

Konsep Kerja Berpasukan dalam Kalangan Usahawan Al-Wahida Marketing: Satu Kajian Penerokaan

Mohd Nizho Abdul Rahman, Shuhairimi Abdullah

ABSTRAK

Kajian ini memfokuskan isu berkaitan pengurusan yang melibatkan konsep kerja berpasukan menurut pandangan sarjana konvensional dan Islam. Justeru bagi memenuhi maksud kajian, maka metodologi kualitatif dan kuantitatif digunakan bagi memenuhi matlamat yang ingin dicapai. Hasil kajian mendapati tiga elemen utama yang menyumbang kepada konsep kerja berpasukan, iaitu kepercayaan, perkongsian dan komitmen. Selain itu, ia adalah pemangkin kepada konsep kerja berpasukan di samping elemen-elemen yang lain. Bagi melihat kepada realiti sebenar konsep kerja berpasukan yang dipraktikkan oleh usahawan, maka sebuah syarikat bumiputera yang mempunyai usahawan yang berjaya memasarkan produk syarikat melalui konsep kerja berpasukan dijadikan sampel kajian. Sampel kajian yang dilakukan adalah melibatkan 144 orang usahawan yang pernah mendapat anugerah daripada Syarikat HPA. Responden yang dipilih adalah melibatkan mereka yang berpangkat dan usahawan biasa dalam al-Wahida di seluruh Malaysia. Data kajian dianalisis menggunakan perisian *Statistical Package for Social Science (SPSS) Version 12.0*. Hasil kajian dilaporkan dalam bentuk deskriptif. Dapatan kajian juga menjelaskan konsep kerja berpasukan terbentuk dari ketiga-tiga elemen yang dimaksudkan pada tahap yang tinggi (Min=4.23, S.Piawai=0.31).

1.0 Definisi Kerja Berpasukan

Perkataan *team* menurut Kamus Oxford membawa maksud pasukan, pemain atau sepasukan manusia yang bekerja bersama. Perkataan *team* apabila digabungkan dengan *work* membawa maksud kerjasama yang disusun. Menurut Robbins, pasukan (*team*) atau dikenali sebagai kelompok atau kumpulan (*group*) yang merupakan satu kumpulan pekerja yang bekerjasama menjayakan matlamat jabatan atau organisasi. Lussier dan Achua mendefinisikan kerja berpasukan sebagai satu pemahaman dan komitmen antara semua ahli dalam pasukan ke arah pencapaian matlamat pasukan itu sendiri. Francis dan Young mendefinisikan kerja pasukan sebagai satu kumpulan manusia yang cergas, komited untuk mencapai matlamat yang sama, bekerjasama dengan baik dan

seronok bekerja dalam pasukan serta menghasilkan keluaran yang berkualiti tinggi. Michael A. West mendefinisikan kerja berpasukan sebagai satu pasukan yang dibentuk dalam kalangan manusia bagi menjayakan matlamat organisasi. Greg L. Stewart, Charles C. Manz dan Henry P. Sims, Jr menyatakan kerja berpasukan adalah merujuk kepada dua atau lebih individu yang bekerjasama untuk mencapai matlamat organisasi. Ab. Aziz menyatakan kerja berpasukan adalah gabungan sebilangan individu yang mempunyai kompetensi yang saling bergantung sama ada dari segi keupayaan, kepakaran, kemahiran dan pengetahuan. Mereka masing-masing mempunyai akauntabiliti dan komitmen terhadap prestasi pasukan serta bersedia melaksanakan tugas yang mencabar.

Menurut Yeop Hussin, kerja pasukan bermaksud kerjasama antara pengurus ataupun ketua jabatan yang bertanggungjawab merancang dan kakitangan yang menjalankan tanggungjawab mereka dengan baik. Alauddin Sidal menyatakan pasukan merupakan satu kelompok atau kumpulan pekerja yang saling bantu membantu, saling berkongsi, bertanggungjawab bersama dan sentiasa komitmen dengan kerja untuk memenuhi matlamat kerja dalam organisasi. Greenberg dan Baron pula menyatakan pasukan boleh diertikan sebagai dua atau lebih individu yang saling bersandaran, berinteraksi dan saling mempengaruhi di antara satu sama lain untuk mencapai matlamat secara kolektif. Menurut Devis dan Newston, kerja berpasukan adalah satu proses sosial yang dibentuk untuk mendapat kerjasama, penyertaan dan penglibatan ahli dalam sesebuah organisasi untuk mencapai matlamat. Kenneth dan Allan mendefinisikan pasukan sebagai satu set struktur hubungan sesama ahli bagi mencapai matlamat yang ditetapkan. Merujuk Zainal Ariffin, pasukan kadangkala dikenali sebagai kelompok atau kumpulan yang bekerjasama untuk mencapai matlamat spesifik jabatan atau organisasi. Oleh yang demikian, kerja berpasukan menurut perspektif konvensional merujuk kepada satu bentuk susunan kerja yang dilaksanakan dalam pasukan bagi menjayakan matlamat serta cita-cita sesebuah organisasi, persatuan, jabatan, syarikat dan badan-badan yang dibentuk untuk tujuan itu. Kesemuanya bermatlamatkan kejayaan material yang ingin dikecapi dan diidam-idamkan. Satu bentuk sistem kerja yang teratur diperlukan bagi menjayakan matlamat yang telah digariskan.

