

**PENGARUH FAKTOR KEJAYAAN KRITIKAL
(CSF) AMALAN KEUSAHAWANAN TERHADAP
PRESTASI PERNIAGAAN DALAM
KALANGAN USAHAWAN DI
MASJID – MASJID DAERAH
PETALING, SELANGOR.**

 05-4506832  pustaka.upsi.edu.my  Perpustakaan Tuanku Bainun
Kampus Sultan Abdul Jalil Shah  PustakaTBainun  ptbupsi

NURUL AINI ILMIAH BINTI MUNZIR

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS

2021

**PENGARUH FAKTOR KEJAYAAN KRITIKAL (CSF) AMALAN
KEUSAHAWANAN TERHADAP PRESTASI PERNIAGAAN
DALAM KALANGAN USAHAWAN DI MASJID-MASJID
DAERAH PETALING, SELANGOR.**

NURUL AINI ILMIAH BINTI MUNZIR

**DISERTASI DIKEMUKAKAN BAGI MEMENUHI SYARAT UNTUK
MEMPEROLEH IJAZAH SARJANA PENGURUSAN
(MOD PENYELIDIKAN)**

**FAKULTI PENGURUSAN DAN EKONOMI
UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS
2021**

UPSI/IPS-3/BO 32

Pind : 00 m/s: 1/1



Sila tanda (✓)

Kertas Projek

Sarjana Penyelidikan

Sarjana Penyelidikan dan Kerja Kursus

Doktor Falsafah

✓

INSTITUT PENGAJIAN SISWAZAH PERAKUAN KEASLIAN PENULISAN

Perakuan ini telah dibuat pada 12 (Hari Bulan) Oktober (Bulan) 2021

i. Perakuan pelajar :

Saya, **NURUL AINI ILMIAH BINTI MUNZIR, M20151000126, FAKULTI PENGURUSAN DAN EKONOMI** dengan ini mengaku bahawa disertasi/tesis yang bertajuk **PENGARUH FAKTOR KEJAYAAN KRITIKAL (CSF) AMALAN KEUSAHAWANAN TERHADAP PRESTASI PERNIAGAAN DALAM KALANGAN USAHAWAN DI MASJID-MASJID DAERAH PETALING, SELANGOR** adalah hasil kerja saya sendiri. Saya tidak memplagiat dan apa-apa penggunaan mana-mana hasil kerja yang mengandungi hak cipta telah dilakukan secara urusan yang wajar dan bagi maksud yang dibenarkan dan apa-apa petikan, ekstrak, rujukan atau pengeluaran semula daripada atau kepada mana-mana hasil kerja yang mengandungi hak cipta telah dinyatakan dengan sejasasnya dan secukupnya

Tandatangan pelajar

ii. Perakuan Penyelia:

Saya, **NURUL FADLY HABIDIN** dengan ini mengesahkan bahawa hasil kerja pelajar yang bertajuk **PENGARUH FAKTOR KEJAYAAN KRITIKAL (CSF) AMALAN KEUSAHAWANAN TERHADAP PRESTASI PERNIAGAAN DALAM KALANGAN USAHAWAN DI MASJID-MASJID DAERAH PETALING, SELANGOR** dihasilkan oleh pelajar seperti nama di atas, dan telah diserahkan kepada Institut Pengajian Siswazah bagi memenuhi sebahagian/sepenuhnya syarat untuk memperoleh **HAZAH SARJANA**.

27 Oktober 2021

Tarikh

Nurul Fadly Habidin
Fakulti Pengurusan dan Ekonomi
Universiti Pendidikan Sultan Idris
fahid@upsi.edu.my
010-4578587

Tandatangan Penyelia

**INSTITUT PENGAJIAN SISWAZAH /
INSTITUTE OF GRADUATE STUDIES****BORANG PENGESAHAN PENYERAHAN TESIS/DISERTASI/LAPORAN KERTAS PROJEK
DECLARATION OF THESIS/DISSERTATION/PROJECT PAPER FORM**

Tajuk / Title: PENGARUH FAKTOR KEJAYAAN KRITIKAL (CSF) AMALAN
KEUSAHAWANAN TERHADAP PRESTASI PERNIAGAAN DALAM
KALANGAN USAHAWAN DI MASJID-MASJID DAERAH PETALING,
SELANGOR.

No. Matrik / Matric's No.: M20151000126

Saya / I: NURUL AINI ILMIAH BINTI MUNZIR

(Nama pelajar / Student's Name)

mengaku membenarkan Tesis/Disertasi/Laporan Kertas Projek (Kedoktoran/Sarjana)* ini disimpan di Universiti Pendidikan Sultan Idris (Perpustakaan Tuanku Bainun) dengan syarat-syarat kegunaan seperti berikut:-

acknowledged that Universiti Pendidikan Sultan Idris (Tuanku Bainun Library) reserves the right as follows:-

1. Tesis/Disertasi/Laporan Kertas Projek ini adalah hak milik UPSI.
The thesis is the property of Universiti Pendidikan Sultan Idris
2. Perpustakaan Tuanku Bainun dibenarkan membuat salinan untuk tujuan rujukan dan penyelidikan.
Tuanku Bainun Library has the right to make copies for the purpose of reference and research.
3. Perpustakaan dibenarkan membuat salinan Tesis/Disertasi ini sebagai bahan pertukaran antara Institusi Pengajian Tinggi.
The Library has the right to make copies of the thesis for academic exchange.
4. Sila tandakan (✓) bagi pilihan kategori di bawah / Please tick (✓) for category below:-

☐**SULIT/CONFIDENTIAL**

Mengandungi maklumat yang berdarjah keselamatan atau kepentingan Malaysia seperti yang termaktub dalam Akta Rahsia Rasmi 1972. / Contains confidential information under the Official Secret Act 1972

☐**TERHAD/RESTRICTED**

Mengandungi maklumat terhad yang telah ditentukan oleh organisasi/badan di mana penyelidikan ini dijalankan. / Contains restricted information as specified by the organization where research was done.

☒**TIDAK TERHAD / OPEN ACCESS**

(Tandatangan Pelajar / Signature)

Nurul Fadzly Habsiah
Pegawai Pengkaji dan Ekonomi
Universiti Pendidikan Sultan Idris
fadly@ups.edu.my
015-5479597

(Tandatangan Penyelia / Signature of Supervisor)
& (Nama & Cop Rasmi / Name & Official Stamp)

Tarikh: 27 OKTOBER 2021

Catatan: Jika Tesis/Disertasi ini **SULIT @ TERHAD**, sila lampirkan surat daripada pihak berkuasa/organisasi berkenaan dengan menyatakan sekali sebab dan tempoh laporan ini perlu dikelaskan sebagai **SULIT** dan **TERHAD**.

Notes: If the thesis is **CONFIDENTIAL** or **RESTRICTED**, please attach with the letter from the organization with period and reasons for confidentiality or restriction.



PENGHARGAAN

Dengan nama Allah SWT, yang maha pemurah lagi maha penyayang, dan selawat dan salam kepada Nabi Muhammad SAW. Pertama sekali saya ingin merakamkan rasa terhutang budi kepada individu-individu yang banyak menyumbang jasa dalam membantu saya menyiapkan disertasi ini.

Pada kesempatan ini saya ini merakamkan setinggi-tinggi penghargaan dan jutaan terima kasih kepada penyelia saya, Dr. Nurul Fadly bin Habidin atas bimbingan, nasihat, tunjuk ajar, kritikan yang membina dan dorongan semangat yang diberika kepada saya sepanjang tempoh penghasilan disertasi ini. Namun, tidak dilupa juga kepada penyelia kedua saya Dr Mad Ithnin bin Salleh yang turut membantu dalam melaksanakan disertasi ini. Pengalaman menjalankan kajian ini di bawah bimbingan mereka amat bermakna bagi saya.

Ucapan terima kasih juga saya tujukan kepada kedua ibu bapa saya, En Munzir bin Abdullah Sani dan Puan Habsah binti Meon serta seluruh ahli keluarga yang sentiasa ada menjadi tulang belakang saya. Buat suami tercinta, Mohd Azizi bin A Rashid terima kasih saya ucapkan atas kerjasama yang baik dan sanggup mengorbankan masa, tenaga dan sumbangan wang ringgit yang tidak mampu dibalas selama saya menyiapkan disertasi ini. Buat anakanda yang disayangi, Nur Alisha Balqis terima kasih kerana menjadi anak yang baik dan mendengar kata.

