



MindaBis-tari

OLEH TAN SRI MUHAMMAD ALI HASHIM

# Melayu perlu budaya bisnes

Harian Metro 29/04/2010 MS 20

## Muslim wajib jadikan perniagaan sebagai perjuangan bertaraf jihad

MINGGU lalu saya ke Kota Bharu untuk membentangkan kertas kerja mengenai Jihad Bisnes kepada lebih 1,000 peniaga di Simposium Usahawan Perusahaan Kecil dan Sederhana (PKS) dalam 1 Malaysia anjuran Mara.

Dalam pembentangan itu, saya menegaskan bagaimana Melayu dan Muslim harus bangkit berjihad melalui bisnes demi meningkatkan ekonomi ummah.

Setiap kali ke Kota Bharu saya sangat gembira melihat semangat berniaga yang tinggi di kalangan usahawan tempatan dan suasana bisnes yang jauh lebih dinamik berbanding negeri lain, khususnya membabitkan peniaga Melayu dan Muslim. Begitu jelas ramai usahawan PKS di Pantai Timur berjaya membudayakan bisnes.

Semangat berniaga di kalangan PKS Pantai Timur menjadikan matlamat membudayakan bisnes lebih mudah diterima di semua lapisan termasuk pelajar. Alangkah baiknya andai bisnes disebutkan dengan budaya Melayu sehingga tidak lagi kelihatan janggal atau luar biasa bagi remaja dan anak-anak Melayu bercita-cita tinggi menjadi ahli perniagaan, korporat dan usahawan berjaya.

Namun, dalam menghadapi kehidupan mencabar ini, membudayakan bisnes semata-mata belum mencukupi untuk Melayu-Muslim menang dalam persaingan. Bagi saya, usahawan PKS Pantai Timur telah menerap

ciri asas probisnes, termasuk memupuk semangat untuk berdikari.

Saya menyarankan supaya peniaga dan usahawan Muslim menjadikan bisnes mereka sebagai satu perjuangan bertaraf jihad. Setelah membudayakan bisnes, usahawan PKS perlu melengkap dan menyediakan diri dengan keupayaan bersaing yang lebih mantap.

Daya saing yang tinggi sangat kritikal dan diperlukan untuk menjamin kelangsungan bisnes. Semua ahli bisnes termasuk eksekutif korporat Melayu-Muslim serta masyarakat Melayu Muslim amnya perlu turut membisneskan budaya mereka.

Dalam sesi soal-jawab di akhir ceramah, seorang peserta bertanya konsep 'membudayakan bisnes' kerap dengar dan mudah diterima. Namun, saranan supaya masyarakat Melayu 'membisneskan budaya' adalah sesuatu yang baru dan memerlukan penjelasan lanjut.

Apakah maksud saranan supaya kita membisneskan budaya?

Melayu selama ini, sama ada secara sedar atau tidak,

kerap membawa sikap dan persepsi antibisnes. Budaya anti-bisnes ini perlu dikikis daripada jiwa Melayu andainya kita ingin melihat kemajuan dan perubahan status pencapaian bangsa.

Selagi kita tidak memburu bisnes dan menjadikannya sembilan persepuluh daripada sumber rezeki, selagi itulah kita akan terus berada di takuk lama.

Membisneskan budaya bermaksud mengikis dan membuang sikap serta tabiat yang melemah dan merugikan. Saya berpandangan, selagi tidak dibisneskan budaya, selagi itu Melayu tidak mudah menang, malah mungkin akan kalah bersaing.

Ahli bisnes Melayu, usahawan PKS, eksekutif korporat dan syarikat berkaitan kerajaan (GLC) perlu menanam semangat berdikari, gigih memperjuangkan hak dan kepentingan serta gagah menegakkan jati diri.

Ia memerlukan Melayu memupuk kebesaran jiwa dan menjadikan keyakinan diri bersaing sebagai darah daging kehidupan berekonomi. Impak utama daripada semangat membisneskan bu-

daya akan lahir dalam bentuk kesanggupan dan keupayaan diri yang tidak segan untuk menang dalam persaingan.

Melayu-Muslim mesti bersikap lebih 'business-like'. Dalam hal ini kita perlukan tindakan dalam dua peringkat, iaitu pertama, di kalangan individu dan kedua, masyarakat.

Di kalangan individu, terdapat beberapa ciri asas yang perlu diperbaharui. Pertama sekali, kecuaihan dan kelalayan serta tabiat tidak menepati masa dan kerap langsung tidak mempunyai 'sense of urgency'. Melayu amat terkenal dengan sikap 'sambil lewa' dan 'berlebih kurang' sehingga wujudnya istilah 'janji Melayu' dan 'jam Melayu'.

Kedua, kelemahan dalam disiplin kewangan dan menghargai nilai guna wang sebenar. Sikap berjimat cermat, rajin menabung, tidak bermewah dan membazir adalah teras budaya disiplin kewangan.