2.0 Konsep Kerja Berpasukan

Kerja Berpasukan merupakan suatu unit dalam organisasi yang berinteraksi untuk berkongsi maklumat dan keputusan bagi membantu ahli-ahli pasukan menjalankan tugas dalam ruang sempadan tanggungjawab yang telah ditetapkan. Kerja Berpasukan juga merupakan prasyarat yang amat penting bagi mencapai kejayaan sesebuah organisasi. Sesungguhnya misi dan matlamat organisasi akan

dapat dicapai melalui kerja berpasukan dan ianya lebih berkesan dan mendapat natijah yang menyeluruh. Selain itu, melalui kerja berpasukan dapat menjimatkan kos dan pembaziran tenaga. Kerja Berpasukan juga mampu meningkat semangat serta daya motivasi untuk bekerja dalam kalangan ahli dapat ditingkatkan.

K. Smith menegaskan bahawa kerja berpasukan lebih produktif daripada kerja secara individu. Menurut Ahmad Fadzli Yusof antara perkara penting dalam kerja secara berpasukan adalah pengagihan tugas dan pemerkasaan yang mana setiap ahli pasukan mempunyai sasaran yang tinggi bagi melaksanakan sesuatu matlamat dan dalam masa yang sama setiap ahli pasukan diberi autoriti yang tinggi untuk membuat keputusan rutin tanpa perlu merujuk kepada pihak atasan setiap masa. Setiap ahli juga mempunyai kekuatan yang tersendiri dan saling melengkapi antara satu dengan yang lain. Kepentingan kerja berpasukan ini dapat dibuktikan oleh sebuah kajian yang dibuat oleh *Creative Education Foundation* yang telah membuat kajian ke atas 500 syarikat di Amerika tentang perbezaan kemahiran yang diperlukan pada era kini berbanding pada era 1970. Kajian mendapati bahawa kemahiran yang diperlukan oleh syarikat itu pada era 1970 adalah sebanyak sepuluh kemahiran dalam satu kerja berbanding pada era 2000, hanya satu kemahiran yang diperlukan untuk melaksanakan kerja dalam syarikat. Hal ini demikian kerana penjimatan tenaga dan kemahiran diperlukan dalam melaksanakan sesuatu kerja. Justeru, kepentingan kerja berpasukan amatlah dititikberatkan dalam pengurusan organisasi di abad ke-21 ini.

Menurut Ahmad Zaharuddin, pembentukan satu pasukan kerja adalah amat penting dalam mana-mana organisasi, pendekatan rakan sekerja dalam jabatan dan antara jabatan akan dapat membantu organisasi bergerak ke arah pencapaian matlamat organisasi dengan cepat. Dengan ini, kerja berpasukan wujud apabila ahli dalam organisasi dapat merasakan bahawa mereka berada dalam satu pasukan dan diterima baik oleh anggota-anggota lain dalam pasukan tersebut. Mereka juga merasakan ada sesuatu sumbangan yang boleh diberikan kepada pasukan. Selain itu, pandangan mereka diterima baik oleh anggota pasukan dan mereka rasa bertanggungjawab untuk memastikan kejayaan kumpulan yang erat antara mereka. Kerja berpasukan juga boleh merujuk kepada satu set nilai yang menggalakkan tingkah laku seperti mendengar dan memberi maklum balas yang membina terhadap pendapat orang lain, menjelaskan keraguan, serta memberi sokongan penuh kepada ahli. Ini termasuklah menghargai minat serta mengiktiraf pencapaian ahli pasukan yang lain.

Menurut G.E Huszczo, kerja berpasukan dapat mewujudkan hubungan interpersonal yang lebih baik. Dalam kerja berpasukan, terdapat tujuh pilihan yang biasa digunakan untuk menguruskan hubungan antara ahli pasukan.

- Menggubal set peraturan dan prosuder yang mudah difahami dan diikuti oleh ahli pasukan.
- Mengumpulkan ahli yang memiliki kemahiran atau keperluan untuk mencapai sasaran kerja pasukan berasaskan matlamat yang telah ditetapkan.
- Tanggungjawab yang jelas dan terang.
- Prosuder yang berkesan, berasas dan mudah difahami serta diaplikasikan.
- Hubungan interpersonal yang konstruktif serta saling menghormati. Usahawan pasukan boleh menggunakan *Myers-Briggs Type Indicator* (MBTI) untuk mengenal pasti masalah personaliti dan cara menanganinya.
- Peranan organisasi memberi ganjaran dan motivasi kepada kumpulan pekerja supaya sentiasa menghasilkan pasukan kerja yang berkesan dan dihargai.
- Hubungan konstruktif luaran yang positif, iaitu membentuk lingkaran hubungan positif dengan pasukan lain dalam organisasi dan merentasi organisasi. Bagi sarjana konvensional, mereka melihat '*Amal Jamā'ī*' itu mencapai kejayaan jika sekiranya kerja tersebut dilakukan secara sistematik dan berpandukan kepada prosedur yang telah ditetapkan.