Ucapan terakhir saya tujukan kepada semua yang terlibat secara langsung mahupun tidak langsung iaitu kepada sahabat – sahabat yang sentiasa menyokong dan memberi semangat. Ribuan terima kasih saya ucapkan. Hanya iringan doa yang mampu saya balas untuk kalian semua.

Tenang-tenang air di laut,
Sampan kolek mudik ke tanjung,
Hati terkenang mulut menyebut,
Budi yang baik rasa disanjung





ABSTRAK

Kajian ini dijalankan bagi mencapai tiga objektif utama iaitu mengenal pasti tahap faktor kejayaan kritikal amalan keusahawanan dalam kalangan usahawan yang menjalankan perniagaan di masjid-masjid Daerah Petaling, Selangor, menentukan hubungan antara setiap faktor kejayaan kritikal amalan keusahawanan dengan prestasi perniagaan usahawan di masjid-masjid Daerah Petaling, Selangor dan mengkaji faktor kejayaan kritikal amalan keusahawanan yang mempengaruhi prestasi perniagaan usahawan di masjid- masjid Daerah Petaling, Selangor. Reka bentuk penyelidikan kuantitatif dipilih untuk menjawab tiga persoalan kajian dan 18 hipotesis kajian. Pendekatan kuantitatif menggunakan instrumen soal selidik dan pemilihan sampel menggunakan pensampelan kebarangkalian iaitu pensampelan rawak mudah. Soal selidik diedarkan kepada 70 buah perniagaan yang dipilih sebagai sampel daripada 86 buah perniagaan. Analisis deskriptif menunjukkan nilai min dan sisihan piawai yang berada pada tahap tinggi adalah pada faktor kerja berpasukan iaitu memperoleh nilai min 4.267. Dapatan korelasi pula menunjukkan faktor pengurusan pemasaran, perancangan strategik, kemahiran ICT, jaringan, komunikasi, latihan dan pendidikan serta orientasi keusahawanan mempunyai hubungan yang signifikan dengan prestasi perniagaan manakala faktor pengurusan kewangan dan kerja berpasukan menunjukkan hubungan signifikan yang sangat lemah. Dapatan analisis regresi berganda pula memaparkan tiga faktor kejayaan kritikal yang mempengaruhi prestasi perniagaan iaitu faktor perancangan strategik ($\beta = .545$, $p = .000 < .050$), latihan dan pendidikan ($\beta = .253$, $p = .004 < .050$) dan orientasi keusahawanan ($\beta = .235$, $p = .030 < .050$). Kesimpulan daripada kajian menunjukkan tujuh faktor kejayaan kritikal mempunyai hubungan dengan prestasi perniagaan namun hanya tiga faktor kejayaan kritikal sahaja yang mempengaruhi prestasi perniagaan usahawan secara langsung. Implikasi kajian memaparkan beberapa cadangan yang memberi kepentingan kepada pihak tertentu terutama pihak pengurusan masjid yang perlu memperkasakan aktiviti perniagaan dengan lebih aktif melalui peluang perniagaan yang dibuka kepada individu atau masyarakat.



THE INFLUENCE OF CRITICAL SUCCESS FACTORS IN ENTREPRENEURSHIP PRACTICE TOWARDS BUSINESS PERFORMANCE AMONG ENTREPRENEURS AT THE MOSQUES IN PETALING DISTRICT OF SELANGOR

ABSTRACT

The aim of this research is to achieve three prime objectives that are:- identifying the level of entrepreneurship practice critical success factors among the entrepreneurs running businesses at the mosques in Petaling District of Selangor, determining the relationship between entrepreneurship practice critical success factors with their business performance at the mosques in Petaling District of Selangor and examining the entrepreneurship practice critical success factors that influence their business performance at the mosques in Petaling District of Selangor. Thus, quantitative research design has been opted to answer three research questions and 18 hypotheses. The quantitative approach uses a questionnaire instrument and sample selection using probability sampling which is simple random sampling. The questionnaire was distributed to 70 businesses selected as a sample of 86 businesses. Descriptive analysis shows that the teamwork factor was at a high level both in the mean value and standard deviation, where the mean value recorded was 4.267. The correlation findings showed that marketing management factor, strategic planning, ICT skills, network, communication, training and education as well as entrepreneurial orientation had a significant relationship with business performance while teamwork factors showed a very weak significant relationship. Next, the findings of the multiple regression analysis had displayed three critical success factors that affect business performance namely, strategic planning factor ($\beta = .545$, $p = .000 < .050$), training and education factors ($\beta = .253$, $p = .004 < .050$), and entrepreneurial orientation factor ($\beta = .235$, $p = .030 < .050$). Conclusions from the study show that seven critical success factors have a relationship with business performance but only three critical success factors directly affect the business performance of entrepreneurs. The implication of the study displays a few suggestions that give importance to certain parties, especially the mosques' management who need to strengthen business activities by offering opportunities for individuals or the surrounding community that they can take part in..

KANDUNGAN

Muka Surat

PENGAKUAN	ii
PENGHARGAAN	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KANDUNGAN	vi
SENARAI JADUAL	xiii
SENARAI RAJAH	xvii
SENARAI ISTILAH	xviii
SENARAI SINGKATAN	xix
BAB 1 PENGENALAN	
1.1 Pendahuluan	1
1.2 Latar Belakang Kajian	6
1.3 Pernyataan Masalah	8
1.4 Objektif Kajian	12
1.5 Persoalan Kajian	13
1.6 Hipotesis Kajian	14
1.7 Kerangka Konseptual	17
1.8 Kepentingan Kajian	19
1.9 Skop Dan Batasan Kajian	21

1.10 Definisi Operasional	23
1.10.1 Faktor Kejayaan Kritikal	23
1.10.2 Amalan Keusahawanan	24
1.10.3 Prestasi Perniagaan	25
1.10.4 Masjid	25
1.11 Rumusan	26

BAB 2 KAJIAN LITERATUR

2.1 Pengenalan	27
2.2 Pengurusan Masjid di Selangor	28
2.2.1 Fizikal	29
2.2.2 Tadbir Urus	31
2.2.3 Imarah	34
2.2.4 Penerokaan Baru	36
2.2.4.1 Halal dan Halalan Toyyiban	39
2.3 Teori Keusahawanan	53
2.3.1 Pendekatan sosiologi	53
2.3.1.1 Pengalihan Negatif	54
2.3.1.2 Tempoh Peralihan	54
2.3.1.3 Tarikan Positif	55
2.3.1.4 Tolakan Positif	55
2.3.2 Pendekatan psikologi	56
2.3.3 Pendekatan ekonomi	58
2.3.4 Pendekatan Islam	60

2.4 Faktor Kejayaan Kritikal Dalam Perniagaan	64
2.4.1 Faktor pengurusan kewangan	66
2.4.2 Faktor pengurusan pemasaran	69
2.4.3 Faktor perancangan strategik	71
2.4.4 Faktor pengurusan ICT	73
2.4.5 Faktor komunikasi	77
2.4.6 Faktor kerja berpasukan	79
2.4.7 Faktor jaringan	81
2.4.8 Faktor latihan dan pendidikan	83
2.4.9 Faktor orientasi keusahawanan	85
2.5 Prestasi perniagaan	87
2.6 Hubungan faktor kejayaan kritikal dengan Prestasi Perniagaan	88
2.6.1 Hubungan antara faktor pengurusan kewangan dengan prestasi perniagaan	88
2.6.2 Hubungan antara faktor pengurusan pemasaran dengan prestasi perniagaan	90
2.6.3 Hubungan antara faktor perancangan strategik dengan prestasi perniagaan	91
2.6.4 Hubungan antara faktor kemahiran teknologi maklumat dan komunikasi (ICT) dengan prestasi perniagaan	93
2.6.5 Hubungan antara faktor kemahiran komunikasi dengan prestasi perniagaan	94
2.6.6 Hubungan antara faktor kerja berpasukan dengan prestasi perniagaan	95
2.6.7 Hubungan antara faktor jaringan dengan prestasi perniagaan	96
2.6.8 Hubungan antara faktor latihan dan pendidikan dengan prestasi perniagaan	97

