

**PENGLIBATAN KAUM WANITA DALAM AKTIVITI
KEUSAHAWANAN DI NEGERI JOHOR: KAJIAN
TERHADAP FAKTOR-FAKTOR KRITIKAL KEJAYAAN
DAN KEGAGALAN PENGENDALIAN PERNIAGAAN**

*(WOMEN'S INVOLVEMENT IN ENTERPRENEURSHIP IN
JOHOR: A STUDY ABOUT CRITICAL FACTORS IN
ACHIEVEMENT AND FAILURE IN HANDLING BUSINESS)*

**THUAIBAH @ SUAIBAH BINTI ABU BAKAR
AZLAH BIN MD ALI
DR ROZEYTA BINTI OMAR
PM DR HISHAMUDDIN MD SOM
SYAHARIZATUL NOORIZWAN BINTI MUKTAR**

**JABATAN PEMBANGUNAN SUMBER MANUSIA
FAKULTI PENGURUSAN DAN PEMBANGUNAN SUMBER MANUSIA
UNIVERSITI TEKNOLOGI MALAYSIA**

2007

UNIVERSITI TEKNOLOGI MALAYSIA

**BORANG PENGESAHAN
LAPORAN AKHIR PENYELIDIKAN^U**

TAJUK PROJEK : **PENGLIBATAN KAUM WANITA DALAM AKTIVITI
KEUSAHAWANAN DI NEGERI JOHOR: KAJIAN
TERHADAP FAKTOR-FAKTOR KRITIKAL
KEJAYAAN DAN KEGAGALAN PENGENDALIAN
PERNIAGAAN**

Saya **THUAIBAH@SUAIBAH BINTI ABU BAKAR**
(HURUF BESAR)

mengaku membenarkan **Laporan Akhir Penyelidikan** ini disimpan di Perpustakaan Universiti Teknologi Malaysia dengan syarat-syarat kegunaan seperti berikut:

1. Laporan Akhir Penyelidikan ini adalah hakmilik Universiti Teknologi Malaysia.
2. Perpustakaan Universiti Teknologi Malaysia dibenarkan membuat salinan untuk tujuan rujukan sahaja.
3. Perpustakaan dibenarkan membuat penjualan salinan Laporan Akhir Penyelidikan ini bagi kategori TIDAK TERHAD.
4. *Sila tandakan (✓)

SULIT

(Mengandungi maklumat yang berdarjah keselamatan atau kepentingan Malaysia seperti yang termaktub di dalam AKTA RAHSIA RASMI 1972)

TERHAD

(Mengandungi maklumat TERHAD yang telah ditentukan oleh organisasi/badan di mana penyelidikan dijalankan)

TIDAK TERHAD

TANDATANGAN KETUA PENYELIDIK

THUAIBAH@SUAIBAH BINTI ABU BAKAR

Nama & Cop Ketua Penyelidik

Tarikh: _____

CATATAN:

* Jika Laporan Akhir Penyelidikan ini SULIT atau TERHAD, sila lampirkan surat daripada pihak berkuasa/organisasi berkenaan dengan menyatakan sekali sebab dan tempoh tesis ini perlu dikelaskan sebagai SULIT atau TERHAD.

**PENGLIBATAN KAUM WANITA DALAM AKTIVITI
KEUSAHAWANAN DI NEGERI JOHOR: KAJIAN TERHADAP
FAKTOR-FAKTOR KRITIKAL KEJAYAAN DAN
KEGAGALAN PENGENDALIAN PERNIAGAAN**

**THUAIBAH @ SUAIBAH BINTI ABU BAKAR
AZLAH BIN MD ALI
DR ROZEYTA BINTI OMAR
PM DR HISHAMUDDIN MD SOM
SYAHARIZATUL NOORIZWAN BINTI MUKTAR**

NO. VOT PENYELIDIKAN : 75087

2007

ABSTRAK

Kajian ini bertujuan untuk mengenal pasti faktor-faktor yang mendorong penglibatan usahawan wanita dalam bidang perniagaan. Selain itu, kajian ini juga akan melihat kepada persepsi usahawan wanita di Negeri Johor terhadap faktor-faktor kritikal kejayaan dan kegagalan pengendalian perniagaan mereka serta mengenal pasti masalah yang dihadapi oleh usahawan wanita semasa memulakan dan semasa mengendalikan perniagaan. Soal selidik telah digunakan sebagai kaedah pengumpulan data dan diedarkan kepada 215 orang usahawan wanita yang terlibat dalam aktiviti keusahawanan di negeri Johor. Seterusnya data yang diperolehi telah dianalisis dengan menggunakan program *Statistical Packages For Social Science (SPSS) 10.0* untuk mendapatkan kekerapan, peratusan dan min. Secara umumnya penemuan kajian menunjukkan faktor utama yang mendorong usahawan wanita menceburi bidang keusahawanan adalah kerana faktor minat, ingin mencapai cita-cita serta faktor ingin berdikari. Dapatan kajian juga mendapati elemen sikap merupakan elemen yang paling mempengaruhi kejayaan seseorang manakala elemen kemahiran pula merupakan elemen yang paling mempengaruhi kepada kegagalan seseorang wanita dalam perniagaannya.

ABSTRACT

The purpose of this research is to identify the factors that influence women in their involvement, achievement and failure in business. Besides that, this research also tries to identify problems that always facing by women entrepreneurs while starting and handling their business. Questionnaire has been used as a method of data collection in this research and has been distributed to 215 women entrepreneurs that involve in entrepreneurship in Johor. Then the data have been analyzed by using Statistical Package For Social Science (SPSS) 10.0 to get frequency, percentage and mean. Generally, the result of this research shows three main factors that influence women to become entrepreneur were because of their attention to business, ambition and independence. This research also found that attitude is an element that most influence women's achievement while skills are an element that most influence women's failure in handling business.

KANDUNGAN

BAB	PERKARA	MUKASURAT
	HALAMAN JUDUL	i
	HALAMAN ABSTRAK	ii
	HALAMAN ABSTRACT	iii
	KANDUNGAN	iv
	SENARAI JADUAL	viii
	SENARAI RAJAH	ix
	SENARAI SIMBOL	xiii
	SENARAI LAMPIRAN	xiv
BAB I	PENGENALAN	
	1.1 Pendahuluan	1
	1.2 Pernyataan Masalah	3
	1.3 Matlamat Kajian	9
	1.4 Objektif Kajian	9
	1.5 Skop Kajian	10
	1.6 Kepentingan Kajian	10
	1.7 Definisi Konseptual Dan Operasional	
	1.7.1 Usahawan	11
	1.7.2 Usahawan Wanita	14
	1.7.3 Keusahawanan	14
	1.7.4 Faktor Dalaman	17

1.7.5	Faktor Luaran	17
1.7.6	Kemahiran	17
1.7.7	Strategi Perniagaan	18
1.7.8	Penggunaan IT	18
1.7.9	Pengurusan Perniagaan	18
1.7.10	Persekitaran	18
1.7.11	Sikap	19
1.8	Rumusan	19

BAB II KAJIAN LITERATUR

2.1	Pengenalan	20
2.2	Jenis Usahawan	21
2.3	Model Asas Proses Keusahawanan	24
2.4	Profil Peribadi	25
2.5	Profil Perusahaan dan Perniagaan	29
2.6	Faktor Penglibatan Dalam Aktiviti Keusahawanan	32
2.7	Faktor Kejayaan Perniagaan	34
2.8	Faktor Kegagalan Perniagaan	36
2.9	Masalah Yang Dihadapi	37
2.10	Kajian-Kajian Lepas	39
2.11	Rumusan	43

BAB III METODOLOGI KAJIAN

3.1	Pengenalan	44
3.2	Reka bentuk Kajian	45
3.2.1	Model Kajian	46
3.2.2	Carta Aliran Kajian	47

3.3	Kaedah Persampelan	48
3.4	Kaedah Pengumpulan Data	49
3.4.1	Data Primer	49
3.4.2	Maklumat Sekunder	50
3.5	Instrumen Kajian	51
3.6	Kaedah Penganalisan Data	54
3.7	Ujian Kebolehpercayaan	55
3.8	Rumusan	57

BAB IV ANALISIS KAJIAN

4.1	Pengenalan	58
4.2	Analisis Deskriptif	58
4.2.1	Maklumat Demografi	59
4.2.2	Maklumat Perniagaan dan Perusahaan	66
4.2.3	Penglibatan Usahawan Wanita Dalam Bidang Perniagaan	78
4.2.4	Kejayaan Usahawan Wanita Dalam Bidang Perniagaan	82
4.2.5	Kegagalan Usahawan Wanita Dalam Bidang Perniagaan	89
4.2.6	Masalah-masalah Yang Dihadapi	121
4.3	Rumusan	126

BAB V RUMUSAN, PERBINCANGAN DAN KESIMPULAN

5.1	Pengenalan	127
5.2	Rumusan Kajian	127
5.3	Perbincangan Kajian	129

5.3.1	Profail Perniagaan Usahawan Wanita Di Negeri Johor	130
5.3.2	Faktor-faktor yang mempengaruhi penglibatan usahawan wanita dalam bidang perniagaan di Negeri Johor	131
5.3.3	Persepsi responden terhadap tahap penglibatan usahawan wanita dalam bidang perniagaan	132
5.3.4	Persepsi responden terhadap faktor yang mempengaruhi kejayaan dan kegagalan usahawan wanita dalam bidang perniagaan di Negeri Johor	132
5.3.5	Persepsi responden terhadap tahap kejayaan usahawan wanita dalam bidang perniagaan	134
5.3.6	Masalah-masalah yang dihadapi oleh usahawan wanita semasa memulakan perniagaan dan semasa mengendalikan perniagaan	134
5.4	Perbincangan Isu-Isu Berkaitan	135
5.5	Rumusan	137
BAB VI	CADANGAN	
6.1	Cadangan	138
6.2	Usahawan Wanita	138
6.3	Pihak Kerajaan, Kementerian, Persatuan Dan Agensi Lain	142
6.4	Kajian Akan Datang	146
6.5	Rumusan	147
BIBLIOGRAFI		149
LAMPIRAN		

SENARAI JADUAL

NO. JADUAL	TAJUK	MUKASURAT
2.1	Faktor-faktor Kegagalan	36
3.1	Jumlah Dan Peratusan Sampel Mengikut Daerah	48
3.2	Pembahagian Soal Selidik	51
3.3	Skala Likert	54
3.4	Nilai Alpha Setiap Bahagian	56
4.1	Min Bagi Faktor Penglibatan Usahawan Wanita	79
4.2	Dimensi Yang Paling Mempengaruhi Penglibatan	80
4.3	Elemen Yang Paling mempengaruhi Kejayaan	83
4.4	Min Bagi Faktor Kegagalan	90
4.5	Elemen Yang Paling Mempengaruhi Kegagalan	91
4.6	Masalah-masalah yang dihadapi semasa memulakan perniagaan	122
4.7	Masalah-masalah yang dihadapi semasa mengendalikan perniagaan	124

SENARAI RAJAH

NO. RAJAH	TAJUK	MUKASURAT
2.1	Model Asas Proses Keusahawanan	24
3.1	Model Kajian	46
3.2	Carta Aliran Kajian	47
4.1	Taburan Ke kerap an Responden Mengikut Umur	59
4.2	Taburan Ke kerap an Responden Mengikut Kelulusan Akademik	60
4.3	Taburan Ke kerap an Responden Mengikut Latar Belakang Ahli Keluarga Yang Menjadi Usahawan	61
4.4	Taburan Ke kerap an Responden Mengikut Bilangan Anak	62
4.5	Taburan Ke kerap an Responden Mengikut Status Per kahwinan	63
4.6	Sebab-sebab Menceburkan Diri Dalam Perniagaan	64
4.7	Pekerjaan Terakhir Sebelum Berniaga	65
4.8	Penyertaan Dalam latihan / Kursus Tentang Keusahawanan	66
4.9	Status Organisasi	67
4.10	Jenis Perniagaan / Perusahaan	68
4.11	Tempoh Menjalankan Perniagaan	69
4.12	Umur Semasa Memulakan Perniagaan	70
4.13	Pengalaman Dalam Bidang Perniagaan / Perusahaan Yang Diceburi	71
4.14	Tempoh Pengalaman Dalam Perniagaan / Perusahaan	72
4.15	Bilangan Pekerja	73
4.16	Modal Ketika Memulakan Perniagaan	74
4.17	Sumber Modal	75

4.18	Pengendalian Akaun Perniagaan	76
4.19	Perkhidmatan Nasihat / Pertolongan	77
4.20	Prestasi Perniagaan Berbanding Tahun Lepas	78
4.21	Persepsi Responden Terhadap Tahap Penglibatan Usahawan Wanita Dalam Bidang Perniagaan Secara Keseluruhan	80
4.22	Persepsi Responden Terhadap Tahap Penglibatan Usahawan Wanita Dalam Bidang Perniagaan Berdasarkan Faktor Luaran	81
4.23	Persepsi Responden Terhadap Tahap Penglibatan Usahawan Wanita Dalam Bidang Perniagaan Berdasarkan Faktor Dalaman	82
4.24	Persepsi Responden Terhadap Tahap Kejayaan Usahawan Wanita Dalam Bidang Perniagaan Secara Keseluruhan	83
4.25	Persepsi Responden Terhadap Tahap Kejayaan Usahawan Wanita Dalam Bidang Perniagaan Berdasarkan Elemen Persekitaran	84
4.26	Persepsi Responden Terhadap Tahap Kejayaan Usahawan Wanita Dalam Bidang Perniagaan Berdasarkan Elemen Kemahiran	85
4.27	Persepsi Responden Terhadap Tahap Kejayaan Usahawan Wanita Dalam Bidang Perniagaan Berdasarkan Elemen Strategi Perniagaan	86
4.28	Persepsi Responden Terhadap Tahap Kejayaan Usahawan Wanita Dalam Bidang Perniagaan Berdasarkan Elemen Penggunaan Teknologi Maklumat	87
4.29	Persepsi Responden Terhadap Tahap Kejayaan Usahawan Wanita Dalam Bidang Perniagaan Berdasarkan Elemen Amalan Pengurusan	88
4.30	Persepsi Responden Terhadap Tahap Kejayaan Usahawan Wanita Dalam Bidang Perniagaan Berdasarkan	

	Elemen Sikap	89
4.31	Kurang Pengetahuan Dan Pendedahan Terhadap Aspek Keusahawanan	92
4.32	Kurang kemahiran membuat keputusan yang berkesan	93
4.33	Kurang pengetahuan tentang teknik-teknik penjualan dan pemasaran	94
4.34	Tidak mampu mengguna dan menggabungkan idea-idea dengan kemahiran yang ada pada sesuatu keadaan	95
4.35	Kurang mahir dalam mengenal pasti, menilai dan menyelesaikan masalah	96
4.36	Tidak dapat merancang dan menetapkan matlamat perniagaan	97
4.37	Lokasi perniagaan yang tidak strategik	98
4.38	Terperangkap dalam subsektor yang kurang produktif	99
4.39	Tidak memahami kehendak pasaran dan pelanggan dengan baik	100
4.40	Tidak mempunyai hubungan yang baik dengan ahli perniagaan dan golongan profesional lain	101
4.41	Tidak menjalinkan hubungan yang baik dengan pembekal dan pelanggan	102
4.42	Tidak mengendalikan amalan-amalan perniagaan dengan baik	103
4.43	Kurang Mengambil Pekerja Mahir	104
4.44	Tidak berbincang Dengan Pekerja berkaitan perniagaan	105
4.45	Tidak menjaga kebajikan pekerja dengan baik	106
4.46	Tidak membuat penilaian terhadap prestasi perniagaan	107
4.47	Menghadapi masalah dengan rakan kongsi/pekerja	108
4.48	Tidak mengawal aliran tunai dengan baik	109
4.49	Berlaku kecurian dalam perniagaan	110
4.50	Tidak mendapat kepercayaan dari pihak lain	111
4.51	Aktiviti ekonomi negara yang perlahan/meleset	112
4.52	Masalah untuk mendapatkan pinjaman atau modal	113
4.53	Tidak mendapat bantuan dari pihak lain	114
4.54	Tidak mempunyai jaringan perniagaan sesama usahawan	115

4.55	Tidak mempunyai keyakinan diri dalam mengendalikan perniagaan	116
4.56	Tidak mempunyai kesedaran dan motivasi diri yang rendah	117
4.57	Tidak amanah dan bertanggungjawab terhadap diri sendiri, perniagaan dan pelanggan	118
4.58	Mempunyai persepsi negatif terhadap cabaran	119
4.59	Tidak bertindak terhadap cadangan dan kritikan yang diterima	120
4.60	Tiada kesungguhan, azam dan ketekunan dalam menjalankan perniagaan	121

SENARAI SIMBOL

ICT		Information Communication And Technology
AIM	-	Amanah Ikhtiar Malaysia
SKIT	-	Skim Pembiayaan Khas Ibu Tunggal
MITI	-	Ministry Of International Trade And Industry
SMIDEC	-	Small And Medium Industries Development Corporation
MTDC	-	Malaysian Technology Development Corporation
RMK-8	-	Rancangan Malaysia Ke-8
IKN	-	Institut Keusahawanan Negara
RMK-7	-	Rancangan Malaysia Ke-7
MARA	-	Majlis Amanah Rakyat
IKS	-	Industri Kecil Dan Sederhana
BPIMB	-	Bank Pembangunan Dan Infrastruktur Malaysia Berhad
PSZ	-	Perpustakaan Sultanah Zanariah
SPSS	-	Statistical Package For Social Science
RMK-9	-	Rancangan Malaysia Ke-9

SENARAI LAMPIRAN

NO. LAMPIRAN

TAJUK

MUKASURAT

A

Borang Soal Selidik

BAB I

PENGENALAN

1.1 Pendahuluan

Wanita merupakan sebahagian besar daripada populasi masyarakat Malaysia. Sumbangan besar kaum wanita kepada pembangunan negara sememangnya telah lama diiktiraf. Sebagai isteri, ibu dan anak, mereka merupakan tunggak utama dalam membentuk generasi Malaysia yang penyayang dan progresif di masa hadapan. Mengikut sumber Jabatan Perangkaan Malaysia, pada tahun 2004, 49% (12,557,700 orang) daripada keseluruhan jumlah penduduk di Malaysia terdiri daripada golongan wanita dan kira-kira 48% daripada jumlah penduduk wanita merupakan tenaga buruh (Malaysia, 2005). Peningkatan dalam penyertaan wanita sebagai tenaga buruh menunjukkan bahawa penglibatan wanita dalam aktiviti pembangunan negara semakin menyerlah dan kian positif. Ini dibantu oleh pembangunan negara yang banyak membuka peluang dan ruang bagi wanita mempertingkatkan pencapaian mereka dalam pelbagai bidang dan aktiviti di samping membuka dan menyahut cabaran yang lebih besar untuk terus berperanan dan berjaya selaras dengan proses perindustrian dan pemodenan negara menuju abad ke 21 (Moha,1997).

Pada hari ini, nama-nama seperti Tan Sri Dr Zeti Akhtar, Datuk Dr Mazlan Othman, Dato' Dr Mashitah Ibrahim dan lain-lain merupakan nama-nama yang tidak asing lagi di kalangan masyarakat Malaysia. Mereka ini telah mempamerkan kebolehan, keupayaan dan kemampuan

dalam bidang masing-masing bagi menunjukkan bahawa kedudukan dan kemampuan wanita pada hari ini telah setanding dengan kaum lelaki. Wanita sudah berupaya meletakkan diri di barisan hadapan sebagai peneraju dalam pelbagai bidang kepakaran seperti perubatan, perniagaan, perundangan, politik dan sebagainya. Menurut Rosli Hassan, industri perkhidmatan kewangan menunjukkan pembabitian wanita dalam sektor tersebut cukup membanggakan (Harian Metro, 2003). Selain itu, penglibatan wanita dalam bidang perniagaan juga menunjukkan peningkatan yang memberangsangkan.