Sehubungan dengan itu, Kazemak telah membangunkan Model Komprehensif dengan menyenaraikan 10 kriteria kerja pasukan yang berkesan, iaitu:

- Matlamat yang difahami dan dipersetujui.
- Konflik yang berlaku dapat ditangani dengan baik.
- Ahli berkongsi peranan kepimpinan.
- Keupayaan ahli digunakan sepenuhnya.
- Komunikasi terbuka dan penglibatan di mana ahli tahu apa yang berlaku dalam pasukan.
- Ahli menyokong kawalan dan prosedur pasukan.
- Penglibatan dalam penyelesaian masalah dan membuat keputusan.
- Pengujian dan kreativiti digalakkan.
- Menilai fungsi dan proses dengan kerap.
- Setiap ahli memahami peranan dan tanggungjawab dan had kuasa masing-masing.

Gurcharan Singh dalam kajiannya mengemukakan tujuh elemen pasukan kerja, iaitu:

- Kepercayaan.
- Komunikasi.
- Kerjasama.
- Sokongan pemimpin.
- Pengendalian konflik.
- Kebebasan pendapat.

- Iltizam.

3.0 Latar Belakang Al-Wahida Marketing Sdn Bhd

Al-Wahida Marketing Sdn. Bhd. (AWM) adalah salah satu anak syarikat yang berfungsi memasarkan barangan Herba Penawar Al-Wahida Industries Sdn. Bhd. (HPA) yang telah diasaskan oleh seorang anak muda yang bernama Ismail bin Ahmad yang berasal dari Kampung Changkat Lada, Mata Air, Perlis. Berikutan dengan itu, AWM pada 1 Februari 1996 dengan nombor pendaftaran 376131-A, mendapat lesen di bawah Akta Jualan Langsung dari Kementerian Dalam Negeri dan Hal Ehwal Pengguna berfungsi melalui konsep sistem *Multi-Level Marketing*. Sebagai anak syarikat HPA, AWM berperanan memastikan setiap barang keluarannya sampai kepada kumpulan sasaran. Oleh yang demikian, tujuan utama syarikat ini ditubuhkan adalah untuk memasarkan produk-produk HPA ke seluruh Malaysia. Syarikat ini pada awalnya dikenali sebagai Perubatan Tradisional Al-Wahida, beroperasi secara kecil kecilan sejak bulan September 1987. Justeru, pengasasnya yang dilahirkan pada 1 jun 1963 adalah merupakan anak petani yang membesar dalam sebuah keluarga yang sederhana. Pengasas syarikat al-Wahida Marketing HPA, Ismail bin Ahmad juga merupakan anak muda yang berkelulusan sarjana muda dalam bidang Botani di Universiti Pertanian Malaysia (sekarang Universiti Putra Malaysia) telah pun melakukan penyelidikan dalam bidang tersebut ketika di universiti. Berbekalkan ilmu dan pengalaman serta tunjuk ajar dari gurunya (yang juga bapa saudaranya), beliau sangat berkeyakinan penuh terhadap perubatan berasaskan herba. Pernah diceritakan oleh bapa saudaranya bahawa beliau semenjak dari kecil lagi mempunyai minat tentang perubatan herba dan sering mengikuti beliau ke mana sahaja sehingga ke sempadan merentasi gunung bagi mencari dan mengenal pasti akar kayu yang boleh dijadikan herba bagi tujuan perubatan. Hasil daripada kesungguhan itulah, maka beliau menyahut cabaran dalam bidang perubatan herba dan berada di tengah-tengah gelanggang perubatan negara. Sejarah juga telah menyaksikan bagaimana beliau dengan segala usaha menempuh rintangan dalam memperjuangkan serta memartabatkan perubatan JAWI. Hasil kesungguhannya telah melangkah lebih jauh ke hadapan, bukannya hanya produk herba semata-mata, malah mempunyai impian untuk mengetengahkan produk kegunaan harian yang berupa makanan, minuman dan barang keperluan harian. Kesemua ini dibuktikan dengan wujudnya produk yang baru dari semasa ke semasa.

4.0 Latar Belakang Usahawan Al-Wahida

Usahawan Al-Wahida adalah mereka yang terlibat secara langsung dengan AWM di bawah HPA Sdn. Bhd. Mereka adalah usahawan berpangkat dan usahawan biasa yang berkecimpung dan bergerak secara aktif dengan al-Wahida Marketing Sdn. Bhd. Kajian ini dilakukan kepada seramai 144 orang responden yang terpilih melalui populasi dan sampel yang telah ditetapkan. Justeru, perincian berkaitan usahawan adalah seperti berikut:-

4.1 Profil Responden

Responden yang dipilih adalah dalam kalangan mereka yang terlibat secara langsung dalam MLM AWM. Mereka adalah terdiri daripada kalangan yang berpangkat biasa dan yang berpangkat seperti Pengarah Jati Setia (PJS) dan Pengarah Jati Emas (PJE) di seluruh Malaysia. Selain itu, mereka juga terdiri daripada golongan yang terawal berjawatan Pengarah Jati Setia dan pangkat lain yang bersama-sama syarikat al-Wahida Marketing Sdn. Bhd sejak dari awal penubuhannya. Seramai 144 orang responden terlibat dalam kajian ini terdiri daripada 68 orang lelaki (47.2 %) dan 76 orang perempuan (52.8 %) dengan purata umur 32.6 tahun. Kategori umur paling ramai ialah, 45 orang yang terdiri daripada 41-50 tahun (31.3 %), diikuti seramai 43 orang (29.9 %) dengan purata umur 20-30 tahun. Seterusnya, seramai 36 orang (25.0 %) dengan purata umur 31-40 tahun, manakala 17 orang (11.8%) pula terdiri daripada mereka yang berumur 51-60 tahun. Selebihnya, terdapat 3 orang (2.1%) adalah mereka yang berumur 60 tahun ke atas. Kebanyakan responden telah berkahwin, iaitu seramai 123 orang (85.4 %), diikuti seramai 12 orang (8.3%) terdiri daripada mereka yang belum berkahwin, manakala 6 orang (4.2%) adalah janda dan selebihnya adalah duda seramai 3 orang (2.1 %). Profil terperinci responden adalah seperti di Jadual 4.1.

