

TAKSONOMI KEUPAYAAN USAHAWAN WANITA MELAYU

Alauddin Sidal

Felo Penyelidik Kanan
Institut Tadbiran Awam Negara

Emel: alauddin@intanbk.intan.my

ABSTRAK

KKajian-kajian lalu menunjukkan bahawa usahawan Perusahaan Kecil Sederhana (PKS) wanita seringkali menghadapi pelbagai masalah dan kekurangan sehingga sebahagiannya mengalami kegagalan. Namun begitu, terdapat usahawan wanita yang berjaya menghadapi cabaran-cabaran tersebut, mempunyai daya tahan yang tinggi dan mempamerkan prestasi yang baik dalam perniagaan. Justeru, kajian ini telah menganalisis taksonomi keupayaan usahawan Industri Asas Tani (IAT) wanita Melayu. Penemuan kajian ini memperlihatkan bahawa usahawan wanita yang berjaya dalam perniagaan dan mampu bertahan menghadapi cabaran perniagaan bukanlah individu biasa. Sebaliknya, usahawan wanita ini adalah mereka yang memiliki keutuhan dan keupayaan dalam empat elemen iaitu mempunyai motivasi diri dan komitmen yang tinggi; kebolehan kognitif, pengetahuan dan kemahiran; keupayaan mengurus sumber seperti kewangan, pekerja dan bahan mentah; serta kemampuan menguasai pasaran meliputi promosi, pemasaran dan penjenamaan.

KATA KUNCI: *usahawan industri asas tani, keusahawanan, taksonomi, penjenamaan*

ABSTRACT

Past studies indicate that Small & Medium Enterprises (SMEs) women entrepreneurs often face a variety of problems and limitations which resulted in failure of some of them. However, there are women entrepreneurs who successfully manage these challenges, possess high resilience and exhibit good business performance. Hence, this research analysed the taxonomy of the Malay women entrepreneurs' capabilities in the Agro-based Industry. The findings of this study indicated that women entrepreneurs who are successful in business and able to face the challenges are not an ordinary individual. In the contrary, the successful women entrepreneurs are those who possess strong capabilities in four relevant areas such as self-motivation and high commitment; cognitive abilities, knowledge and skills; capability in managing resources such as financial, workers and materials; as well as the ability to handle the marketing aspects which include promotion and branding.

KEYWORDS: *agro-based industry entrepreneurs, entrepreneurship, taxonomy, branding*

1.0 PENGENALAN

Untuk mencapai status negara maju pada 2020, Malaysia perlu mencapai pendapatan perkapita sekurang-kurangnya AS\$15,000. Peningkatan golongan wanita dalam pekerjaan formal atau tidak formal akan memastikan pertumbuhan ekonomi negara yang lebih pesat dan mapan, membantu meningkatkan pendapatan isi rumah, sekali gus membolehkan pengagihan peningkatan pendapatan per kapita dengan lebih adil dan saksama. Ke arah mencapai hasrat tersebut, pelbagai program telah dilaksanakan untuk mempertingkatkan status ekonomi wanita, antaranya dengan menggalakkan mereka menceburi bidang keusahawanan. Sebagai insentif, mereka boleh mendapatkan bantuan kewangan daripada Amanah Ikhtiar Malaysia (AIM) dan Tabung Ekonomi Kumpulan Usaha Niaga (TEKUN) untuk menjalankan perniagaan masing-masing. Usahawan wanita juga dibantu dari segi mendapatkan peluang-peluang pemasaran produk atau perkhidmatan di samping latihan-latihan kemahiran dan keusahawanan. Justeru, peningkatan penyertaan wanita dalam bidang keusahawanan merupakan salah satu daripada agenda utama dalam pemerkasaan ekonomi wanita (women economic empowerment) di negara ini.

2.0 TINJAUAN LITERATUR

Dalam pengertian mudahnya, usahawan wanita adalah mereka yang menjalankan perniagaan PKS (Shalini Sinha, 2009). Usahawan wanita ini menjalankan perniagaan kecil yang dimilikinya dan menguruskan perniagaan itu berdasarkan objektif dan prinsip amalannya (Andrea Smith-Hunter, 2006). Manakala usahawan IAT merupakan individu atau kumpulan yang menjalankan aktiviti menambah nilai bahan mentah pertanian makanan dan bukan makanan melalui prosesan lanjut untuk menjadikan bahan mentah tersebut sebagai produk bagi menambah pendapatan mereka.

Teo Sock Kim (1996) telah menyenaraikan pelbagai masalah yang sering dihadapi oleh kebanyakan usahawan wanita iaitu meliputi:

- masalah pemasaran (tidak tahu bagaimana memasarkan produk atau perkhidmatan),
- masalah harga (tidak tahu menentukan harga produk atau perkhidmatan),
- masalah pengurusan dan pentadbiran (kekurangan kemahiran teknik pengurusan),

- masalah sosial (prasangka, tidak mempercayai, penerimaan terhadap penceburan kaum wanita sebagai usahawan),
- masalah peribadi dalaman (konflik dengan rakan kongsi dan pekerja),
- masalah pengeluaran (kualiti produk atau perkhidmatan tidak memuaskan),
- masalah pengetahuan (kekurangan pengetahuan mengenai produk atau perkhidmatan yang dihasilkan); dan
- masalah peribadi (tekanan kerja, tiada sokongan dari keluarga).