Dunia perniagaan bukanlah satu bidang yang asing bagi kaum wanita. Contoh usahawan wanita yang paling tepat ialah Siti Khadijah, yang terlibat dengan perniagaan sehingga ke peringkat antarabangsa. Siti Khadijah merupakan contoh usahawan wanita terbaik bagi kaum wanita yang berminat dalam bidang keusahawanan. Dengan sikap, komitmen dan keinginan yang ditunjukkan di kalangan usahawan wanita pada masa kini, adalah tidak mustahil jika pada suatu hari nanti dunia keusahawanan akan diambil alih dan didominasi oleh wanita. Perlu disedari bahawa kita sedang berada di zaman globalisasi dan kata-kata '*tempat wanita hanya diceruk dapur*' adalah tidak relevan lagi. Menurut Dato' Seri Dr. Mahathir ketika berucap di Majlis Konvensyen Kebangsaan Usahawan Wanita 2002, pencapaian dan peranan yang dimainkan oleh golongan wanita dalam bidang keusahawanan kini jelas membuktikan kemampuan wanita menghadapi persaingan. Pepatah Melayu yang mengatakan bahawa '*tangan yang mengayun buaian itu sebenarnya berupaya menggegarkan dunia*' adalah benar. Puan Azizah Tumin, dalam ucapannya sempena Majlis Perasmian Persatuan Usahawan Wanita Bumiputera Malaysia (USAHANITA) menegaskan, sekiranya wanita ingin menjadi insan yang berjaya, mereka haruslah menyemai ciri-ciri daya saing, daya maju dan kreatif. Sikap berani dan tidak takut untuk menghadapi risiko kegagalan itu adalah permulaan kepada sesebuah kejayaan.

Di Malaysia, bidang keusahawanan bukan lagi menjadi suatu bidang yang asing bagi masyarakatnya. Menurut laporan oleh Suruhanjaya Syarikat Malaysia, aktiviti perniagaan yang didaftarkan di pejabat pendaftaran perniagaan sepanjang tahun 2001 menunjukkan bahawa daripada sebelas jenis usaha niaga, perniagaan makanan dan minuman mencatatkan statistik pendaftaran tertinggi bagi sepanjang tahun. Selain makanan dan minuman, aktiviti perniagaan yang banyak diceburi ialah peruncitan, pembinaan dan tekstil dan pakaian (Malaysia, 2001).

Bilangan individu yang menyertai bidang keusahawanan juga semakin meningkat. Mengikut laporan statistik yang dikeluarkan oleh Kementerian Pembangunan Usahawan (KPU), sepanjang tempoh tahun 1995 hingga tahun 2000 peningkatan dalam bilangan usahawan berlaku pada kadar 75.79%. Peningkatan ini disebabkan pelbagai faktor dan yang utamanya ialah kewujudan pelbagai bentuk sokongan dan bantuan yang diberikan oleh kerajaan melalui KPU. Jenis-jenis usahawan yang telah dibangunkan ialah usahawan tulen, vendor, pemasaran perabot, mentor dan francais (Zafir dan Fazilah, 2003).

Beberapa tahun kebelakangan ini, bilangan wanita yang menceburkan diri dalam bidang perniagaan menunjukkan peningkatan yang amat menggalakkan. Menurut Suruhanjaya Syarikat (*Companies Commission of Malaysia*), sebanyak 49554 unit perniagaan yang dimiliki oleh wanita telah didaftarkan dalam tahun 2000 dan sebanyak 54626 lagi telah didaftarkan pada tahun 2001. Dalam 6 bulan pertama tahun 2002 pula, sebanyak 28185 buah perniagaan telah didaftarkan. Peningkatan ini menunjukkan bahawa wanita di Malaysia jelas mempunyai komitmen untuk memanfaatkan peluang-peluang dalam perdagangan dan industri, hasil daripada proses perindustrian dan pembangunan ekonomi. Oleh yang demikian, pihak-pihak yang terbabit seperti Kementerian Pembangunan Wanita, Keluarga dan Masyarakat, Persatuan Usahawan Wanita Bumiputera (USAHANITA), Dewan Perniagaan Melayu, Kementerian Pembangunan Usahawan dan badan-badan organisasi lain telah berusaha untuk membantu golongan wanita dalam melahirkan lebih ramai usahawan-usahawan wanita bumiputera yang bukan sahaja berjaya di dalam negara, bahkan di peringkat antarabangsa.

1.2 Pernyataan Masalah

Keterlibatan kaum wanita dalam bidang keusahawanan di lihat sebagai sesuatu yang positif terhadap perkembangan ekonomi negara. Seiring kaum lelaki, wanita juga tidak melepaskan peluang untuk turut sama memeriahkan lagi bidang keusahawanan di Malaysia. Perkembangan pesat ekonomi negara menggamit lebih ramai wanita untuk melibatkan diri secara

aktif dalam dunia keusahawanan. Pada zaman sekarang, di seluruh dunia terdapat ramai usahawan-usahawan wanita telahpun menjadi jutawan yang terkenal. Malah, sebahagian darinya di lihat lebih agresif dari lelaki dari segi fikiran, perasaan dan tindakan (Faridah, 2000). Dalam dunia perniagaan, wanita ternyata mempunyai kelebihan yang tersendiri jika dibandingkan dengan kaum lelaki. Wanita selalunya lebih bersedia menghadapi ragam pelanggan dan tekun menguruskan perniagaan. Sifat semula jadi seperti berjimat-cermat membolehkan mereka mengawal kos dalam pengendalian perniagaan. Asas yang sedemikian dengan sendirinya menjadi penentu kepada kejayaan dan kemajuan dalam bidang yang diceburi.

Dalam apa juga bidang yang diceburi, tidak semua orang akan berjaya. Begitu juga dengan bidang keusahawanan, ada sesetengah usahawan akan berjaya dan ada juga yang akan menghadapi kegagalan. Walaupun diketahui umum bahawa bidang keusahawanan merupakan satu bidang yang berisiko tinggi untuk gagal, namun penglibatan wanita terutamanya dalam bidang ini menunjukkan trend yang positif. Terdapat banyak sebab yang mendorong seseorang wanita itu melibatkan diri dalam perniagaan seperti sebagai satu aktiviti ekonomi atau sumber nafkah hidup (Mahashim, 1995). Kebanyakan wanita yang menceburi bidang perniagaan sebenarnya sudah terlibat dengan kerja-kerja lain, misalnya kerja makan gaji di sektor awam atau swasta. Ada juga di kalangan mereka yang pernah bekerja sendiri dalam pelbagai bidang seperti pertanian, perusahaan kraf tangan, makanan dan lain-lain kerja yang bukan berbentuk perniagaan. Bagi yang bekerja makan gaji, hasil kerja yang diperolehi itu bukan hasil niaga sendiri, tetapi hanya menawarkan khidmat sebagai pekerja kepada pihak lain. Ini menimbulkan rasa tidak bebas, tidak berpuas hati dari segi pendapatan dan terpaksa bekerja di bawah arahan orang lain. Ini membuatkan mereka ingin cuba membuka perniagaan sendiri. Jika mereka tidak lagi makan gaji, tetapi menghasilkan produk sendiri berbekalkan pengalaman, kemahiran dan pengetahuan yang mereka ada, mereka boleh terus memasarkan produk mereka tanpa perlu melalui orang tengah yang dianggap mencekik darah (Faridah, 2000).

Ada juga usahawan yang menceburi bidang perniagaan kerana keadaan yang memaksa contohnya tidak mempunyai pekerjaan disebabkan tiada kelulusan atau memiliki kelulusan yang tidak sesuai. Maka, atas desakan hidup serta keluarga atau rakan-rakan, maka individu itu mula berniaga sama ada secara kecil-kecilan ataupun secara besar-besaran, bergantung kepada

modal yang ada, kemampuan, pengalaman dan sokongan orang-orang di sekelilingnya. Dalam keadaan ekonomi Malaysia yang masih belum pulih sepenuhnya ini, terdapat ramai pekerja yang dibuang kerja dan ramai pemegang ijazah dan diploma yang masih menganggur. Pada awal tahun 2002, terdapat lebih kurang 40,000 orang siswazah yang menganggur (M.B Muda et.al, 2003). Ini mendorong mereka ini menjadi seorang usahawan sebagai satu keadaan yang memaksa kerana peluang kerja makan gaji adalah terhad.

Pihak kerajaan, badan-badan bukan kerajaan (NGO) dan pertubuhan-pertubuhan wanita telah menganjurkan pelbagai program dan latihan untuk mendidik dan melatih masyarakat Malaysia khususnya kaum wanita dalam bidang perniagaan. Program-program dan latihan ini dibuat khusus untuk kaum wanita kerana mereka ini di lihat mempunyai potensi yang besar untuk cemerlang dalam bidang perniagaan. Menurut Noor Azmah (2002), dianggarkan hanya 15% daripada keseluruhan wanita dalam lingkungan umur bekerja di Malaysia terlibat dalam perniagaan. Perkara ini berlaku mungkin disebabkan oleh penetapan minda (*mind set*) bahawa mereka tidak boleh cemerlang dalam perniagaan.

Menjadi usahawan berjaya adalah impian setiap individu yang menjalankan perniagaan. Namun begitu, berbagai cabaran harus di tempuhi sebelum mengecap kejayaan yang diimpikan. Walaupun fakta menunjukkan setiap hari bilangan usahawan semakin meningkat di Malaysia, namun tidak kurang juga yang menghadapi kegagalan. Setiap individu akan menghadapi cabaran yang berbeza-beza, bergantung kepada jenis perniagaan, jenis usahawan, saiz perniagaan, tempat, masa dan lain-lain lagi. Namun begitu, secara umumnya cabaran yang harus dilalui oleh seseorang usahawan boleh dibahagikan kepada diri, keluarga dan alam sekitar (Yep Putih, 1985).

Kejayaan dan kegagalan merupakan satu lumrah bagi individu yang bergelar ahli perniagaan. Kebanyakan kajian dan temu bual yang dijalankan ke atas individu-individu yang telah berjaya dan cemerlang dalam perniagaan menunjukkan mereka ini pernah mengalami kegagalan dalam perniagaan sekurang-kurangnya sekali, sebelum mereka bangkit kembali untuk memulakan semula perniagaan mereka. Menurut Osborn (1995), ramai usahawan gagal dan 90% perniagaan yang dimulakan di USA telah ditutup dalam jangka masa 10 tahun.

Dewanita (Dewan Usahawan Wanita) telah mengenal pasti beberapa faktor yang membawa kepada kegagalan seseorang wanita dalam mengendalikan perniagaannya. Antara faktor-faktor kegagalan tersebut ialah kurangnya latihan dan pendedahan tentang aspek keusahawanan, kategori perniagaan termasuk dalam kategori sektor tidak formal, peluang untuk mendapatkan pinjaman adalah terhad, wujudnya konflik kerjaya dan keluarga, persekitaran yang tidak adil di mana kemampuan usahawan wanita diragui, jaringan perniagaan yang lemah dan banyak lagi.

Selain itu, antara faktor lain yang membawa kepada kegagalan seseorang usahawan ialah sikap (M.B Muda et.al, 2003). Berbagai-bagai perkara boleh dikelaskan sebagai sikap seseorang seperti disiplin kerja, etika dan juga rasa tanggungjawab. Oleh sebab usahawan bekerja sendiri, sesetengah orang tidak dapat mendisiplinkan diri sendiri. Bekerja sesuka hati, tidak menepati masa untuk sesuatu temu janji, tidak memenuhi janji, tidak membayar hutang adalah antara sikap negatif usahawan yang tidak berdisiplin, tidak beretika dan tidak bertanggungjawab.

Menurut Pelan Tindakan Pembangunan Wanita Mengikut Bidang yang dikeluarkan oleh Yayasan Pembangunan Wanita pada tahun 2003, golongan wanita yang terlibat dalam bidang perniagaan dan keusahawanan sama ada di bandar atau di luar bandar sering menghadapi masalah seperti berikut :

- i) Kurang mendapat latihan dan pendedahan tentang aspek-aspek yang berkaitan dengan keusahawanan dan perniagaan seperti pemasaran, pembangunan produk, kawalan mutu, teknologi pengeluaran yang canggih, pengurusan perniagaan, pengurusan kewangan, perniagaan import eksport, cara-cara memohon lesen perniagaan, cara-cara membuat pinjaman, motivasi dan keyakinan diri. Masalah ini bukan sahaja dihadapi oleh wanita bandar tetapi juga wanita luar bandar yang terlibat dalam perusahaan mikro, industri kecil-kecilan yang berasaskan pertanian dan industri pelancongan tani.
- ii) Peluang yang terhad untuk mendapatkan pinjaman dan kemudahan kredit dari institusi-institusi kewangan untuk memulakan perniagaan serta untuk tujuan pengembangan perniagaan.

- iii) Sebilangan besar wanita yang terlibat dalam sektor tidak formal sama ada sebagai pekerja sendiri atau pekerja terdedah kepada eksploitasi seperti upah yang rendah serta keadaan tempat kerja yang kurang memuaskan.
- iv) Kurang pengetahuan tentang peluang perniagaan serta pelbagai skim bantuan yang disediakan oleh pelbagai agensi kerajaan seperti Kementerian Pembangunan Usahawan, Kementerian Pembangunan Luar Bandar, Kementerian Belia dan Sukan dan Kementerian Pertanian.
- v) Usahawan wanita terutamanya yang terlibat dalam industri makanan dan kraf tangan kurang mendapat peluang perniagaan seperti pembekalan makanan ringan dan cenderamata ketika negara menganjurkan persidangan-persidangan, majlis-majlis sukan, mesyuarat-mesyuarat dan majlis-majlis lain yang melibatkan ramai peserta dari dalam atau luar negeri (Sumber : Internet, Yayasan Pembangunan Wanita, 2000).

Oleh yang demikian, program latihan khusus dalam bidang kemahiran dan keusahawanan bagi wanita telah dilaksanakan bagi membolehkan mereka memajukan diri dan merebut peluang yang ada di pasaran pekerjaan. Sehubungan dengan ini, kursus dalam bidang seperti perniagaan, pengurusan organisasi dan kewangan telah dilaksanakan.

Di samping faktor-faktor kegagalan, Dewanita juga telah mengenal pasti faktor-faktor kejayaan seseorang wanita dalam mengendalikan perniagaan. Usahawan bumiputera pada masa kini mula menunjukkan kejayaan malah mereka berkemampuan untuk mencapai matlamat dasar pembangunan negara. Namun begitu, asas usahawan bumiputera itu sendiri hendaklah diperluaskan lagi dan kita tidak boleh berpuas hati dengan sebahagian kecil daripada mereka yang telah berjaya. Faktor-faktor kejayaan banyak dipengaruhi oleh pelbagai sebab sama ada ia dipengaruhi oleh faktor dalaman ataupun luaran individu (Moha Asri *et al*, 2000). Antara faktor-faktor kejayaan yang telah dikenal pasti oleh Dewanita ialah menjalankan perniagaan yang menunjukkan satu pembaharuan pada produk yang ditawarkan, memahami pasaran dengan tepat, mempunyai daya usaha dan semangat yang tinggi, proaktif (suka mencari peluang-peluang baru), motivasi sendiri yang tinggi dan pelbagai faktor lagi.

Pada awal tahun 1970-an, kajian penyelidikan adalah terfokus kepada ciri-ciri psikologi dan sosiologi usahawan wanita, motivasi, pendidikan dan pengalaman kerja (Chursill & Hornaday, 1987), perbandingan antara kaum lelaki dan kaum wanita dari segi perniagaan (Schrier, 1975; Schwartz, 1976; White & Cox, 1991), perbandingan antara pengurus wanita di korporat dan usahawan wanita (Bowen & Hisrich, 1986), wanita yang menceburi industri yang didominasi oleh kaum lelaki (Hisrich & O'Brien, 1981), mengenal pasti diskriminasi dan halangan yang dihadapi oleh usahawan wanita terutamanya apabila mereka ingin memulakan suatu perniagaan yang baru. Terdapat juga kajian penyelidikan yang mengkaji aspek organisasi seperti strategi, masalah, jenis pengurusan, aktiviti pembentukan keusahawanan seperti modal, tingkah laku *networking* dan faktor persekitaran (ekonomi) (Brush, 1992).

Pada sekitar tahun 1990-an dan 2000-an, kajian penyelidikan berkaitan usahawan wanita semakin mendapat perhatian para penyelidik baik dari dalam mahupun luar negara. Tumpuan terhadap penyelidikan ini lebih banyak menjurus kepada faktor pendorong wanita menceburi bidang keusahawanan (Muriel & Don, 2001; Still & Timms, 2003; Gerry et.al., 2005), faktor yang mempengaruhi kejayaan (Teo, 1996; Zimmer & Sacrborough, 1998; Suaibah et.al., 2005), masalah yang dihadapi (Jones, 1990; Lang & Sieh, 1994; Mohamad, 1996), penggunaan IT dalam perniagaan (Garca et.al., 1998; Nelson et.al., 2005), personaliti usahawan (Hannu, 2000), konflik kerjaya dan keluarga (Parasuraman & Simmers, 2001), strategi pembangunan (Gundry & Welsch, 2001), halangan kejayaan (Clare, 2005) dan lain-lain.

Di Malaysia, kajian mengenai usahawan wanita masih kurang berbanding di negara barat seperti Amerika dan Kanada. Terdapat beberapa kajian yang berkaitan usahawan wanita seperti yang telah dilakukan oleh Tee Kee Pei (2000), Norsidah (1999), Wan Halim (1995), Siti Norbayah (1997), Mohd Zabid (1996), Suaibah et.al (2005) dan lain-lain lagi. Kajian oleh Suaibah et.al (2005) adalah berkaitan aktiviti keusahawanan di kalangan ibu tunggal di Negeri Johor.

Melihat kepada kurangnya penyelidikan yang dijalankan ke atas usahawan wanita di Malaysia, maka pengkaji berpendapat adalah wajar untuk kajian ini dijalankan. Kajian ini akan mengkaji faktor-faktor yang mendorong penglibatan dan faktor-faktor yang mempengaruhi kejayaan serta kegagalan usahawan wanita dalam bidang keusahawanan di samping mengenal

pasti masalah yang dihadapi semasa memulakan dan mengendalikan perniagaan. Dapatan daripada soal selidik yang dibuat diharap dapat memberi gambaran sebenar terhadap fenomena yang dikaji dan seterusnya membantu pihak-pihak yang berkaitan untuk merangka dan melaksanakan tindakan-tindakan susulan yang sewajarnya agar prestasi usahawan wanita dapat dipertingkatkan ke pasaran global.

1.3 Matlamat Kajian

Kajian ini dijalankan untuk mengenal pasti faktor-faktor yang mendorong penglibatan usahawan wanita dalam bidang perniagaan. Selain itu, kajian ini juga akan melihat kepada persepsi usahawan wanita di Negeri Johor terhadap faktor-faktor kritikal kejayaan dan kegagalan pengendalian perniagaan mereka serta mengenal pasti masalah yang dihadapi oleh usahawan wanita semasa memulakan dan semasa mengendalikan perniagaan.