Jadual 4.1: Profil Responden Mengikut Jantina, Umur dan Taraf Perkahwinan (n-144)

Profil	Kekerapan	Peratus
Jantina		
Lelaki	68	47.2
Perempuan	76	52.8
Umur		
20 – 30	43	29.9
31 - 40	36	25.0
41 – 50	45	31.3

51 – 60	17	11.8
Lebih 60	3	2.1
(Min = 32.6, Sisihan Piawai = 20.1)		
Taraf Perkahwinan		
Belum Berkahwin	12	8.3
Berkahwin	123	85.4
Janda	6	4.2
Duda	3	2.1

Hampir separuh daripada responden mempunyai tahap pendidikan yang baik dengan memiliki Sijil Pelajaran Malaysia (SPM) seramai 62 orang (43.1%), diikuti mereka yang mempunyai sarjana muda seramai 22 orang (15.3 %) dan seramai 20 orang (13.9 %) memiliki diploma. Mereka yang memiliki Sijil Tinggi Pelajaran Malaysia (STPM) pula, seramai 14 orang (9.7 %). Seterusnya, mereka yang memiliki SRP dan sarjana masing-masing seramai 8 orang (5.6 %). Terdapat 7 orang (4.9 %) responden mempunyai sijil kemahiran daripada pelbagai institusi kemahiran yang ada di negara ini. Namun, terdapat 2 orang (1.4 %) responden memiliki sijil sekolah rendah dan diikuti hanya 1 orang responden memiliki ijazah doktor falsafah (0.7 %).

Sebaliknya, bagi tahap pendidikan agama tertinggi sebahagian besar responden tiada memiliki tahap tersebut secara formal. Justeru, penelitian terhadap tahap pendidikan agama tertinggi mendapati seramai 94 orang (65.3 %) responden tidak mempunyai sijil kelayakan agama secara formal. Terdapat seramai 36 orang (25.0 %) responden mengikuti pengajian agama secara formal sehingga peringkat menengah tetapi tidak menamatkan pengajian di peringkat menengah agama berkenaan. Seterusnya, 6 orang (4.2 %) responden memiliki sijil empat *Sanawi/Syabadah*, diikuti seramai 5 orang (3.5 %) mendapat pendidikan agama dari institusi pondok dan hanya 3 orang (2.1 %) sahaja mempunyai Sijil Tinggi Agama Malaysia (STAM).

Jadual 4.2: Profil Responden Mengikut Tahap Pendidikan (n-144)

Profil	Kekerapan	Peratus
Tahap Pendidikan Tertinggi		
Sekolah Rendah	2	1.4
SRP/PMR	8	5.6
SPM	62	43.1
STPM	14	9.7
Diploma	20	13.9
Sarjana Muda	22	15.3

Sarjana	8	5.6
Doktor Falsafah	1	0.7
Lain-Lain	7	4.9
Tahap Pendidikan Agama Tertinggi		
Tiada	94	65.3
Pondok	5	3.5
Tidak Tamat Sekolah Menengah Agama (SMA)	36	25.0
Empat Sanawi/syahadah	6	4.2
Sijil Tinggi Agama Malaysia (STAM)	3	2.1

4.2 Ciri-ciri Usahawan MLM AWM

Ciri-ciri usahawan MLM AWM yang diperolehi adalah berdasarkan pendapatan tetap bulanan, pengalaman sebagai usahawan, minat kepada keusahawanan, kedudukan dan pencapaian dalam HPA dan tahap kefahaman terhadap MLM syariah HPA.

4.3 Pendapatan Tetap Bulanan

Responden kajian memperolehi pendapatan tetap setiap bulan yang dibayar oleh AWM. Merujuk kepada Jadual 4.3, pendapatan ini dikategorikan kepada dua jenis oleh syarikat, iaitu pendapatan usahawan biasa (di bawah RM1,000 sebulan) dan pendapatan usahawan berpangkat (melebihi RM1,000 sebulan). Pendapatan ini tidak termasuk bonus hasil jualan yang berjaya diperolehi setiap bulan. Hasil kajian menunjukkan majoriti mereka adalah usahawan biasa, iaitu seramai 98 orang (68.1 %), manakala selebihnya adalah usahawan yang berpangkat seramai 46 orang (31.9 %). Hakikatnya, para usahawan ini mempunyai pendapatan lumayan hasil bonus jualan setiap bulan, namun mereka tidak bersedia melaporkan nilai bonus yang diperolehi hasil daripada peniagaan yang berteraskan MLM Syariah ini.

