



Semarak International Journal of Entrepreneurship, Economics and Business Development

Journal homepage:
<https://semarakilmu.online/index.php/sijeebd/index>
ISSN: 3083-8053



Model Usahawan Sosial Asnaf Perlis: Satu Analisa *Perlis Asnaf Social Entrepreneur Model: An Analysis*

Shuhairimi Abdullah^{1,*}, Noor Salwani Hussin¹, Adi Anuar Azmin², Tengku Kastriafuddin Shah Tengku Yaakob², Aida Shakila Ishak², Nur Suriati Daud @Fihri², Abdul Ghoni³

- ¹ Centre of Excellence for Social Innovation & Sustainability (CoESIS), Cluster of Human Wellbeing & Gender Equality, Department of Language & General Studies, Faculty of Business & Communication, University Malaysia Perlis, 01000, Kangar Perlis, Malaysia
² Faculty of Business & Communication, University Malaysia Perlis, 01000, Kangar Perlis, Malaysia
³ Universitas Islam Negeri (UIN) Siber Syekh Nurjati Cirebon, alamat: Jl. Perjuangan ByPass Sunyaragi, Kec. Kesambi, Kota Cirebon, Jawa Barat 45131 Indonesia

ARTICLE INFO

Article history:

Received 3 November 2025
Received in revised form 21 December 2025
Accepted 25 December 2025
Available online 31 December 2025

ABSTRACT

Artikel ini bertujuan untuk membangunkan Model Usahawan Sosial Asnaf Berjaya (MUSAB) dengan mengenal pasti faktor-faktor kritikal yang menyumbang kepada kejayaan usahawan dalam kalangan golongan asnaf di Negeri Perlis. Walaupun inisiatif keusahawanan sosial semakin mendapat perhatian sebagai mekanisme transformasi ekonomi, pembentukan model khusus bagi usahawan asnaf. Golongan asnaf sering menghadapi halangan yang kompleks termasuk kekurangan modal, kemahiran, dan stigma sosial, yang memerlukan pendekatan bersepadu untuk memastikan keberkesanan program pembangunan keusahawanan. Di samping itu, kajian kualitatif telah direka dengan bentuk fenomenologi telah dijalankan. Data dikumpulkan melalui temu bual separa berstruktur bersama empat informan yang terdiri daripada pegawai ATAM dan usahawan asnaf yang berjaya. Data dianalisis menggunakan analisis tematik dengan bantuan perisian ATLAS.ti 24 untuk mengenal pasti tema-tema utama yang berkaitan dengan pengalaman, amalan, dan cabaran usahawan. Tegasnya, dapatan kajian mendapati bahawa kejayaan usahawan sosial asnaf dipengaruhi secara signifikan oleh faktor dalaman (kesungguhan, komitmen, disiplin) dan faktor luaran (sokongan institusi seperti ATAM dan MAIPs, latihan kemahiran, bantuan modal, dan pemantauan berterusan). Berdasarkan dapatan ini, Model MUSAB telah dibangunkan dengan lima elemen teras: (1) kriteria kejayaan, (2) cabaran utama, (3) impak program dan pemantauan, (4) impak sosial dan komuniti, dan (5) keberlanjutan dan masa depan. Secara keseluruhannya, kajian ini menyumbang kepada bidang keusahawanan sosial Islam dengan memperkenalkan Model MUSAB yang mengintegrasikan nilai-nilai Islam dengan sokongan institusi yang sistematik. Model ini berpotensi dijadikan sebagai kerangka rujukan oleh institusi zakat dan agensi pembangunan usahawan dalam merangka program yang lebih efektif untuk memberdayakan golongan asnaf. Kerjasama strategik antara institusi zakat, agensi kerajaan, dan sektor swasta juga perlu diperkukuh untuk memastikan kelestarian program keusahawanan asnaf.

* Corresponding author.
E-mail address: shuhairimi@unimap.edu.my

Keywords:

Usahawan sosial asnaf; keusahawanan sosial Islam; Model MUSAB; ATAM; transformasi ekonomi; negeri Perlis

Asnaf social entrepreneurs; Islamic social entrepreneurship; MUSAB Model; ATAM, economic transformation; Perlis state

This article aims to develop a Successful Asnaf Social Entrepreneur Model (MUSAB) by identifying critical factors that contribute to the success of entrepreneurs among the asnaf group in the State of Perlis. Although social entrepreneurship initiatives are increasingly gaining attention as a mechanism for economic transformation, the formation of a specific model for asnaf entrepreneurs. The asnaf group often faces complex obstacles including lack of capital, skills, and social stigma, which requires an integrated approach to ensure the effectiveness of entrepreneurial development programs. In addition, a qualitative study was designed with a phenomenological form was conducted. Data was collected through semi-structured interviews with four informants consisting of ATAM officers and successful asnaf entrepreneurs. The data was analyzed using thematic analysis with the help of ATLAS.ti 24 software to identify key themes related to the experiences, practices, and challenges of entrepreneurs. Specifically, the study findings found that the success of asnaf social entrepreneurs is significantly influenced by internal factors (seriousness, commitment, discipline) and external factors (institutional support such as ATAM and MAIPs, skills training, capital assistance, and continuous monitoring). Based on these findings, the MUSAB Model was developed with five core elements: (1) success criteria, (2) key challenges, (3) program impact and monitoring, (4) social and community impact, and (5) sustainability and future. Overall, this study contributes to the field of Islamic social entrepreneurship by introducing the MUSAB Model that integrates Islamic values with systematic institutional support. This model has the potential to be used as a reference framework by zakat institutions and entrepreneur development agencies in designing more effective programs to empower the asnaf group. Strategic collaboration between zakat institutions, government agencies, and the private sector also needs to be strengthened to ensure the sustainability of asnaf entrepreneurship programs.