2.6.9 Hubungan antara faktor orientasi keusahawanan dengan prestasi perniagaan	99
--	----

2.7 Rumusan	101
-------------	-----

BAB 3 METODOLOGI

3.1 Pengenalan	102
----------------	-----

3.2 Reka Bentuk Kajian	103
------------------------	-----

3.3 Populasi Dan Perampelan Kajian	103
------------------------------------	-----

3.4 Instrumen Kajian	104
----------------------	-----

3.5 Kajian Rintis	107
-------------------	-----

3.5.1 Kesahan Instrumen Kajian	108
--------------------------------	-----

3.5.2 Kebolehpercayaan Intrumen Kajian	109
--	-----

3.6 Prosedur pengumpulan data	113
-------------------------------	-----

3.7 Kaedah analisis data	116
--------------------------	-----

3.7.1 Analisis statistik deskriptif	116
-------------------------------------	-----

3.7.2 Analisis statistik inferensi	116
------------------------------------	-----

3.7.2.1 Analisis korelasi	117
---------------------------	-----

3.7.2.2 Analisis regresi	118
--------------------------	-----

3.8 Rumusan	119
-------------	-----

BAB 4 DAPATAN KAJIAN

4.1 Pengenalan	120
----------------	-----

4.2 Analisis Demografi Responden	122
----------------------------------	-----

4.2.1 Analisis frekuensi taburan ciri demografi responden	122
---	-----

4.2.1.1	Jantina	122
4.2.1.2	Umur	123
4.2.1.3	Bangsa	124
4.2.1.4	Status	125
4.2.1.5	Pendidikan	125
4.2.1.6	Pekerjaan sebelum memulakan perniagaan	126
4.2.1.7	Umur semasa memulakan perniagaan	127
4.2.1.8	Jenis perniagaan	128
4.2.1.9	Status perniagaan	130
4.2.1.10	Bilangan pekerja	131
4.2.1.11	Tahun perniagaan beroperasi	131
4.2.1.12	Sumber modal	132
4.2.1.13	Pendapatan bersih perniagaan (sebulan)	133
4.2.1.14	Keadaan perniagaan	134
4.3	Analisis min dan sisihan piawai faktor kejayaan kritikal	135
4.3.1	Min dan sisihan piawai bagi faktor pengurusan kewangan	136
4.3.2	Min dan sisihan piawai bagi faktor pengurusan pemasaran	138
4.3.3	Min dan sisihan piawai bagi faktor perancangan strategik	139
4.3.4	Min dan sisihan piawai bagi faktor kemahiran ICT	141
4.3.5	Min dan sisihan piawai bagi faktor pengurusan komunikasi	142
4.3.6	Min dan sisihan piawai bagi faktor kerja berpasukan	144
4.3.7	Min dan sisihan piawai bagi faktor pengurusan jaringan	146
4.3.8	Min dan sisihan piawai bagi faktor pengurusan latihan dan pendidikan	147
4.3.9	Min dan sisihan keusahawanan piawai bagi faktor orientasi	149

4.3.10	Min dan sisihan kejayaan kritikal piawai bagi sembilan faktor	150
4.4	Analisis korelasi faktor kejayaan kritikal dengan prestasi perniagaan	151
4.4.1	Ha1: terdapat hubungan yang signifikan antara faktor pengurusan kewangan dengan prestasi perniagaan	153
4.4.2	Ha2: terdapat hubungan yang signifikan antara faktor pengurusan pemasaran dengan prestasi perniagaan	154
4.4.3	Ha3: terdapat hubungan yang signifikan antara faktor perancangan strategik dengan prestasi perniagaan	155
4.4.4	Ha4: terdapat hubungan yang signifikan antara faktor kemahiran teknologimaklu mat dan komunikasi (ICT) dengan prestasi perniagaan	156
4.4.5	Ha5: terdapat hubungan yang signifikan antara faktor kemahiran komunikasi dengan prestasi perniagaan	157
4.4.6	Ha6: terdapat hubungan yang signifikan antara faktor kerja berpasukan dengan prestasi perniagaan	158
4.4.7	Ha7: terdapat hubungan yang signifikan antara faktor jaringan dengan prestasi perniagaan	159
4.4.8	Ha8: terdapat hubungan yang signifikan antara faktor latihan dan pendidikan dengan prestasi perniagaan	160
4.4.9	Ha9: terdapat hubungan yang signifikan antara faktor orientasi keusahawanan dengan prestasi perniagaan	161
4.5	Analisis regresi berganda	162
4.6	Rumusan	167

BAB 5 PERBINCANGAN, KESIMPULAN DAN CADANGAN

5.1	Pendahuluan	168
5.2	Ringkasan kajian	169
5.3	Perbincangan kajian	170
5.4	Cadangan kajian lanjutan	189
5.5	Implikasi kajian	190

5.6 Kesimpulan	193
RUJUKAN	194
LAMPIRAN	

SENARAI JADUAL

No. Jadual		Muka Surat
1.1	Pecahan Jenis Masjid Di Negeri Selangor	11
1.2	Pecahan Jenis Masjid Mengikut Daerah Di Negeri Selangor	11
1.3	Jenis Masjid Dalam Daerah Petaling	22
3.1	Pembahagian Soal Selidik	105
3.2	Bilangan Soalan Bagi Instrumen Soal Selidik	106
3.3	Pekali Cronbach Alpha	109
3.4	Nilai Pekali Alpha Bagi Setiap Faktor Kejayaan	110
3.5	Nilai Pekali Kebolehppercayaan Bagi Setiap Faktor Kejayaan	111
3.6	Nilai Pekali Koefisien Korelasi (r)	117
3.7	Jenis Analisis	119
4.1	Jantina	123
4.2	Umur	124
4.3	Bangsa	124
4.4	Status	125
4.5	Pendidikan	126
4.6	Pekerjaan sebelum memulakan perniagaan	127
4.7	Umur semasa memulakan perniagaan	128
4.8	Jenis perniagaan	128

4.9	Status perniagaan	130
4.10	Bilangan pekerja	131
4.11	Tahun perniagaan beroperasi	132
4.12	Sumber modal	133
4.13	Pendapatan bersih perniagaan (sebulan)	134
4.14	Keadaan perniagaan	135
4.15	Analisis skor min tahap faktor kejayaan kritikal	136
4.16	Faktor pengurusan kewangan	137
4.17	Faktor pengurusan pemasaran	138
4.18	Faktor perancangan strategik	140
4.19	Faktor kemahiran ICT	141
4.20	Faktor kemahiran komunikasi	143
4.21	Faktor kerja berpasukan	145
4.22	Faktor jaringan	146
4.23	Faktor latihan dan pendidikan	148
4.24	Faktor orientasi keusahawanan	149
4.25	Analisis min dan sisihan piawai bagi sembilan faktor kejayaan kritikal	150
4.26	Tafsiran hubungan antara faktor kejayaan kritikal dengan prestasi perniagaan	152
4.27	Hubungan antara faktor pengurusan kewangan dengan prestasi perniagaan	153
4.28	Hubungan antara faktor pengurusan pemasaran dengan prestasi perniagaan	154
4.29	Hubungan antara faktor perancangan strategik dengan prestasi perniagaan	155

4.30	Hubungan antara faktor kemahiran teknologi maklumat dan komunikasi (ICT) dengan prestasi perniagaan	156
4.31	Hubungan antara faktor komunikasi dengan prestasi perniagaan	157
4.32	Hubungan antara faktor kerja berpasukan dengan prestasi perniagaan	158
4.33	Hubungan antara faktor jaringan dengan prestasi perniagaan	159
4.34	Hubungan antara faktor latihan dan pendidikan dengan prestasi perniagaan	160
4.35	Hubungan antara faktor orientasi keusahawanan dengan prestasi perniagaan	161
4.36	Analisis anova	162
4.37	Analisis regresi berganda faktor kejayaan kritikal	163
4.38	Nilai koefisien setiap faktor kejayaan kritikal	164
4.39	Status hipotesis alternatif (H_a)	165

SENARAI RAJAH

No.Rajah		Muka surat
1.1	Kerangka konseptual	18
3.1	Prosedur pengumpulan data	115

SENARAI ISTILAH

Gharar	Merujuk kepada aktiviti jual beli yang mengandungi unsur ketidakjelasan, pertaruhan atau perjudian
Masyir	Seerti bagi maksud judi iaitu yang menimbulkan keuntungan bagi satu pihak dan kerugian bagi pihak lainnya
Enkod	Merupakan proses membentuk dan menterjemah maklumat dalam bentuk symbol, perkataan, gambar rajah dan lain-lain
Dekod	Merupakan proses yang menukarkan maklumat atau menterjemahkan maklumat ke dalam bentuk yang mudah difahami oleh penerima
Market Share	Peratusan jumlah pasaran atau segmen pasaran sedia ada yang sedang diberi perkhidmatan oleh sesebuah syarikat.



