persekitaran mempunyai impak terhadap prestasi perniagaan usahawan wanita asnaf.

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients B	Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1	(Constant)	1.052	.488		2.156	.036
	PI1	-.302	.124	-.242	-2.423	.019
	PI2	-.022	.112	-.019	-.193	.848
	PI3	-.226	.112	-.261	-2.027	.048
	PI4	.583	.125	.612	4.666	.000
	PI5	.036	.091	.043	.398	.692
	PP1	.055	.120	.052	.461	.647
	PP2	.068	.121	.065	.564	.576
	PP3	-.114	.110	-.109	-1.033	.307
	PP4	.066	.092	.077	.713	.479
	PP5	.632	.137	.518	4.604	.000

a. Dependent Variable: PRESTASI

Jadual 7: Nilai coefficient bagi setiap item.

Daripada jadual pekali coefficient, didapati hanya terdapat empat item sahaja yang signifikan, iaitu hubungan masyarakat (PI1) = 0.019, pengaruh sekeliling (PI3)= 0.48, relevan semasa (PI4) = 0.00 dan juga keyakinan pengurusan sendiri (PP5)= 0.00. Manakala item yang lain tidak mencapai nilai di bawah paras confidence interval ,0.05. Setiap item dimuatkan dalam jadual 8 di bawah.

Tema	Item	Kod	Status	Tema	Item	Kod	Status
Persepsi Individu	Hubungan masyarakat	PI1	Signifikan	Pengurusan Persekitaran	Keserbagunaan	PP1	Tidak signifikan
	Mentor	PI2	Tidak signifikan		Keyakinan ekonomi	PP2	Tidak signifikan
	Pengaruh sekeliling	PI3	Signifikan		Kompetitif	PP3	Tidak signifikan
	Relevan semasa	PI4	Signifikan		Pematuhan undang-undang	PP4	Tidak signifikan

	Keselesaian	PI5	Tidak signifikan		Keyakinan pengurusan sendiri	PP5	Signifikan
--	-------------	-----	------------------	--	------------------------------	-----	------------

Jadual 8: Status signifikan setiap item.

Jadual 8 menunjukkan keputusan 3 daripada 5 persepsi individu adalah bersifat signifikan iaitu hubungan masyarakat, pengaruh sekeliling dan relevan semasa. Manakala pengurusan persekitaran daripada 5 hanya satu yang bersifat signifikan iaitu keyakinan pengurusan sendiri.

PERBINCANGAN

Daripada dapatan ini menunjukkan bahawa terdapat dua tema utama kajian ini. Pertama ialah persepsi individu dan kedua pengurusan persekitaran. Untuk tema pertama iaitu persepsi individu terdiri daripada lima perkara. Tiga daripadanya bersifat signifikan dan dua lagi bersifat tidak signifikan. Persepsi individu ini lahir daripada tekanan sosial dan ia sangat berkait dengan diri mereka sendiri atau disebut faktor spiritual dalaman mereka. Item pertama yang berstatus signifikan iaitu hubungan masyarakat menunjukkan bahawa usahawan asnaf wanita bertuah kerana mendapat bantuan daripada rakan atau masyarakat sekeliling pada fasa awal memulakan perniagaan.

Seterusnya, apabila melihat item kedua yang berstatus signifikan, iaitu pengaruh sekeliling. Dalam hal ini, usahawan asnaf wanita berkuasa dan bermotivasi kerana mendapat sokongan padu daripada orang sekeliling. Apabila diperhatikan pada dua perkara penting ini, bantuan dan sokongan yang dirasai oleh usahawan asnaf wanita ini datangnya daripada faktor dalaman mereka. Hakikatnya membina pengaruh dan kepercayaan pada saat memulakan perniagaan adalah hampir mustahil. Kerana pengaruh dan kepercayaan ini mengambil masa dan pengalaman, ia datang dari alam semula jadi, moral, dan tingkah laku yang baik yang sedia ada dalam diri mereka.