Menurut Lee-Gosselin & Grise (1990), masalah yang kerap dihadapi oleh usahawan wanita semasa memulakan perniagaan ialah kekurangan keyakinan daripada pihak bank, pembekal dan pelanggan, kekurangan modal permulaan dan masalah keluarga. Kewujudan masalah yang baru selepas mengoperasi perniagaan adalah termasuk masalah pemasaran, masalah dengan pertubuhan dan masalah buruh (Fay & Williams, 1993; Buttner & Rosen, 1992), selain masalah pentadbiran dalam perniagaan serta masalah peribadi (Teo Sock Kim, 1996). Hisrich & Brush (1984) mendapati kebanyakan usahawan wanita menghadapi masalah kekurangan latihan perniagaan, kekurangan pengalaman pengurusan, kekurangan pengalaman dari segi kemahiran kewangan, kekurangan nasihat dan panduan, kekurangan pengalaman mengupah perkhidmatan luaran, kekurangan penghormatan, kekurangan penyertaan rakan sejawat dan lain-lain (kewangan, pekerja, perniagaan yang menarik, strategi perancangan, pemasaran dan diskriminasi).

Masalah lain adalah termasuk kesukaran memperolehi pinjaman dan prasangka terhadap wanita (Buttner & Rosen, 1992) atau jurang kepercayaan (credibility gap) akibat daripada andaian umum bahawa wanita merupakan pembantu atau setiausaha dan tidak mampu menguruskan perniagaan sendiri (Jones, 1990). Usahawan wanita turut menghadapi masalah akibat daripada stereotaip jantina bank atau institusi kewangan, justeru kajian yang dijalankan ke atas usahawan wanita mendapati ramai di antara mereka menggunakan simpanan peribadi untuk memulakan perniagaan (Thuaibah @ Suaibah Abu Bakar *et.al.*, 2007). Kajian oleh Brush (1992) dan Moore & Buttner (1997) juga menunjukkan masalah yang paling ketara dihadapi oleh usahawan wanita ialah kekurangan sumber modal di awal penubuhan perniagaan mereka. Selain itu, mereka juga menghadapi masalah kurang pengetahuan dalam menjalankan aktiviti pemasaran dan masalah menggunakan IT dalam perniagaan.

Di Malaysia, rata-rata usahawan wanita menghadapi pelbagai halangan dan permasalahan seperti kekurangan modal dan kemahiran dalam bidang pemasaran, kekurangan pendidikan dan latihan, kekurangan motivasi dan keyakinan diri dan kekurangan sokongan modal kewangan (Rohayu Roddin *et.al.*, 2011). Kajian Thuaibah @ Suaibah Abu Bakar *et.al.* (2007) berkaitan aktiviti keusahawanan dalam kalangan wanita di Negeri Johor menunjukkan faktor kemahiran merupakan elemen yang sering mempengaruhi prestasi pencapaian usahawan wanita dalam bidang perniagaan. Kurang kemahiran membuat keputusan, merancang pemasaran dan mendapatkan modal merupakan faktor utama yang menyumbang kepada kegagalan usahawan wanita dalam perniagaan mereka.

Dalam hal ini, Kementerian Pertanian dan Industri Asas Tani telah mengenalpasti beberapa kelemahan dan masalah yang boleh menghalang pengusaha IAT daripada mencapai sasaran program yang telah dirancang. Oleh yang demikian, masalah yang dihadapi oleh pengusaha IAT perlu diatasi menerusi kesediaan untuk mengubah diri menjadi usahawan unggul, meningkatkan kualiti produk, penyimpanan rekod kewangan yang sempurna, bersikap positif terhadap perniagaan, bersedia berubah untuk menerima teknologi dan penggunaan mekanisasi bagi meningkatkan kualiti dan kuantiti pengeluaran (Seminar Usahawan Industri Asas Tani 2012, Port Dickson, 10 Julai 2012).

3.0 PERMASALAHAN KAJIAN

Keusahawanan merupakan bidang perniagaan yang bergantung besar kepada pembentukan keupayaan individu peniaga itu. Terdapat usahawan wanita yang berjaya menghadapi cabaran-cabaran tersebut, mempunyai daya tahan yang tinggi dan mempamerkan prestasi yang baik dalam perniagaan. Namun begitu, kajian-kajian lalu juga menunjukkan usahawan PKS wanita sering kali menghadapi pelbagai masalah dan hambatan sehingga sebahagiannya gagal untuk mencapai kejayaan. Meskipun perubahan sosial menerusi peluang pendidikan yang lebih terbuka dan impak "The Revolution of Rising Expectations" telah mengubah nilai dan sikap usahawan wanita ke arah lebih positif, namun masih terdapat yang ketinggalan dari segi motivasi, amalan perniagaan yang baik, daya kreativiti dan semangat bekerja yang gigih. Di sini, ciri-ciri budaya niaga dan kecekapan keusahawanan nampaknya masih belum dihayati sepenuhnya oleh golongan peniagawati ini.