Jadual 4.3: Ciri Keusahawanan Mengikut Pendapatan Tetap Bulanan (n-144)

Ciri Keusahawanan	Kekerapan	Peratus
Pendapatan Tetap Bulanan		
Usahawan Biasa (kurang RM1000)	98	68.1
Usahawan Berpangkat (lebih RM1000)	46	31.9

4.4 Pengalaman Sebagai Usahawan

Majoriti responden mempunyai pengalaman sebagai usahawan di antara 1 hingga 5 tahun, iaitu seramai 104 orang (72.2 %), manakala seramai 19 orang (13.2 %) mempunyai pengalaman di antara 6 hingga 11 tahun. Seterusnya, diikuti oleh responden dalam kategori pengalaman 11 hingga 16 tahun dan lebih daripada 21 tahun, masing-masing mempunyai pengalaman sebagai usahawan seramai 8 orang (5.6 %) dan diikuti seramai 5 orang (3.5 %) sahaja mempunyai pengalaman di antara 17 hingga 21 tahun. Oleh kerana AWM hanya beroperasi bermula pada tahun 1995, maka kategori usahawan yang berpengalaman melebihi 19 tahun (berdasarkan tahun semasa) berkemungkinan pernah menjadi usahawan bersama syarikat lain sebelum menyertai syarikat ini (rujuk Jadual 4.4).

Jadual 4.4: Ciri Usahawan Mengikut Pengalaman Sebagai Usahawan (n-144)

Ciri Usahawan	Kekerapan	Peratus
Pengalaman Sebagai Usahawan		
1 hingga 5 Tahun	104	72.2
6 hingga 11 Tahun	19	13.2
11 hingga 16 Tahun	8	5.6
17 hingga 21 Tahun	5	3.5
Lebih 21 Tahun	8	5.6

4.5 Minat dalam Bidang Keusahawanan

Diri sendiri merupakan faktor utama yang mendorong responden meminati bidang keusahawanan apabila seramai 108 orang (75.0 %) menceburi bidang ini. Seramai 19 orang (13.2 %) pula menunjukkan minat mereka adalah disebabkan oleh faktor keluarga, manakala faktor lain yang menimbulkan minat mereka terhadap bidang usahawan adalah disebabkan hasil yang lumayan, iaitu seramai 8 orang (5.6 %). Seterusnya, pengaruh rakan sebaya seramai 7 orang (4.9 %) dan diikuti 2 orang (1.4 %) sahaja disebabkan oleh desakan hidup.

Jadual 4.5: Ciri Usahawan Mengikut Minat dalam Bidang Keusahawanan (n-144)

Ciri Usahawan	Kekerapan	Peratus
Minat dalam bidang keusahawanan		
Diri sendiri	108	75.0
Keluarga	19	13.2
Hasil lumayan	8	5.6
Rakan sebaya	7	4.9
Desakan hidup	2	1.4

4.6 Kedudukan Pencapaian dalam HPA

Responden yang mendominasi kedudukan pencapaian biasa ialah seramai 99 orang (68.8 %), diikuti seramai 32 orang (22.2 %) dalam kedudukan 100 terbaik. Seterusnya, 10 orang (6.9 %) berada pada kedudukan 10 terbaik, diikuti 2 orang (1.4 %) berada pada kedudukan 50 terbaik dan seorang sahaja (0.7 %) berada pada kedudukan 20 terbaik.

Jadual 4.6: Ciri Usahawan Mengikut Kedudukan Pencapaian dalam HPA (n-144)

Ciri Usahawan	Kekerapan	Peratus
Kedudukan Pencapaian dalam HPA		
Biasa	99	68.8
100 Terbaik	32	22.2
10 Terbaik	10	6.9
50 Terbaik	2	1.4
20 Terbaik	1	0.7

4.7 Penguasaan Kefahaman Terhadap MLM Syariah HPA

Majoriti responden menguasai kefahaman Terhadap MLM Syariah HPA melalui pembacaan buku MLM HPA, iaitu seramai 66 orang (45.8 %), diikuti oleh pengamalan prinsip MLM HPA seramai 59 orang (41.0 %) dan penglibatan dalam menyampaikan modul MLM HPA kepada peserta kursus seramai 19 orang (13.2 %).

Jadual 4.7: Ciri Usahawan Mengikut Penguasaan Kefahaman Terhadap MLM Syariah HPA (n-144)

Ciri Usahawan	Kekerapan	Peratus
Penguasaan Kefahaman Terhadap MLM Syariah HPA		
Saya membaca buku MLM HPA	66	45.8
Saya mengamalkan prinsip MLM HPA	59	41.0
Saya menyampaikan modul MLM HPA kepada peserta kursus	19	13.2

4.8 Elemen Pemangkin Kepada Konsep Kerja Berpasukan dalam Kalangan Usahawan AWM

Terdapat tiga elemen pemangkin yang menjadi asas kepada konsep kerja berpasukan dalam al-Wahida Makerting Sdn. Bhd:-

4.8.1. Kepercayaan

Bagi memastikan operasi al-Wahida berjalan dengan lancar, elemen kepercayaan merupakan satu-satunya konsep penting yang menjadi penggerak utama kepada pihak pengurusan al-Wahida dan usahawan. Ianya dapat dilihat apabila pihak pengurusan AWM memberikan sepenuh kepercayaan kepada usahawan untuk menggunakan apa sahaja kaedah bagi memasarkan barangan HPA asalkan tidak bertentangan dengan syarak. Pihak pengurusan turut menyakini kemampuan usahawan menggunakan strategi-strategi tertentu bertujuan memajukan perniagaan mereka. Setiap perkara berkaitan pengurusan dan perniagaan yang dilakukan mendapat sokongan pihak pengurusan asalkan perkara tersebut dilaksanakan dengan betul dan tidak menyeleweng. Selain itu, kepuasan pelanggan juga turut diberi keutamaan bagi melahirkan kepercayaan terhadap barangan keluaran bumiputera Muslim. Bukan hanya kepercayaan yang berbentuk material menjadi pegangan mereka, malah kepercayaan yang berbentuk spiritual juga menjadi asas kepada perniagaan mereka.