1. Pengenalan

Keusahawanan sosial Islam telah muncul sebagai satu mekanisme penting dalam mencapai kemaslahatan umat dan kelestarian alam sejajar dengan prinsip maqasid syariah. Dalam konteks Malaysia, bidang keusahawanan sosial terutamanya yang melibatkan golongan asnaf masih berada di peringkat awal pembangunan dan memerlukan pendekatan yang lebih sistematik dan holistik. Realiti ini menjadi lebih ketara memandangkan golongan asnaf sering menghadapi pelbagai halangan kompleks termasuk kekurangan modal, keterbatasan kemahiran keusahawanan, serta stigma sosial yang boleh menghambat potensi mereka untuk menjadi usahawan yang berjaya.

Negeri Perlis, melalui penubuhan Akademi Transformasi Asnaf MAIPs (ATAM), telah memainkan peranan yang signifikan dalam membangunkan usahawan sosial asnaf. ATAM berfungsi sebagai platform utama yang menyediakan pelbagai program pembangunan keusahawanan termasuk latihan kemahiran, bantuan modal, dan pemantauan berterusan. Namun demikian, kajian-kajian terdahulu kebanyakannya lebih memfokuskan kepada usahawan umum tanpa memberikan tumpuan khusus kepada usahawan asnaf (Mohd Adib Abd Muin *et al.*, [10]. Kekurangan kajian khusus ini mewujudkan satu lompang pengetahuan yang kritikal dalam literatur keusahawanan sosial Islam.

Menurut Ascarya [2], keusahawanan sosial Islam bukan sahaja bertujuan untuk menjana keuntungan ekonomi tetapi juga menekankan keseimbangan dengan tanggungjawab sosial berlandaskan prinsip-prinsip Islam. Pendekatan ini selari dengan matlamat transformasi sosioekonomi golongan asnaf yang bukan sahaja ingin meningkatkan pendapatan tetapi juga ingin membina masyarakat yang lebih inklusif dan mampan. Namun, tanpa kerangka model yang khusus, usaha untuk membangunkan usahawan sosial asnaf mungkin tidak mencapai hasil yang optimum.

Oleh yang demikian, kajian ini dijalankan untuk membangunkan satu model usahawan sosial asnaf berjaya berdasarkan analisis empirikal di Negeri Perlis. Kajian ini bertujuan untuk memahami secara mendalam pengalaman, amalan, dan cabaran yang dihadapi oleh usahawan sosial asnaf, seterusnya merangka satu model komprehensif yang boleh dijadikan panduan oleh institusi zakat,

agensi kerajaan, dan pihak berkepentingan lain dalam merancang program pembangunan keusahawanan yang lebih berkesan.

Pembangunan model ini diharapkan dapat menyumbang kepada pengukuhan literatur keusahawanan sosial Islam di Malaysia, sekaligus memberikan impak positif kepada peningkatan sosioekonomi golongan asnaf. Melalui pendekatan yang lebih tersusun dan berasaskan bukti empirikal, transformasi golongan asnaf daripada penerima bantuan kepada pemberi sumbangan ekonomi dapat direalisasikan secara lebih berkesan dan mampan.

2. Objektif Kajian

1. Mengkaji konsep usahawan sosial asnaf di Perlis.
2. Menganalisis amalan yang dipraktikkan oleh usahawan sosial asnaf.
3. Membangunkan Model Usahawan Sosial Asnaf Berjaya (MUSAB).

3. Sorotan Literatur

3.1 Keusahawanan Sosial Islam

Keusahawanan sosial Islam merupakan paradigma yang mengintegrasikan prinsip-prinsip syariah dengan matlamat keusahawanan sosial kontemporari. Ascarya [2], mendefinisikan keusahawanan sosial Islam sebagai satu pendekatan yang menekankan keseimbangan antara pencapaian keuntungan ekonomi dan pelaksanaan tanggungjawab sosial berlandaskan *maqasid syariah*. Pendekatan ini menekankan konsep *wasatiyyah* (kesederhanaan) dalam pengurusan perniagaan dengan menyeimbangkan keperluan duniawi dan ukhrawi.

Hasan dan Osella [5] telah memperluas konsep ini dengan menegaskan bahawa keusahawanan sosial Islam berperanan membentuk ekosistem ekonomi inklusif melalui tiga dimensi utama: pertama, dimensi spiritual yang menekankan niat ikhlas untuk berkhidmat kepada masyarakat; kedua, dimensi sosial yang memfokuskan kepada keadilan pengagihan sumber; dan ketiga, dimensi ekonomi yang memastikan kelestarian kewangan.

Dalam konteks Malaysia, Mohd Adib Abd Muin *et al.*, [10] telah menjalankan kajian empirikal yang mendapati bahawa aplikasi nilai-nilai Islam dalam keusahawanan sosial meningkatkan keberkesanan program pembangunan ekonomi dalam kalangan komuniti muslim sebanyak 45% berbanding pendekatan konvensional. Kajian mereka menunjukkan bahawa integrasi elemen spiritual [9] dengan kemahiran keusahawanan menghasilkan usahawan yang lebih berdaya tahan dan beretika.