4.0 OBJEKTIF KAJIAN

Faktor penentu kejayaan dalam bidang keusahawanan adalah disumbangkan oleh pelbagai perkara, yang mana satu daripadanya ialah tahap keupayaan usahawan wanita itu sendiri. Kajian oleh Ishak Yussof *et.al.*, (2011) mendapati daripada lapan elemen yang dikaji, faktor ciri-ciri individu iaitu meliputi jati diri, kejujuran, tidak mudah mengalah, yakin menghadapi masalah dan kegigihan berusaha sehingga berjaya adalah yang paling mempengaruhi kejayaan usahawan. Justeru, kajian ini dijalankan untuk mengenal pasti kriteria pembentukan keupayaan usahawan wanita industri kecil yang telah mencapai kejayaan dalam perniagaan. Dengan itu maklumat tersebut diharap dapat membantu pihak yang berkepentingan dalam pembangunan dan pendidikan keusahawanan wanita, untuk menyediakan program-program yang lebih berkesan bagi memperkasa keupayaan mereka.

5.0 METODOLOGI KAJIAN

Kajian ini bertujuan untuk menerokai elemen-elemen keupayaan keusahawanan yang dimiliki oleh usahawan IAT wanita Melayu di Negeri Selangor. Penyelidikan ini menggunakan reka bentuk kajian kes untuk memahami fenomena keupayaan keusahawanan wanita. Kaedah pengumpulan data bagi kajian ini adalah menggunakan temu bual separuh berstruktur yang dibangunkan berdasarkan tinjauan literatur. Dalam kajian ini, peserta kajian yang dipilih terdiri daripada usahawan IAT PKS wanita Melayu yang telah berjaya iaitu seramai 10 orang daripada daerah Kuala Langat dan Sepang. Menurut kajian Nurulhuda Che Abdullah & Ramlee Mustapha (2009) mengenai amalan pengurusan terbaik usahawan tani yang berjaya di Negeri Terengganu, bilangan peserta kajian kes tersebut dikira memadai untuk tujuan kajian kes berbentuk kualitatif.

Responden kajian dipilih secara bertujuan dengan pengkaji menentukan kriteria dan spesifikasi berdasarkan gender dan tempoh terlibat dalam perniagaan. Usahawan IAT wanita yang dipilih sebagai responden ini telah terlibat dalam perniagaan lebih daripada lima tahun dan mempunyai perniagaan yang kukuh. Tempoh melebihi lima tahun seseorang usahawan itu berjaya dalam industri dan mempunyai prestasi perniagaan yang baik, menunjukkan usahawan berkenaan telah berjaya melalui waktu kritikal dan telah menjalani proses pemantapan keupayaan sebagai usahawan (Kuratko & Hodgetts, 2004). Malah kajian lalu menunjukkan faktor tempoh (lama) berada dalam perniagaan turut menyumbang kepada prestasi keusahawanan kecil (Wiklund & Shepherd, 2005).

Dapatan kajian yang menggunakan rekabentuk ini dapat memberi gambaran, maklumat, penerangan, interpretasi dan pemahaman yang mendalam bagi menjawab persoalan apakah elemen-elemen kritikal dalam pembentukan keupayaan keusahawanan wanita sehingga mereka boleh dan mampu berjaya dalam perniagaan. Namun begitu, kajian kes berbentuk kualitatif dengan saiz sampel yang kecil ini tidak bertujuan untuk membuat generalisasi kepada mana-mana populasi.

Protokol temu bual telah dibina berdasarkan model pembangunan keupayaan keusahawanan wanita yang digunapakai oleh Women Entrepreneurship Development (WED) Capacity Building Guide (2006). Model ini mencadangkan motivasi, kemampuan, penguasaan pasaran dan pengurusan sumber sebagai elemen-elemen utama yang membentuk keupayaan keusahawanan individu usahawan wanita.

Rajah 1: Pembentukan Keupayaan Keusahawanan Usahawan Wanita



Sumber: WED Capacity Building Guide (2006)

Penganalisan data adalah menggunakan cara “pattern matching” iaitu berdasarkan tema daripada model pembentukan keupayaan usahawan wanita tersebut. Namun begitu, model ini adalah sebagai panduan sahaja kerana temu bual yang dilakukan bersama setiap responden (peserta) kajian, tidak sepenuhnya terikat dengan tema-tema sedia ada bertujuan untuk mengenalpasti tema baharu yang muncul, jika ada (Miles & Huberman, 1984). Tema-tema perkaitan dan sub-sub tema kemudiannya dikumpul seterusnya dipaparkan bagi mendapatkan gambaran keseluruhan perkaitan antara tema-tema tersebut.

6.0 DAPATAN DAN PERBINCANGAN KAJIAN

Pengalaman usahawan-usahawan ini menunjukkan mereka memiliki komitmen dan sikap keusahawanan yang hampir sama dan kemahuan untuk belajar yang tinggi untuk meningkatkan kemahiran keusahawanan. Mengutamakan kualiti produk, menghargai pelanggan

dan juga kecenderungan kepada kerjasama erat dan persefahaman dengan pekerja menunjukkan mereka memiliki nilai dan etika perniagaan yang tinggi. Berdasarkan penemuan kajian ini, ternyata usahawan wanita ini mempunyai keupayaan keusahawanan yang mantap iaitu kebolehan mengurus perniagaan dan sumber-sumber. Mereka berkebolehan mengenalpasti peluang dalam persekitaran serta menjana idea kreatif dan inovatif ketika menghadapi persaingan, khususnya apabila menghasilkan produk yang sama atau hampir sama.