Amanah, kejujuran dan menjaga etika (Fatimah Salwa, 2014) merupakan kunci kepada usahawan wanita asnaf ini diyakini walaupun mereka baru peringkat awal membina perniagaan. Perkara penting seterusnya ialah relevan semasa. Atas sokongan padu, dorongan dan bantuan orang sekeliling menyebabkan usahawan asnaf wanita jarang mengubah strategi pemasaran perniagaan kerana dilakukan dengan suasana sebegini.

Manakala apabila melihat pengurusan persekitaran, hanya ada satu perkara yang penting iaitu keyakinan pengurusan diri. Perkara ini dapat dilihat apabila mereka begitu yakin dengan kebolehan mereka dan berasa selesa dengan diri mereka sendiri. Walaupun yakin dengan kebolehan mereka, usaha badan bertanggungjawab khususnya bahagian zakat perlu dilipatgandakan. Contohnya, bantuan oleh pusat zakat telah diberikan. Walau bagaimanapun, terdapat jurang dalam beberapa aspek. Pertama, walaupun usahawan ini telah ditunjukkan bantuan modal, tetapi bantuan tersebut tidak mencukupi.

Zakat hendaklah membantu mereka dari segi modal untuk berdikari yang hakiki, dan perniagaan mereka berada dalam keadaan stabil. Kedua, latihan dan bimbingan. Latihan dan bimbingan yang diberikan adalah bersifat sementara dan tidak berterusan. Sedangkan latihan dan bimbingan sangat diperlukan sepanjang masa sehinggalah mereka dapat bergerak sendiri. Di mana aspek ini sangat mencabar kerana kerana ia melibatkan kos yang perlu dikeluarkan. Justeru, kajian ini mencadangkan pihak zakat terus memberi latihan dan bimbingan tanpa henti kepada usahawan asnaf wanita, serta membuat pemantauan secara berkala untuk melihat perkembangan para usahawan asnaf yang diberi bantuan. Melalui cara ini, para usahawan asnaf akan sentiasa berusaha bersungguh-sungguh dalam memajukan perniagaan dan perusahaan mereka.

Oleh itu, pemberian modal dan latihan serta bimbingan perniagaan perlu dipandang serius dan diberikan agar usahawan asnaf wanita mempunyai keyakinan diri yang tinggi dan dapat menempa kejayaan perniagaan seterusnya dapat membebaskan diri daripada menjadi asnaf.

PENUTUP

Secara keseluruhannya, penyelidikan ini merupakan perintis kepada kajian berkaitan usahawan asnaf wanita di Wilayah Persekutuan. Kajian ini telah dapat mengenal pasti dan seterusnya menganalisis kesan persepsi individu dan pengurusan persekitaran usahawan asnaf wanita di Wilayah Persekutuan terhadap prestasi perniagaan yang dijalankan oleh mereka. Justeru, pengkaji cuba memberikan beberapa cadangan bagi membolehkan usahawan asnaf pemerksaan wanita khususnya di Wilayah Persekutuan.

Pertama, keperluan jati diri dan kekuatan dalaman. Memupuk dalam diri usahawan asnaf wanita ini agar sentiasa bersungguh-sungguh dalam menjalankan perniagaan, amanah, jujur dan tabah dalam menghadapi sebarang cabaran dalam perniagaan. Kedua, pembahagian modal. Pengagihan modal ini hendaklah berterusan sehingga seseorang usahawan asnaf itu boleh berdikari. Ketiga, selain menyalurkan modal perniagaan, mereka juga diberi peruntukan untuk menyara keluarga. Keempat, bimbingan, latihan dan motivasi berterusan mesti disediakan. Terutamanya perkara yang berkaitan dengan e-marketing dan e-commerce. Kerana itulah keperluan masa kini dan mudah diakses oleh semua pengguna di dalam dan luar negara.