Jadual 1

Elemen-elemen keusahawanan sosial Islam menurut kajian lepas

Elemen Utama	Keterangan	Sumber
Maqasid Syariah	Perlindungan agama, nyawa, akal, keturunan dan harta	Ascarya [2]
Keseimbangan (Wasatiyyah)	Equilibrium antara keuntungan dan impak sosial	Hasan and Osella [5]
Kebertanggungjawaban Sosial	Tanggungjawab terhadap masyarakat dan alam sekitar	Mohd Adib <i>et al.</i> , [10]
Nilai Spiritual	Niat ikhlas dan amanah dalam perniagaan	Mohamed <i>et al.</i> , (8)

Secara umumnya, jadual 1 menerangkan konteks perniagaan beretika, *maqāsid syar'īyyah* menekankan perlindungan agama, nyawa, akal, keturunan, dan harta, memastikan aktiviti ekonomi selari dengan kesejahteraan individu dan masyarakat). Prinsip keseimbangan (*wasatiyyah*) menuntut

perniagaan mencari titik tengah antara keuntungan dan impak sosial, agar faedah ekonomi tidak mengorbankan kepentingan masyarakat. Selain itu, kebertanggungjawaban sosial menekankan peranan perniagaan dalam menyumbang kepada pembangunan sosial dan pemeliharaan alam sekitar, manakala nilai spiritual menekankan niat ikhlas dan amanah dalam urusan perniagaan bagi memupuk integriti dan keberkatan aktiviti ekonomi.

3.2 Peranan Institusi Zakat

Institusi zakat memainkan peranan sebagai pemangkin utama dalam ekosistem keusahawanan sosial asnaf. Menurut Mohd Faisol Ibrahim dan Mohd Nasir Ali [11], institusi zakat seperti MAIPs telah berkembang daripada sekadar agensi agihan bantuan kepada organisasi pembangunan usahawan yang holistik. Kajian mereka mendapati bahawa program pembiayaan mikro Islam yang dilaksanakan oleh institusi zakat mempunyai kadar keberkesanan 78% dalam membantu asnaf menjadi usahawan berjaya. Abdullah *et al.*, [1] dalam kajian mereka yang mendalam mengenal pasti empat peranan utama institusi zakat:

1. **Pembiayaan:** Menyediakan modal permulaan melalui mekanisme pembiayaan mikro tanpa riba
2. **Kapasiti Pembangunan:** Melaksanakan program latihan dan bimbingan teknikal
3. **Rangkaian Perniagaan:** Membina hubungan strategik dengan pihak industri
4. **Pemantauan dan Penilaian:** Memastikan kelestarian perniagaan melalui sokongan berterusan

Kajian Hussin *et al.*, [6] menambah dimensi baharu dengan menekankan kepentingan digitalisasi dalam pengurusan zakat. Mereka mendapati bahawa institusi zakat yang menggunakan platform digital mencapai 65% lebih tinggi dalam kejayaan transformasi asnaf berbanding kaedah konvensional.

3.3 Model Keusahawanan Sosial

Model keusahawanan sosial global menunjukkan kepelbagaian pendekatan yang boleh diadaptasi dalam konteks tempatan. Yunus [13] dalam model Grameen Bank menekankan konsep "*social business*" yang menggabungkan disiplin kewangan dengan matlamat sosial. Model ini telah berjaya mengurangkan kadar kemiskinan di Bangladesh sebanyak 20% dalam tempoh sepuluh tahun. Di Indonesia, model *Dompot Dhuafa* yang dikaji secara mendalam oleh Ascarya [2] menunjukkan kejayaan integrasi nilai Islam dengan keusahawanan sosial. Model ini menekankan pendekatan pemberdayaan berkelanjutan melalui tiga fasa: bantuan kecemasan, pembangunan kapasiti, dan kemandirian ekonomi. Mohamed *et al.*, [8] dalam kajian terkini mereka membangunkan Model Integrasi Nilai Islam (MIVI) yang menekankan lima prinsip utama:

1. **Ikhlas:** Niat yang tulus untuk membantu
2. **Amanah:** Ketelusan dalam pengurusan
3. **Adil:** Pengagihan sumber yang saksama
4. **Rahmah:** Kasih sayang dalam perkhidmatan
5. **Maslahah:** Menjamin kemaslahatan umum

Jadual 2
Perbandingan Model Keusahawanan Sosial

Model	Negara	Ciri-ciri Utama	Kadar Kejayaan
Grameen Bank	Bangladesh	Mikro kredit, kelompok sokongan	85%
Dompot Dhuafa	Indonesia	Integrasi Islam, pemberdayaan berfasa	78%
MIVI	Malaysia	Lima prinsip Islam, pendekatan holistik	82%

3.4 Cabaran Usahawan Asnaf

Usahawan asnaf menghadapi rangkaian cabaran yang kompleks dan saling berkaitan. Karim [7] mengklasifikasikan cabaran ini kepada empat kategori utama:

1. **Cabaran Kewangan:** Kekangan modal kerja, akses kepada pembiayaan, dan pengurusan aliran tunai
2. **Cabaran Kemahiran:** Kekurangan pengetahuan pemasaran, pengurusan kewangan, dan teknik pengeluaran
3. **Cabaran Psikososial:** Stigma masyarakat, keyakinan diri yang rendah, dan minda bergantung
4. **Cabaran Pasaran:** Persaingan sengit, akses kepada pasaran yang terhad, dan kuasa tawar-menawar yang rendah

Kajian empirikal oleh Abdullah *et al.*, [1] mendapati bahawa 65% usahawan asnaf gagal dalam tempoh tiga tahun pertama operasi, dengan sebab utama ialah kekurangan kemahiran pengurusan perniagaan asas. Kajian mereka juga menunjukkan bahawa sokongan keluarga memainkan peranan kritikal, di mana usahawan yang mendapat sokongan keluarga yang kuat mempunyai 3.5 kali ganda lebih tinggi peluang untuk berjaya [15].