Kesemua elemen ini dapat dikategorikan mengikut tema, sub-tema dan butiran seperti dalam Jadual 1.

Jadual 1: Tema, Sub-Tema dan Butiran

TEMA	SUB-TEMA	BUTIRAN
Motivasi	Sikap terhadap perniagaan	Perniagaan adalah pilihan terbaik untuk meningkatkan taraf ekonomi diri, keluarga dan masyarakat
	Komitmen	Mendapatkan keuntungan secara jujur di samping menunaikan tanggungjawab sosial kepada komuniti
	Perancangan	Mempunyai cita-cita yang jelas untuk membesarkan perniagaan
Kebolehan	Pemikiran	Memajukan perniagaan menerusi kreativiti dan perkongsian strategik
	Pengetahuan	Meningkatkan kualiti dan menghargai pelanggan
	Kemahiran	Perundingan, membentuk jaringan perniagaan dan mendapatkan akses sumber
Sumber	Kewangan (modal)	Sumber kewangan sendiri pada permulaan dan bantuan institusi untuk mengembangkan perniagaan
	Pekerja	Pengkhususan kerja dan <i>team work</i> yang mantap
	Bahan mentah	Dwi-strategi iaitu menerusi pemilikan ladang sendiri dan perkongsian strategik dengan pekebut kecil
Pasaran	Promosi	Memfaatkan pelbagai saluran dan platform
	Pemasaran	Mengikut tahap kemampuan usahawan
	Penjenamaan (<i>branding</i>)	Pemilikan paten dan <i>trademark</i> masih di peringkat awal

Kajian ini mendapati usahawan wanita IAT datang daripada pelbagai latar belakang kehidupan dan pekerjaan yang berlainan. Dorongan untuk mereka menceburi kerjaya usahawan adalah pelbagai iaitu disebabkan oleh kesukaran hidup, mewarisi perniagaan keluarga, mengukuhkan ekonomi keluarga, tidak berpuas hati dengan pekerjaan lama dan minat kepada bidang perniagaan. Kepelbagaian ini boleh berfungsi sebagai faktor penggalak untuk mereka mencuba bidang-bidang keusahawanan IAT dan memanfaatkan bakat yang sedia dimiliki (Anantharaman & Jayasingam, 2008). Manakala kesukaran hidup yang dilalui oleh seseorang dan minat yang mendalam kerana melihat kejayaan orang lain boleh menimbulkan motivasi diri yang tinggi, seterusnya mendorong kepada usaha yang bersungguh-sungguh untuk mencapai kejayaan dalam sesuatu bidang penghidupan yang diceburi (Buerah Tunggak *et.al.*, 2010). Kajian ini menemui pola yang sama di mana usahawan wanita yang telah berjaya dalam lapangan perniagaan ini memiliki pelbagai latar belakang kehidupan sebelum menceburi bidang perniagaan.

Dorongan dalaman sendiri usahawan wanita adalah termasuk minat, keghairahan, kehendak untuk membangunkan sendiri, membangunkan hubungan baik dengan pekerja, pelanggan dan pembekal, keyakinan diri dan kepercayaan kepada konsep 'rezeki' menerusi bidang perniagaan. Manakala dorongan luaran adalah sokongan dan bantuan yang datang dari anggota keluarga seperti suami, ibu bapa, adik-beradik dan anak-anak (Chee Hee Hoe *et.al.*, 2012). Kajian Norizaton *et.al.*, (2011) mendapati motivasi adalah perlakuan berorientasikan pencapaian. Kajian ini turut mendapati apabila usahawan wanita itu memiliki motivasi dalaman yang kuat, semakin tinggi usahanya untuk mencapai matlamat perniagaan. Oleh itu matlamat peribadi turut bertindak sebagai dorongan untuk seseorang usahawan wanita bekerja lebih gigih bagi memajukan perniagaannya.

Kajian Anantharaman & Jayasingam (2008) mendapati faktor motivasi kerja adalah paling kuat dan ketara bagi mendorong wanita untuk berjaya dalam perniagaan yang meliputi kepuasan kerja, keghairahan terhadap perniagaan dan menggunakan kemahiran kreativiti. Penelitian ke atas ciri-ciri keusahawanan usahawan IAT wanita dalam kajian ini adalah selari dengan dapatan Holmquist & Sundin (1990) yang mengatakan usahawan wanita seringkali menyeimbangkan antara matlamat ekonomi (keuntungan perniagaan) dengan tanggungjawab sosial. Oleh itu faktor pencapaian kewangan sendiri, keinginan untuk membantu meningkatkan ekonomi keluarga dan membantu jiran tetangga yang susah telah menjadi dorongan kepada usahawan wanita dalam kajian ini untuk melibatkan diri dalam perniagaan.