Malangnya, kecenderungan berhutang telah lama bertapak dalam diri ramai Melayu sehinggalah kerajaan

pening dengan tabiat liat membayar hutang Pinjaman Tabung Pendidikan Tinggi Negara (PTPTN) di kalangan graduan, pinjaman mikro kredit Tekun di kalangan peniaga kecil Melayu dan pinjaman Mara.

Ketiga, peniaga Melayu juga kurang mengutamakan pelanggan dan kurang memberi sepenuh manfaat kepada pelanggan. Malah, terdapat ramai peniaga yang langsung tidak menghormati pelanggan. Bagi peniaga dan usahawan Cina, mereka sentiasa mengingati petua Cina yang menyatakan: 'Setiap kali minum air, jangan lupakan sumbernya'.

Sudah tiba masanya, peniaga dan usahawan Melayu menganggap pelanggan mereka umpama sumber air yang menyuburi kehidupan mereka!

Keempat, budaya bisnes Melayu juga terlalu memandang ringan pembentukan jaringan bisnes dan perlunya dibentuk persepakatan bisnes sesama usahawan PKS dan antara PKS dengan korporat serta GLC.

Mereka yang berada dalam syarikat korporat dan GLC juga sebahagiannya bersikap

sebagai bisnes orang Jepun seperti Matsushita, Toyota, Honda dan Suzuki yang semuanya bermula sebagai PKS dan kemudiannya diperbesar dengan sokongan institusi masyarakat sehingga berpuaya menjadi jaguh korporat global? Sekalipun bermula sebagai PKS milik individu dan keluarga, rahsia mereka ialah setelah membesar mereka berkongsi hak milik syarikat dengan masyarakat menerusi institusi dalam masyarakat. Hanya peraturan kecil saja yang dipegang oleh waris keturunan pengasasnya. Syarikat tertua di dunia juga dilaporkan terdapat di Jepun dan telah berusia lebih seribu tahun.

Sebaliknya usaha bisnes Muslim, termasuk milik Arab yang telah menjadi pedagang jauh sebelum Barat bertamadun lagi, terlalu kejang berpaksi kepada kepentingan individu dan keluarga, sehingga hampir tiada kelihatan langsung MNC Muslim yang menerajui bisnes ke tahap global.

Pendekatan menginstitusikan bisnes secara berkesan memerlukan penjelasan panjang. Sebagai gambaran, dalam ceramah tersebut saya telah menyarankan supaya Melayu memperbaharui pantun tradisinya yang berbunyi: 'Buai laju-laju, sampai pokok sena...'. Pembayang maksud dalam pantun ini perlu diubah supaya tidak hanya menuju pokok sena.

Saya menyarankan semangat berbisnes diubah dan disesuaikan dengan kepentingan besar agama dan bangsa. Justeru, pantun itu perlu diubah kepada: 'Buai laju-laju sampai dekat pokokangka, bila Melayu maju, sedekah zakat tolong bangsa!'

Persepakatan kebijaksanaan menggunakan kuasa

begini. Sedangkan orang lain dilihat lebih mengutamakan persatuan usahawan yang menjadikan mereka cukup kukuh, sentiasa berhubungan dan bantu-membantu antara satu sama lain.

Lihat bagaimana institusi guang xi (atau kongsi) di kalangan masyarakat Cina yang sepakat hingga memberi mereka kelebihan bersaing dengan semua pihak lain.

Kelima, Melayu juga tidak mengutamakan penyusunan bisnes secara berorganisasi. Bisnes secara berorganisasi membentuk keupayaan bersaing jangka panjang dan daya tahan mengatasi cabaran dan ancaman ketidakpastian serta ketidakstabilan sistem ekonomi.

Kebanyakan bisnes Melayu disandarkan kepada pemilikan individu dan keluarga yang membawa sikap nafsu-nafsi, sekali gus melemahkan daya saing jangka panjang seluruh masyarakat.

Mengapa kita tidak mengambil iktibar daripada ka-

membeli juga penting dalam membisnes budaya dan menjayakan jihad bisnes.

Dalam sistem ekonomi, kuasa membeli boleh diibaratkan umpama undi dalam politik. Andai tidak dimanfaatkan sepenuhnya, 'undi' yang diberikan tidak akan kembali kepada kita dan kita akan rugi.

Mesej yang cuba disampaikan ialah agar kita semua menggunakan segala sumber yang ada untuk saling membantu meningkatkan ekonomi ummah dan memastikan bangsa Melayu terus bangkit. Apabila lebih ramai yang memiliki kekayaan, maka sudah tentu mereka dapat membantu meningkatkan ekonomi bangsa dan membela agama, khususnya melalui berzakat, bersedekah, berinfaq, berjariah dan berwakaf.

□ Penulis ialah Presiden dan Ketua Eksekutif Johor Coporation merangkap Timbalan Presiden Dewan Perdagangan Islam Malaysia. [www.businessjihad.com](http://www.businessjihad.com)