PENGHARGAAN

Kajian ini dibiayai oleh geran penyelidikan dengan tajuk "Kerangka Pembangunan Zakat Keusahawanan Pedalaman: Kajian di Kuala Tahan"; Kod penyelidikan: 600-RMC/LESTARI SDG-T 5/3 (107/2019)

RUJUKAN

- Contento, I.R. 2011. *Nutrition Education*. Canada: Jones And Bartlert Publishers, LLC.
- Falk, R. F., & Miller, N. B. 1992. *A Primer For Soft Modeling*. Ohio: University of Akron Press.
- Martinelli, A. 1994. *Entrepreneurship And Management*. In Smelser, N.J. & Swedberg, R. (Eds.) *The Handbook of Economic Sociology*. Princeton, N.J.: Princeton University Press.
- Mohamad, M. R. 2000. *Industri Kecil Dan Sederhana: Landasan Pembangunan Usahawan*. Kuala Lumpur: Penerbit Universiti Malaya
- Yusof, A. A. 2000. *Usahawan Dan Keusahawanan: Satu Penilaian*. Pearson Education.
- Zaharah Hassan, Abu Daud Silong. 2010. *Pembangunan Kepimpinan di Kalangan Usahawan Wanita*. Dalam Norizan Abdul Razak, *Pembangunan E-Usahawan: Satu Panduan*. Selangor: Universiti Kebangsaan Malaysia.

Jurnal

- Aimi Nadhirah Mohd Nadhir. 2010. *Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kejayaan Usahawan Asnaf Terpilih Di Lembaga Zakat Selangor (LZS)*. Universiti Sains Malaysia: Master's Dissertation In Social Science (Islamic Development Management), not published.
- Ajzen, I & Fishbein, M. 2000. *Attitudes and the Attitudes-Behavior Relation: Reasoned and Automatic Processes*. *European Review of Social Psychology*, 11(1): 1-33.
- Azman Abd Rahman, Mohammad, Alis, Syed Mohd Najib, Syed Omar. 2012. *Zakat Intitution in Malaysia: Problems and Issues*. *GJAT*. Vol. 2(1).
- Faizah Zakaria & Azhar Harun. 2019. *Faktor Kemahiran dan Kejayaan Usahawan Asnaf: Amalan Kerohanian Islam Sebagai Penyederhana*. *Internasional Journal of Accounting, Finance and Business (IJAFB)*, Vol. 4(24).
- Isma Addi Jumbri, Mohamad Zahir Zainudin. 2011. *Pembangunan Modal Insan Dalam Kalangan Fakir Dan Miskin Sebagai Usahawan: Kajian Kes Di Lembaga Zakat Selangor*. *Journal of Human Capital Development*, Vol. 4 No. 2.
- Krueger, N. 1993. *The Impact Of Prior Entrepreneurial Exposure On Perceptions Of New Venture Feasibility And Desirability*. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, Vol. 18(1), 5-22.

- Nor Azira Ayob, Sity Daud, Muhammad Takiyuddin Ismail. 2016. *Modal Insan, Daya Saing Dan Prestasi Usahawan Wanita Di Malaysia: Analisis Kualitatif Usahawan Wanita Bumiputera Di Melaka*. GEOGRAFIA Online TM Malaysian Journal of Society and Space, Vol. 12(10), 56-67.
- Norashidah Hashim, Norsiah Othman & Noraishah Buang. 2009. *Konsep Kesediaan Keusahawanan Berdasarkan Kajian Kes Usahawan Industri Kecil dan Sederhana (IKS) di Malaysia*. Jurnal Pendidikan Malaysia, Vol. 34(1).
- Nurhafilah Musa, Asmak Husin & Nurul Akma Syeikh Muhd Amin. 2018. *Semakan Dasar Wanita Kelantan: Penambahbaikan Pelaksanaan ke arah Mencapai Matlamat Pembangunan Mampan*. Jurnal Akademika, 88(3).
- Rosbi Abdul Rahman & Sanep Ahmad. 2011. *Strategi Pembangunan Keusahawanan Asnaf Fakir dan Miskin Melalui Bantuan Modal Zakat*. Universiti Kebangsaan Malaysia: Jurnal Pengurusan, Vol. 33.
- Siti Arni Basir, Bharudin Che Pa & Raja Hisyamudin Raja Sulong. 2009. *Prinsip-prinsip Kualiti Ke Arah Melahirkan Usahawan Muslim Yang Berjaya*. Jurnal Syariah, Vol. 17, No. 2.