Kajian oleh Ma'rof Redzuan *et.al.*, (2012) mendapati pengetahuan, kemahiran dan pengalaman telah mempengaruhi tahap pembentukan keupayaan individu usahawan. Dalam hal ini, usahawan perlu mengakses pengetahuan, kemahiran dan pengalaman bagi memaksimumkan kebarangkalian untuk berjaya. Oleh itu, tahap pengetahuan, kemahiran dan pengalaman yang tinggi membolehkan responden berjaya dalam bidang perniagaan. Kajian ini juga mendapati bahawa tahap pembentukan pengetahuan, kemahiran dan pengalaman yang tinggi dapat meningkatkan tahap pembentukan keupayaan individu usahawan wanita. Justeru kebolehan pemikiran, pengetahuan, kemahiran dan pengalaman usahawan wanita adalah merupakan sebahagian daripada elemen kritikal dalam pembentukan keupayaan keusahawanan mereka.

Mempunyai perancangan perniagaan adalah satu ciri yang membezakan antara usahawan yang berwawasan dengan usahawan biasa. Majoriti usahawan wanita dalam kajian ini mempunyai hasrat untuk membesarkan saiz perniagaan mereka tetapi pada masa yang sama, mereka juga bersikap realistik. Misalnya, seorang usahawan menyatakan syarikatnya ingin menerokai pasaran luar negara yang lebih besar, malangnya hambatan yang dihadapi ialah dari aspek kapasiti bahan mentah. Meskipun telah mempunyai 70 ekar ladang ubi, pisang dan keladi untuk memastikan bekalan bahan mentah terjamin, tetapi usahawan tadi mengakui jika pasaran di luar negara semakin meningkat, syarikatnya tidak dapat memenuhi permintaan tersebut.

Seorang lagi usahawan telah merancang untuk memasarkan produk IAT keluaran syarikatnya menembusi pasar raya besar seperti Giant, Tesco, AEON dan sebagainya, namun menghadapi kekurangan kemahiran untuk menghasilkan pembungkusan, pelabelan dan penjenamaan produk yang menarik dan efektif. Bagaimanapun pihaknya sedang melaksanakan strategi membangunkan penjenamaan bagi tujuan promosi yang lebih agresif untuk menembusi pasaran di pasar raya-pasar raya utama. Penemuan kajian ini agak menyamai penemuan kajian Syed Shah Alam *et.al.*, (2012) ke atas usahawan wanita PKS di dua negeri selatan Semenanjung, yang mendapati usahawan wanita lebih bersifat "short-time oriented entrepreneurs" iaitu mempunyai perancangan jangka pendek tetapi kekurangan perancangan strategik perniagaan dan visi jangka panjang perniagaan.

Keupayaan pengurusan kewangan, pekerja, kualiti dan pemasaran adalah penting dikuasai oleh usahawan untuk memastikan kesinambungan perniagaan dan kejayaan menghadapi cabaran. Menurut Scherrer (2003), 80 peratus daripada kegagalan perniagaan

keusahawanan adalah disebabkan oleh kelemahan pengurusan, kelonggaran kawalan ke atas sumber dan ketiadaan modal kewangan yang mencukupi. Selari dengan penemuan kajian Brusiona (2009), kajian ke atas usahawan wanita IAT ini mendapati bahawa mereka mengamalkan prinsip “ukur baju di badan sendiri” iaitu memulakan perniagaan secara kecil-kecilan dahulu dan menggunakan sumber kewangan sendiri. Hanya setelah perniagaan mereka berkembang, barulah mereka bersedia untuk membuat pinjaman modal tambahan dengan institusi kewangan dan bank-bank.

Mereka juga mengutamakan corak bekerja sepasukan dan menjadikan perhubungan baik majikan-pekerja sebagai amalan. Usahawan wanita dalam kajian ini tidak menganggap pekerjaanya hanya sebagai pekerja, sebaliknya melihat mereka sebagai sebahagian daripada “anggota keluarga”. Oleh itu, meskipun dalam organisasi perniagaan hubungan mereka adalah berbentuk majikan-pekerja, ikatan sosial dan keperihatinan hubungan jiran-tetangga, saudara-mara dan teman sekampung terus menjadi pegangan mereka. Dalam hal ini, nilai-nilai jati diri dan budaya Melayu tani masih menjadi teras kepada perhubungan sosial antara usahawan wanita dan pekerjaanya.

Kebanyakan usahawan menghadapi masalah bahan mentah iaitu kekurangan kuantiti dan isu kualiti. Usahawan kerepek misalnya, memerlukan bahan mentah yang banyak dan berkualiti seperti ubi kayu, pisang, keladi dan keledak untuk diproses. Kekurangan bahan mentah menyebabkan tempahan pelanggan tidak dapat dipenuhi, manakala bahan mentah yang kurang berkualiti akan menjejaskan produk. Kebanyakan usahawan ini memiliki ladang-ladang ubi kayu, pisang, keledak dan keladi untuk membekalkan bahan mentah kepada perusahaan mereka. Malah terdapat usahawan yang mempunyai sehingga 150 ekar ladang pisang, ubi kayu dan keladi yang diselenggarakan oleh lapan (8) orang pekerja ladang untuk menyediakan bahan mentah yang mencukupi dan berkualiti. Bagi usahawan yang tidak mempunyai ladang yang luas, mereka membuat jaringan niaga dengan pekebun-pekebun kecil di sekitar daerah tersebut menerusi kaedah contract farming atau membeli hasil-hasil keluaran pertanian pekebun tersebut untuk dijadikan bahan mentah perusahaan mereka.