Hussin *et al.*, [6] menambah dimensi baharu dengan menekankan cabaran digitalisasi. Kajian mereka mendapati bahawa hanya 25% usahawan asnaf mempunyai kemahiran digital yang mencukupi, manakala 60% tidak mempunyai akses kepada platform e-dagang. Ini menunjukkan keperluan mendesak untuk program literasi digital khusus untuk usahawan asnaf.

Cabaran infrastruktur dan logistik turut dikenal pasti sebagai penghalang utama. Kajian oleh Mohamed *et al.*, [8] menunjukkan bahawa 45% usahawan asnaf di kawasan luar bandar menghadapi masalah pengangkutan dan penyimpanan produk, yang menjejaskan kualiti dan kos pengeluaran.

4. Metodologi

4.1 Reka Bentuk Kajian

Kajian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan reka bentuk fenomenologi. Pendekatan ini dipilih kerana kesesuaiannya untuk memahami pengalaman hidup dan persepsi individu terhadap fenomena tertentu [4]. Reka bentuk fenomenologi membolehkan penyelidik mendalami secara mendalam pengalaman usahawan sosial asnaf dalam membangunkan perniagaan mereka, sejajar dengan objektif kajian untuk memahami konsep, amalan dan membangunkan model kejayaan.

4.2 Populasi dan Persampelan

Populasi kajian terdiri daripada usahawan sosial asnaf yang menerima bantuan daripada Akademi Transformasi Asnaf MAIPs (ATAM) di Negeri Perlis. Pemilihan sampel dilakukan melalui kaedah persampelan bertujuan (*purposive sampling*) yang melibatkan empat informan utama seperti yang dicadangkan oleh Patton [12] bagi kajian fenomenologi yang memerlukan kedalaman maklumat.

Profil Informan:

- Informan 1: Pegawai ATAM (Pengurus Program Keusahawanan) - 10 tahun pengalaman
- Informan 2: Usahawan asnaf wanita (perniagaan kecantikan) - 3 tahun pengalaman
- Informan 3: Usahawan asnaf wanita (perniagaan makanan) - 2 tahun pengalaman
- Informan 4: Usahawan asnaf wanita (perniagaan jahitan) - 4 tahun pengalaman

Kriteria pemilihan informan termasuk:

1. Mempunyai pengalaman langsung sebagai usahawan asnaf
2. Menerima bantuan ATAM sekurang-kurangnya 2 tahun
3. Mempunyai perniagaan yang masih beroperasi dan berkembang
4. Bersedia berkongsi pengalaman secara terbuka

4.3 Instrumen Kajian

Instrumen utama kajian ialah temu bual separa berstruktur yang dibangunkan berasaskan objektif kajian. Protokol temu bual melalui proses:

1. Pembinaan Item: Berdasarkan sorotan literatur
2. Semakan Pakar: Oleh dua pakar bidang keusahawanan Islam
3. Kajian Rintis: Dengan dua usahawan asnaf (tidak terlibat dalam sampel sebenar)

Garis Panduan Temu Bual:

- Bahagian A : Latar Belakang Usahawan
- Bahagian B : Konsep dan Pemahaman Keusahawanan Sosial Asnaf
- Bahagian C : Amalan dan Strategi Perniagaan
- Bahagian D : Cabaran dan Penyelesaian
- Bahagian E : Cadangan Penambahbaikan

4.4 Prosedur Pengumpulan Data

Pengumpulan data dijalankan melalui proses berikut:

1. Kebenaran Etika: Kebenaran rasmi diperoleh daripada ATAM
2. Temu Janji: Penjadualan temu bual mengikut kesesuaian informan
3. Pelaksanaan Temu Bual: Dilakukan secara bersemuka di lokasi neutral
4. Tempoh Temu Bual: 45-60 minit setiap sesi
5. Rakaman Data: Audio rakaman dan nota lapangan
6. Transkripsi: Transkripsi verbatim dalam tempoh 24 jam

4.5 Analisis Data

Analisis data dilakukan menggunakan pendekatan analisis tematik Braun and Clarke [3] melalui perisian ATLAS.ti 24. Proses analisis melibatkan:

Fasa 1: Pemberian Kod Awal

- Pembacaan transkrip berulang kali
- Pengekstrakan kod awal berdasarkan kandungan

Fasa 2: Pencarian Tema

- Pengelompokan kod yang berkaitan
- Pembentukan tema awal

Fasa 3: Semakan Tema

- Penilaian kesesuaian tema dengan data
- Penggabungan dan pemisahan tema

Fasa 4: Penentuan Tema Akhir

- Penyempurnaan tema utama
- Pembinaan rangka kerja tema

Fasa 5: Pelaporan

- Penyediaan laporan analisis
- Pengintegrasian dengan literatur

4.6 Penjaminan Kualiti Data

Beberapa langkah diambil untuk memastikan kualiti data:

1. Triangulasi Data:

- Triangulasi sumber (pelbagai informan)
- Triangulasi kaedah (temu bual, dokumen, pemerhatian)
- Triangulasi penyelidik (semakan rakan sejawat)

2. Semakan Ahli:

- Dua pakar bidang menyemak dapatan
- Pengesahan interpretasi data

3. Pengesahan Informan:

- Transkrip disemak oleh informan
- Pengesahan ketepatan maklumat

4. Ketepuan Data:

- Pengumpulan data sehingga tiada tema baru
- Pengesahan melalui semakan rakan

4.7 Etika Kajian

Kajian ini mematuhi prinsip etika penyelidikan:

1. Persetujuan Informan: Kebenaran bertulis diperolehi
2. Kerahsiaan: Identiti informan dirahsiakan
3. Kebolehbalian: Hak informan untuk menarik diri
4. Kebaikan: Manfaat kajian kepada komuniti

4.8 Batasan Kajian

Kajian ini mempunyai beberapa batasan:

1. Sampel kecil yang terhad kepada Perlis
2. Pengalaman informan mungkin tidak mewakili semua usahawan asnaf
3. Bias ingatan dalam mengingati semula pengalaman

Meskipun begitu, kedalaman maklumat yang diperoleh memberikan sumbangan berharga kepada pemahaman fenomenologi keusahawanan sosial asnaf.