SENARAI SINGKATAN

CSF	<i>Critikal Success Factor</i>
ICT	<i>Information And Communication Technology</i>
JAIS	Jabatan Agama Islam Selangor



BAB 1

PENGENALAN

1.1 Pendahuluan

Keusahawanan memberikan banyak sumbangan kepada negara seperti mewujudkan teknologi-teknologi baru, mewujudkan persekitaran yang kompetitif, membuka banyak peluang pekerjaan, membantu ke arah pengagihan pendapatan yang lebih saksama untuk kehidupan yang lebih selesa dan mampu melahirkan individu yang dinamik, kreatif dan inovatif (Mohd Sazali, 2011). Selaras dengan agenda pembangunan ekonomi dan mewujudkan sebuah bangsa Malaysia yang bersatu padu, golongan melayu disaran agar mengambil inisiatif untuk berubah dari segi pemikiran dan mentaliti dengan menceburi bidang keusahawanan bagi meningkatkan kemantapan ekonomi bersaing secara sihat dengan bangsa lain (Muhamad Asri & Zaimah, 2012).



Menurut Ab. Mumin dan Suhaili (2005) keusahawanan atau dikenali sebagai perniagaan merupakan bidang strategik yang sentiasa berubah mengikut peredaran zaman dan menjadi perhatian sejak zaman awal kedatangan Islam iaitu tidak terkecuali menjadi bidang pilihan Rasulullah S.A.W. Islam turut memberikan ruang yang luas bagi penganutnya menjalankan urusan jual beli dan perniagaan. Ia disokong dan bersesuaian dengan ayat Al-Quran dari surah Al-Baqarah yang bermaksud :

“Dan Allah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba”

Abdul Aziz (2010) berpendapat bahawa senario keusahawanan menjelang abad 21 bakal mencabar kebolehan usahawan menguruskan perniagaan. Terdapat dua sebab yang diberikan iaitu usahawan perlu menguruskan heterogeniti tenaga kerja yang semakin meningkat dan yang kedua tenaga kerja yang pelbagai mempunyai kelebihan bersaing yang berpotensi untuk diperkembangkan. Pengurusan budaya dan isu-isu berkaitan tenaga kerja akan mempengaruhi corak pengurusan, pembangunan personaliti, gaya kepimpinan dan pendekatan dalam komunikasi. Selain itu, turut ditambah dengan teknologi yang semakin canggih, persaingan akan menjadi lebih sengit dan masalah tuntutan pekerja juga lebih kompleks.

Menurut perspektif Islam, keusahawanan dilihat sebagai satu manifestasi utama profesion atau pekerjaan. Seorang muslim digalakkan untuk melibatkan diri secara aktif dan berterusan dalam aktiviti keusahawanan (Moha Asri, Zulkarnain, & Md. Aftab, 2015). Selain itu, keusahawanan turut menjadi penggerak bagi menjalankan aktiviti pemasaran berjaya iaitu dalam semua konteks sama ada perusahaan bersaiz besar mahu pun perusahaan kecil dan sederhana (PKS).





Di Malaysia khususnya, banyak peluang pekerjaan diwujudkan kepada masyarakat terutama dalam bidang perniagaan. Kenyataan ini disokong oleh Norfadhilah dan Halimah (2010) yang menyatakan bahawa kerajaan menggalakkan masyarakat menjalankan perniagaan dan menjadi usahawan bagi menyara diri dan keluarga. Semangat ingin menjalankan perniagaan dan aktiviti keusahawanan juga dapat dipupuk dalam diri setiap lapisan masyarakat (Siti Arni, Bharudin, & Raja Hisyamudin, 2009). Justeru, perniagaan dalam Islam adalah aktiviti yang sangat digalakkan kerana perniagaan merupakan 90 peratus punca rezeki. Ini sebagaimana yang diterapkan dalam hadith Rasulullah S.A.W yang bermaksud:

“Usaha yang paling baik sekali ialah usaha seseorang dengan tangannya,
dan semua jual beli yang diredhai oleh Tuhannya”



Kini, antara tempat yang telah menjadi perhatian masyarakat bagi menjalankan perniagaan adalah kawasan masjid. Sumaiyah & Suhaili (2013) berpendapat bahawa masjid memainkan peranan yang sangat penting dalam pembangunan ekonomi umat Islam kini iaitu dalam menghidupkan persekitaran Islamik melalui aktiviti perniagaan. Antara fungsi lain masjid adalah sebagai tempat menjalankan aktiviti dakwah yang memberikan kefahaman Islam kepada masyarakat, menjadi pusat khidmat masyarakat dan pusat kebajikan ahli kariah yang terabai.

Menurut Husnul Rita dan Nor Saadah (2014) masjid bukan sahaja menjadi tempat bagi umat Islam dalam menunaikan ibadah khusus seperti solat, membaca Al-Quran, iktikaf dan seumpamanya. Namun menjadi tempat bagi melaksanakan ibadah umum seperti menyampaikan serta menuntut ilmu, berbincang, bertukar pendapat,





merancang dan melaksanakan pelbagai aktiviti membangunkan ummah dari pelbagai aspek termasuk menjadi salah satu institusi pemangkin ke arah penjanaan ekonomi ummah masa kini.

Hal ini turut disokong oleh Mohd Azam (2003) iaitu masjid pada pandangan Islam bukan sekadar tempat ibadah khusus sahaja bahkan fungsinya amat luas sehingga ianya menjadi nadi dan sendi kepada semua aktiviti-aktiviti masyarakat dan menjadi penggerak kepada pembangunan umat. Hal ini adalah kerana kedudukan masjid yang strategik iaitu berada di kawasan yang menjadi tumpuan masyarakat sebagai penyumbang kepada kemakmuran dan menjadi lambang kepada kekuatan dan perpaduan umat Islam (Norshaiful Azhar, 2009).



memberi pulangan dan dana bagi masjid tersebut. Menurut kajian Utambarta, Othman dan Surat (2010), Dato' Seri Najib Tun Razak telah memberikan satu idea yang bernas iaitu masjid dijadikan pusat menjana ekonomi masyarakat Islam melalui program berorientasikan perniagaan seperti restoran, kelas tuisyen, kedai gunting rambut, pajak gadai Islam (Ar-rahnu) dan mikro kredit. Idea ini suatu ketika dahulu telah disambut baik oleh sebilangan pengurusan masjid di Malaysia dengan menjalankan pelbagai aktiviti berorientasikan perniagaan bagi memantapkan kewangan masjid. Antara masjid yang merealisasikan hasrat tersebut adalah masjid Al-Qhufran yang terletak di Taman Tun Dr Ismail di Kuala Lumpur dan sumber pendapatan masjid ini diperolehi menerusi perniagaan yang diusahakan sejak dinaiktaraf pada tahun 2014.

Berdasarkan tinjauan di laman Portal Masjid Tuanku Mizan Zainal Abidin





(2016), terdapat sepuluh lot kedai yang aktif menjalankan perniagaan di masjid ini iaitu kedai busana, kedai runcit, agensi pelancongan, kafeteria, kedai dobi, kedai buku, kedai cenderamata dan kraftangan. Masjid ini merupakan masjid yang aktif menjalankan aktiviti keusahawanan bagi menarik orang ramai hadir ke masjid seterusnya menjana hasil daripada sewaan tapak kedai tersebut.