Penemuan kajian Chee Hee Hoe *et.al.*, (2012) mendapati kebanyakan usahawan wanita cenderung untuk mengamalkan kaedah kawalan rapi ke atas pengurusan perniagaannya. Corak pengurusan “attention to detail” (micromanaging) juga ditemui dalam kajian ini. Dengan itu sebarang masalah dapat dikesan di peringkat awal dan diatasi

menggunakan kebolehan mereka. Misalnya, terdapat usahawan yang terus mengambil tindakan segera memberhentikan bekalan bahan mentah apabila mendapati kerepek yang digoreng mudah pecah dan tidak tahan lama akibat kualiti bahan yang rendah. Kebolehan mengesan permasalahan di peringkat awal telah menyelamatkan syarikatnya daripada mengalami kerugian dan kehilangan pelanggan. Tindakan usahawan berkenaan didorong oleh sikap mengutamakan kualiti dan kepuasan pelanggan. Pola penemuan ini adalah menyerupai penemuan kajian Suraini Mohd. Rhouse (2011) ke atas usahawan wanita Melayu yang mendapati hubungan baik dengan pelanggan, kualiti produk dan kepercayaan pelanggan menjadi pegangan kuat mereka.

Kajian oleh Nurulhuda Che Abdullah & Ramlee Mustapha (2009), Azmi Abdul Manaf *et.al.*, (2012) dan Chee Hee Hoe *et.al.*, (2012) mendapati antara faktor kritikal kejayaan usahawan wanita Bumiputera dalam perniagaan adalah kemahiran pemasaran. Kajian oleh Nurulhuda Che Abdullah & Ramlee Mustapha (2009) mendapati usahawan tani Bumiputera di Terengganu mengakui kekurangan usaha pengkomersialan produk-produk mereka di pasaran. Pembungkusan dianggap penting tetapi dilema mereka ialah pembungkusan yang cantik dan rapi memerlukan kos yang tinggi.

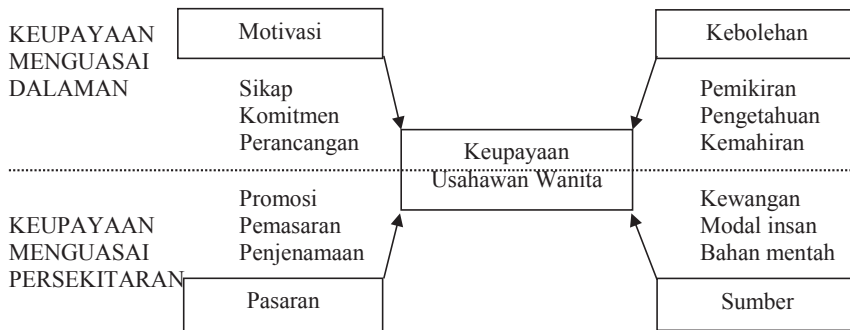
Kajian ini turut mendapati kebolehan dan kemahiran pemasaran, promosi dan penjenamaan produk merupakan elemen penting keusahawanan usahawan wanita. Mereka memanfaatkan pelbagai saluran promosi sama ada berbentuk tradisional mahupun kontemporari. Mereka mengakui kaedah word-of-mouth marketing produk masih dianggap penting, meskipun pada masa yang sama, mereka telah memuatnaik produk-produk mereka di laman sesawang internet untuk promosi yang meluas. Namun begitu, usahawan-usahawan ini masih bersifat pragmatik apabila mereka menggunakan kaedah pemasaran berdasarkan tahap kemampuan kewangan masing-masing.

7.0 SARANAN KAJIAN

Orientasi keusahawanan (entrepreneurial) usahawan wanita Malaysia berdasarkan tinjauan kajian lalu adalah: "... to have confidence, courage and strong will, power to succeed in business, be efficient and able to produce goods and services of high quality, in steady supply and at competitive prices" (Teoh & Chong, 2007). Kajian oleh Ishak Yussof *et.al.*, (2011) mendapati ciri-ciri penting keusahawanan ialah jati diri, jujur, tidak mudah mengalah dan berusaha sehabis mungkin

untuk mencapai kejayaan. Manakala kajian Chee Hee Hoe *et.al.*, (2012) menyatakan secara umumnya kriteria keusahawanan usahawan wanita adalah kombinasi "... discipline, focus, self-resilience, systematic thinking, empathy and creativity".

Berdasarkan penemuan kajian ini, keupayaan keusahawanan responden wanita adalah mengandungi kombinasi elemen-elemen keusahawanan yang dinyatakan tersebut. Bentuk taksonomi keupayaan keusahawanan responden usahawan wanita Melayu yang diperolehi ini kemudiannya telah diilustrasikan seperti dalam Rajah 2:



Rajah 2: Taksonomi Keupayaan Keusahawanan Usahawan IAT Wanita Melayu

Menerusi penemuan tersebut, kajian ini telah membangunkan satu taksonomi keupayaan keusahawanan responden usahawan IAT wanita Melayu yang mengandungi empat elemen penting iaitu (i) kekuatan motivasi, (ii) kebolehan yang tinggi, (iii) kecekapan mengurus sumber dan (iv) kemampuan pasaran. Taksonomi keupayaan keusahawanan usahawan IAT wanita Melayu ini boleh digunakan untuk mengenalpasti tahap kesediaan dan kompetensi yang perlu dimiliki bagi seseorang menceburkan diri dalam bidang keusahawanan. Bagaimanapun memandangkan kajian ini terbatas kepada konteks usahawan wanita Melayu, kajian selanjutnya wajar mencakupi usahawan wanita dalam kalangan etnik yang berlainan untuk memperolehi perbandingan.