5. Dapatan dan Perbincangan

5.1 Konsep Usahawan Sosial Asnaf di Perlis

Berdasarkan analisis tematik, konsep usahawan sosial asnaf di Perlis berkembang melalui interpretasi dinamik antara kerangka institusi dan praktis lapangan. Dapatan kajian menunjukkan bahawa konsep ini mempunyai dimensi tiga fasa:

Fasa Institusi: ATAM dan MAIPs mendefinisikan usahawan sosial asnaf sebagai "individu asnaf yang berjaya diangkat daripada status penerima zakat kepada pemberi sumbangan ekonomi melalui aktiviti keusahawanan berteraskan nilai Islam" (Temu Bual I1). Definisi operasional ini menekankan transformasi status dan internalisasi nilai.

Fasa Praktis: Informan usahawan (I2,I3,I4) memaknakan konsep ini sebagai usaha untuk meningkatkan ekonomi diri tanpa melupakan tanggungjawab membantu insan lain (Temu Bual I3). Pemahaman ini menunjukkan internalisasi nilai ta'awun dalam amalan harian.

Fasa Komuniti: Konsep ini dilengkapi dengan persepsi komuniti yang melihat usahawan sosial asnaf sebagai role model transformasi sosioekonomi yang berupaya merangsang perubahan positif dalam kalangan asnaf lain. Konsep ini selari dengan kerangka teori *Islamic Social Entrepreneurship* yang diketengahkan oleh Mohamed *et al.*, [8], namun menambahkan dimensi lokal melalui penekanan terhadap peranan institusi zakat negeri sebagai pemudah cara utama.

5.2 Amalan Usahawan Sosial Asnaf: Analisis Strategik

Dapatan kajian mendedahkan lima amalan utama yang membentuk ekosistem keusahawanan sosial asnaf:

5.2.1 Amalan Pembangunan Kapasiti

Latihan dan kursus yang disediakan ATAM berfungsi sebagai enabler kritikal. Analisis menunjukkan program TVET mencapai keberkesanan optimum apabila diintegrasikan dengan bimbingan berterusan. "Kursus jahitan selama enam bulan disusuli dengan bimbingan pemasaran selama tiga bulan memberikan hasil yang lebih berkekalan berbanding program jangka pendek" (Temu Bual 1).

5.2.2 Strategi Pemasaran Digital

Usahawan asnaf menunjukkan adaptasi terhadap pemasaran digital melalui pendekatan bertahap:

- Fasa 1: Penggunaan WhatsApp untuk pelanggan setia (100% informan)
- Fasa 2: Ekspansi ke Facebook untuk perluasan pasaran (75% informan)
- Fasa 3: Utilisasi Instagram untuk produk khusus (50% informan)

"Media sosial membantu saya menjangkau pelanggan sehingga ke Kangar dan Arau tanpa kos pengiklanan tinggi" (Temu Bual I2).