1.2 Latar belakang kajian

Critical Success Factor (CSF) atau dikenali sebagai faktor kejayaan kritikal merupakan elemen terpenting bagi mencapai kelebihan bersaing bagi firma-firma di dalam industri sedia ada. Berdasarkan CSF, sesebuah organisasi boleh melihat sama ada prestasi sesebuah perniagaan itu telah berjaya atau tidak berjaya mencapai visi dan misi yang telah dicipta sebelum organisasi tersebut dibentuk (Azmi, Nik Hairi, & Lee, 2012).

Menurut kajian Gates (2010), faktor kejayaan kritikal diperkenalkan oleh John F. Rockart dan MIT Sloan School of Management pada tahun 1979 sebagai satu cara untuk membantu eksekutif kanan menentukan keperluan maklumat mereka bagi tujuan menguruskan organisasi mereka. Rockart juga mendapati CSF adalah sangat bersesuaian dengan konsep 'faktor kejayaan' yang diperkenalkan oleh D. Ronald Daniel pada 1961.

Kenyataan itu turut disokong oleh Johnson (2013) yang menyatakan pandangan Daniel bahawa biasanya terdapat tiga hingga enam faktor yang mengawal kejayaan organisasi dalam sektor industri. Selain itu, Rockart turut mentakrifkan konsep CSF dalam pengurusan dan mencadangkan agar ia boleh diukur dan berhubungan langsung dengan pencapaian organisasi dan prestasi bersaing dalam organisasi. CSF juga merujuk kepada satu jumlah yang terhad dalam sesebuah organisasi perniagaan di mana jika perniagaan mencapai matlamat ditetapkan dan memuaskan maka prestasi bersaing organisasi turut mencapai kejayaan.

Terdapat dua jenis faktor yang mempengaruhi kejayaan usahawan iaitu faktor





dalam dan faktor luaran. Faktor dalaman meliputi faktor ciri-ciri keusahawanan dan orientasi keusahawanan serta pegangan atau ketaatan kepada agama manakala faktor luaran meliputi faktor-faktor dalam organisasi perniagaan tersebut. Antaranya adalah kemahiran pengurusan, pengalaman pengurusan dan industri, perancangan dan keadaan ekonomi, hubungan sosial, jaringan dan pemasaran serta bantuan dan sokongan kerajaan (Suhaila, Suhaily, & Muhammad Firdaus, 2014).

Kejayaan sesebuah perniagaan mempengaruhi prestasi perniagaan tersebut sama ada menurun, stabil atau semakin meningkat. Thamrin, Hartini dan Nor Azila (2010) berpendapat bahawa konsep prestasi perniagaan adalah berkaitan dengan aktiviti berterusan perusahaan. Prestasi yang cemerlang dan berterusan dilihat melalui perusahaan yang baik dan maju serta dapat diwujudkan dengan memiliki kelebihan bersaing melalui penciptaan nilai. Usahawan harus menetapkan matlamat yang ingin dicapai dalam perniagaan sebagai penanda aras menentukan prestasi perkembangan perniagaan. Terdapat tiga medium perantaraan yang digunakan untuk mengukur prestasi pencapaian matlamat bagi usahawan iaitu berusaha untuk menjual, penyesuaian produk dengan keperluan pengguna dan perancangan jualan (Nazrolnizah, 2014).

Di dalam kajian ini, penyelidik melihat kepada kedua-dua jenis faktor yang mempengaruhi kejayaan perniagaan iaitu faktor dalaman dilihat melalui faktor orientasi keusahawanan manakala faktor luaran dilihat melalui faktor pengurusan kewangan, faktor pengurusan pemasaran, faktor perancangan strategik, faktor kemahiran ICT, faktor komunikasi, faktor kerja berpasukan, faktor jaringan, faktor latihan dan pendidikan dan faktor orientasi keusahawanan.





1.3 Pernyataan masalah

Terdapat 4 perkara utama yang dibincangkan dalam bahagian pernyataan masalah iaitu menyatakan satu masalah atau isu yang dipilih untuk kajian, memberikan justifikasi bagi pemilihan masalah yang dipilih, membincangkan satu tajuk atau topik yang hendak dikaji berdasarkan masalah kajian yang dipilih dan yang terakhir memberikan rasional bagi pemilihan tajuk tersebut (Nik Azis, 2014).

Di dalam kajian ini, penyelidik telah mengkaji beberapa isu yang berkaitan dengan perniagaan iaitu seperti yang dipetik dalam kajian Buerah, Hussin dan Baharin (2011) antara sebab kegagalan usahawan adalah kerana kurang mendapatkan pendedahan terhadap ilmu pengetahuan tentang perniagaan dan keusahawanan. Selain itu, usahawan bumiputera juga lemah dalam pengurusan perakaunan dan kewangan, tidak mempunyai jaringan atau rangkaian sesama usahawan, tidak mampu menguruskan perniagaan mereka secara baik iaitu seperti tidak menyediakan program latihan untuk meningkatkan kemahiran pekerja dan tidak peka pada lokasi strategik yang sesuai dijalankan perniagaan.

Hal ini disokong oleh Zaidatol Akmaliah dan Habibah (2004) yang mendapati bahawa antara kelemahan usahawan dalam perniagaan adalah kekurangan modal, kekurangan kemahiran pemasaran, kekurangan pekerja mahir, kekurangan pengetahuan dan teknologi, kekurangan pengetahuan dan kemahiran serta tidak berkemampuan untuk mendapat premis perniagaan yang sesuai.





Oleh itu, kajian ini akan mengenal pasti faktor kejayaan kritikal bagi amalan keusahawanan yang boleh meningkatkan prestasi perniagaan usahawan kecil di kawasan masjid. Masjid dipilih sebagai lokasi sasaran kajian kerana institusi ini dilihat semakin kurang peranannya di pandangan mata masyarakat. Tugas dan tanggungjawab untuk mengembalikan peranan masjid seperti zaman Rasulullah SAW merupakan cabaran besar pada masa kini. Fungsi masjid semakin mengecil selepas kejatuhan kebudayaan Islam apabila masyarakat hanya menganggap masjid hanya tempat menunaikan ibadat semata-mata. Peranan masjid perlu diperluaskan bagi mengikut peredaran zaman dan sekurang-kurangnya 50 peranan dikelaskan kepada tiga kategori besar iaitu sebagai pusat ibadat, pusat pendidikan dan pusat kegiatan sosial (Yusmini & Mohd Anwarulhaq, 2004). Perniagaan merupakan salah satu kegiatan sosial yang berperanan dalam masjid. Pada zaman sahabat Rasulullah SAW, perniagaan merupakan sumber utama dalam menggerakkan ekonomi Islam (Ab. Mumin & Suhaili, 2005).

Selain itu, faktor mendapatkan bekalan sumber harian yang berasaskan halal dan suci daripada sebarang perkara yang dilarang oleh syarak semakin diragui dan ada dalam kalangan muslim tidak ambil kisah isu ini. Isu ini dikaji bagi meningkatkan kesedaran masyarakat tentang isu halal kerana hakikatnya pada masa kini, ramai dalam kalangan masyarakat islam hanya mengetahui sebahagian sahaja daripada status halal, suci serta baik barangan dan perkhidmatan yang dijual di pasaran. Namun masih banyak sumber bahan makanan, gunaan dan perkhidmatan di pasaran yang tidak diketahui status halalnya. Golongan pengguna adalah lebih ramai daripada golongan pengeluar. Oleh itu, menjadi fardhu kifayat bagi umat islam untuk menghasilkan dan mengeluarkan makanan, gunaan, dan perkhidmatan kerana status kehalalan dan kesuciannya lebih terjamin (Jabatan Kemajuan Islam Malaysia Sabah, 2020).