Para usahawan mendapat suntikan semangat yang bersandarkan produk Islam sebagai motivasi kepada perniagaan mereka. Para usahawan percaya bahawa setiap yang baik akan dibalas kebaikannya. Hal ini demikian kerana tanggungjawab memartabatkan produk Islam adalah satu tuntutan fardu kifayah yang hanya mampu difahami oleh mereka yang meyakini terhadap janji Allah SWT. Kepercayaan yang diterapkan kepada usahawan supaya mencari rezeki yang halal dan mempunyai hubungkait di antara dosa dan pahala diberi keutamaan. Slogan produk halal tanggungjawab bersama menjadi kayu ukur kepada mereka agar setiap tindakan yang diambil menepati kehendak syarak. Persediaan ke arah itu sentiasa dikenal pasti agar kepercayaan yang wujud dalam kalangan usahawan dapat dikongsi bersama tentang keperluan yang berbentuk rohani. Konsep saling percaya mempercayai sesama mereka dibentuk bukan sekadar menghasilkan produk, malah membentuk diri mereka yang sentiasa berkongsi keinginan dan kemahuan berteraskan kehendak syarak.

4.8.2. Perkongsian

Al-Wahida menggunakan pendekatan *Syura* (berkongsi) dengan usahawan dalam menghadapi setiap permasalahan yang timbul. Para usahawan sentiasa diajak untuk berkongsi setiap permasalahan oleh pihak pengurusan. Ini terbukti melalui seminar dan perjumpaan berkala yang dilakukan hampir setiap bulan bagi mendengar setiap permasalahan yang timbul. Persediaan untuk menghadapi permasalahan yang berlaku bukan hanya dilakukan oleh pihak usahawan semata-mata, malah dibantu oleh para peguam dan panel syariah yang dilantik oleh

pihak AWM HPA. Tugas mereka memantau, mengkaji dan melihat setiap tindak tanduk yang dilakukan oleh pihak pengurusan dan usahawan dalam menjalankan perniagaan mereka. Perkongsian yang dilakukan adalah melibatkan prosedur-prosedur yang mesti dipatuhi sama ada yang berbentuk material mahupun spiritual. Selain itu, perkongsian yang dilakukan oleh AWM adalah bertujuan membantu masyarakat memperolehi ganjaran yang berupa faedah kepada mereka seperti perkongsian pintar dalam mengusahakan apa sahaja produk sama ada berkaitan makanan, minuman, ubat-ubatan dan barangan. AWM akan berkongsi dengan petani melalui kaedah *Muḍarabah* (iaitu orang yang mempunyai modal akan berkongsi dengan orang yang mempunyai kepakaran) bagi memasarkan barangan mereka.

4.8.3. Komitmen

Kesungguhan para usahawan al-Wahida melaksanakan tanggungjawab mereka memasarkan produk HPA dapat dilihat apabila mereka tidak mengenal erti penat lelah, malu dan segan untuk mempromosikan barangan-barangan HPA sama ada melalui saluran biasa dan media massa seperti akhbar, laman web, radio dan televisyen. Oleh yang demikian, tujuan AWM mempelbagaikan kaedah pemasaran perniagaan mereka agar usahawan sentiasa menghayati serta memberi komitmen terhadap kerja berpasukan dalam organisasi mereka. Ini merupakan formula yang sangat berkesan dan dipraktikkan oleh AWM agar mendapat keberkatan serta rahmat daripada Allah SWT. Dengan kefahaman yang jelas, maka lahirlah individu-individu yang sanggup memberi komitmen terhadap usaha dan matlamat AWM. Mereka memberi komitmen yang sepenuhnya kepada syarikat apabila sesetengah usahawan sanggup meletakkan jawatan mereka sama ada dalam badan kerajaan mahupun swasta bagi memberi tumpuan yang sepenuhnya kepada organisasi al-Wahida HPA.

4.9 Perbandingan Keutamaan antara Elemen Kepercayaan, Perkongsian dan Komitmen Kerja Berpasukan

Perbandingan di antara ketiga-tiga elemen kerja berpasukan menunjukkan elemen komitmen (min=4.78, S.Piawai=0.32) merupakan elemen utama yang menjadi penentu kepada kejayaan kerja berpasukan, diikuti oleh elemen kepercayaan (min=4.67, S.Piawai=0.35) dan perkongsian (min=3.25, S.Piawai=0.64). Dapatan ini menunjukkan responden mempunyai komitmen dan kepercayaan yang tinggi dalam menjelaskan konsep kerja berpasukan, manakala bagi elemen perkongsian, responden menunjukkan kecenderungan yang sederhana bagi menjelaskan konsep tersebut. Secara keseluruhannya, konsep kerja berpasukan terbentuk dari ketiga-tiga elemen pada tahap yang tinggi (Min=4.23, S.Piawai=0.31).