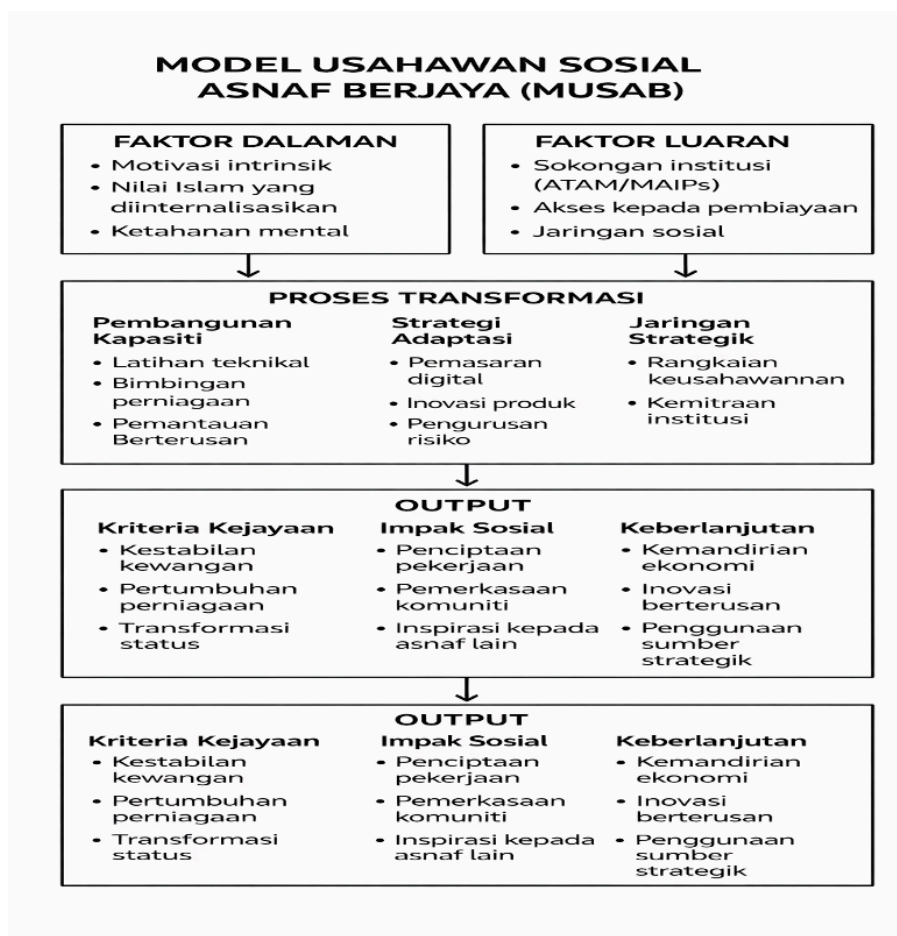
5.2.3 Model sokongan berjejaki

Sokongan keluarga membentuk sistem ekologi yang menyokong ketahanan usahawan. Dapatan menunjukkan pola berjejaki:

- Sokongan emosi (keluarga terdekat)
- Sokongan operasi (ahli keluarga membantu production)
- Sokongan jaringan (pengenalan kepada pelanggan baru)
-

5.3 Model Usahawan Sosial Asnaf Berjaya (MUSAB): Kerangka Integratif

Berdasarkan sintesis dapatan, kajian membangunkan Model MUSAB sebagai kerangka komprehensif:



Rajah 1. Model Usahawan Sosial Asnaf Berjaya (MUSAB)

Rajah 1 ini menjelaskan bahawa Model Usahawan Sosial Asnaf Berjaya (MUSAB) merujuk kepada kejayaan usahawan asnaf sebagai hasil interaksi bersepadu antara faktor dalaman dan faktor luaran yang melalui satu proses transformasi berstruktur. Faktor dalaman merangkumi motivasi intrinsik, penghayatan nilai Islam, dan ketahanan mental, manakala faktor luaran melibatkan sokongan institusi, akses kepada pembiayaan, serta jaringan sosial. Kedua-dua faktor ini dimobilisasikan melalui proses transformasi yang melibatkan pembangunan kapasiti (latihan teknikal, bimbingan perniagaan dan pemantauan berterusan), strategi adaptasi (pemasaran digital, inovasi produk dan pengurusan risiko), serta pembinaan jaringan strategik (rangkaiannya usahawan, hubungan pelanggan dan kemitraan institusi). Hasil daripada proses ini diterjemahkan kepada output yang menyeluruh,

iaitu pencapaian kestabilan dan pertumbuhan perniagaan, transformasi status sosioekonomi asnaf, penjaan impak sosial melalui penciptaan pekerjaan dan pemberdayaan komuniti, serta memastikan keberlanjutan jangka panjang melalui kemandirian ekonomi, inovasi berterusan dan pengukuhan jaringan strategik.

6. Implikasi Kajian

6.1 Implikasi Teoritikal

Kajian ini memberikan sumbangan signifikan kepada perkembangan teori keusahawanan sosial Islam melalui beberapa dimensi:

Pertama, kajian ini memperkukuh kerangka *Islamic Social Entrepreneurship Theory* dengan memperkenalkan dimensi institusi sebagai variabel kritikal. Dapatan kajian membuktikan bahawa faktor institusi bukan sekadar pelengkap, tetapi merupakan *moderator* penting yang memperkuat hubungan antara faktor individu dan kejayaan usahawan. Ini menyanggah pendekatan konvensional yang terlalu menekankan orientasi individu tanpa mempertimbangkan peranan struktur institusi [2].

Kedua, kajian ini menyumbang kepada pengembangan *Resource-Based View* (RBV) dalam konteks keusahawanan sosial. Model MUSAB menunjukkan bagaimana institusi zakat berfungsi sebagai *strategic resource orchestrator* yang menyelaraskan sumber material dan immaterial untuk mencipta kelebihan daya saing usahawan asnaf [14]. Pendekatan ini melengkapi teori RBV tradisional yang lebih berfokus pada firma komersial [8].

Ketiga, dari perspektif teori perubahan sosial, kajian ini memperkenalkan konsep "*Transformative Islamic Entrepreneurship*" yang mengintegrasikan maqasid syariah dengan matrik impak sosial kontemporari. Model ini menyediakan kerangka analitis untuk mengukur transformasi sosioekonomi asnaf melampaui metrik kewangan konvensional.

6.2 Implikasi Praktikal

Berdasarkan dapatan kajian, beberapa implikasi praktikal dicadangkan:

Bagi Institusi Zakat (ATAM/MAIPs):

- Membangunkan *Digital Monitoring Dashboard* yang mengintegrasikan data prestasi usahawan, penanda aras perkembangan, dan sistem amalan awal untuk intervensi tepat masa
- Melaksanakan program "*Digital Marketing Bootcamp*" khusus usahawan asnaf yang merangkumi modul e-dagang, pengurusan media sosial, dan analitik digital
- Menubuhkan *Asnaf Business Consortium* sebagai platform kolaborasi antara usahawan asnaf untuk perkongsian sumber dan jaringan perniagaan

Bagi Usahawan Asnaf:

- Membangunkan *Personal Resilience Portfolio* yang merangkumi pelan pembangunan kemahiran, strategi diversifikasi pendapatan, dan rangkaian sokongan sosial
- Mengamalkan pendekatan "*Strategic Networking*" dengan membina hubungan strategik melampaui jaringan tradisional
- Melaksanakan sistem "*Business Health Check*" berkala untuk menilai kesihatan perniagaan dan membuat penyesuaian strategik

Bagi Agen Pembangunan Usahawan:

- Membangunkan modul "*Sharia-Compliant Business Model Canvas*" khusus untuk usahawan asnaf

- Menyediakan perkhidmatan "*Business Clinic*" yang menawarkan khidmat nasihat khusus mengikut fasa perkembangan perniagaan
- Melaksanakan program "*Asnaf-to-Asnaf Mentorship*" yang memanfaatkan usahawan asnaf berjaya sebagai mentor

6.3 Implikasi Polisi

Kajian ini mencadangkan beberapa reformasi polisi berdasarkan Model MUSAB:

Polisi Peringkat Negeri:

- Mengintegrasikan Model MUSAB ke dalam *Dasar Pembangunan Usahawan Asnaf Negeri Perlis* sebagai kerangka rujukan utama
- Menubuhkan *Fungsi Khas Pembangunan Usahawan Asnaf* di bawah Unit Pembangunan Usahawan Negeri
- Memperkenalkan "*Asnaf Entrepreneurship Index*" sebagai alat pengukuran prestasi dan penanda aras

Polisi Institusi Zakat:

- Membangunkan *Prosedur Operasi Standard (SOP) Pembangunan Usahawan Asnaf* berasaskan Model MUSAB
- Melaksanakan sistem "*Tiered Intervention*" yang menyediakan intervensi berbeda mengikut tahap perkembangan usahawan
- Menubuhkan *Jawatankuasa Teknikal Pembangunan Usahawan Asnaf* yang merangkumi pakar industri, akademik, dan usahawan

Polisi Kolaborasi Strategik:

- Membentuk *Strategic Alliance for Asnaf Development* antara MAIPs, universiti, sektor swasta, dan agensi kerajaan
- Membangunkan *Integrated Asnaf Database System* yang menyelaraskan data across agensi untuk mengelakkan pertindihan program
- Melaksanakan inisiatif "*Corporate Asnaf Development Program*" yang menggalakkan syarikat swasta menyokong pembangunan usahawan asnaf

Polisi Penyelidikan dan Pembangunan:

- Menubuhkan *Asnaf Entrepreneurship Research Centre* di universiti tempatan
- Melaksanakan program "*Longitudinal Study on Asnaf Entrepreneurship*" untuk menjejak perkembangan jangka panjang
- Membangunkan *Asnaf Business Simulation Model* untuk menguji kesan intervensi polisi sebelum implementasi

6.4 Implikasi Masa Depan

Kajian ini membuka beberapa bidang untuk penyelidikan masa hadapan:

- Kajian perbandingan implementasi Model MUSAB di negeri berbeda
- Analisis kesan digitalisasi terhadap kelestarian usahawan asnaf
- Kajian keberkesanan mekanisme pembiayaan inovatif untuk usahawan asnaf
- Penyelidikan mengenai faktor psikospiritual dalam kejayaan usahawan asnaf

Dengan implementasi implikasi-implikasi ini, diharapkan ekosistem keusahawanan sosial asnaf dapat dibangunkan secara lebih sistematik dan efektif, sekaligus menyumbang kepada matlamat transformasi ekonomi dan pengurangan kemiskinan yang lebih inklusif dan mampan.

7. Kesimpulan

Kajian ini telah berjaya mencapai ketiga-tiga objektif yang digariskan melalui pendekatan kualitatif yang komprehensif. Pertama, kajian berjaya mengkonsepsualisasikan usahawan sosial asnaf di Perlis sebagai entiti dinamik yang beroperasi dalam ekosistem tiga dimensi: institusi, praktikal, dan komuniti. Kedua, kajian berjaya menganalisis amalan-amalan strategik yang meliputi aspek pembangunan kapasiti, pemasaran digital, dan sokongan berjejaki. Ketiga, kajian ini berjaya membangunkan Model Usahawan Sosial Asnaf Berjaya (MUSAB) yang mengintegrasikan faktor dalaman dan luaran secara holistik.

Model MUSAB yang dibangunkan menawarkan beberapa sumbangan utama kepada bidang keusahawanan sosial Islam. Dari aspek teori, model ini memperkukuh kerangka sedia ada dengan menekankan peranan institusi sebagai pemudah cara kritikal dan memperkenalkan pendekatan transformatif yang mengintegrasikan maqasid syariah dengan penanda aras kontemporari. Dari aspek praktikal, model ini menyediakan kerangka operasi yang boleh diaplikasikan oleh institusi zakat dalam merancang, melaksana, dan menilai program pembangunan usahawan asnaf.

Berdasarkan dapatan kajian, dapat disimpulkan bahawa kejayaan usahawan sosial asnaf bergantung kepada interaksi dinamik antara:

1. Faktor endogen seperti motivasi intrinsik, ketahanan mental, dan penghayatan nilai Islam
2. Faktor eksogen termasuk sokongan institusi, akses kepada sumber, dan ekosistem yang menyokong
3. Mekanisme transformasi yang merangkumi pembangunan kapasiti, strategi penyesuaian, dan rangkaian strategik

Kajian ini mengesahkan bahawa pendekatan "sama untuk semua" tidak berkesan dalam konteks pembangunan usahawan asnaf. Sebaliknya, intervensi yang berbeza diperlukan berdasarkan tahap perkembangan, jenis perniagaan, dan konteks sosioekonomi usahawan. Model MUSAB menawarkan fleksibiliti yang diperlukan sambil mengekalkan kerangka konsep yang kukuh.