Daripada permasalahan dan isu yang timbul penyelidik memilih perniagaan yang terletak di dalam kawasan masjid sebagai sasaran kajian. Hal ini adalah kerana perniagaan di dalam kawasan yang baik sudah pasti terjamin status halal dan kesuciannya. Penyelidik telah memilih Daerah Petaling, Selangor sebagai lokasi bagi menjalankan kajian terhadap usahawan yang giat mengusahakan perniagaan di dalam kawasan masjid. Hal ini adalah kerana berdasarkan hasil pencarian penyelidik, didapati masih kurang kajian yang dijalankan terhadap pengusaha perniagaan di kawasan masjid sama ada di dalam negara mahu pun di negara luar. Masjid dalam Daerah Petaling, Selangor dipilih sebagai lokasi kajian kerana berdasarkan laporan Utusan Malaysia (2014) didapati Masjid As-Salam Puchong Perdana telah dinobatkan sebagai Johan Masjid Kariah 2014 dalam Anugerah Masjid Malaysia yang julung kali diadakan. Antara faktor kejayaan masjid ini adalah bergiat aktif dalam penyampaian dakwah selain menjadikan masjid sebagai pusat aktiviti kebajikan dan ekonomi. Berdasarkan tinjauan dan hasil temubual di antara penyelidik dengan penyelaras bahagian Masjid Daerah Petaling, didapati bahawa masjid-masjid dalam daerah ini merupakan masjid yang aktif menjalankan kegiatan ekonomi iaitu melalui pembukaan tapak niaga, penyediaan premis kepada usahawan dan membenarkan usahawan kecil berniaga secara bazar pada hari jumaat.

Oleh itu, penyelidik berminat untuk mengkaji aktiviti ekonomi atau perniagaan yang dijalankan di masjid-masjid yang terdapat di Daerah Petaling selain Daerah Petaling merupakan daerah yang paling tinggi bilangan masjid di Negeri Selangor mengikut statistik Pengurusan Masjid Negeri Selangor (2020) iaitu sebanyak 86 buah daripada 424 buah masjid keseluruhannya. Pecahan masjid-masjid di Negeri Selangor adalah seperti dalam jadual 1.1:



Jadual 1.1

Pecahan Jenis Masjid Di Negeri Selangor

Jenis masjid	Bilangan (buah)
Masjid Negeri	1
Masjid Daerah	9
Masjid Diraja	6
Masjid Institusi	17
Masjid Kariah	375
Masjid naik taraf	16
Jumlah	424

Sumber : Portal Rasmi Pengurusan Masjid Negeri Selangor

Jadual 1.2



Daerah	Bilangan Masjid Negeri	Bilangan Masjid Kariah	Bilangan Masjid Daerah	Bilangan Masjid Diraja	Bilangan Masjid Institusi	Masjid Naik Taraf	Jumlah Masjid
Petaling	1	67	1	1	5	11	86
Sepang		20	1	1	4	1	27
Hulu Selangor		23	1	-	-	1	25
Klang		43	1	3	-	1	48
Kuala Selangor		55	1	-	1	1	58
Sabak Bernam		47	1	-	-	-	48
Gombak		43	1	-	2	-	46
Hulu Langat		46	1	-	5	1	53
Kuala Langat		31	1	1	-	-	33
Jumlah	1	375	9	6	17	16	424

Sumber : Portal Rasmi Pengurusan Masjid Negeri Selangor.





1.4 Objektif kajian

Di dalam kajian ini penyelidik telah menetapkan dua objektif iaitu secara umum dan khusus. Objektif umum adalah penyelidik ingin mengenal pasti faktor kritikal kejayaan (CSF) yang berhubungan secara signifikan dengan prestasi perniagaan dalam kalangan peniaga di Masjid-Masjid di Daerah Petaling, Negeri Selangor.

Objektif khusus kajian ini pula adalah:

1. Mengetahui tahap faktor kejayaan kritikal (CSF) bagi amalan keusahawanan dalam kalangan usahawan yang menjalankan perniagaan di masjid-masjid Daerah Petaling, Selangor.
2. Mengetahui korelasi atau hubungan antara setiap faktor kejayaan kritikal (CSF) dengan prestasi perniagaan usahawan di masjid-masjid Daerah Petaling, Selangor.
3. Mengetahui faktor kejayaan kritikal (CSF) yang mempengaruhi prestasi perniagaan usahawan di masjid-masjid Daerah Petaling, Selangor.





1.5 Persoalan kajian

Secara khususnya kajian yang dijalankan ini adalah untuk menjawab beberapa persoalan kajian seperti berikut:

1. Apakah tahap faktor kejayaan kritikal (CSF) bagi amalan keusahawanan yang dikenal pasti dalam perniagaan usahawan di masjid-masjid Daerah Petaling, Selangor?
2. Adakah terdapat hubungan antara faktor-faktor kejayaan kritikal (CSF) dengan prestasi perniagaan usahawan di masjid-masjid Daerah Petaling, Selangor?
3. Apakah faktor kejayaan kritikal (CSF) yang sangat mempengaruhi prestasi perniagaan usahawan yang menjalankan perniagaan di masjid-masjid Daerah Petaling, Selangor?





1.6 Hipotesis kajian

Hipotesis kajian ini terbahagi kepada dua bahagian iaitu Ha1 hingga Ha9 bagi melihat sama ada terdapat hubungan yang signifikan antara sembilan faktor kejayaan kritikal dengan prestasi perniagaan dan bahagian kedua iaitu Ha10 hingga Ha18 untuk melihat faktor kejayaan kritikal yang sangat mempengaruhi prestasi perniagaan usahawan.

Ha1: Terdapat hubungan yang signifikan antara faktor pengurusan kewangan dengan prestasi perniagaan usahawan di masjid-masjid Daerah Petaling, Selangor.

Ha2: Terdapat hubungan yang signifikan antara faktor pengurusan pemasaran dengan prestasi perniagaan usahawan di masjid-masjid Daerah Petaling, Selangor.



Ha3: Terdapat hubungan yang signifikan antara faktor perancangan strategik dengan prestasi perniagaan usahawan di masjid-masjid Daerah Petaling, Selangor.

Ha4: Terdapat hubungan yang signifikan antara faktor kemahiran teknologi maklumat (ICT) dengan prestasi perniagaan usahawan di masjid-masjid Daerah Petaling, Selangor.

Ha5: Terdapat hubungan yang signifikan antara faktor komunikasi dengan prestasi perniagaan usahawan di masjid-masjid Daerah Petaling, Selangor.

Ha6: Terdapat hubungan antara faktor kerja berpasukan dengan prestasi perniagaan usahawan di masjid-masjid Daerah Petaling, Selangor.





Ha7: Terdapat hubungan yang signifikan antara faktor jaringan dengan prestasi perniagaan usahawan di masjid-masjid Daerah Petaling, Selangor.

Ha8: Terdapat hubungan yang signifikan antara faktor latihan dan pendidikan dengan prestasi perniagaan usahawan di masjid-masjid Daerah Petaling, Selangor.

Ha9: Terdapat hubungan yang signifikan antara faktor orientasi keusahawanan dengan prestasi perniagaan usahawan di masjid-masjid Daerah Petaling, Selangor.

Ha10: Faktor pengurusan kewangan mempengaruhi prestasi perniagaan usahawan di masjid-masjid Daerah Petaling, Selangor.



Ha11: Faktor pengurusan pemasaran mempengaruhi prestasi perniagaan usahawan di masjid-masjid Daerah Petaling, Selangor.

Ha12: Faktor perancangan strategik mempengaruhi prestasi perniagaan usahawan di masjid-masjid Daerah Petaling, Selangor.

H13: Faktor pengurusan ICT mempengaruhi prestasi perniagaan usahawan di masjid-masjid Daerah Petaling, Selangor.

H14: Faktor komunikasi mempengaruhi prestasi perniagaan usahawan di masjid-masjid Daerah Petaling, Selangor.





H15: Faktor kerja berpasukan mempengaruhi prestasi perniagaan usahawan di masjid-masjid Daerah Petaling, Selangor.

H16: Faktor jaringan mempengaruhi prestasi perniagaan usahawan di masjid-masjid Daerah Petaling, Selangor.

H17: Faktor latihan dan pendidikan mempengaruhi prestasi perniagaan usahawan di masjid-masjid Daerah Petaling, Selangor.