8.0 KESIMPULAN

Dapatan kajian ini telah menjawab persoalan mengapa terdapat usahawan wanita yang boleh bertahan dan mampu berjaya dalam perniagaan, manakala sebahagian lagi mengalami kegagalan. Taksonomi keupayaan keusahawanan telah memperlihatkan bahawa usahawan wanita yang berjaya dalam perniagaan dan mampu bertahan

menghadapi cabaran perniagaan bukanlah individu biasa. Sebaliknya, usahawan wanita ini memiliki keutuhan dan keupayaan dalam empat elemen iaitu motivasi diri dan komitmen yang tinggi, kebolehan kognitif, pengetahuan dan kemahiran, keupayaan mengurus sumber (resources) dan kemampuan promosi, pemasaran dan penjenamaan. Oleh yang demikian, proses pembentukan taksonomi keupayaan keusahawanan ini penting untuk diberi penekanan bagi melahirkan komuniti usahawan wanita yang kental, berdaya saing dan berdaya maju.

RUJUKAN

- Andrea Smith-Hunter. 2006. *Women entrepreneurs across racial lines*. United Kingdom: Edward Elgar Publishing Limited.
- Azlah Md. Ali, Hishamuddin Md. Som, Siti Mariam Bujang dan Thuaibah@ Suaibah Abu Bakar. (2004). Aktiviti keusahawanan di kalangan ibu tunggal di Negeri Johor: Kajian terhadap faktor penglibatan dan kejayaan dalam bidang perniagaan. *Jurnal Kemanusiaan*, 4, 53-75.
- Azmi Abdul Manaf, Nik Hairi Omar dan Lee Kuan Yee. (2012). Faktor kritikal kejayaan usahawan dalam perniagaan. *e-Bangi*, 7(1), 34-45.
- Brush, C.G. (1992). Research on Women business owners: Past trends, a new perspective and future directions. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 16(4), 5.
- Buerah Tunggak, Hussin Salamon dan Baharin Abu. (2012). Pengaruh faktor-faktor demografi terhadap budaya niaga usahawan bumiputera Muslim. *Jurnal Kemanusiaan*, 20, 17-31.
- Buttner, E. and Rosen, B. (1992). Rejection in the loan application process: Male and female entrepreneurs' perceptions and subsequent intentions. *Journal of Small Business Management*, 30(1), 58-65.
- Cassidy, T. and Lynn, R. (1989). A Multifactorial approach to achieve motivation: The development of comprehensive measure. *Journal of Occupational Psychology*, 62, 301-312.
- Chee Hee Hoe, Filzah Md. Isa, Cheng Wei Hin, Norashidah Hashim, Jasmani Mohd. Yunus and Haim Hilman Abdullah. (2012). Development of women entrepreneurs: The case of Malaysia. *World Journal of Social Sciences*, 2(6), 123-145.
- Enemark, S. (2003). *Understanding the concept of capacity building and the nature of land administration systems*. Paper presented at FIG Working Week. Paris: April 13-17.

- Fay, M. and Williams, L. (1993). Gender bias and the availability of business loans. *Journal of Business Venturing*, 8, 363-376.
- Harrison, R.T. and Mason, C.M. (2007). Does gender matter? Women business angels and the supply of entrepreneurial finance. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 31(3), 445-472.
- Helms, M. (1997). Women and entrepreneurship: The appealing alternative. *Business Perspectives*, 10(11): 16-19.
- Hisrich, R. D. and Brush, C. G. (1985). The women entrepreneur: Characteristics and prescriptions for success. MA: Lexington Books.
- Ishak Yussof, Khairunnisa Mardzuki, Zaimah Darawi dan Mohd. Shukri Hajinoor. (2011). Faktor keusahawan dan prestasi kejayaan usahawan Melayu di Pulau Langkawi, Kedah. *Persidangan Kebangsaan Ekonomi Malaysia Ke-VI*, Melaka, 5-7 Jun.
- Kavitha Raman and Sharmila Jayasingam. (2008). Motivational factors affecting entrepreneurial decision: A comparison between Malaysian women entrepreneurs and women non entrepreneurs. *Communication of the IBIMA* 2, 85-89.
- Ma'rof Redzuan, Abd. Razak Abd. Rahman dan Nurfazreen Aina Muhamad Nasharudin. (2012). Pembentukan keupayaan individu dalam kalangan usahawan wanita industri kecil. *Akademika*, 82(1), 57-64.
- Narayanasamy, K., Rasiah, D. and Jacobs, C. J. (2011). An empirical study of factors influencing gender differences in entrepreneurship. *International Business & Economics Research Journal*, 10(10), 17-29.
- Nor Aini Haji Idris dan Doris Padmini Selvaratnam. (2012). Program pembasmian kemiskinan dalam kalangan ibu tunggal: Analisis penyertaan dan keberkesanan. *Persidangan Kebangsaan Ekonomi Malaysia Ke-VII*, Ipoh, 4-6 Jun.
- Norashidah Hashim, Norasmah Othman dan Noraishah Buang. (2009). Konsep kesediaan keusahawanan berdasarkan kajian kes usahawan Industri Kecil dan Sederhana (IKS) di Malaysia. *Jurnal Pendidikan Malaysia*, 34(1), 187-203.
- Norita Deraman, Nizamuddin Zainuddin dan Oemar Hamdan. (2005). Kajian tentang ciri-ciri personaliti keusahawanan di kalangan usahawan Bumiputera (Melayu) Malaysia. *Jurnal Manajemen & Bisness Sriwijaya*, 3(6), 1-15.
- Norizatun Azmin Mohd. Nordin, Abdul Halim Abdul Hamid and Chong Chin Woon. (2011). Factors affecting profitability of women entrepreneurs business in Malaysia. *Annual Summit on Business and Entrepreneurial Studies Proceeding*, 972-985.