1.4 Objektif Kajian

Bagi mencapai matlamat kajian yang telah ditetapkan, beberapa objektif telah dibentuk, iaitu:

- i. Mengetahui profil perniagaan usahawan wanita di Negeri Johor
- ii. Mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi penglibatan wanita dalam bidang perniagaan di Negeri Johor
- iii. Mengetahui persepsi responden terhadap tahap penglibatan usahawan wanita dalam bidang perniagaan di Negeri Johor
- iv. Mengetahui persepsi responden terhadap faktor yang mempengaruhi kejayaan dan kegagalan usahawan wanita dalam bidang perniagaan di Negeri Johor

- v. Mengetahui persepsi responden terhadap tahap kejayaan usahawan wanita dalam bidang perniagaan di Negeri Johor
- vi. Mengetahui masalah yang dihadapi oleh usahawan wanita semasa memulakan dan semasa mengendalikan perniagaan.

1.5 Skop Kajian

Kajian ini hanya terbatas kepada usahawan wanita bumiputera di Negeri Johor sahaja. Kajian ini juga hanya memberi fokus kepada faktor-faktor yang mendorong penglibatan serta faktor-faktor kegagalan dan kejayaan usahawan wanita dalam bidang keusahawanan. Di samping itu, kajian ini akan mengkaji masalah-masalah yang dihadapi oleh usahawan wanita semasa memulakan dan semasa mengendalikan perniagaan.

1.6 Kepentingan Kajian

Kajian yang dilakukan ini mempunyai kepentingan seperti berikut:

- i. Membantu Kementerian Pembangunan Usahawan atau Kementerian Pembangunan Wanita, Keluarga dan Masyarakat untuk merangka pelan tindakan untuk meningkatkan penglibatan kaum wanita dalam bidang keusahawanan. Selain itu, kajian ini juga boleh di rujuk bagi membantu pihak kementerian dalam merancang dan merangka program dan latihan-latihan yang diperlukan oleh usahawan wanita bagi membantu meningkatkan kemampuan mereka dalam pengendalian perniagaan.
- ii. Membantu pihak kerajaan dalam mengetahui latihan dan bantuan yang diperlukan oleh usahawan wanita bagi membolehkan mereka meningkatkan prestasi perniagaan

serta membolehkan mereka mampu bersaing di peringkat tempatan mahupun luar negara.

- iii. Membantu pihak kerajaan untuk menyediakan pelan tindakan bagi membantu usahawan wanita yang bermasalah atau dijadikan modul bagi pembangunan usahawan wanita di seluruh negara.
- iv. Hasil kajian ini juga boleh dijadikan sebagai khazanah ilmu dan menjadi bahan rujukan umum dalam bidang keusahawanan. Ini sedikit sebanyak dapat meningkatkan kesedaran orang ramai terutamanya usahawan wanita untuk mempelajari dan mempertingkatkan pengetahuan dan kemahiran dalam bidang perniagaan.

1.7 Definisi Konseptual dan Operasional

1.7.1 Usahawan

Usahawan merupakan satu kumpulan individu yang mampu mempamerkan tahap keyakinan yang tinggi dalam membuat keputusan (Teal dan Carrol, 1999). Menurut Kuehl dan Lambing (2000), perkataan *entrepreneur* berasal daripada bahasa Perancis iaitu *entreprendre* yang bermaksud 'perantara' atau 'pengambil'. Usahawan di lihat sebagai perantara bagi pembekal dan pelanggan di samping menjadi pengambil risiko untuk berjaya dalam perniagaannya.

Menurut Zimmerer dan Sacrborough (1998), usahawan merupakan individu yang mewujudkan perniagaan baru, berhadapan dengan risiko dan ketidakpastian untuk mendapat keuntungan dan pertumbuhan melalui peluang dan sumber-sumber di sekelilingnya. Usahawan sering dikaitkan sebagai pengasas. Ini kerana menurut Manimala (1999), usahawan merujuk kepada satu proses apabila manusia, wang, pasaran, kelengkapan pengeluaran dan

pengetahuan di gabungkan bersama untuk mencipta perusahaan yang tidak pernah wujud sebelum ini. Selain itu, usahawan juga didefinisikan sebagai seorang individu yang mempunyai satu keperluan atau keupayaan untuk membina dan mencipta sesuatu yang baru (Corman dan Lussier, (2001).

Moha Asri (1999) mendefinisikan usahawan sebagai golongan yang bekerja kuat, mempunyai idea-idea baru, mempunyai daya cipta dan kreativiti yang tinggi, sanggup menghadapi risiko kehilangan harta benda dan berusaha meningkatkan operasi perniagaan mereka. Definisi di atas adalah hampir sama dengan apa yang telah dinyatakan oleh Zaidatol dan Habibah (1997). Menurut mereka, usahawan merupakan seorang yang memulakan, memiliki dan mengurus perniagaannya sendiri serta sanggup menanggung risiko perniagaan. Selain itu, usahawan juga dikenali sebagai seorang yang inginkan kebebasan dalam perniagaan, membuat keputusan sendiri dan seterusnya ingin berjaya atas usaha sendiri.

Khairuddin (1996) mendefinisikan usahawan sebagai seorang individu yang merancang, menerajui dan mengurus sebuah perniagaan atau perusahaan. Beliau juga menyatakan usahawan merupakan seorang individu yang berorientasikan tindakan, bersifat kreatif, inovatif, bercita-cita tinggi dan mempunyai wawasan.

Mengikut Corman dan Lussier (2001), usahawan berbeza daripada individu lain. Perbezaan yang menjelaskan seorang usahawan ialah mereka merupakan seseorang yang sukakan kebebasan dan mempunyai keupayaan untuk mengawal, suka mencipta dan membina sesuatu yang baru dan mereka juga berkebolehan untuk menyelesaikan masalah yang kompleks. Mereka juga kuat bekerja dan bersedia untuk memikul tanggungjawab yang berat. Malahan, mereka turut optimistik dan mempunyai keinginan yang kuat untuk mencapai apa yang diinginkannya sehingga berjaya. Untuk berjaya, ia perlukan kebolehan, mempunyai perasaan yakin diri dan percaya kepada kebolehan diri sendiri.

Juhary dan Ishak (2001) mengatakan usahawan ialah seseorang yang membentuk dan menghasilkan sesuatu daripada keadaan yang tidak wujud. Dengan kata lain, usahawan merupakan seorang individu yang kreatif.

Menurut Zaidatol dan Habibah (1997) usahawan adalah individu yang menubuhkan perniagaan baru. Usahawan perlu mengambil risiko, melaburkan sejumlah wang, usaha dan masa serta menggunakan kreativiti untuk menguruskan perniagaannya. Biasanya, usahawan di katakan sebagai pengurus yang mempunyai tingkah laku yang positif dan dapat merancang serta mempraktikkan pengurusan yang strategik dalam perniagaan. Dengan itu, usahawan juga dianggap sebagai seorang pendaki gunung. Gambaran ini menunjukkan keadaan yang tidak menentu dan usahawan perlu menghadapi pelbagai risiko dengan baik.

Menurut Sarkom (1995), seorang usahawan adalah seseorang yang memiliki ciri-ciri seperti:

- a) mempunyai kecekapan dalam menjalankan sesuatu perniagaan
- b) mempunyai kebolehan untuk melihat, mengenal pasti, merebut dan mewujudkan peluang-peluang perniagaan
- c) berusaha menggembleng faktor-faktor pengeluaran untuk menghasilkan keuntungan
- d) seseorang yang sanggup menerima cabaran, cekap membuat keputusan dan berani serta sanggup menanggung risiko
- e) dapat melihat peluang di dalam bencana

Usahawan adalah seorang yang mengamalkan sikap ketekunan di dalam melaksanakan kerja. Mereka mempunyai keyakinan diri kepada apa yang dihayati serta keupayaan meletakkan arah kepada destinasi yang dituju (Sabri, 2002).

Peniaga dan usahawan dibezakan dalam konteks kajian ini. Secara umumnya, peniaga melibatkan diri dengan urusan jual beli. Mereka berusaha menambahkan keuntungan dan tidak tertarik dengan perkembangan teknologi dan perubahan-perubahan. Mereka menghadapi persaingan sebagai cabaran biasa dan berfikir hanya untuk menyelesaikan masalah harian. Usahawan pula melibatkan diri dengan usaha mencipta barangan keluaran sendiri, mementingkan kejayaan dan bukan keuntungan semata-mata dan mengikuti segala pembaharuan untuk menambah kreativiti. Usahawan memperkenalkan barangan yang boleh menembusi pasaran. Persaingan adalah satu cabaran yang memerlukan penelitian rapi untuk

terus hidup. Mereka merenung jauh ke hadapan dan sentiasa berfikir untuk meningkatkan kemajuan pada masa hadapan.

Dalam konteks kajian ini, usahawan adalah merujuk kepada wanita yang melibatkan diri dalam apa jua jenis/bidang perniagaan dan menggunakan kreativiti mereka dalam mengurus serta menjayakan perniagaan tersebut. Untuk menjadi usahawan, seseorang itu haruslah memiliki beberapa ciri-ciri tertentu yang dapat mendorong mereka untuk menerokai bidang keusahawanan seperti mempunyai daya usaha untuk menceburi dunia perniagaan dan sanggup mengambil risiko. Usahawan dalam kajian ini juga harus mempunyai ciri-ciri seorang usahawan seperti yang telah diperkatakan oleh Sarkom (1995).

1.7.2 Usahawan wanita

Menurut McKay (2001), usahawan wanita adalah wanita yang mempunyai motivasi untuk membangunkan perniagaan sendiri. Usahawan wanita merupakan golongan wanita yang memiliki perniagaan yang bersaiz kecil, sederhana dan besar. Perniagaan bersaiz kecil merujuk kepada perniagaan yang menghasilkan kutipan jualan kurang daripada \$50, 000 setahun dan dimiliki secara bebas. Perniagaan bersaiz sederhana merupakan perniagaan yang menghasilkan kutipan jualan kurang daripada \$2 juta setahun dan dimiliki secara bebas oleh wanita. Perniagaan bersaiz besar pula adalah perniagaan yang menghasilkan pulangan jualan melebihi \$5 juta setahun dan dimiliki oleh wanita secara bebas (Grondin dan Grondin, 1994).

Dalam konteks kajian ini, definisi operasi usahawan wanita adalah mereka yang menceburi dalam bidang keusahawanan adalah usahawan wanita yang memulakan, memiliki, mengelola, mengurus dan mengambil risiko dalam keusahawanan mereka. Mereka melaksanakan kerja sendiri atau dengan bilangan pekerja yang sedikit. Mereka merupakan pengurus dalam keusahawanan itu.

1.7.3 Keusahawanan

Perkataan keusahawanan muncul daripada perkataan usahawan yang bermaksud pengusaha. Usahawan ini juga boleh didefinisikan sebagai mereka yang bekerja sendiri. Mereka mempunyai perniagaan sendiri sama ada secara kecil-kecilan atau sederhana atau perniagaan berskala besar. Secara umumnya, keusahawanan yang didirikan secara kecil-kecilan kerana pemilik juga merupakan pengurus perniagaan, pemilik yang menggunakan wang sendiri untuk pembentukan perniagaan dan pasaran dihadkan kepada tempatan sahaja (Hutt,1994).

Keusahawanan juga merupakan satu seni atau proses memasuki, mengurus perniagaan sendiri (Hutt,1994). Mereka muncul sebagai peniaga atas usaha sendiri dengan mempunyai sifat, sikap dan minat untuk bekerja sendiri, maka mereka di katakan mempunyai semangat keusahawanan iaitu mahu meneruskan kerjaya sebagai seorang usahawan.

Keusahawanan merupakan proses mencipta sesuatu yang baru (kreatif) atau sesuatu yang berbeza (inovatif) yang memberi kebaikan dan menambah nilai kepada individu dan masyarakat (Low & Tan, 1996). Ini melibatkan ciptaan nilai melalui pembentukan sesebuah organisasi (Bird, 1989).

Yep Putih (1985), keusahawanan adalah tenaga atau kualiti manusia yang bertanggungjawab membentuk dan mewujudkan usaha atau kerja dengan menggunakan faktor-faktor pengeluaran. Keusahawanan dapat ditafsirkan sebagai kualiti manusia bukan sahaja mendatangkan faedah kepada dirinya sendiri, tetapi juga dapat membangunkan ekonomi dengan pesat serta memberikan sumbangan kepada orang lain. Beliau mengaitkan keusahawanan sebagai satu bidang kegiatan ekonomi yang mempunyai keindahan, kemegahan, kemuliaan dan keunikan yang tersendiri. Keusahawanan seharusnya dianggap sebagai satu bidang yang mempunyai nilai estetik yang tersendiri. Nilai-nilai inilah yang disedari dan dihargai oleh insan yang bergelar usahawan. Nilai tersebut telah membawa kepada kemakmuran masyarakat dan negara bukan sahaja dari segi ekonomi bahkan juga kemajuan negara.

Kao dan Stevenson (1984) pula mendefinisikan keusahawanan sebagai usaha untuk mencipta nilai melalui pengiktirafan dalam bidang perniagaan, pengurusan dalam pengambilan risiko yang sesuai terhadap peluang dan melalui kemahiran komunikasi dan pengurusan untuk menggerakkan individu, kewangan dan keperluan sumber bahan untuk menghasilkan projek.

Menurut Ronstadt (1984), keusahawanan adalah sebagai satu proses yang dinamik dalam mengumpul harta kekayaan dan harta kekayaan tersebut di kumpul oleh seseorang yang berisiko besar dalam terma seperti ekuiti, masa, kerjasama dalam kerjaya ataupun memenuhi nilai sesetengah produk atau perkhidmatan.

Morrison (2000), menyatakan bahawa keusahawanan berpunca daripada gerak hati dan dalam diri seseorang itu sendiri, masyarakat serta budaya. Ia merupakan sesuatu yang lebih penting berbanding fungsi mudah ekonomi serta mewakili satu gabungan material dan bukan material, pragmatisme dan idealisme. Asas keusahawanan merujuk kepada pengaplikasian proses inovasi serta penerimaan terhadap suatu fungsi menanggung risiko, berorientasikan perubahan terhadap kedua-dua aspek sosial dan ekonomi. Ringkasnya, hasil daripada inovasi tersebut akan memberikan kesan yang positif.

Barjoyai Bardai (2000) pula menyatakan bahawa keusahawanan merujuk kepada sikap, nilai, pengetahuan dan kemahiran yang membolehkan seseorang itu mampu dan cekap untuk mencari, mengenal, merebut peluang dan menterjemahkannya kepada strategi dan usaha perniagaan bagi mendapatkan keuntungan.

Menurut Ab. Aziz (2000) pula, keusahawanan merupakan aktiviti yang unik yang dijalankan secara bersendirian atau berkumpulan sebagai satu kerjaya atau mempunyai matlamat lain yang tersendiri. Bagi menjayakan matlamat ini, usahawan perlu menggabungkan aset ketara (*tangible*) seperti modal, kemudahan fizikal, teknologi maklumat dengan aset tidak ketara (*intangible*) iaitu jaringan dengan pelanggan, pembekal, peminjam, pengedar, pekerja, pemasar, pesaing dan pihak-pihak lain yang ada kaitan dengan perniagaan yang dijalankan.

Left (dalam Siropolis, 1982) mendefinisikan keusahawanan sebagai ruang untuk inovasi, pelaburan dan pengembangan pasaran, pengeluaran produk dan teknik baru. Aspek keusahawanan melibatkan tugas-tugas seorang usahawan iaitu menanggung risiko dan membuat pelaburan terhadap sumber-sumber untuk mengeluarkan sesuatu yang baru atau pun membentuk pasaran dan cara baru terhadap sesuatu yang telah ada.

1.7.4 Faktor Dalaman

Faktor dalaman merupakan faktor-faktor dari dalam diri seseorang individu seperti minat, kemahiran, pengalaman dan sikap. Dalam kajian ini, faktor dalaman yang mendorong seseorang wanita menceburi bidang perniagaan di lihat dari segi minat, sikap, kemahiran dan pengalaman.

1.7.5 Faktor Luaran

Faktor luaran merupakan faktor-faktor dari luar diri seseorang individu seperti mentor, dasar kerajaan, peluang dan lain-lain. Dalam kajian ini, faktor luaran yang mendorong seseorang wanita menceburi bidang perniagaan di lihat dari segi bantuan kerajaan, dorongan kejayaan orang lain, dan lain-lain.

1.7.6 Kemahiran

Kemahiran didefinisikan sebagai kecekapan dan kepandaian seseorang dalam bidang tertentu (Kamus Dewan Edisi Ketiga, 1996). Definisi kemahiran dalam kajian ni merujuk kepada kemahiran serta pengetahuan dalam bidang perniagaan.

1.7.7 Strategi Perniagaan

Strategi perniagaan dalam kajian ini merujuk kepada taktik perniagaan yang digunakan oleh usahawan wanita bagi membolehkan mereka berjaya bersaing dalam pasaran.

1.7.8 Penggunaan IT

Dalam kajian ini, penggunaan IT merujuk kepada penggunaan internet dan komputer dalam aktiviti perniagaan seperti pemasaran, kewangan dan lain-lain.

1.7.9 Pengurusan Perniagaan

Merujuk kepada aktiviti mengurus sumber kewangan, sumber manusia, produk dan perniagaan secara keseluruhannya.

1.7.10 Persekitaran

Melibatkan individu, suasana dan organisasi di sekeliling usahawan wanita seperti pembekal, pihak kerajaan, ahli keluarga dan usahawan-usahawan lain.

1.7.11 Sikap

Sikap merupakan satu nilai yang abstrak dalam sanubari setiap orang sehingga dapat membentuk pandangan seseorang. Dalam kajian ini, sikap merujuk kepada tingkah laku usahawan wanita dalam perniagaan.

1.8 Rumusan

Secara keseluruhannya, bab ini telah menjelaskan tentang kajian yang dijalankan ini di mana ia meliputi latar belakang kajian, pernyataan masalah, matlamat kajian, objektif kajian, skop kajian, kepentingan kajian dan definisi konseptual dan operasional yang ditekankan dalam menjalankan kajian ini. Seterusnya, Bab II akan menerangkan dengan lebih lanjut berkaitan kajian literatur dan model kajian untuk menyokong kajian ini.

BAB II

KAJIAN LITERATUR

2.1 Pengenalan

Bahagian ini akan mengemukakan teori-teori dan menyorot kembali kajian-kajian lepas yang berkaitan dengan kajian ini. Pengkaji telah menggunakan pelbagai bahan rujukan sebagai panduan seperti jurnal, buku, keratan akhbar, majalah, tesis, bahan media massa dan bahan bercetak lain. Bahan-bahan tersebut digunakan untuk membantu pengkaji memahami dan mendalami kajian yang dijalankan. Selain itu, bahagian ini juga akan menerangkan tentang pendekatan dan dapatan yang diperolehi daripada kajian-kajian terdahulu sama ada dari dalam mahupun dari luar negara yang berkaitan dengan kajian yang dijalankan ini.

Kajian literatur adalah bertujuan untuk melihat dengan lebih dekat mengenai objektif dan penilaian secara kritikal terhadap kajian-kajian terdahulu yang mempunyai kaitan dengan kecenderungan seseorang itu memilih untuk menjadi seorang usahawan sama ada ianya lebih dipengaruhi oleh faktor dalaman ataupun faktor luaran. Selain itu, bahagian ini juga akan membincangkan beberapa model dan teori yang berkaitan dengan keusahawanan.

Usahawan dan keusahawanan sentiasa berada di dua persimpangan yang saling bercanggah iaitu di antara persepsi dan realiti (Ab. Aziz, 2003). Jika disebut tentang usahawan dan keusahawanan, ramai yang akan membayangkan perihal kejayaan, kemewahan, dan kegemilangan sedangkan semua itu tidak akan dapat dikecapi tanpa perlu menempuh pelbagai halangan, kesukaran dan cabaran. Hanya individu yang benar-benar

cekal, tabah dan gigih sahaja yang akan mampu melepasi halangan ini. Individu-individu yang sebeginilah yang mempunyai ciri-ciri keusahawanan dan layak bergelar usahawan.