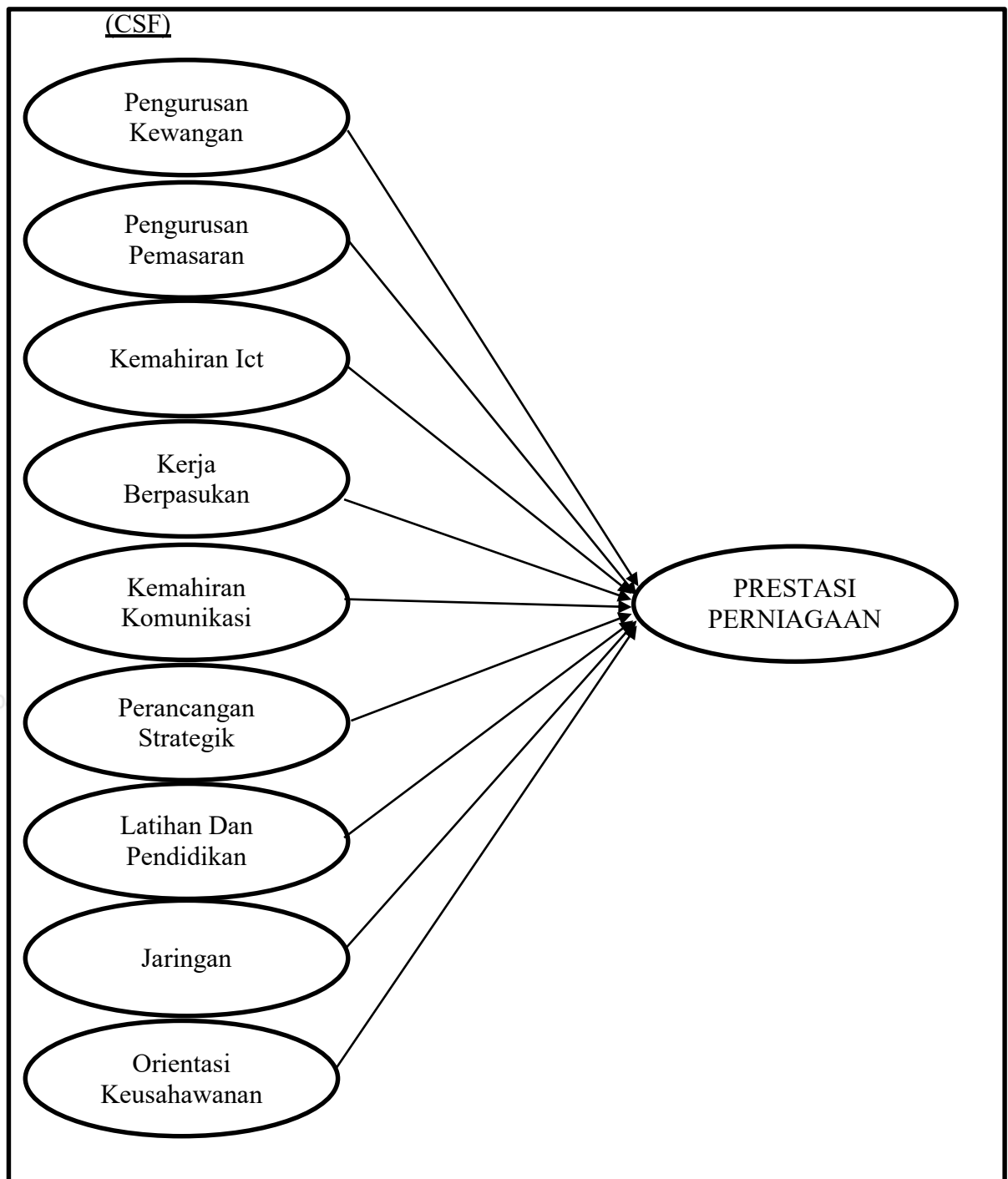
H18: Faktor orientasi keusahawanan mempengaruhi prestasi perniagaan usahawan di masjid-masjid Daerah Petaling, Selangor.





1.7 Kerangka konseptual kajian

Dalam kajian ini sebuah kerangka konseptual dibina dengan memperlihatkan elemen-elemen yang terdapat dalam faktor kejayaan kritikal (CSF) sebagai faktor yang mempengaruhi prestasi perniagaan peniaga di masjid-masjid dalam Daerah Petaling, Selangor. Kerangka konseptual ini menerangkan tentang hubungan yang ingin dikaji oleh penyelidik iaitu hubungan antara pemboleh ubah tidak bersandar (faktor kejayaan kritikal) dengan pemboleh ubah bersandar (prestasi perniagaan). Di dalam pemboleh ubah tidak bersandar iaitu faktor kejayaan kritikal (CSF), penyelidik telah membahagikan kepada sembilan konstruk yang akan dinilai iaitu faktor pengurusan kewangan, pengurusan pemasaran, kemahiran ICT, kerja berpasukan, kemahiran komunikasi, perancangan strategik, jaringan, latihan dan pendidikan dan orientasi keusahawanan. Faktor-faktor ini akan dihurai dalam bab dua iaitu penyelidik ingin melihat hubungan dan pengaruh di antara kesemua faktor kejayaan kritikal tersebut terhadap prestasi perniagaan peniaga. Kerangka konseptual kajian diadaptasi dan diolah daripada kajian Hayati Habibah, Khairul Anuar, & Fazli (2013).

Pemboleh Ubah BebasPemboleh Ubah Bersandar

Rajah 2.1. Model kerangka konseptual bagi Hubungan Faktor Kritikal Kejayaan Dengan Prestasi Perniagaan. Diadaptasi dari Hayati Habibah, Khairul Anuar dan Fazli (2013)



1.8 Kepentingan kajian

Kajian yang dijalankan ini mempunyai beberapa kepentingan tersendiri. Antaranya adalah:

i. Individu

Kajian ini dilihat memberi kepentingan kepada individu yang ingin menceburkan diri dalam dunia perniagaan sama ada secara kecil-kecilan mahu pun secara francais terutama golongan Muslim kerana melalui kajian ini individu dapat mengenalpasti faktor yang sangat memainkan peranan dalam memberi keuntungan dalam perniagaan yang berkonsepkan keusahawanan Islam iaitu tanpa unsur perjudian dan riba.



Kajian ini mungkin boleh membuka mata masyarakat tentang peluang pekerjaan dalam bidang perniagaan di tempat atau kawasan yang baik iaitu masjid. Selain itu, kajian ini boleh memberi kesedaran kepada masyarakat Islam untuk mendekatkan diri dengan masjid dan mengimarahkan institusi ini iaitu menunaikan kewajipan untuk mendirikan solat disamping menjalankan kewajipan mencari rezeki yang halal. Masyarakat juga berpeluang menceburi bidang perniagaan dengan menjual barangan yang menepati syarak dan bersesuaian dengan umat Islam.

iii. Pengurusan masjid

Kajian ini juga memberi pendedahan kepada pihak pengurusan masjid di seluruh Malaysia bagi menggiatkan aktiviti-aktiviti kesejahteraan ummah seperti aktiviti perniagaan. Selain itu, tanggapan masyarakat terhadap peranan masjid juga dapat





diubah apabila pengurusan masjid membuka banyak peluang perniagaan seperti menyediakan tapak premis untuk disewa sebagai pusat perniagaan Muslim.

iv. Kementerian Perdagangan Dalam Negeri, Koperasi Dan Kepenggunaan.

Kajian ini boleh memberikan satu usaha sokongan terhadap bidang perniagaan dan perdagangan disamping membuka mata banyak pihak untuk membantu pengusaha kecil ini mendapatkan dana atau apa-apa imbuhan hasil usaha usaha dan sokongan masyarakat terhadap bidang perniagaan.

v. Penyelidik

Kajian ini turut memberi kepentingan kepada penyelidik-penyeldik baharu untuk mendapatkan rujukan dan mengkaji lebih banyak faktor kritikal kejayaan yang berhubungan dengan prestasi perniagaan khususnya dalam perniagaan kecil-kecilan.

vi. Negara

Kajian ini juga memberi kepentingan kepada negara kerana melalui aktiviti keusahawanan dan perniagaan ini boleh memberikan pulangan dan keuntungan kepada peningkatan ekonomi negara.



1.9 Skop dan batasan kajian

1.9.1 Skop kajian

Kajian ini melibatkan semua faktor-faktor yang dibentuk mempengaruhi prestasi sesebuah perniagaan. Kajian ini dijalankan terhadap usahwan yang terdapat di Masjid-Masjid Daerah Petaling, Selangor yang aktif menjalankan perniagaan dalam kawasan masjid. Kajian memerlukan maklumat berkaitan sembilan faktor kejayaan kritikal iaitu faktor pengurusan kewangan, pengurusan pemasaran, kemahiran ICT, kerja berpasukan, kemahiran komunikasi, perancangan strategik, jaringan, latihan dan pendidikan, dan orientasi keusahawanan dalam sesebuah perniagaan usahawan atau peniaga.