- Nurulhuda Che Abdullah dan Ramlee Mustapha. (2009). Kajian kes usahawan tani Industri Kecil Sederhana (IKS) Bumiputera di Negeri Terengganu. *Jurnal Pendidikan Malaysia*, 34(2), 143-165.
- Olson, P. D., Zuiker, V. S., Danes, S. M., Stafford, K., Heck, R. K. Z. and Duncan, K. A. (2003). The impact of the family and the business on family business sustainability. *Journal of Business Venturing*, 18, 639-666.
- Rohayu Roddin, Marina Ibrahim Mukhtar, Ahmad Esa, Sarebah Warman, Maziana Mohamed, Anizam Mohamed Yusof dan Azmanirah Ab. Rahman. (2010). Pendidikan kemahiran keusahawanan dalam kalangan wanita ketua isi rumah luar bandar. Seminar Majlis Dekan Pendidikan IPTA, Shah Alam: 2-3 Ogos.
- Rohayu Roddin, Noor Sharipah Sultan Sidi, Yusmarwati Yusof, Maziana Mohamed and Abdul Rasid Abdul Razzaq. (2011). Poverty alleviation among single mother in Malaysia: Building entrepreneurship capacity. *International Journal of Business and Social Science*, 2(17): 92-99.
- Sana'a Abdul Karim and Ilhaamie Abdul Ghani Azmi. (2008). *Muslim women entrepreneurs: A study on success factors*. Seminar Keusahawanan Islam II Peringkat Kebangsaan, Universiti Malaya: 15 Oktober.
- Shalini Sinha. (2005). Developing Women entrepreneurs in South Asia: Issues, initiative and experiences. Bangkok: United Nation, ENESCAP.
- Suraini Mohd. Rhause. (2011). Malay women entrepreneurs: A social constructionist perspective. *World Business and Economics Research Conference*, 15 Dec.
- Syed Shah Alam; Mohd. Fauzi Mohd. Jani and Nor Asiah Omar. (2011). An empirical study of success factors of women entrepreneurs in southern region in Malaysia. *International Journal of Economics and Finance*, 3(2), 166-175.
- Syed Shah Alam; Zizah Che Senik and Fauzi Mohd. Jani. (2012). An exploratory study of women entrepreneurs in Malaysia: Motivation and problems. *Journal of Management Research*, 4(4), 282-297.
- Teo Sock Kim. (1996). *Women entrepreneurs of Singapore*. Dlm Low Aik Meng & Tan Wee Liang, *Entrepreneurs, entrepreneurship & enterprising*. Singapore: Addison-Wesley Publishing.
- Teoh, Wendy Ming-Yen and Chong, Siong-Choy. (2007). Theorising a framework of factors influencing performance of women entrepreneurs in Malaysia. *Journal of Asia Entrepreneurship and Sustainability*, 3(2), 1-17.
- Thuaiabah @ Suaibah Abu Bakar; Azlah Md. Ali; Rozeyta Omar; Hishamuddin Md. Som dan Syaharizatul Norizwan Muktar. (2007). Penglibatan

kaum wanita dalam aktiviti keusahawanan di Negeri Johor: Kajian terhadap faktor-faktor kritikal kejayaan dan kegagalan pengendalian perniagaan. Laporan Projek. Fakulti Pengurusan dan Pembangunan Sumber Manusia, Universiti Teknologi Malaysia, Skudai, Johor. (Tidak Diterbitkan)

UNESCO. (2006). *Guide book for planning education in emergencies and reconstruction*. chapter 3: Capacity building. Paris: International Institute for Educational Planning.

WED Capacity Building Guide. (2006). *Women entrepreneurship development: Capacity building guide*. Development Cooperation Ireland.

Zaidatol Akmaliah Lope Pihie dan Habibah Elias. (2004). Keupayaan usahawan bumiputera melaksanakan kemahiran keusahawanan: Satu kajian kes. *Pertanika Journal of Social Science & Humanities*, 12(1), 61-70.