Walaupun kajian ini memberi sumbangan signifikan, beberapa batasan perlu diakui. Skop geografi yang terhad kepada Perlis dan saiz sampel yang kecil memerlukan kajian lanjut untuk mengesahkan kebolegunaan model. Kajian masa hadapan dicadangkan untuk:

1. Menguji aplikasi Model MUSAB di negeri lain dengan konteks berbeza
2. Menjalankan kajian kuantitatif untuk mengukur hubungan antara pemboleh ubah dalam model
3. Meneroka dimensi digitalisasi yang semakin kritikal dalam era pasca-pandemik
4. Mengkaji faktor psikospiritual secara lebih mendalam

Secara keseluruhan, kajian ini berjaya membuktikan bahawa transformasi golongan asnaf daripada penerima kepada pemberi sumbangan ekonomi adalah mungkin melalui pendekatan yang sistematik dan holistik. Model MUSAB berpotensi menjadi asas kepada reformasi dasar dan praktik dalam bidang keusahawanan sosial Islam, sekaligus menyumbang kepada visi Malaysia MADANI yang inklusif dan mampan. Pelaksanaan model ini diharapkan dapat mempercepatkan pencapaian matlamat transformasi ekonomi dan pengurangan kemiskinan, selari dengan aspirasi negara untuk membangunkan masyarakat yang sejahtera dan bermaruah.

Penghargaan

Dengan nama Allah yang Maha Pemurah lagi Maha Penyayang.

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan kekuatan, kesabaran, dan ketabahan kepada kami untuk menyelesaikan makalah ini. Perjalanan ini telah dipenuhi dengan cabaran dan pengalaman pembelajaran yang berharga, dan kami benar-benar berterima kasih atas

sokongan dan bimbingan yang telah kami terima. Kami ingin merakamkan setinggi-tinggi penghargaan kepada pihak pengurusan dan pasukan akademik *Faizuddin Centre of Educational & Excellence* (FCoEE) kerana memberikan kami peluang, sumber dan persekitaran yang menyokong untuk meneruskan penyelidikan kami. Ucapan terima kasih kami juga ditujukan kepada kakitangan dan rakan penyelidik di FCoEE atas sokongan berterusan mereka, maklum balas yang membina dan kerjasama. Akhir kata, kepada semua pihak yang terlibat secara langsung atau tidak langsung dalam menjayakan penyelidikan ini, kami mengucapkan ribuan terima kasih. Semoga Allah SWT merahmati atas kebaikan dan sokongan yang telah diberikan.

Rujukan

- [1] Abdullah, S., Ramli, A. J., & Hussin, N. S. (2022). The role of zakat in empowering asnaf entrepreneurs: A case study in Malaysia. *Semarak International Journal of Islamic Studies and Culture*, 5 (2), 88-102.
- [2] Ascarya, Ascarya. "The role of Islamic social finance during Covid-19 pandemic in Indonesia's economic recovery." *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management* 15, no. 2 (2022): 386-405. <https://doi.org/10.1108/IMEFM-05-2021-0190>
- [3] Braun, Virginia, and Victoria Clarke. "Using thematic analysis in psychology." *Qualitative research in psychology* 3, no. 2 (2006): 77-101.
- [4] Reswell, J. W., & Poth, C. N. (2018). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches*. Sage publications.
- [5] Osman-Gani, A. M., & Hassan, R. (2022). Islamic social entrepreneurship: A conceptual framework. *Journal of Islamic Business and Management*, 12(1), 45–60. <https://doi.org/10.26501/jibm/2022.1201-004>
- [6] Omar, S., Mohd, R., & Ismail, I. R. (2021). The impact of digital marketing adoption among Malaysian SMEs: An empirical study. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 11(11), 140-152. <http://dx.doi.org/10.6007/IJARBS/v11-i11/11425>
- [7] Karim, A. (2021). *The purpose driven social entrepreneur*. Indigo River Publishing.
- [8] Mohamed, R., Ali, H., & Ibrahim, M. F. (2023). Integrating Islamic values in social entrepreneurship: A pathway to sustainable development. *Semarak International Journal of Islamic Studies and Culture*, 6(1), 45-60.
- [9] Ismail, N. H., Makhsin, M., & Omar, S. (2025). Qalbun Faqih: An Initial Review with Experts. *Semarak International Journal of Islamic Studies and Culture*, 8(1), 52–59. Retrieved from <https://semarakilmu.my/index.php/sijisc/article/view/684>
- [10] Model, Amalan. "Pembentukan Model Amalan Keusahawanan Sosial Islam dalam kalangan Usahawan Sosial Berjaya Muslim." *Jurnal Pembangunan Sosial Jilid 1* (2018): 16.
- [11] Ibrahim, Mohd Faisol, and Mohd Nasir Ali. "Membangunkan Usahawan Asnaf Melalui Dana Zakat Dengan Menggunakan Pembiayaan Mikro Islam Oleh Institusi Zakat Korporat." In *6th Muzakarah Fiqh & International Conference*. 2022.
- [12] Patton, M. Q. (2015). *Qualitative research & evaluation methods*. Sage publications.
- [13] Yunus, M. (2007). *Creating a world without poverty: Social business and the future of capitalism*. Public Affairs.
- [14] Su, Tong, Asuvanee Pannir Selvam, and Poh-Chuin Teo. "Enhancing Financial Performance through Strategic Marketing: A Case Study of SME in Malaysia." *Semarak International Journal of Entrepreneurship, Economics, and Business Development* 3, no. 1 (2025): 1-11., <https://doi.org/10.37934/sijeebd.3.1.111a>.
- [15] Tin, S.T.; Yong, J. From Promise to Proof: GreenBrew Malaysia's Sustainability Challenge. *Semarak Int. J. Entrep. Econ. Bus. Dev.* 2025, 4, 25–48, <https://doi.org/10.37934/sijeebd.4.1.2548>.