Jadual 4.8: Perbandingan Keutamaan antara Aspek Kepercayaan, Perkongsian dan Komitmen dalam Kerja Berpasukan (n=144)

<i>Elemen Kerja Berpasukan</i>	<i>Min</i>	<i>Sisihan Piawai</i>
Komitmen	4.78	0.32
Kepercayaan	4.67	0.35
Perkongsian	3.25	0.64
Kerja Berpasukan	4.23	0.31

4.10 Gambaran Kedudukan Tahap Penghayatan Kerja Berpasukan dalam Kalangan Usahawan MLM al-Wahida Marketing Sdn. Bhd.

Hasil kajian menunjukkan kedudukan tahap penghayatan kerja berpasukan yang dilakukan oleh usahawan al-Wahida yang mencakupi elemen kepercayaan, perkongsian dan komitmen. Dapatan kajian menunjukkan bahawa usahawan yang memiliki kepercayaan dalam kerja berpasukan, mereka memiliki penghayatan yang tinggi, iaitu seramai 143 orang (99.3 %) responden, diikuti seramai 140 orang (97.2 %) responden mempunyai penghayatan yang tinggi terhadap kerja berpasukan apabila komitmen menjadi salah satu penghayatan mereka dalam kerja berpasukan. Hasil kajian juga mendapati bahawa elemen perkongsian berada pada tahap yang sederhana, iaitu seramai 106 (73.6%) responden. Hal ini demikian kerana organisasi yang dikaji adalah organisasi yang berorientasikan pengeluaran produk makanan dan minuman. Justeru, sudah tentu wujud jurang perkongsian yang berbentuk material dan spiritual. Lihat jadual 4.12 di bawah: Journal of Human Development and Communication
Volume 3 (Special Issue), 2014 [164-180]

Jadual 4.9: Tahap Penghayatan Kerja Berpasukan dalam Kalangan Usahawan Al-Wahida yang melibatkan Elemen Kepercayaan, Perkongsian dan Komitmen

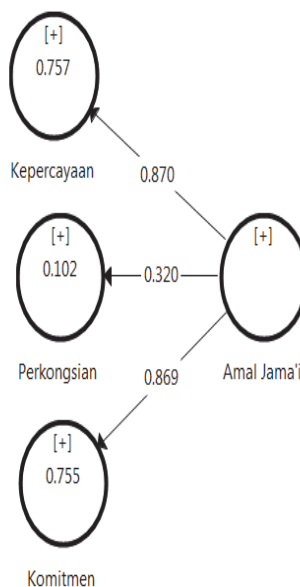
<i>Kerja Berpasukan</i>	<i>Rendah</i>		<i>Sederhana setuju</i>		<i>Tinggi</i>	
	Bilangan	Peratus	Bilangan	Peratus	Bilangan	Peratus
Kepercayaan	-	-	1	0.7	143	99.3
Komitmen	-	-	4	2.8	140	97.2
Perkongsian	10	6.9	106	73.6	28	19.4

4.11 Model Kerja Berpasukan Dalam AWM

Ketiga-tiga elemen kerja berpasukan ini menyumbang kepada pembentukan model kerja berpasukan yang baik. Pembentukan model kerja berpasukan ini dihasilkan menggunakan perisian SmartPLS 3.0. Berdasarkan rajah 4.1 di bawah,

elemen kepercayaan dan komitmen merupakan penyumbang utama, iaitu sebanyak 75.7% (0.757) dan 75.5% (0.755), manakala elemen perkongsian menyumbang sebanyak 10.2% (0.102). Model kerja berpasukan yang dihasilkan menunjukkan bahawa ketiga-tiga elemen berperanan penting dalam menjelaskan konsep kerja berpasukan

Rajah 1 : Model Kerja Berpasukan AWM Berdasarkan Elemen Kepercayaan, Komitmen dan Perkongsian



Sumber: Diolah daripada SmartPLS melalui sesawang <http://www.smartpls.de/>.

5.0 Kesimpulan

AWM adalah sebuah syarikat bumiputera Islam yang menjalankan perniagaan berasaskan produk Islam. Prinsip syariah digunakan dalam perniagaan mereka. Usahawan dididik supaya menghayati konsep kerja berpasukan dalam perniagaan mereka. Elemen utama yang melibatkan kepercayaan menjadi pemangkin kepada gerak kerja mereka dalam memasarkan barangan Islam. AWM melalui usahawan juga sentiasa berkongsi keuntungan, keperluan barangan halal, tanggungjawab dan amanah yang melibatkan material dan spiritual. Setelah memahami bahawa tanggungjawab memperkenalkan produk Islam sebagai satu kefarduan, maka usahawan sentiasa komitmen dalam melaksanakan tanggungjawab mereka

memasarkan produk yang dikeluarkan oleh HPA. Ketiga-tiga elemen kerja berpasukan ini menyumbang kepada pembentukan model kerja berpasukan yang baik. Model kerja berpasukan yang dihasilkan ini menunjukkan bahawa ketiga-tiga elemen berperanan penting dalam menjelaskan konsep kerja berpasukan.