Ronstadt (1985) percaya bahawa kebanyakan manusia sekalipun usahawan tidak pernah terfikir untuk menjadikan keusahawanan sebagai kerjaya mereka. Hanya sebilangan kecil daripada usahawan yang akan mengetahuinya apabila mereka memasuki kolej dan menjadikan keusahawanan sebagai matlamat utama kehidupannya. Manakala hanya segelintir sahaja di kalangan mereka yang memulakan perniagaan sebaik sahaja tamat pengajian. Selain itu, sekumpulan minoriti yang lain akan menunggu untuk memulakan perniagaan sendiri dengan memilih untuk bekerja dengan orang lain dalam bidang atau industri ini bertujuan untuk mempersiapkan diri mereka menghadapi masa hadapan. Manakala majoriti yang menjadi usahawan terlebih dahulu akan bekerja dengan seseorang tanpa penglibatan dalam bidang keusahawanan. Oleh itu, Ronstadt melihat bahawa bidang keusahawanan merupakan satu prospek kerjaya yang sangat sesuai untuk dipilih oleh seseorang individu.

2.2 Jenis-jenis usahawan

2.2.1 Individu bekerja sendirian

Usahawan jenis ini selalunya melaksanakan kerja sendiri atau dengan pekerja yang sedikit bilangannya (Hutt, 1994). Kebanyakan usahawan didapati dalam kategori ini. Contoh usahawan dalam kategori ini ialah usahawan yang menjalankan perniagaan kedai runcit kecil-kecilan, wakil jualan, peguam, doktor dan lain-lain.

2.2.2 Pembina pasukan

Usahawan jenis ini selalunya mengembangkan perniagaan yang dijalankan sendirian ke arah yang lebih besar, yang memerlukan lebih ramai pekerja (Hutt, 1994). Sebagai contoh, seorang "tukang jahit" pakaian wanita yang membesarkan perniagaannya hingga menjadi satu butik yang terkemuka. Selalunya usahawan ini suka kepada kemajuan yang lebih besar. Mereka lebih cekap dalam pengurusan organisasi dan manusia. Pendekatan mereka lebih berorientasikan pekerja dan bekerjasama sebagai satu pasukan untuk mencapai matlamat (Zaidatol & Habibah, 1997).

2.2.3 Pencipta bebas

Individu jenis ini membentuk syarikat untuk mengeluarkan atau memasarkan barangan yang dicipta sendiri. Usahawan jenis ini selalunya menggunakan nama sendiri sebagai nama produk mereka (Zaidatol & Habibah, 1997)

2.2.4 Pengganda paten

Usahawan ini adalah mereka yang menubuhkan beberapa unit perniagaan yang berkesan. Usahawan tersebut mungkin menubuhkan perniagaan atas usaha sendiri, ataupun membeli perniagaan kepunyaan orang lain. Apabila berjaya dengan perniagaannya, ia menubuhkan cawangan perniagaannya di tempat lain pula. Kebanyakan restoran beroperasi dengan cara ini (Hutt, 1994).

2.2.5 Usahawan ekonomi berskala besar

Kos pengeluaran purata sesebuah firma akan semakin rendah apabila kuantiti pengeluaran semakin bertambah atau pengeluaran dilakukan secara besar-besaran. Oleh itu, usahawan akan dapat menjual pada harga yang lebih rendah dan seterusnya meningkatkan jualan. Contohnya ialah stor jualan murah, pasar raya dan gedung-gedung perniagaan lain yang mampu memiliki peralatan canggih untuk memudahkan pengurusan perniagaan berskala besar. Mereka mampu melayani lebih ramai pelanggan pada masa yang singkat (Hutt, 1994)

2.2.6 Pengumpul modal

Usahawan yang berusaha memulakan penubuhan institusi kewangan yang memerlukan sejumlah wang yang besar sebagai modal dikenali sebagai usahawan pengumpul modal. Contohnya ialah pemilik bank dan syarikat-syarikat insurans (Hutt, 1994).

2.2.7 Pembeli perniagaan

Mereka yang menjadi usahawan apabila membeli perniagaan yang sedang wujud akan dikenali sebagai pembeli perniagaan. Selalunya, usaha ini agak mudah dilaksanakan. Tawaran bagi penjualan dan pembelian perniagaan ini mungkin boleh didapati dalam akhbar-akhbar tempatan (Hutt, 1994).

2.2.8 Artis jual-beli

Usahawan yang membeli sesebuah perniagaan dan kemudiannya dijual kepada orang lain dikenali sebagai artis jual-beli. Selalunya mereka membeli syarikat atau perniagaan

yang bermasalah, dan memperbaikinya sebelum menjualnya kepada orang lain. Mereka selalunya tidak suka memiliki sesuatu perniagaan itu dengan tempoh yang lama (Hutt, 1994)

2.2.9 Usahawan teknikal

Usahawan jenis ini lebih berminat kepada pembaharuan dan selalunya menggunakan teknologi untuk mencipta sesuatu yang baru (Zaidatol & Habibah, 1997).

Daripada jenis-jenis usahawan ini, kita akan dapat mengetahui cara perniagaan dijalankan. Setiap perniagaan mempunyai risiko yang berbeza-beza. Oleh itu, faktor yang mempengaruhi kejayaan dan kegagalan bagi setiap perniagaan turut berbeza.

2.3 Model Asas Proses Keusahawanan



Rajah 2.1 : Model Asas Proses Kusahawanan

Sumber : Barringer & Ireland (2006), *Entrepreneurship: Successfully Launching New Ventures*, Prentice Hall, New Jersey, pp 18-19

Rajah di atas menunjukkan model asas dalam proses keusahawanan, dengan empat langkah utama. Berdasarkan model di atas, anak panah dua hala antara keputusan untuk menjadi usahawan dan membangunkan idea perniagaan yang berjaya menunjukkan bahawa kadangkala peluang untuk membangunkan idea menyebabkan seseorang mengambil keputusan untuk menjadi usahawan. Menurut Barringer dan Ireland (2006), tiga faktor utama yang mendorong seseorang individu membuat keputusan untuk menjadi usahawan ialah untuk menjadi bos, untuk meneruskan idea mereka dan untuk mencapai imbuhan kewangan. Selain itu, isu cara hidup juga mempengaruhi kerjaya dalam bidang keusahawanan. Sebagai contoh, seorang wanita menunggu sehingga anak bongsunya mula memasuki sekolah sebelum membuat keputusan untuk memulakan perniagaan sendiri. Kegagalan merupakan risiko yang perlu dihadapi oleh setiap usahawan. Kebanyakan perniagaan yang gagal bukan kerana usahawan tersebut tidak bekerja kuat, tetapi kerana kegagalan seseorang usahawan itu dalam membuat analisis terhadap peluang, pesaing, keperluan dan persekitaran dalam menterjemah idea perniagaan. Setelah idea perniagaan berjaya dihasilkan dengan baik, maka seseorang usahawan akan merealisasikan idea tersebut kepada firma keusahawanan yang sebenar. Dalam langkah ini, sebuah rancangan perniagaan akan dihasilkan bagi menggambarkan jangkauan prestasi perniagaan yang akan dijalankan. Rancangan perniagaan ini dihasilkan untuk mendapatkan pinjaman perniagaan dari pihak-pihak tertentu. Kebanyakan usahawan wanita gagal menghasilkan rancangan perniagaan dengan baik dan ini menyebabkan mereka gagal mendapatkan pinjaman untuk dijadikan modal perniagaan. Langkah terakhir dalam proses keusahawanan ialah mengurus dan mengembangkan firma. Pada langkah ini, ia lebih menumpukan terhadap strategi pemasaran bermula dari mengenal pasti pasaran, membangunkan jenama dan lain-lain lagi. Sekiranya seseorang usahawan wanita mengikuti dan melaksanakan setiap langkah dalam proses keusahawanan ini, pasti risiko kegagalan akan dapat dikurangkan.

2.4 Profil Peribadi

Kajian ke atas profil peribadi usahawan biasanya memfokuskan kepada usahawan lelaki. Walaupun begitu, dengan peningkatan yang memberangsangkan dalam jumlah

usahawan wanita telah mendorong bidang kajian tersebut dijalankan ke atas usahawan wanita.

Kajian ke atas profil peribadi seperti umur, taraf perkahwinan, minat dan unsur peribadi yang lain berhubung kait dengan dorongan kepada wanita menjadi seorang usahawan. Berdasarkan profil mereka, ciri-ciri demografi adalah berkahwin, mempunyai anak, berpendidikan (Bowen & Hisrich, 1986; Brockhaus, 1987; Brodsky, 1993). Pengalaman kerjanya termasuk pengalaman dalam pentadbiran, mengajar atau kesetiausahaan dan mereka memulakan perniagaan semasa berumur antara 35 hingga 45 tahun (Sitterly & Duke, 1994).

Menurut Lee-Gosselin & Grise (1990), usahawan wanita berumur antara 31-45 tahun. Purata usahawan wanita memperoleh persekolahan selama 12 tahun, hingga ke peringkat menengah atas. Mereka mempunyai suami, puratanya mempunyai 2 orang anak, berasal dari keluarga besar yang biasanya mempunyai 7 orang anak. Hasil kajian ini mirip dengan penyelidikan yang dijalankan oleh Collette & Aubury (1990) dan Teo (1996).

Daripada kajian yang dijalankan oleh Brown & Segal (1989), usahawan wanita berumur 39 tahun dan ke bawah serta mempunyai 15 tahun persekolahan. Burdette (1990) menjelaskan bahawa usahawan wanita kebanyakan berumur di bawah 51 tahun, berkahwin dan mempunyai anak serta mempunyai tahap pendidikan yang tinggi. Hisrich (1986) melaporkan bahawa kebanyakan usahawan wanita di Amerika Syarikat adalah berumah tangga, berasal dari keluarga kelas pertengahan atau kelas atasan dan mempunyai ijazah dari kolej (Teo, 1996). Dalam konteks giliran dalam keluarga, Neider (1987) mendapati 77% daripada usahawan wanita di Florida adalah anak sulung dalam keluarga. Hasil kajian ini adalah mirip dengan penyelidikan yang dijalankan oleh Lee-Gosselin & Grise (1990). Manakala dari segi sokongan keluarga pula, kajian Stevenson (1986) mendapati wanita kurang menerima sokongan daripada suami mereka.

Keputusan penyelidikan yang dijalankan di negara-negara Asia tidak menunjukkan perbezaan yang ketara daripada negara Barat. Hisrich & Zhang (1991) melaporkan bahawa 60% daripada wanita di China didapati berumur 40 tahun, mempunyai tahap pendidikan sekolah menengah, teknikal atau pengajian tinggi. Semuanya telah berkahwin ketika memulakan perniagaan dan mempunyai anak. Sit & Wong (1988) menyatakan bahawa 67%

usahawan wanita di Hong Kong berumur di bawah 40 tahun, berpendidikan dan 12% daripada mereka memiliki 12 tahun persekolahan (Teo, 1996).

Di Malaysia, kebanyakan usahawan wanita berumur 30-39 tahun, berkahwin, memiliki pendidikan sekolah menengah atas (Mohd,1996). Fatimah (1975) membangunkan suatu profil usahawan wanita Melayu yang menjalankan perniagaan di Kuala Lumpur. Beliau mendapati bahawa ramai di antara usahawan wanita Melayu berumur 35-44 tahun, berkahwin, berasal dari keluarga besar dan merupakan anak sulung dalam keluarga. Mereka merupakan seorang suri rumahtangga sebelum memulakan perniagaannya (Fatimah,1975).

Di Singapura, purata umur usahawan wanita adalah 41 tahun. Majoriti (80%) usahawan wanita telah berkahwin dan mempunyai 2 orang anak. Mereka dilahirkan dalam keluarga yang sederhana besar yang mana puratanya mempunyai bilangan adik-beradik seramai 5 orang (Teo,1996).

Menurut kajian yang dijalankan oleh Donald & Richard (1989) usahawan wanita mempunyai latar belakang pendidikan yang baik. Kebanyakan mereka telah tamat pengajian di peringkat kolej dan universiti (Donald & Richard, 1989). Menurut kajian yang dijalankan oleh Dolinsky & Caputo (1993), pencapaian pendidikan pada peringkat yang berlainan akan mempengaruhi wanita menceburi dalam bidang keusahawanan dan mengekalkan kerjayanya. Wanita yang kurang berpendidikan akan menghadapi masalah dari segi kewangan atau modal yang menghadkan perkembangan perniagaannya.

Justeru itu, latar belakang pendidikan serta pengetahuan dari segi teknologi atau inovasi yang baru adalah dorongan kepada wanita menghasilkan idea dan melaksanakannya dengan perancangan yang bersesuaian. Penyertaan wanita dalam dunia pekerjaan adalah akibat daripada peluang pendidikan yang membekalkan pengetahuan yang tinggi dan berkeinginan pencapaian yang tinggi dalam kerjayanya selepas tamat pengajian (Non Zarina, 1994).

Latar belakang keluarga sama ada seseorang individu adalah berasal dari keluarga yang menjalankan perniagaan atau tidak akan mempengaruhi pemikiran individu (Lee, 1997). Sesetengah usahawan telah disemai semangat keusahawanan semasa mereka masih kanak-kanak lagi. Kesan pengalaman semasa kanak-kanak seperti bekerja keras, rajin, berdikari dan

gigih ini akan memupuk diri mereka supaya lebih cenderung ke arah memperolehi sifat keusahawanan. Selain itu, profil statistik tentang pemilik perniagaan wanita menunjukkan bahawa besar kemungkinan mereka adalah anak pertama daripada sebuah keluarga golongan pertengahan yang bapanya bekerja sendiri dan ibunya pula seorang suri rumah sepenuh masa (Sitterly & Duke, 1994).

Neider (1987) mendapati bahawa 54% usahawan wanita memperolehi ibubapa yang menjalankan keusahawanannya sendiri. Lee-Gosselin & Grise (1990) menyatakan bahawa usahawan wanita menjalankan jenis perniagaan yang sama dengan perniagaan keluarga.

Di Singapura, satu per tiga daripada usahawan wanita mempunyai ahli keluarga yang menjalankan perniagaan sebelum itu. Selain daripada kerjaya dalam bidang keusahawanan, usahawan wanita juga memainkan peranan yang pelbagai dalam keluarga (Teo, 1996).

Dari segi tanggungjawab keluarga, kebanyakan usahawan wanita memiliki hubungan dengan anak, mendidik anak dan menjaga isi rumah (Noble, 1986; Lee-Gosselin & Grise, 1990). Mereka memainkan peranan sebagai ibu. Ini telah membataskan masa dan usaha mereka dalam bidang perniagaan (Stevenson, 1986; Hisrich & Zhang, 1991).

Menurut Colletterta & Aubry (1990), usahawan wanita mencurahkan lebih 10 jam seminggu untuk menguruskan hal rumahtangga manakala Hisrich & Zhang (1991) melaporkan bahawa semua usahawan wanita di China menguruskan semua kerja rumahtangga mereka (Teo, 1996). Di Singapura, usahawan wanita perlu memasak (65%), mengurus hal rumahtangga (63%), membeli barangan (58%), menjaga anak (48%) dan mengajar (45%) (Teo, 1996).

Lee-Gosselin & Grise (1990) mendapati bahawa satu per tiga daripada usahawan wanita mempunyai pengalaman kerja sebelum memulakan keusahawanannya. Pengalaman usahawan wanita terdahulu termasuk pendidikan, pentadbiran, kesetiausahaan, kesenian, pemasaran dan personal, penjualan, memberi nasihat, kewangan, eksekutif (Hisrich & Brush, 1984) (Teo, 1996).

Burdette (1990) melaporkan bahawa majoriti usahawan wanita mempunyai pengalaman kerja yang berkaitan dengan keusahawanannya kini. Sebelum memulakan

perniagaan sendiri, 90% usahawan wanita di Singapura mempunyai pengalaman kerja, tempoh masa bekerja adalah selama lapan tahun. Secara puratanya mereka pernah berkhidmat di dua buah syarikat sebelum itu (Teo, 1996).

Keputusan kajian yang dijalankan oleh Donald & Richard (1989) mendapati usahawan wanita mempunyai pengalaman kerja dalam bidang keusahawanan yang diceburi. Laporan menunjukkan bahawa usahawan wanita mempunyai campuran tanggapan dari segi kemahiran pengurusan. Terdapat kekuatan dan kelemahan dalam bidang pengurusan. Usahawan wanita mempunyai kebolehan menghasilkan idea yang baru dan berkebolehan berhubung dengan orang lain, merancang, membuat strategi serta membentuk polisi operasi. Mereka mempunyai kelemahan dari segi kewangan, belanjawan, ramalan, pengeluaran, mengawal barangan dan kajian pasaran.

2.5 Profil Perusahaan dan Perniagaan

Majoriti usahawan wanita memilih jenis perniagaan kerana mereka mengenali sektor itu dengan baik atau berminat kepadanya (Collerette & Aubry, 1990) atau mereka mempunyai pengalaman terdahulu dalam bidang tersebut (Stewars & Boyd, 1988). Usahawan wanita menjalankan perniagaan secara kecil-kecilan dalam penjualan barang-barang dan sektor perkhidmatan (Hisrich & Brush, 1986; Neider, 1987; Burdette, 1990; Collerette & Aubry, 1990; Lee-Gosselin & Grise, 1990; O'Hare & Larson; 1991, Lappen, 1992). Perniagaan mereka adalah muda secara relatif (Lee-Gosselin & Grise, 1990) dan kemungkinan besar perniagaan itu akan berkembang kepada perniagaan yang besar (Steward & Boyd, 1988), walaupun perkembangan adalah lambat (Lee-Gosselin & Grise, 1990; Teo, 1996).

Ramai usahawan wanita memulakan perniagaan dengan apa yang ada sahaja pada mereka (Nelton, 1989), mencipta perniagaan mereka (Lee-Gosselin & Grise, 1990), atau telah menyertai dalam proses mengasaskan perniagaan mereka (Collerette & Aubry, 1990). Ramai di antara mereka mempunyai keyakinan bahawa perkembangan perniagaan adalah teguh (Collerette & Aubry, 1990; Lee-Gosselin & Grise, 1990; Teo, 1996).

Jenis perniagaan yang dijalankan oleh usahawan wanita termasuk penjualan, penasihat, kesenian, pengiklanan dan perhubungan awam, perkhidmatan peribadi, perniagaan komputer, pengeluaran, kesetiausahaan, perkhidmatan pendidikan, perkhidmatan dari segi undang-undang perubatan, kewangan dan pembinaan (Hisrich & Brush, 1984).

Di Singapura, mereka menceburi dalam bidang perkhidmatan, peruncitan, penjualan secara borong dan pengeluaran (Teo, 1996) seperti kedai roti, perkhidmatan menghias rumah, kedai pakaian pengantin, kedai gantung rambut, kedai pakaian fesyen, kedai makanan, kilang membuat pakaian, kedai kecantikan wanita, agensi pelancongan, restoran, kantin dan kafeteria (Chew & Tan, 1991). Industri yang diceburi pula termasuk pertanian dan perikanan, pengeluaran, pembinaan, komersial, pengangkutan dan komunikasi, kewangan dan perkhidmatan perdagangan (Chew & Tan, 1991).

Di Malaysia, ramai di antara usahawan wanita yang menceburi bidang penjaja, peruncitan dan penjualan secara borong. Ini adalah kerana bidang tersebut tidak memerlukan kemahiran tenaga buruh dan modal yang banyak, tidak kompleks dan risiko adalah rendah (Fatimah, 1975). Kajian oleh Suaibah et al (2005) mendapati majoriti usahawan wanita menceburi bidang makanan dan minuman, pakaian dan peruncitan.