Kajian ini dijalankan di Negeri Selangor, Semenanjung Malaysia. Kajian dijalankan terhadap keseluruhan peniaga yang menjalankan perniagaan di dalam kawasan masjid di Daerah Petaling, Selangor. Sampel kajian adalah sebanyak 70 buah perniagaan daripada keseluruhan 86 buah perniagaan yang menjadi populasi kajian. Pecahan jenis masjid di Daerah Petaling, Selangor adalah seperti di jadual 1.3.



Jadual 1.3

Jenis Masjid Dalam Daerah Petaling

Bil	Jenis Masjid	Daerah Petaling
1	Masjid Kariah	67
2	Masjid Daerah	1
3	Masjid Diraja	1
4	Masjid Institusi	5
5	Masjid Negeri	1
6	Masjid Naik Taraf	11
Jumlah		86

Sumber: Portal Rasmi Pengurusan Masjid Negeri Selangor

**1.9.2 Batasan kajian**

Terdapat beberapa batasan yang ditetapkan oleh penyelidik dalam kajian ini bagi mencapai matlamat yang telah dirangka. Kajian ini terbatas untuk mengetahui hubungan dan pengaruh di antara faktor-faktor kejayaan kritikal (CSF) dengan prestasi perniagaan peniaga di kawasan masjid dalam Daerah Petaling di Negeri Selangor. Responden yang terlibat adalah pengusaha perniagaan yang menjalankan aktiviti urus niaga di dalam kawasan masjid sahaja. Sebarang bentuk perniagaan diterima sebagai alat kajian iaitu sama ada dalam bentuk premis kekal, gerai, *francais mobile* (kenderaan bergerak) dan bazar jumaat.





Terdapat beberapa kekangan kepada penyelidik dalam menjalankan kajian seperti kesukaran mencari maklumat masjid yang mempunyai perniagaan dan aktif menjalankan perniagaan. Selain itu, kekangan masa bagi mendapatkan maklumat dan mengumpulkan data bilangan populasi masjid yang terdapat di Negeri Selangor kerana jumlah populasi yang besar dan tidak semua masjid menjalankan perniagaan. Oleh itu, penyelidik perlu menjalankan tinjauan dan mendapatkan maklumat daripada pengurusan Masjid Daerah Petaling, Selangor melalui Jabatan Agama Islam Selangor (JAIS) seterusnya menghubungi penyelaras Masjid Daerah Petaling untuk mendapatkan maklumat.

1.10 Definisi Operasional



Definisi operasional merupakan satu pernyataan yang menjelaskan bagaimana pemboleh ubah yang khusus akan diperhatikan dan diukur atau bagaimana sesuatu objek atau keadaan akan dikenalpasti. Oleh itu, definisi perlu jelas dan jitu supaya pembaca mengetahui dengan tepat perkara yang perlu dilakukan, diukur atau diperhatikan (Nik Azis, 2014). Definisi operational yang digunakan di dalam kajian ini adalah seperti berikut:

1.10.1 Faktor Kejayaan Kritikal

Faktor kejayaan kritikal atau Critical Success Factor (CSF) dalam kajian ini merujuk kepada faktor-faktor yang sangat mempengaruhi kejayaan sesebuah perniagaan iaitu dinilai melalui maklum balas yang diberikan oleh peniaga berkaitan perniagaan yang





diusahakan. Faktor ini dinilai berdasarkan prestasi sama ada sesuatu perusahaan atau perniagaan itu telah berjaya atau tidak berjaya mencapai sasaran misi dan visi yang telah dibentuk sebelum perniagaan dibentuk (Mohd Hassan, 2007). Sembilan faktor yang dikaji adalah berdasarkan rujukan kajian-kajian lepas yang lebih cenderung ke arah mencapai prestasi perniagaan.

1.10.2 Amalan Keusahawanan

Kajian Za'afaran (2011) mentafsirkan amalan keusahawanan sebagai proses input, transformasi perusahaan dan output. Input yang dimaksudkan adalah ciri-ciri keusahawanan yang diamalkan ketika seseorang usahawan ingin memulakan perniagaan seperti berinisiatif, berorientasikan kepada peluang dan keupayaan mengurus. Transformasi perusahaan pula merujuk kepada perubahan yang dilaksanakan dalam perusahaan bagi memastikan perniagaan semakin berkembang maju manakala output adalah hasil atau nilai keluaran yang dilakukan ke atas transformasi atau perubahan dalam perniagaan. Di dalam kajian ini penyelidik melihat kepada amalan keusahawanan iaitu proses yang menjadi kebiasaan dan sering dilaksanakan oleh sesebuah perniagaan bagi mencapai matlamat atau prestasi yang optimum.



1.10.3 Prestasi Perniagaan

Kajian Muhamad Asri dan Zaimah (2012) menunjukkan prestasi perniagaan dipengaruhi oleh beberapa faktor iaitu latar belakang diri, kemahiran mengurus perniagaan, kemahiran jaringan dan sokongan institusi atau kerjayaan. Dalam kajian ini penyelidik akan merungkai sembilan faktor yang akan mempengaruhi prestasi perniagaan dan melihat bagaimana prestasi perniagaan dinilai berdasarkan soal selidik yang diberikan kepada responden iaitu peniaga di kawasan masjid di Daerah Petaling, Selangor.

1.10.4 Masjid

Di dalam kajian ini penyelidik mengkaji terhadap masjid-masjid yang terdapat di dalam Daerah Petaling iaitu Masjid Negeri, Masjid Bandar dan Masjid Kariah. Menurut Garis Panduan Penggunaan Masjid Dan Surau Di Negeri Selangor (2016) “Masjid” menurut seksyen 2 Enakmen bermaksud suatu bangunan yang digunakan bagi sembahyang jumaat dan sembahyang lain dan kegiatan-kegiatan yang disuruh, disyorkan atau dibenarkan oleh agama Islam. Selain itu, merupakan bangunan penggunaannya sebagai yang sedemikian dibenarkan oleh Majlis di bawah seksyen 98 dan termasuk mana-mana surau, madrasah atau bangunan lain yang ditetapkan oleh Majlis sebagai Masjid di bawah seksyen itu.



Menurut Enakmen Pentadbiran Agama Islam (Negeri Melaka) 2002 7/2002, ‘ahli kariah’ pula merujuk kepada seseorang yang tinggal tetap atau pada kelazimannya bermukim dalam sesuatu kariah Masjid manakala dalam Enakmen Pentadbiran Undang-Undang Islam 1991, Kaedah-Kaedah Masjid 1998 “Masjid Kariah” bermaksud Masjid selain daripada Masjid Negeri dan Masjid Daerah yang pegawai-pegawainya bertugas secara sukarela. “Kariah” atau “Kariah Masjid” pula berhubungan dengan sesuatu Masjid, ertinya kawasan di mana Masjid itu berada yang sempadannya ditetapkan di bawah seksyen 91 Enakmen.

1.11 Rumusan



Secara keseluruhannya, bab ini memberi gambaran jelas tentang latar belakang kajian iaitu penyelidik mengkaji sembilan faktor kritikal kejayaan (CSF) yang berhubungan dengan prestasi perniagaan. Terdapat tiga objektif yang telah ditetapkan untuk dicapai dan tiga persoalan dibentuk untuk melihat pencapaian matlamat kajian. Kajian ini diharap dapat memberi pendedahan kepada ramai pihak iaitu individu, masyarakat, pengurusan masjid, Kementerian Perdagangan, Koperasi Dan Kepenggunaan Malaysia, negara malah penyelidik akan datang tentang kewujudan perniagaan dalam masjid dan apakah faktor kejayaan kritikal amalan keusahawanan dalam menjalankan perniagaan serta melihat kepada pencapaian prestasi perniagaan di dalam masjid. Penyelidik juga memberikan kefahaman kepada pembaca berdasarkan definisi- definisi istilah yang digunakan sepanjang kajian.