Selain itu, AWM yang menjadi penyubur kepada lahirnya kefahaman tentang barangan halal kepada umat Islam di Malaysia serta keperluan mencari sesuatu yang diharamkan oleh Allah SWT dan Rasulullah SAW. Ianya bertepatan dengan tuntutan Islam seperti mana Sabda Nabi SAW:

بَعْدَ الْفَرِيضَةِ فَرِيضَةُ الْحَلَالِ طَلَبُ: قَالَ وَسَلَّمَ، عَلَيْهِ اللَّهُ صَلَّى النَّبِيُّ أَنْ

Terjemahan: Menuntut yang halal itu adalah suatu kefardhuan selepas kefardhuan.

Apa yang pasti, setiap perkara yang boleh mendatangkan manfaat kepada umat Islam diperjuangkan oleh AWM. Ianya bersesuaian dengan firman Allah SWT:

الْحَيْرَاتِ فَاسْتَبِقُوا

Al-Maidah 5:48.

Terjemahan: Berlumba-lumbalah kamu melakukan kebaikan.

Rujukan

- Basmih, Abdullah bin Muhammad Basmih. (1968). *Al-Qur'an al-Karim. Tafsir Pimpinan al-Rahman*. Kuala Lumpur: Bahagian Agama, Jabatan Perdana Menteri.
- Abū al-Qasim Sulayman ibn Ahmad ibn al-Tabarani. (1998). *Mu'jam al-Kabir*. Kaheerah: Maktabah Ibn Taimiyyah.
- Ab. Aziz. Yusof. 2003. *Mengurus Pasukan Kerja Perstasi Tinggi*. Petaling Jaya: Pearson Malaysia Sdn. Bhd.
- Alauddin Sidal. (2004). *Kerja Berpasukan dalam Organisasi*. Kuala Lumpur: Institut Tadbiran Awam Malaysia. (INTAN).
- Ahmad Fadzli Yusof. (2004). *Mengurus Kerja Berpasukan*. Pahang: PTS Publication & Distributors Sdn. Bhd.
- Ahmad Zahiruddin Idrus. (2001). *Kecemerlangan Menerusi Kreativiti Transformasi Dan Cabaran UTM 2001*. Skudai: Penerbit Universiti Teknologi Malaysia.
- Creative Education Foundation. (1990). *Fortune 500 Company Job-Skills Required For The 21st Century Buffalo*. New York: Creative Education Foundation.

- D. Francis, & D. Young. (1979). *Improving Work Group*. Tucson, AZ: University Associates.
- Davis & Newston. (1985). *Human Behavior At Work: Organization Behavior*. New York: McGraw-Hill Internasional Edition.
- E. Kazemark. (1991). *Ten Criteria for Effective Team Building*. t.tp: Health Care Financial Managemant.
- Gurcharan Singh a/l Bulbir Singh. (1997). *Semangat Berpasukan dalam Kalangan Pengawai Pengawai Perkhidmatan Pendidikan di Negeri Perak*. tesis sarjana, Universiti Utara Malaysia, Sintok.
- Greg L. Stewart, et. Al. (1999). *Team Work And Group Dynamics*. United States: John Wiley & Sons, Inc.,
- Greenberg & Baron. (1997). *Behavior in Organization*. New Jersey: Prentice-Hall Inc.
- G.E. Huszczo. (1996). *Tools for Team Excellence: Getting Your Team into High Gear and Keeping it There*. California: Davies Black Publishing.
- John R. Katzenbach dan Douglas K. Smith. (1993). *The Wisdom of the Team: Creating the High Performance Organization*. United State of Amerika: Mc Kinsey and Company, Inc.
- Joyce M. Hawkins. (2007). *Kamus Dwibahasa Oxford Fajar*. Kuala Lumpur: Fajar Bakti Sdn. Bhd.
- Kenneth Stott dan Allan Walker. (1996). *Team, Teamwork and Teambuilding: The Manager's Complete Guide to Teams in Organization*. New York: Prentice Hall.
- Michael A. West. (1994). *Effective Teamwork*. United Kindom: MPG Books Ltd. Bodmin.
- Mohd Anuar Bin Abdul Rahman. (2007). *Keberkesanan dan Kepimpinan Kerja Berpasukan Peringkat Jabatan Sekolah Menengah di Malaysia*. tesis kedoktoran, Universiti Teknologi Malaysia, Skudai.
- R. N., Lussier, & C.F. Achua. (2000). *Leadership: Theory, Application, Skill*. Cincinnati, OH: South-Western College Publishing.
- S.P. Robbins. (1998). *Organizational Behavior*. New Jersey: Prentice Hall, International. Inc A Simon and Schuster Company,.
- Shek Kwai Fun. (2007). *Keberkesanan Kerja Berpasukan dan Kepuasan Kerja Panitia dalam Jabatan Bahasa dan Sains Sosial di Sekolah Menengah Daerah Pontian*. tesis sarjana, Universiti Teknologi Malaysia, Skudai.
- Yeop Hussin Bidin. (2003). *Kerja Berpasukan*. Selangor: PTS Publications & Distributors Sdn. Bhd, 2003.
- Zainal Ariffin Ahmad. (1998). *Perlakuan Organisasi*. Shah Alam: Fajar Bakti.
[http:// hpa.com.my/08/ h. 1.](http://hpa.com.my/08/h.1)