Di negara barat, lima jenis perniagaan yang disambut oleh para usahawan wanita ialah penasihat akta buruh dan penyelesaian konflik, kesihatan, perkhidmatan teknologi maklumat, pembersihan komersial, hiburan (Ayres & Brotherton, 1999). Di Amerika Syarikat, bidang perniagaan yang diceburi adalah peruncitan sebagai pilihan pertama, diikuti dengan perkhidmatan profesional, seterusnya adalah bidang pengilangan dan perniagaan penjagaan peribadi seperti bidang kecantikan dan persolekan atau salon (USA Today's Magazine, 1994). Terdapat peningkatan dalam jumlah firma seperti pembinaan, pengilangan, pengangkutan dan penjualan secara borong yang dimiliki oleh usahawan wanita. Ini menunjukkan usahawan wanita mempunyai idea yang baik, mereka ingin menjadi tuan dan memerlukan kebebasan dalam bidang kerjayanya (Coolidge, 1998).

Secara umumnya, perniagaan yang dimiliki oleh usahawan wanita adalah berbentuk kecil-kecilan. Salah satu sebab adalah mereka masih baru dalam aktiviti keusahawanan. Mereka juga cenderung menceburi industri perkhidmatan yang memulangkan pulangan yang kurang jika berbanding dengan industri pengilangan atau jenis perniagaan yang lain.

Walaupun begitu, perniagaan yang berbentuk kecil-kecilan mempunyai kelebihannya. Oleh itu, keadaan perniagaan adalah stabil (Mergenhagen, 1996). Misalnya, 90% usahawan wanita di Singapura memperolehi perniagaan yang berbentuk kecil-kecilan, 8% daripada mereka adalah bersaiz sederhana dan 2% daripada mereka adalah perniagaan yang bersaiz besar (Teo, 1996).

Dari segi bilangan pekerja, ramai di antara mereka kurang menggaji pekerja (Burdette, 1990). Jika mereka berbuat demikian, bilangan pekerja adalah sedikit (Collerette & Aubry, 1990), mereka juga cenderung mengambil suami atau anak sebagai pekerja (Lee-Gosselin & Grise, 1990; Teo, 1996) atau menggaji lebih ramai pekerja wanita berbanding jika usahawan lelaki yang menjalankan perniagaan (Birley, 1989).

Dalam konteks modal pula, modal penubuhan diperolehi daripada simpanan sendiri atau keluarga (Lee-Gosselin & Grise, 1990; Burdette, 1990), pelabur atau rakan kongsi dan bank (Brown & Segal, 1989) (Teo, 1996). Di Singapura, modal untuk memulakan perniagaan terdiri daripada simpanan peribadi (83%), rakan-rakan, bank, rakan kongsi dan bantuan kerajaan (Teo, 1996).

Kebanyakan usahawan wanita menyatakan bahawa mereka menggunakan lebih daripada 40 jam seminggu untuk mengendalikan perniagaan mereka (Collerette & Aubry, 1990; Teo, 1996).

Dari segi pentadbiran dan pengurusan, kebanyakan usahawan wanita bertanggungjawab dalam semua pengurusan dan pentadbiran perniagaannya. Sebelum memulakan perniagaan, usahawan wanita harus menyediakan belanjawan, membuat pilihan ke atas jenis perniagaan yang ingin diceburi, bentuk perniagaan, berorientasikan produk atau perkhidmatan, pemasaran dan lokasi yang strategik (Vaz, 1998). Oleh itu, majoriti daripada mereka cenderung memiliki perniagaan yang berbentuk kecil-kecilan (James & Clark, 1995) dan sanggup membuat semua urusan dalam perniagaan manakala minoriti usahawan wanita berminat memiliki keusahawanan yang besar dan bertanggungjawab kepada tugas pentadbiran (Lee-Gosselin & Grise, 1990; Teo, 1996).

Menurut Hisrich & Brush (1986), kemahiran pengurusan termasuk bidang kewangan (memperolehi modal, meramal dan belanjawan), perhubungan dengan orang ramai

(pengurusan, pembangunan dan latihan), penjualan dan pemasaran (penyelidikan pasaran, promosi dan penjualan), inovasi produk dan menerbitkan idea, operasi perniagaan (senarai barang-barang, pengeluaran dan operasi harian) dan mengelola serta merancang (strategi perniagaan, struktur organisasi dan polisi)(Hisrich & Brush, 1986).

2.6 Faktor Penglibatan Dalam Aktiviti Keusahawanan

2.6.1 Ingin berdikari

Keinginan untuk berdikari boleh menjadi faktor yang mendorong seseorang menceburkan diri dalam keusahawanan. Berdikari bermaksud berdiri di atas kaki sendiri. Ini bermakna seseorang itu bebas membuat keputusan dan berusaha sendiri ke arah menentukan masa depan kehidupannya. Dia tidak berasa terkongkong dengan arahan dan peraturan yang ditetapkan oleh orang lain.

Berdikari juga membolehkan seseorang itu menentukan garis panduan peraturan dan masa bekerjanya sendiri. Bakat kepimpinan dan disiplin diri dapat dibentuk melalui pengalaman mengurus dan mengendalikan usaha niaga sendiri. Dia merupakan majikan dan dia sendiri yang menentukan perjalanan kerjaya yang diceburi. Setiap kejayaan yang dicapai akan dapat memberi kepuasan kerana kejayaan itu ialah hasil daripada usaha dan kesungguhannya sendiri.

Tidak ada kerjaya yang paling sesuai untuk memenuhi keinginan berdikari melainkan keusahawanan. Kepelbagaian bidang yang boleh diterokai oleh kerjaya keusahawanan dapat menarik minat sesiapa sahaja yang ingin bekerja sendiri (Khairuddin, 1996).

2.6.2 Tidak berpuas hati dengan pekerjaan lama

Ramai yang berpendapat bahawa bekerja untuk orang lain tidak memberi kepuasan dalam kehidupan mereka. Pelbagai sebab yang diberikan. Antara sebab yang diberikan termasuklah terpaksa melakukan kerja-kerja yang tidak digemari atau diminati, peluang kenaikan pangkat terbatas, jangka masa kerja ditetapkan, pengurusan tidak cekap, ketidakadilan dalam kenaikan pangkat, terlalu banyak karenah birokrasi dan jumlah pendapatan yang rendah. Semua ini boleh menimbulkan kekecewaan dan melemahkan semangat bagi golongan yang inginkan pembaharuan dan mempunyai daya kreatif tinggi.

Berfikiran sedemikian boleh menjadi faktor pendorong bagi seseorang menceburkan diri dalam bidang keusahawanan. Menjalankan usaha niaga sendiri membolehkan mereka menentukan corak pengurusan dan kepimpinan yang diyakini sebagai yang terbaik. Mereka juga bebas mengamalkan corak pengurusan yang diinginkan dan meninggalkan amalan-amalan yang tidak sesuai (Khairuddin, 1996).

2.6.3 Ingin menikmati cara hidup mewah

Tidak dinafikan bahawa majikan akan menerima ganjaran yang lebih besar daripada pekerjaannya. Orang yang sanggup menanggung segala risiko kerugian, sanggup mempertaruhkan harta sebagai modal, mengorbankan masa dan tenaga seharusnya diberikan ganjaran yang lebih besar. Lebih maju dan lebih besar modal yang dilaburkan untuk sesebuah perniagaan, maka lebih besarlah ganjaran yang patut diterima oleh usahawan. Lebih besar ganjaran kewangan yang diterima, maka lebih besarlah peluang untuk menikmati kehidupan mewah. Keinginan memiliki kemewahan adalah antara faktor yang mendorong seseorang menceburkan diri dalam bidang keusahawanan. Walau bagaimanapun, usahawan tidak seharusnya meletakkan ganjaran kewangan dan kemewahan sebagai perkara utama dalam usaha yang dijalankan. Kebahagiaan sebenarnya bukanlah berasaskan pada kemewahan atau memiliki wang yang banyak semata-mata, tetapi bergantung kepada faktor-faktor lain (Khairuddin, 1996).

2.6.4 Rangsangan dari kejayaan orang lain

Pendedahan dan pemaparan kisah-kisah kehidupan dan kejayaan usahawan boleh memberi rangsangan dan tiupan semangat yang kuat bagi sesiapa sahaja untuk menceburkan diri dalam bidang ini. Keinginan yang kuat untuk mencontohi usahawan yang berjaya dan menikmati apa yang mereka telah beroleh sentiasa bermain dalam fikiran. Dorongan yang semakin berkembang dan kukuh dari hari ke hari inilah yang mampu mendorong seseorang menceburi bidang keusahawanan (Khairuddin, 1996).

2.6.5 Memanfaatkan pengetahuan dan kemahiran

Proses menimba pengetahuan dan mendapatkan kemahiran bukanlah mudah. Masa yang panjang dan belanja yang besar terpaksa digunakan. Ilmu dan kemahiran yang tidak dimanfaatkan, digunakan untuk mendorong seseorang menceburkan diri dalam bidang keusahawanan. Dengan cara ini, ilmu pengetahuan dan kemahiran yang dimiliki dapat dimanfaatkan dan dijadikan sebagai alat untuk memperoleh pendapatan (Khairuddin, 1996).

2.7 Faktor Kejayaan Perniagaan

Majoriti usahawan akan menimbangkan unsur kejayaan mereka dan mempergunakan peluang-peluang mereka untuk mempertingkatkan tahap kejayaan supaya lebih unggul dan baik (Lee-Gosselin & Grise, 1990). Bachemin (1989) mengatakan bahawa kejayaan usahawan adalah bergantung kepada mengenali peluang dan bertindak dengan tegas supaya kerja lebih efektif, mempunyai wawasan dan kreativiti untuk mengalihkan idea ke dalam perniagaan supaya mendatangkan untung (Teo, 1996).

Faktor-faktor lain yang mempengaruhi kejayaan usahawan wanita termasuk pengalaman dalam bidang keusahawanan (penyertaan dahulu ke atas pekerjaan baru serta

tahap pengurusan yang pernah di alami), jangka masa melibatkan diri dalam perniagaan (McDonald, 1985), kualiti produk dan perkhidmatan, ketegasan usahawan wanita, keinginan untuk mencapai kejayaan dan kemahiran dari aspek komunikasi (Collerette & Aubry, 1990), peluang di pasaran, kemahiran dari segi kewangan, menerbitkan idea, pengalaman terdahulu yang berkaitan dan motivasi (Brush & Hisrich, 1991), bertenaga dan kemahiran mempengaruhi pihak lain (Neider, 1987), cita-cita, kehormatan diri, kebolehan bersaing, pencapaian, pengambil risiko dan berdikari (Schwartz, 1976), sokongan dan perasaan timbang rasa dari ahli keluarga terutamanya dari pihak suami (hisrich & Zhang, 1991; Hutt, 1994), belajar daripada kegagalan, kebolehan memimpin dan bertindak dengan pantas (Zimmerer, 1996).

Terdapat kajian yang dijalankan bagi mengkaji hubungan antara pemboleh ubah demografi dengan kejayaan dalam bidang keusahawanan. Menurut Bates (1990), usahawan yang berpendidikan tinggi biasanya mencipta firma dan mengekalkan operasinya. Osirim (1990) juga menyokong hasil kajian tersebut. Di dalam kertas kerja yang dihasilkan oleh Romano & Lourens (1992), mereka melaporkan bahawa jangka masa dan hubungan pendidikan formal mempunyai pertalian dengan pengoperasian firma secara terus-menerus. Mereka yang menerima pendidikan formal yang berkaitan dengan jenis pekerjaan itu, mereka berkebolehan dan berpengalaman menceburkan diri dalam perancangan serta perkembangan keusahawanan. Selain itu, kursus pengurusan yang lengkap adalah berhubung kait dengan kejayaan pemilik dalam perniagaan (Williams, 1986). Ini adalah kerana mereka yang berpendidikan tinggi mempunyai pandangan yang luas, inisiatif, pantas akal dan memperkenalkan pengurusan yang baru. Pembelajaran yang lain menunjukkan firma yang berkembang dengan pantas mempunyai pengurus yang berkelayakan profesional (Gudgin et al, 1979).

Sebaliknya, terdapat juga kajian yang menunjukkan bahawa tiada hubungan yang wujud antara pendidikan dan kejayaan dalam bidang keusahawanan. Menurut Stuart & Abetti (1990), mereka yang mempunyai ijazah tidak mampu melaksanakan tugas dalam perniagaan dengan baik. Romano et al (1992) telah membuat kesimpulan bahawa pendidikan formal bukan faktor yang penting dalam kejayaan perniagaan yang berbentuk kecil-kecilan.

Stuart & Abetti (1990) juga menyatakan faktor pengalaman seperti umur, tempoh masa dalam bidang perniagaan, pengalaman pengurusan dan teknikal adalah tidak signifikan

dengan pelaksanaan tugas usahawan wanita. Teo (1996) menyimpulkan bahawa ibubapa seseorang usahawan tidak mempengaruhi kejayaan para usahawan wanita.

Menurut Teo (1996), lima faktor utama yang membawa kepada kejayaan usahawan wanita di Singapura ialah kualiti produk dan perkhidmatan, peribadi yang berkualiti, kualiti di dalam aspek keperibadian, mempunyai pengetahuan terhadap produk dan perkhidmatan dan kesetiaan daripada golongan pengguna. Mereka memegang prinsip 3Q's dalam kerjaya iaitu *Quality of product and services, Quality of personnel and Quality of self.*

2.8 Faktor Kegagalan Perniagaan

Menurut Rohaizat (2000), berdasarkan satu kajian oleh Lussier terhadap seratus orang usahawan Amerika Syarikat yang telah gagal dalam perniagaan mereka. Hasil kajian mendapati faktor-faktor kegagalan adalah seperti jadual di bawah.

Jadual 2.1 : Faktor-faktor Kegagalan

Alasan Kenapa Gagal	
Alasan Yang Diberi	Peratus (%)
Kurang modal dan kos tetap yang tinggi	32
Aktiviti ekonomi yang perlahan / kemelesetan	30
Masalah dengan peminjam	23
Kadar aliran tunai yang perlahan	8
Masalah cukai	8
Kehilangan pelanggan utama	6
Pengurusan yang tidak cekap	5
Masalah dengan rakan kongsi	3
Terlebih belanja	3
Kecurian	3

Berdasarkan jadual 2.1, jelas menunjukkan bahawa faktor kekurangan modal, kos tetap yang tinggi dan kemelesetan ekonomi merupakan antara faktor utama yang menyebabkan kegagalan usahawan dalam perniagaan mereka.

2.9 Masalah yang dihadapi

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 termasuk masalah pemasaran, masalah dengan pertubuhan dan masalah buruh (Klein, 1993; Fay & Williams, 1993; Jones, 1990; Buttner & Rosen, 1992) dan masalah pentadbiran dalam perniagaan serta masalah peribadi (Hisrich & Zhang, 1991; Teo, 1996).

Walaupun bagaimanapun, Hisrich & Brush (1984) telah memperolehi kesimpulan yang berbeza di mana dalam kajiannya, mereka 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).

McGrath (1987) berpendapat bahawa masalah lain termasuk kesukaran memperolehi pinjaman dan perasaan prasangka terhadap wanita (Teo, 1996; 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 menghadapi masalah akibat daripada stereotaip jantina terutamanya dalam aspek kewangan dan perbankan yang didominasi oleh kaum lelaki. Mereka memerlukan penjamin atau penasihat perniagaan untuk memperolehi pinjaman dari

bank atau institusi kewangan. Walaupun begitu, kajian penyelidik yang dijalankan ke atas usahawan wanita mendapati bahawa ramai di antara usahawan wanita menggunakan simpanan peribadi untuk memulakan perniagaan mereka (Lang & Sieh, 1994). Oleh itu, pemilik perniagaan menghadapi cabaran yang unik tatkala memulakan perniagaan mereka sendiri. Mereka mungkin mendapati sukar untuk mendapatkan modal atau mengurus pembiayaan.

Untuk meningkatkan persaingan keusahawanan di pasaran, Grazeley (1990) memberi nasihat bahawa kejayaan dalam perniagaan memerlukan latihan yang rapi. Untuk mengelakkan keadaan lembap berlaku dalam perniagaan, individu harus mengekalkan aktiviti persaingan. Menurut Rodrigues (1989), usahawan harus menjauhi persaingan dengan firma-firma besar kecuali adanya peluang tertentu, membuat perbandingan dengan jenis produk dan tawaran dan strategi pesaing kepada pelanggan.

David & Marion (1987) dalam kajiannya di Singapura mendapati terdapat 5 masalah utama yang dihadapi oleh usahawan wanita iaitu masalah tenaga buruh (kesukaran mengupah pekerja), masalah kewangan (kesukaran memperolehi pinjaman, masalah aliran wang tunai dan lain-lain), masalah ekonomi (persaingan, kemerosotan ekonomi), masalah kredit (pihak bank dan pembekal kurang yakin terhadap mereka) dan masalah kos (sewa dan upah yang tinggi).

Antara masalah lain yang sering dihadapi oleh kebanyakan usahawan wanita ialah 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) (Buttner & Rosen, 1992), 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) (Teo, 1996). Di Malaysia, majoriti usahawan wanita menghadapi masalah kekurangan modal dan kemahiran dalam bidang pemasaran (Mohd, 1996).

2.10 Kajian-kajian Lepas

Bahagian ini akan menerangkan tentang kajian-kajian lepas berkaitan aktiviti keusahawanan dari segi faktor-faktor penglibatan, faktor-faktor kejayaan dan kegagalan serta masalah yang dihadapi oleh usahawan dalam mengendalikan perniagaan. Kajian ini terdiri daripada kajian yang dilakukan di dalam dan luar negara. Dengan ini ia dapat memberi panduan kepada pengkaji tentang teknik dan kaedah menganalisis data yang bersesuaian.

Di negara barat, Hisrich & Brush (1984) mengkaji latar belakang usahawan wanita, sifat semulajadi bidang keusahawanan sebagai pekerjaan, kemahiran pengurusan dan masalah semasa menguruskan perniagaan mereka. Scott (1986) pula menyelidik sebab-sebab usahawan wanita menceburi ke dalam bidang keusahawanan dan didapati bahawa mereka ingin menjadi pemilik perniagaan kerana cabaran dan peluang untuk memperolehi wang (Scott, 1986). Menurut Schwartz (1979) pula, motivasi untuk memulakan perniagaan adalah keinginan untuk pencapaian, berdikari, kepuasan kerja dan faktor ekonomi (Moha, 1997).

Di Hispanic, keusahawanan wanita merupakan suatu perkembangan yang pesat. Mereka memiliki firma pengilangan, pergudangan, pembinaan, memperbaiki monumen purba adalah suatu fenomena negara (Hispanic Times Magazine, 1999; Sarason & Koerg, 1994). Soyeon & Eastlick (1998) telah menyelidik faktor perbezaan jantina. Ini termasuk latar belakang peribadi, ciri organisasi perniagaan, penunjuk kewangan, tahap perkembangan perniagaan dan melihat masalah perniagaan secara meluas serta sumber maklumat (Shim & Eastlick, 1998).

Alina (1997) telah menyelidik usahawan wanita di Poland yang mempunyai sifat-sifat usahawan yang berkesan. Analisis mencadangkan bahawa tiada kepentingan dari segi perbezaan psikologi anantara usahawan wanita dan usahawan lelaki. Usahawan yang berjaya adalah kerana mereka memiliki ciri-ciri, sifat-sifat dan perangai yang perlu ada pada usahawan yang berjaya, tanpa memperdulikan faktor jantina. Artikel ini juga menunjukkan jenis-jenis perniagaan yang dimulakan oleh wanita di Poland, objektif perniagaan, hubungan antara latar belakang usahawan dengan membuat keputusan untuk memulakan sesuatu pekerjaan yang baru (Alina, 1997).