Kertas Kerja Seminar/Persidangan

- Fatimah Salwa Abd. Hadi, Nurhanie Mahjom & Zuriadah Ismail. 2014. *Prestasi Bukan Kewangan dan Persepsi Ushawan Asnaf Zakat Terhadap Program Pembangunan Ekonomi Melalui Agihan Zakat Produktif*. Prosiding, Internasional Conference on Masjid.
- Hisham b. Sabri & Zulkifli b. Hasan. 2006. *Zakat: Instrumen Penyumbang Pembentukan Usahawan*. Kuantan: Prosiding Seminar Kebangsaan Pengurusan Harta Dalam Islam, 8-9 Ogos 2006. Bangi: Jabatan Syariah, Fakulti Pengajian Islam UKM.
- Izatul Akmar Ismail, Amin Che Ahmat, Muhammad Nasri Md Hussain dan Abu Bakar Hamed. 2019. *Strategi E-Pemasaran Dalam Transformasi Pemasaran Produk Usahawan Asnaf: Satu Cadangan*. In Proceedings of the 1st Kedah International Zakat Conference 2019 (KEIZAC 2019).
- Jumaat Abd Moen, Ahmad Rafli Che Omar, Suraiya Ishak, Zaimah Daraw & Hamdino Hamdan. 2012. *Amalan Pengurusan Kewangan di Kalangan Ushawan Asnaf*. Prosiding Perkem VII, Jld. 2.
- Mohd Afandi Mat Rani, Muhammad Syahrul Deen Ahmad Rosli, Shofiyah Moidin, Mohd Izzat Amsyar Mohd Arif, Faezy Adenan, Nurul Farhana Khairuldin. 2020. *Kerangka Pembangunan Keusahawanan Asnaf Zakat Di Negeri Pahang*. International Symposium of Straits of Melaka, Anjuran UiTM Cawangan Melaka, 30 Mac 2020.
- Muhammad Haris Riyaldi. 2012. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kejayaan Usahawan Asnaf Baitul Mal Aceh: Satu Analisis*. Dalam International Graduate Workshop (INGRAW), Pusat Kajian Pengurusan Pembangunan Islam (ISDEV), Pusat Pengajian Kemasyarakatan, Universiti Sains Malaysia.
- Sukor Kasim. 1990. *Peranan Modal Dalam Membasmi Kemiskinan*. Kertas kerja di Konvensyen Ekonomi Bumiputera: Prestasi Kini dan Cabaran Selepas 1990, 12-13 November 1990.

Tesis

- Hisyamuddin Hassan. 2007. *Hubungan Faktor Terpilih Dengan Tekad Keusahawanan Mengikut Persepsi Pelajar*. Universiti Putra Malaysia, Tesis Sarjana.
- Supardi. 2005. *Zakat Organization and Poverty Alleviation; A Macro Social Work and Community Development Perspectives*. Yogyakarta: State Islamic University Sunan Kalijaga, School of Graduate Studies, Master Dissertation.

Internet

Dasar Kerajaan. 2019. Dasar Keusahawanan Nasional. <https://www.pmo.gov.my/ms/2019/08/dasar-keusahawanan-nasional/> (Diakses pada 15 April 2021).

Kementerian Pembangunan Luar Bandar. 2018. *Pelan Harapan Pembangunan Luar Bandar 2018-2023*. Portal Rasmi Kementerian Pembangunan Luar Bandar – KPLB. <https://www.rurallink.gov.my/wp-content/uploads/2018/11/Pelan-Harapan-Pembangunan-Luar-Bandar-2018-2023.pdf> (Diakses pada 16 April 2021).

Penafian

Pandangan yang dinyatakan dalam artikel ini adalah pandangan penulis. Al-Qanatir: International Journal of Islamic Studies tidak akan bertanggungjawab atas apa-apa kerugian, kerosakan atau lain-lain liabiliti yang disebabkan oleh / timbul daripada penggunaan kandungan artikel ini.