Kajian yang dijalankan oleh Lee (1997) di Singapura mengatakan bahawa wanita yang menceburi dalam bidang keusahawanan adalah dipengaruhi oleh unsur pemilihan dan membuat keputusan individu yang berhibingkait dengan faktor psikologi dan faktor persekitaran. Dalam konteks faktor psikologi, motivasi wanita dari segi pencapaian, penyertaan, autonomi dan dominasi sebagai pendorong kepada wanita untuk menceburi dalam bidang keusahawanan. Beliau telah membandingkan keperluan antara usahawan wanita dengan pekerja wanita biasa (Lee, 1997).

Keputusan penemuan kajian mengandungi beberapa perkara. Ini termasuk contoh-contoh usahawan wanita di Singapura. Usahawan wanita di Singapura didorong dengan motivasi pencapaian dan dominasi yang tinggi. Motivasi penyertaan dan autonomi adalah dalam keadaan sederhana.

Dalam konteks Singapura, usahawan wanita mempunyai motivasi pencapaian dan dominasi yang tinggi daripada pekerja wanita. Tambahan pula, kajian mendapati bahawa tiada perbezaan yang istimewa di antara usahawan wanita dengan pekerja wanita di Singapura dari segi motivasi penyertaan dan autonomi.

Kajian ini juga mengenalpasti faktor-faktor yang mempengaruhi motivasi dan keperluan usahawan wanita di Singapura. Tahap pendidikan yang pelbagai memberikan impak ke atas keperluan wanita. Tahap pendidikan universiti mempengaruhi motivasi pencapaian usahawan wanita manakala tahap pendidikan lepasan ijazah mempengaruhi motivasi penyertaan mereka.

Daripada kajian Lee (1997), kesimpulan yang boleh dibuat ialah pemilihan pekerjaan wanita dipengaruhi oleh faktor motivasi dari segi psikologi. Pemilik perniagaan biasanya didorong motivasi pencapaian dan dominasi yang tinggi. Ini meyakinkan bahawa pekerjaan yang memprolehi gaji tetap tidak dapat memenuhi keperluan dari segi pencapaian dan kuasa. Wanita yang mempunyai keperluan tersebut yang tinggi berusaha untuk mendapat sumber pekerjaan yang lain. Oleh itu, sebagai pemilik perniagaan sendiri boleh memenuhi keperluan daripada memakan gaji.

Kajian yang lebih lanjut dalam sampel usahawan wanita di Singapura menunjukkan bahawa kedua-dua latar belakang keluarga dan pengalaman kehidupan (seperti perkahwinan

dan pendidikan) mempunyai pengaruh kepada usahawan wanita. Pencapaian dalam pendidikan mempunyai pengaruh yang signifikan dalam motivasi usahawan wanita di Singapura (Lee, 1997).

Cooper & Goby (1999) telah mengkaji motivasi wanita di Singapura yang membentuk pekerjaan sendiri. Berbagai faktor menyebabkan kejayaan wanita dalam bidang perniagaan di Singapura dan masalah yang dihadapi. Kajian itu juga menyelidik perniagaan dan profil peribadi usahawan wanita di Singapura serta membandingkan ciri-ciri tersebut dengan pemilik perniagaan di Amerika Syarikat, Kanada, United Kingdom dan Australia.

Wanita pada asasnya didorong dengan keperluan berdikari. Menurut kajian Lee (1997) dan Grosselin & Grise (1990), usahawan wanita mempunyai idea untuk memulakan sesuatu perniagaan adalah keinginan daripada "...fulfill an old dream, a desire for recognition by others, the desire to put one's knowledge and skills to use, a continuity to training or work experience, or the desire to be independent and have control over one's life".

Faktor lain yang mendorong usahawan wanita di Singapura iaitu untuk melihat peluang perniagaan, berhasrat untuk menggunakan pengetahuan dan kemahiran mereka, keperluan untuk kebebasan dan fleksibel, keinginan untuk mencapai pembangunan dan pengiktirafan peribadi dan berhasrat untuk memperkukuhkan kewangan (Cooper & Goby, 1999).

Penyelidikan telah begitu banyak dilakukan di Amerika Syarikat dan negara-negara barat tentang usahawan wanita. Walaupun begitu, masih wujud kekurangan maklumat mengenai usahawan wanita di negara sedang membangun seperti Malaysia (Mohd, 1996).

Zaidatol & Habibah (1997) cuba memaparkan petua-petua yang perlu diketahui untuk melengkapkan diri sebagai usahawan. Mereka memberi pendedahan tentang konsep usahawan, keusahawanan dan motivasi dengan fokus kepada menganalisis diri untuk mencapai tahap usahawan berjaya. Penulis juga mengupas dengan terperinci ciri-ciri kejayaan usahawan yang dikaitkan secara khusus dengan motivasi diri, termasuklah pemahaman konsep pengambilan risiko dan pengurusan, aspek pemasaran dan ilmu kepemimpinan untuk dijadikan satu bimbingan khusus membentuk kejayaan demi kejayaan (Zaidatol & Habibah, 1997).

Menurut kajian Zaidatol (1994), usahawan Malaysia mempunyai sebab-sebab yang berikut untuk menceburi dunia perniagaan ;

Sebab	Peratus (%)
Tidak puas hati dengan kerja dahulu	18
Tradisi keluarga	20
Minat	58
Lain-lain	4

Faktor-faktor lain yang menyebabkan seseorang ingin menjadi usahawan ialah rasa bimbang yang dialami oleh individu untuk bekerja dengan syarikat besar kerana kurang terjamin, adanya galakan kerajaan dan kempen yang dibuat serta bantuan yang diberikan, minat yang tinggi untuk menjadi usahawan yang berjaya, kecewa dengan kerja dahulu, inginkan cabaran dan juga ingin mencontohi usahawan yang telah berjaya (roel-model)(Zaidatol & Habibah, 1997).

Suaibah *et.al* (2005) telah menjalankan satu kajian berkaitan aktiviti keusahawanan di kalangan ibu tunggal di Negeri Johor. Hasil kajian tersebut mendapati faktor utama yang mendorong ibu tunggal di Negeri Johor menceburi bidang keusahawanan ialah sebagai punca pendapatan. Selain itu faktor seperti minat, sebagai kerja sampingan dan disebabkan kurang berpuas hati dengan pekerjaan dahulu juga merupakan faktor yang mendorong ibu tunggal menceburi bidang keusahawanan. Hasil kajian ini juga menunjukkan usahawan ibu tunggal Negeri Johor mempunyai ciri-ciri seperti berumur 41 tahun dan ke atas, mempunyai latar belakang pendidikan hingga sekolah menengah, mempunyai ahli keluarga yang berniaga dan tidak pernah bekerja sebelum menceburi bidang keusahawanan. Perusahaan usahawan ibu tunggal pula merupakan perniagaan berstatus perseorangan dalam bidang makanan dan minuman, mempunyai pekerja kurang dari 5 orang dengan modal kurang dari RM1000 dan menggunakan sumber modal sendiri.

Tee Kee Pei (2000) dalam kajiannya bertajuk "Kajian Penerokaan Terhadap Faktor Yang Mendorong Wanita Menceburi Dalam Bidang Keusahawanan" mendapati lima faktor utama yang mendorong wanita menceburi bidang keusahawanan ialah untuk menggunakan pengetahuan/pengalaman/kemahiran/bakat, untuk mendapat wang lebih dan berdikari dari segi kewangan, ingin berdikari, mempunyai kerjaya yang terjamin dan merupakan suatu minat dan hobi.

Kajian yang dijalankan oleh Lee (1997) di Singapura mengatakan bahawa wanita yang menceburi bidang keusahawanan adalah dipengaruhi oleh unsur pemilihan dalam membuat keputusan individu yang berhubung kait dengan faktor psikologi dan faktor persekitaran. Dalam konteks faktor psikologi, motivasi wanita dari segi pencapaian, penyertaan, autonomi dan dominasi dijadikan sebagai pendorong kepada wanita untuk menceburi bidang keusahawanan. Faktor lain yang mendorong usahawan wanita di Singapura ialah untuk melihat peluang perniagaan, berhasrat untuk menggunakan pengetahuan dan kemahiran mereka, keperluan untuk bebas dan fleksibel, keinginan untuk mencapai pembangunan dan pengiktirafan peribadi dan berhasrat untuk memperkukuhkan kewangan (Cooper & Goby, 1999).

2.11 Rumusan

Secara keseluruhannya, bab ini telah membincangkan dengan lebih terperinci tentang faktor-faktor yang mendorong seseorang usahawan wanita menceburi bidang keusahawanan, faktor-faktor yang mempengaruhi kejayaan dan kegagalan dalam pengendalian perniagaan serta masalah-masalah yang dihadapi. Maklumat-maklumat yang diperolehi ini dapat menyokong dapatan kajian kelak. Kajian-kajian yang telah dijalankan oleh pengkaji dalam dan luar negara juga membuktikan bahawa kajian yang sedang dijalankan ini sememangnya amat penting dan sesuai untuk dikaji di negara kita. Selanjutnya, bab tiga akan membincangkan metodologi dan kaedah yang digunakan untuk kajian ini.

BAB III

METODOLOGI KAJIAN

3.1 Pengenalan

Dalam sesuatu kajian penyelidikan, kaedah atau metodologi merupakan faktor yang penting bagi membolehkan keputusan yang diperolehi mempunyai kesahan dan kebolehpercayaan yang tinggi. Oleh itu, pendekatan cara persampelan dan penganalisan data yang digunakan perlu dikenal pasti agar ia bersesuaian dengan objektif kajian yang telah digariskan kerana kegagalan menggunakan kaedah pengumpulan data atau metodologi kajian yang sesuai dan berkesan boleh menghasilkan maklumat yang tidak tepat, kabur dan boleh menyebabkan beban maklumat (Mohd Majid dalam Maarof, 1997).

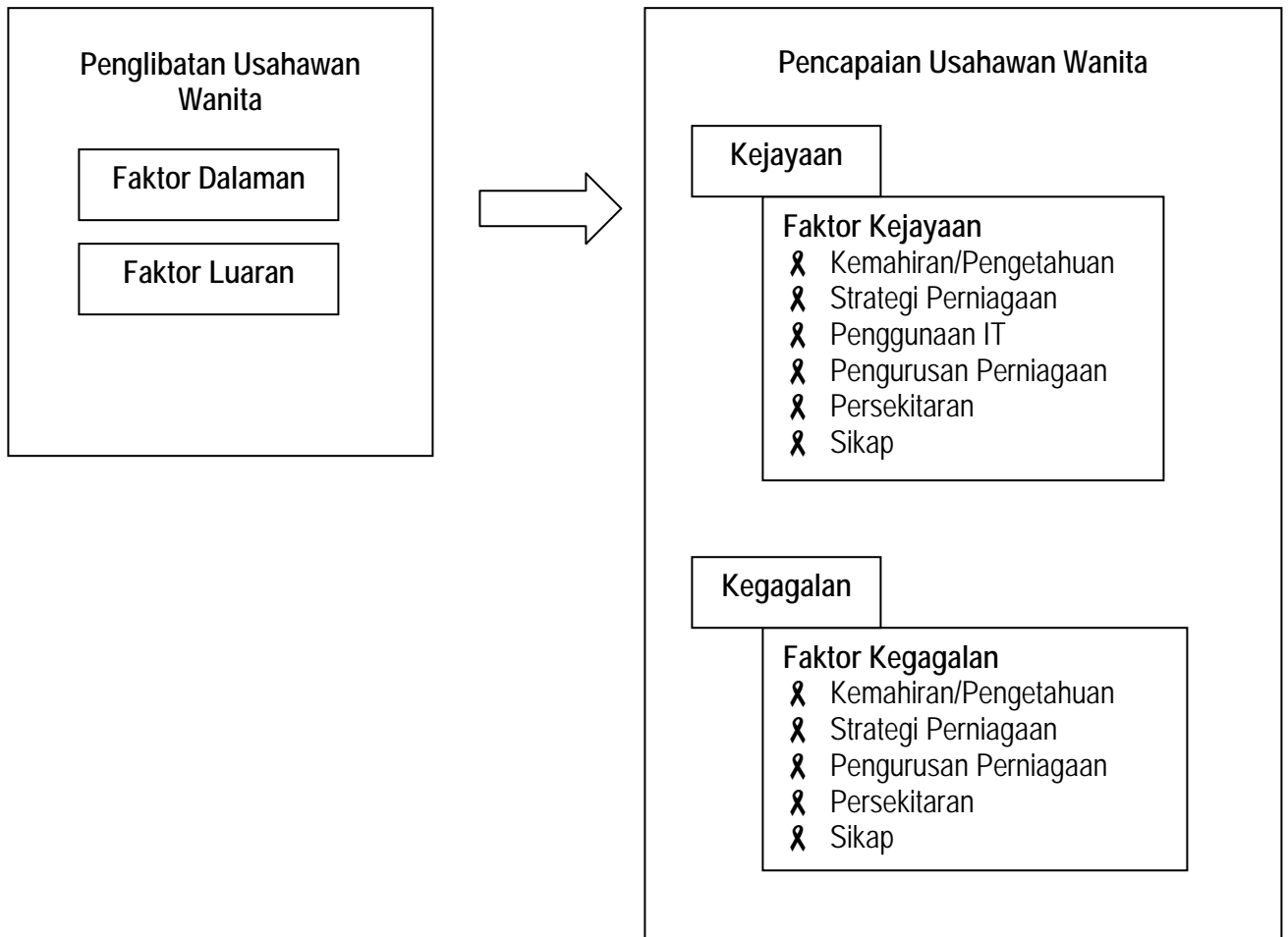
Bahagian ini akan menerangkan kaedah atau pendekatan penyelidikan yang digunakan untuk mengumpul dan menganalisis data bagi mencapai objektif kajian. Penerangan adalah meliputi aspek reka bentuk kajian, kaedah persampelan, ujian kebolehpercayaan, kaedah pengumpulan data dan kaedah penganalisan data yang digunakan.

3.2 Reka bentuk Kajian

Reka bentuk kajian merupakan prosedur rangkaian langkah-langkah analitikal melalui pemrosesan informasi secara saintifik. Secara amnya, reka bentuk kajian merupakan satu perancangan yang membolehkan pengkaji menjalankan kajiannya. Reka bentuk kajian mempunyai dua tujuan iaitu membenarkan pengkaji mencari satu kaedah yang sesuai untuk menjalankan penyelidikan. Ia juga bermakna bagaimana pengkaji menentukan pemboleh ubah dan cara bagaimana pemboleh ubah itu dikendalikan.

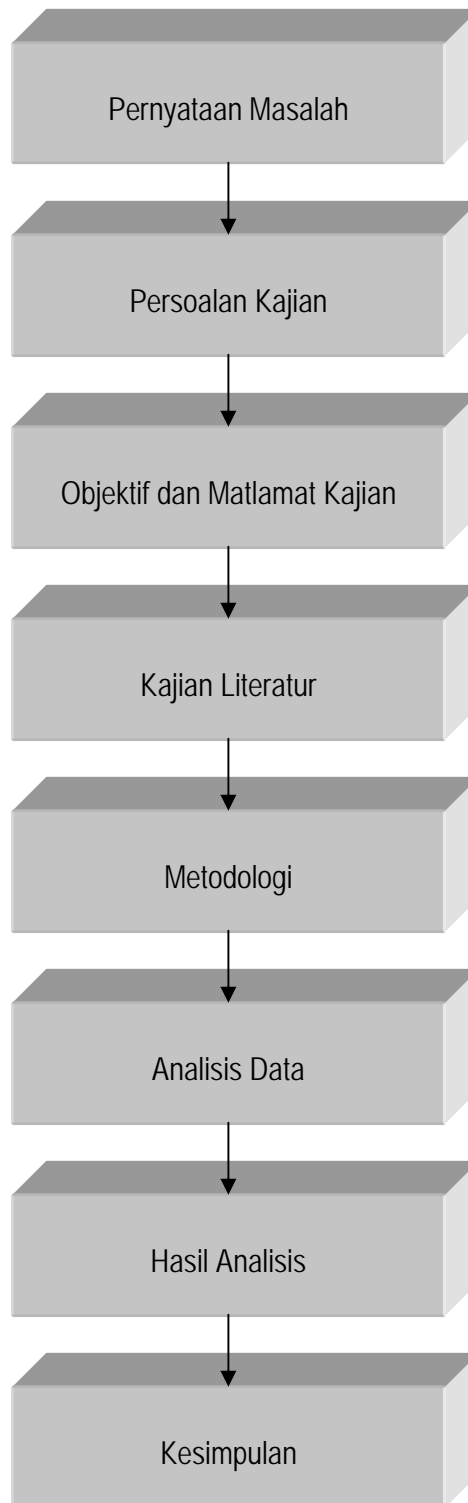
Reka bentuk kajian yang telah dirancang dengan rapi dan teratur dapat membantu pengkaji mendapatkan maklumat dan data yang diperlukan untuk kajian ini. Memandangkan kajian ini adalah merupakan kajian lapangan yang bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor kritikal kejayaan dan kegagalan pengendalian perniagaan oleh usahawan wanita di Negeri Johor, maka reka bentuk kajian yang dipilih ialah berbentuk kajian tinjauan (*survey research*). Kaedah tinjauan ini dipilih kerana darjah kebolehpercayaannya tinggi, kos yang murah dan jangka masa yang diperlukan untuk melaksanakannya adalah singkat (Uma Sekaran, 2003). Rajah 3.2 merupakan carta alir bagi kajian ini.

3.2.1 Model Kajian



Rajah 3.1 : Model Kajian

3.2.2 Carta Aliran Kajian



Rajah 3.2 : Carta Aliran Kajian

Langkah-langkah pelaksanaan untuk mencapai objektif kajian adalah seperti yang digambarkan di Rajah 3.2. Proses kajian ini bermula dengan mengenal pasti pernyataan masalah kajian. Berdasarkan pernyataan tersebut, matlamat dan objektif kajian pula dibentuk. Kajian literatur kemudiannya dilaksanakan untuk mendapat gambaran tentang aspek yang dikaji dan untuk bertindak sebagai garis panduan dalam pemilihan kaedah untuk mencapai objektif kajian. Berdasarkan kajian literatur juga kajian-kajian lepas yang berkaitan dengan topik kajian dianalisis untuk mengenal pasti apakah faktor-faktor yang perlu di lihat / dikaji di dalam kajian ini. Seterusnya, metodologi kajian ditentukan dan soal selidik dipilih sebagai instrumen kajian. Data yang di kumpul melalui soal selidik tersebut diproses dan dianalisis melalui analisis kuantitatif . Akhir sekali, dari analisis tersebut kesimpulan dibuat untuk mencapai objektif kajian.

3.3 Kaedah Persampelan

Populasi kajian ini adalah merupakan usahawan wanita di Negeri Johor. Daripada populasi tersebut, 215 orang usahawan wanita telah dipilih sebagai sampel kajian melalui kaedah persampelan tidak rawak. Persampelan tidak rawak ini digunakan kerana pengkaji menghadapi kesukaran dalam mengenali responden dan pengkaji tidak mendapat kerjasama daripada pihak-pihak yang terlibat untuk mendapatkan senarai usahawan wanita di Negeri Johor. Kuota sampel telah ditetapkan oleh pengkaji mengikut 4 daerah utama di negeri Johor seperti di dalam Jadual 3.1.

Jadual 3.1 : Jumlah Dan Peratusan Sampel Mengikut Daerah

Daerah	Peratusan (%)	Jumlah
Johor Bahru	47%	100
Pontian	23%	50
Muar	16%	35
Batu Pahat	14%	30
Jumlah Keseluruhan	100%	215

3.4 Kaedah Pengumpulan Data

Kaedah pengumpulan data yang akan dibincangkan adalah memfokus kepada sumber data. Sumber data yang diperolehi dalam kajian ini terbahagi kepada dua sumber iaitu data primer dan maklumat sekunder.

3.4.1 Data Primer

Data primer ialah data asal yang dikutip oleh pengkaji. Dalam kajian ini, data-data diperolehi melalui maklum balas daripada soal selidik yang telah diedarkan kepada para usahawan wanita di seluruh Negeri Johor. Kajian ini turut menggunakan kaedah temu bual bagi mendapatkan maklumat tambahan untuk menyokong dan mengesahkan lagi dapatan yang diperolehi daripada soal selidik yang dijawab oleh responden.

3.4.1.1 Soal Selidik

Dalam kajian ini, pengkaji telah menggunakan borang soal selidik untuk diedarkan kepada usahawan wanita di Negeri Johor. Soal selidik ini mengandungi soalan-soalan yang disusun secara teratur untuk dijawab oleh responden. Soal selidik merupakan satu alat yang penting bagi seseorang pengkaji dalam menjalankan kajian kerana kualiti soal selidik akan menentukan nilai penyelidikan secara keseluruhannya. Sekiranya soalan yang dikemukakan dalam soal selidik itu kabur, maka jawapan yang diperolehi tidak akan memberi pengertian yang nyata dan ini akan merosakkan hasil atau dapatan sesebuah kajian.

3.4.1.2 Temu bual

Selain menggunakan kaedah soal selidik, pengumpulan data untuk kajian ini juga dibuat dengan menggunakan kaedah temu bual. Daripada sampel kajian, beberapa orang responden telah dipilih secara rawak oleh pengkaji untuk di temu bual. Kaedah ini digunakan sebagai salah satu strategi bagi mendapatkan maklumat yang lebih jelas dari responden yang mana ia tidak diperolehi daripada soal selidik. Penggunaan kaedah ini dapat menerangkan dengan lebih jelas dan terperinci mengenai sesuatu perkara dan pengkaji juga dapat melihat reaksi responden semasa mereka memberikan jawapan. Interaksi dua hala ini amat penting bagi memastikan jawapan yang diberikan oleh responden adalah benar dan tepat seperti yang dikehendaki oleh pengkaji.

3.4.2 Maklumat Sekunder

Data ini merupakan sumber maklumat yang terpenting kerana ia diperlukan untuk menjelaskan tajuk kajian, mendapatkan fakta dan hasil penemuan yang telah dibuat daripada kajian lepas. Bagi mendapatkan bahan dan maklumat bagi kajian ini, rujukan telah dibuat di Perpustakaan Sultanah Zanariah Universiti Teknologi Malaysia (UTM), Bilik Pusat Sumber Fakulti Pengurusan dan Pembangunan Sumber Manusia (FPPSM), UTM, Bilik Sumber Fakulti Pendidikan, UTM, Perpustakaan Universiti Tun Hussein Onn Malaysia (UTHM), Perpustakaan Sultan Abdul Samad Universiti Putra Malaysia (UPM) dan Perpustakaan Tun Sri Lanang Universiti Kebangsaan Malaysia (UKM).

Selain itu, sumber bagi data sekunder ini juga turut diperolehi daripada penggunaan cakera padat ilmiah (CD), jurnal-jurnal, kertas kerja seminar, buku-buku rujukan, majalah-majalah berbentuk ilmiah serta maklumat daripada laman web akhbar-akhbar tempatan serta jabatan-jabatan kerajaan seperti Kementerian Pembangunan Usahawan dan Koperasi (MECD), Institut

Keusahawanan Negara (INSKEN) dan Kementerian Pembangunan Wanita, Keluarga dan Masyarakat (KPWKM).

3.5 Instrumen Kajian

Instrumen kajian merupakan cara yang digunakan untuk mengumpulkan maklumat seperti soal selidik dan temu bual (Mohd Najib, 1998). Oleh yang demikian, pengumpulan data dalam kajian ini dilakukan dalam dua cara iaitu kaedah soal selidik sebagai kaedah utama dan temu bual sebagai kaedah sokongan. Soal selidik yang telah digunakan dibahagikan kepada enam bahagian seperti yang dinyatakan di dalam Jadual 3.2.

Jadual 3.2 : Pembahagian soal selidik

<i>Bahagian</i>	<i>Soalan-soalan</i>	<i>Bilangan Item</i>
A	Maklumat peribadi responden Sumber : Suaibah et al (2005)	8
B	Maklumat perusahaan dan perniagaan Sumber : Siti Norliza (2005)	12
C	Faktor-faktor penglibatan Sumber : Hisrich & Brush (1986), Yong & Welseh (1993)	18
D	Faktor-faktor kejayaan Sumber : Zaidatul & Habibah (1997) Tee Kee Pei (2000)	30
E	Faktor-faktor kegagalan Sumber : Zaidatul & Habibah (1997) Tee Kee Pei (2000)	30
F	Masalah-masalah yang dihadapi Noor Hasma (1995), Tee Kee Pei (2000)	20

Bahagian A : Maklumat Peribadi

Bahagian ini bertujuan untuk mengumpul maklumat berkaitan latar belakang responden. Sebanyak lapan soalan dikemukakan kepada responden merangkumi umur, tahap pendidikan, latar belakang keluarga, bilangan anak, status perkahwinan, sebab-sebab menceburi bidang perniagaan, pekerjaan terakhir serta pengesahan sama ada pernah menerima latihan atau kursus keusahawanan atau tidak.

Bahagian B : Maklumat Perusahaan dan Perniagaan

Mengandungi soalan-soalan tentang maklumat perusahaan dan perniagaan. Sebanyak 12 soalan telah dikemukakan untuk mengenal pasti maklumat-maklumat perusahaan dan perniagaan yang dijalankan oleh responden. Di antara soalan-soalan yang dikemukakan adalah berkaitan jenis perniagaan, tempoh telah menjalankan perniagaan, pengalaman dalam perniagaan yang diceburi, bilangan pekerja, jumlah modal yang digunakan ketika memulakan perniagaan, sumber modal serta prestasi perniagaan berbanding tahun lepas. Data yang diperolehi akan digunakan untuk menjawab objektif pertama kajian ini seperti yang dinyatakan dalam bab satu.

Bahagian C : Faktor-Faktor Penglibatan

Bahagian ini mengandungi soalan-soalan yang bertujuan untuk mengenal pasti faktor-faktor yang mendorong penglibatan usahawan wanita dalam bidang perniagaan. Faktor-faktor tersebut di lihat daripada faktor dalaman dan faktor luaran. Responden diminta untuk memilih jawapan berdasarkan Skala Likert seperti yang ditunjukkan dalam Jadual 3.3. Data yang

diperolehi akan digunakan untuk menjawab objektif kajian kedua dan ketiga seperti yang dinyatakan dalam bab satu.

Bahagian D : Faktor-Faktor Kejayaan

Bahagian ini mengandungi soalan-soalan yang bertujuan mengenal pasti persepsi usahawan wanita berkaitan faktor-faktor yang dirasakan membantu kejayaan usahawan wanita dalam pengendalian perniagaan. Faktor-faktor ini di lihat daripada enam elemen utama iaitu elemen pengetahuan/kemahiran, elemen strategi perniagaan, elemen penggunaan IT, elemen pengurusan perniagaan, elemen persekitaran dan elemen sikap. Setiap elemen terdiri daripada beberapa soalan yang melibatkan kenyataan-kenyataan positif. Responden diminta untuk memilih jawapan berdasarkan Skala Likert seperti yang ditunjukkan dalam Jadual 3.3. Data yang diperolehi akan digunakan untuk menjawab objektif kajian keempat dan kelima seperti yang dinyatakan dalam bab satu.

Bahagian E : Faktor-Faktor Kegagalan

Mengandungi soalan-soalan yang bertujuan mengenal pasti persepsi usahawan wanita berkaitan faktor-faktor yang dirasakan mempengaruhi kegagalan usahawan wanita dalam pengendalian perniagaan. Sebanyak 30 soalan yang melibatkan kenyataan negatif telah dikemukakan dan responden diminta untuk memilih jawapan berdasarkan Skala Likert seperti yang ditunjukkan dalam Jadual 3.3. Data yang diperolehi akan digunakan untuk menjawab objektif keempat kajian ini seperti yang dinyatakan dalam bab satu.

Bahagian F : Masalah-Masalah Yang Dihadapi

Mengandungi 20 soalan yang bertujuan untuk mengenal pasti masalah yang dihadapi oleh usahawan wanita semasa memulakan dan semasa mengendalikan perniagaan. Bahagian ini menggunakan pengukuran *ya* atau *tidak* sebagai pilihan jawapan. Data yang diperolehi akan digunakan untuk menjawab objektif keenam kajian ini seperti yang dinyatakan dalam bab satu.

Jadual 3.3 : Skala Likert

1	2	3	4	5
Sangat Tidak Bersetuju (STB)	Tidak Bersetuju (TB)	Kurang Bersetuju (KB)	Setuju (S)	Sangat Bersetuju (SB)

Sumber : Likert L.R. (1976).

3.6 Kaedah Penganalisan Data

Data-data yang diperolehi dianalisis dengan menggunakan kaedah kuantitatif. Data-data tersebut dianalisis dengan menggunakan perisian *Statistical Package For Social Science (SPSS) version 10.0*.

Statistik deskriptif merupakan kaedah yang digunakan oleh penyelidik untuk menyusun dan membuat interpretasi terhadap data mentah (Malim dan Birch, 1997). Statistik ini merupakan teknik yang digunakan dengan mengambil satu bahan mentah dan diringkaskan atau diproses dalam bentuk yang lebih ringkas. Antara teknik yang digunakan untuk menghuraikan statistik deskriptif adalah nilai kekerapan, peratusan, min dan sisihan piawai.

Min adalah nilai purata yang diambil sebagai nilai yang mewakili nilai yang banyak dan ia merupakan kaedah ukuran kecenderungan memusat (Frederick *et al.*, 1991). Dalam kajian ini, nilai min digunakan untuk menjelaskan nilai purata tahap persetujuan responden terhadap item-item soalan yang dikemukakan. Dalam kajian ini, nilai min dibaca bersama dengan sisihan piawai untuk menentukan tahap persetujuan jawapan yang diberikan oleh responden. Frederick *et al.* (1991) mengatakan bahawa sekiranya nilai sisihan piawai adalah kecil, maka persetujuan responden menghampiri nilai min tetapi sekiranya nilai sisihan piawai besar, maka keserakan jawapan adalah tinggi. Kajian ini juga menggunakan taburan frekuensi dan peratusan untuk menentukan bilangan responden yang memberi maklum balas dan ciri-ciri latar belakang responden yang diperolehi melalui maklumat demografi responden.

Bagi menjawab objektif ketiga dan kelima kajian ini, data yang diperolehi akan dimanipulasikan bagi membolehkan ianya dibahagikan kepada tiga kategori tahap iaitu tahap rendah, sederhana dan tinggi.

3.7 Ujian Kebolehpercayaan

Secara umumnya, kebolehpercayaan merupakan ukuran keupayaan sesuatu instrumen penyelidikan dalam mengukur permasalahan (pemboleh ubah) kajian secara konsisten setiap kali ia digunakan pada masa, tempat dan sampel yang berlainan. Terdapat pelbagai kaedah pengukuran yang boleh digunakan untuk menentukan koefisien kebolehpercayaan sesuatu instrumen. Kebolehpercayaan soal selidik kajian ini diuji dengan menggunakan prosedur *Alpha Cronbach* yang diasaskan kepada model kekonsistenan dalaman (*internal consistency*). Semakin hampir nilai Alpha kepada 1, ia menunjukkan tahap kebolehpercayaan yang tinggi. Sekiranya nilai Alpha kurang daripada 0.6, maka bolehlah dianggap instrumen yang digunakan dalam kajian mempunyai nilai kebolehpercayaan yang rendah. Tahap kebolehpercayaan yang baik dan boleh diterima jika nilai Alpha lebih daripada 0.7 (Uma Sekaran, 1992).

Bagi tujuan ujian ini, pengkaji telah menjalankan kajian rintis ke atas 30 orang responden bagi mengenal pasti item-item soalan yang digunakan dalam soal selidik bersesuaian dengan kajian yang dijalankan ini. Kajian juga dibuat untuk melihat tahap kefahaman responden terhadap arahan dan item-item yang terkandung dalam soal selidik. Maklum balas yang diperolehi akan digunakan untuk memperbaiki bahagian yang lemah dalam soal selidik. Daripada ujian kebolehpercayaan yang telah dijalankan, didapati item-item soalan dalam setiap bahagian soal selidik yang digunakan boleh diterima kerana semua nilai Alpha yang diperolehi berada lebih daripada 0.6. Nilai Alpha bagi setiap bahagian adalah seperti dalam jadual 3.4.

Jadual 3.4 : Nilai Alpha Setiap Bahagian

Bahagian	Soalan	Nilai Alpha
Faktor Penglibatan	18 item	0.7478
Faktor Kejayaan (Keseluruhan)	30 item	0.9239
Faktor Kejayaan (Elemen Kemahiran)	5 item	0.7510
Faktor Kejayaan (Elemen Strategi Perniagaan)	5 item	0.7840
Faktor Kejayaan (Elemen Penggunaan IT)	5 item	0.9355
Faktor Kejayaan (Pengurusan Perniagaan)	5 item	0.8317
Faktor Kejayaan (Sikap)	5 item	0.7249
Faktor Kejayaan (Persekitaran)	5 item	0.7647
Faktor Kegagalan	30 item	0.9740
Masalah (Sebelum)	20 item	0.8120
Masalah (Semasa)	20 item	0.6723

3.8 Rumusan

Kajian ini melibatkan beberapa kaedah untuk mengumpul dan menganalisis data bagi menepati objektif dan matlamat kajian. Data yang diperolehi daripada data primer dan data sekunder telah dibuat penganalisisan secara kuantitatif dan kualitatif. Bagi kajian ini, pengkaji menggunakan kaedah persampelan tidak rawak. Seterusnya, Bab IV akan membincangkan dapatan kajian melalui proses penganalisisan data.

BAB IV

ANALISIS KAJIAN

4.1 Pengenalan

Bab ini akan mengemukakan keputusan dan penemuan yang diperolehi dari hasil kajian yang telah dijalankan melalui 215 soal selidik yang telah dikembalikan oleh responden. Penganalisan data dan pembentangan hasil kajian adalah berdasarkan beberapa objektif yang telah dibentuk seperti di bab 1.

Penganalisan data telah dijalankan dengan menggunakan perisian *Statistical Package for Social Sciences (SPSS) version 10.0*. Data-data yang diperolehi telah dianalisis melalui kaedah analisis Deskriptif.

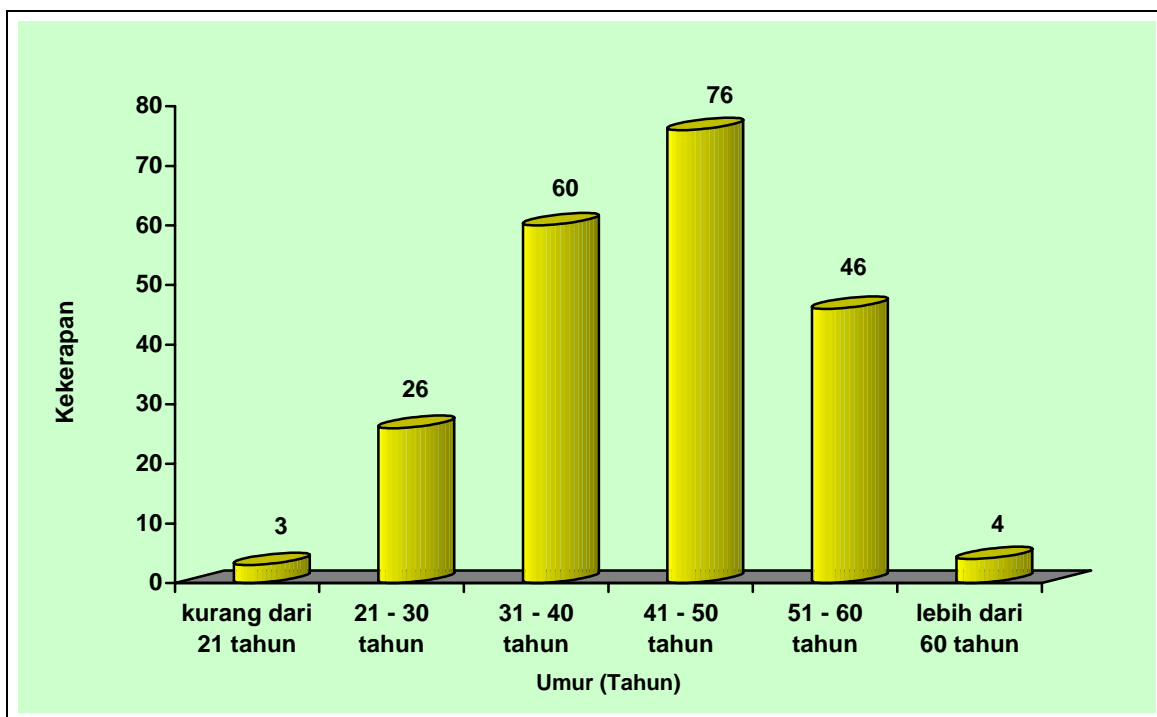
4.2 Analisis Deskriptif

Dapatan kajian dalam bahagian ini akan dibentangkan dalam bentuk jadual kekerapan carta bar dan carta pai. Bahagian profil responden, maklumat perusahaan dan perniagaan responden, faktor-faktor penglibatan, faktor-faktor kejayaan, faktor-faktor kegagalan dan masalah-

masalah yang dihadapi oleh responden semasa memulakan dan semasa mengendalikan perniagaan akan dianalisis menggunakan analisis deskriptif.

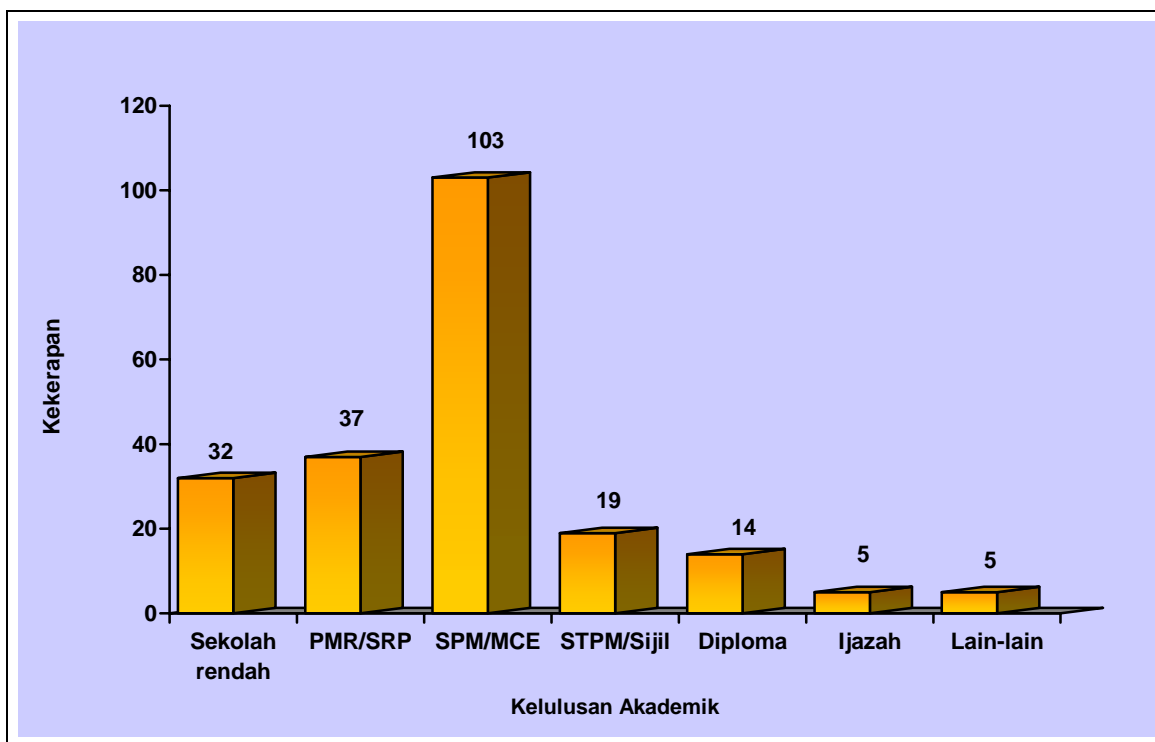
Selain itu, persepsi responden terhadap tahap penglibatan, tahap kejayaan dan tahap kegagalan usahawan wanita dalam pengendalian perniagaan akan turut dibentangkan dalam bahagian ini.

4.2.1 Bahagian A : Maklumat Demografi



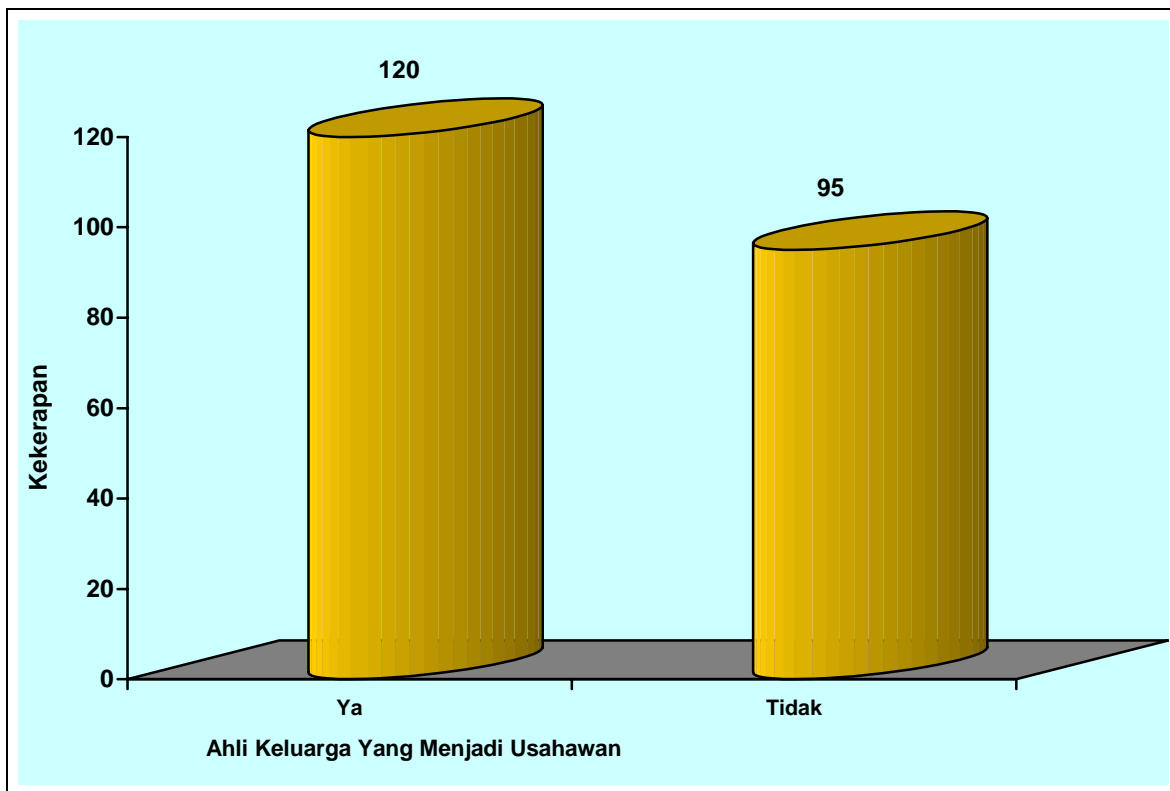
Rajah 4.1 : Taburan Kekerapan Responden Mengikut Umur

Rajah 4.1 menunjukkan majoriti responden iaitu seramai 76 orang merupakan usahawan wanita yang berumur dalam lingkungan 41 tahun hingga 50 tahun. Terdapat seramai 60 orang responden yang berumur antara 31 hingga 40 tahun. Seterusnya, seramai 50 orang responden berumur lebih dari 50 tahun dan seramai 29 orang responden berumur kurang dari 30 tahun.



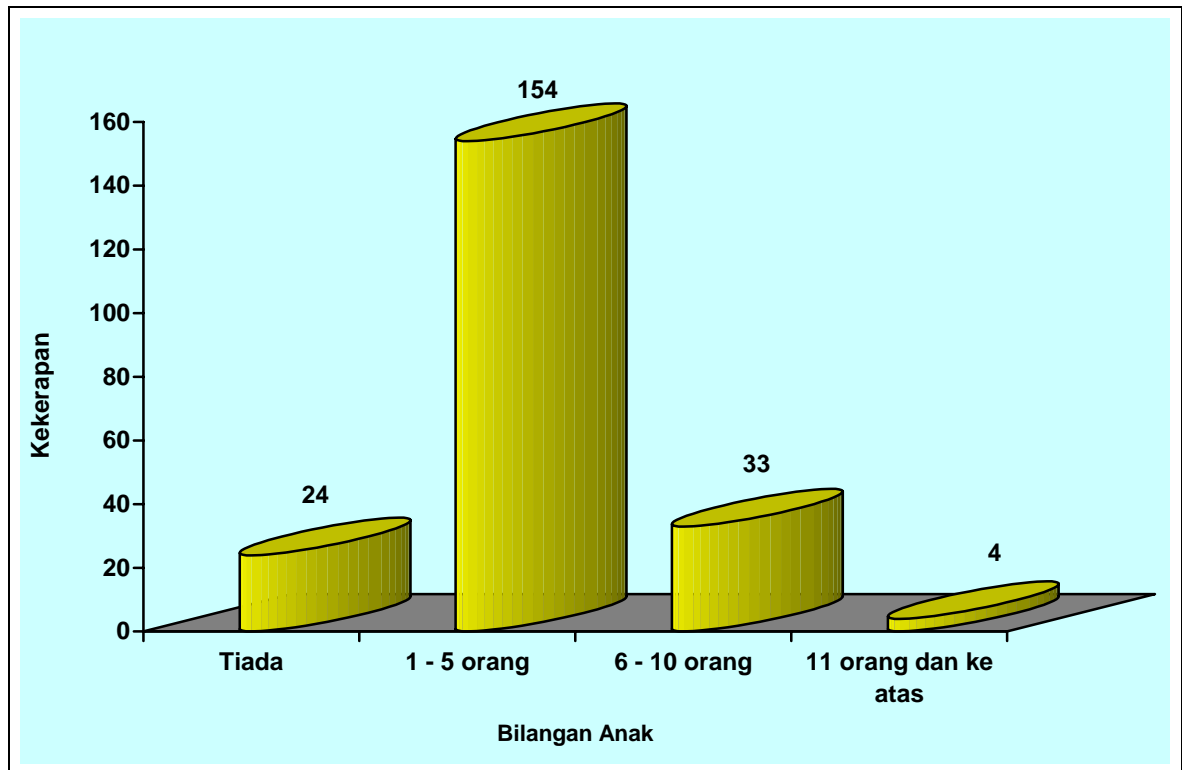
Rajah 4.2 : Taburan Kekerapan Responden Mengikut Kelulusan Akademik

Berdasarkan Rajah 4.2, didapati bahawa majoriti daripada responden merupakan mereka yang mendapat pendidikan di peringkat sekolah menengah atas dengan jumlah seramai 103 orang responden yang mempunyai kelulusan SPM/MCE dan diikuti 37 orang responden mempunyai kelulusan di peringkat PMR/SRP. Dapatan juga menunjukkan terdapat 38 orang responden yang mempunyai kelulusan dari universiti dan institusi pengajian tinggi yang lain di peringkat sijil, diploma dan ijazah sarjana muda.



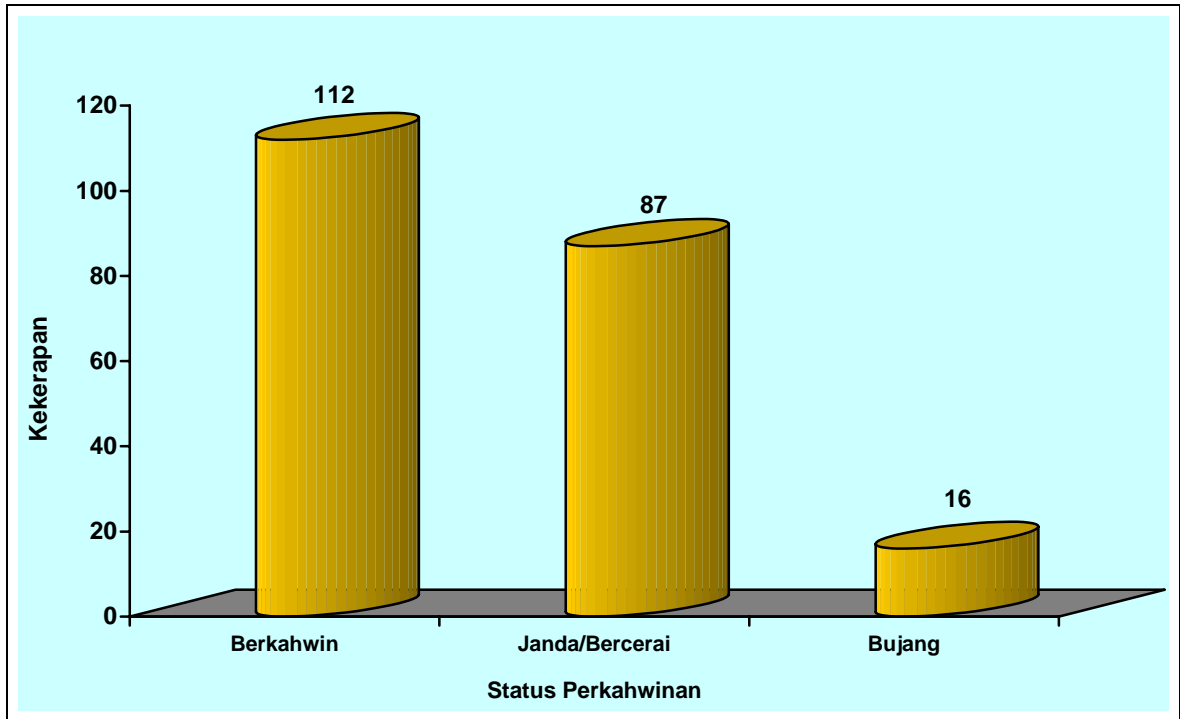
Rajah 4.3 : Taburan Kekerapan Responden Mengikut Latar Belakang Ahli Keluarga Yang Menjadi Usahawan

Berdasarkan Rajah 4.3 boleh dirumuskan bahawa majoriti responden iaitu seramai 120 orang responden mempunyai ahli keluarga yang telah menjadi seorang usahawan. Walau bagaimanapun, seramai 95 orang responden tidak mempunyai ahli keluarga yang menjadi usahawan.



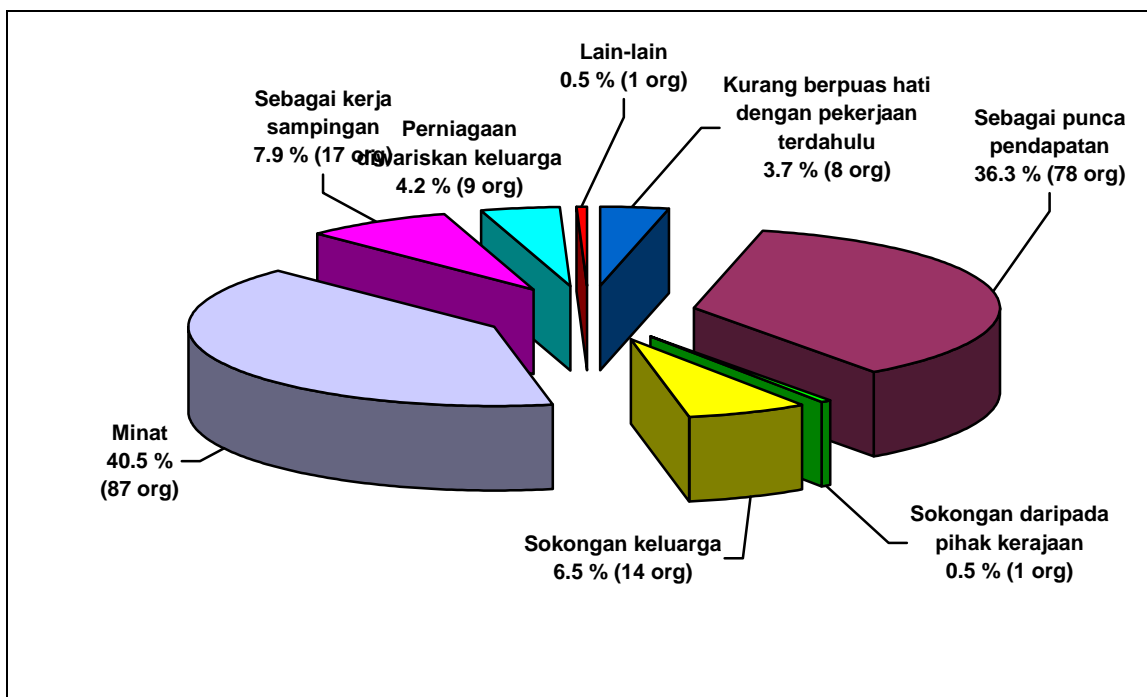
Rajah 4.4 : Taburan Kekerapan Responden Mengikut Bilangan Anak

Rajah 4.4 menunjukkan sejumlah besar responden, iaitu seramai 154 orang responden mempunyai anak di antara 1 hingga 5 orang. Ia diikuti dengan 33 orang responden mempunyai anak seramai 6 – 10 orang. Hanya 4 orang responden yang mempunyai anak lebih dari 10 orang dan seramai 24 orang responden yang tidak mempunyai anak.



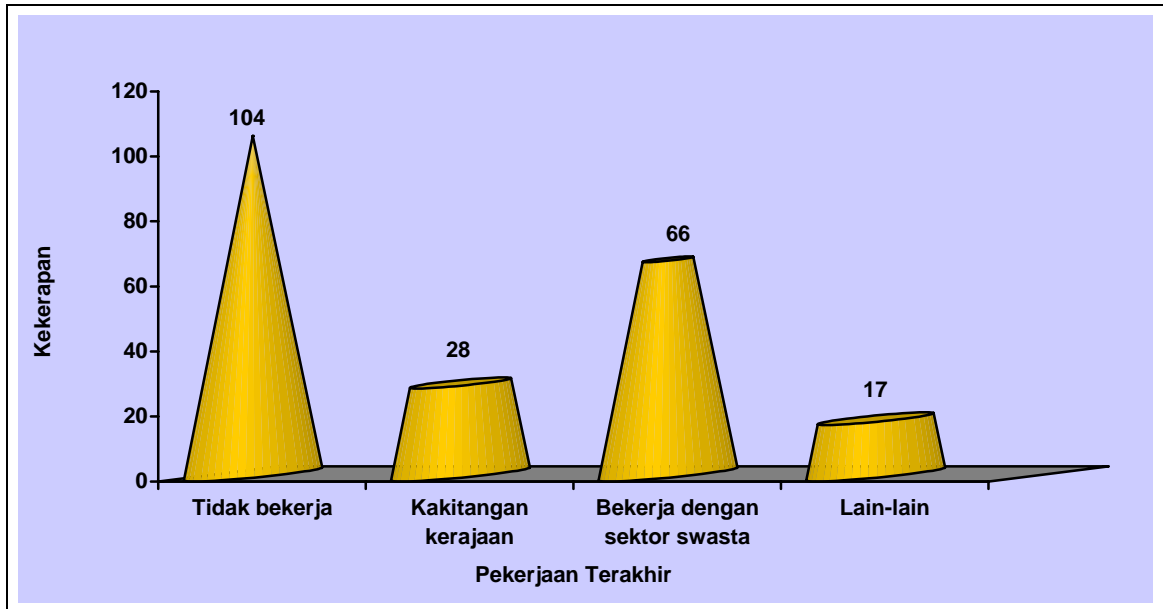
Rajah 4.5 : Taburan Kekerapan Responden Mengikut Status Perkahwinan

Berdasarkan Rajah 4.5, didapati majoriti responden (112 orang) merupakan usahawan wanita yang bergelar isteri. Hanya seramai 16 orang daripada keseluruhan responden merupakan wanita yang berstatus bujang dan 87 orang responden pula berstatus janda.



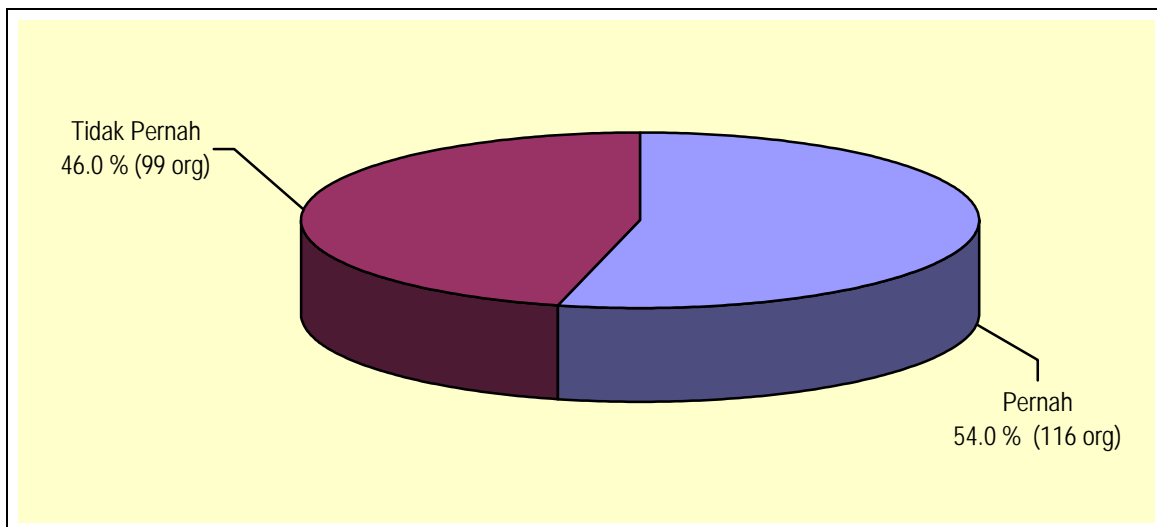
Rajah 4.6 : Sebab-sebab Menceburkan Diri Dalam Perniagaan

Berdasarkan Rajah 4.6, boleh dirumuskan bahawa majoriti responden, iaitu seramai 87 orang (40.5%) responden telah menceburkan diri dalam bidang perniagaan disebabkan oleh faktor minat. Ini diikuti oleh faktor menjadikan bidang perniagaan sebagai punca pendapatan dengan kekerapan responden sebanyak 78 orang (36.3%) dan faktor sebagai kerja sampingan dengan kekerapan responden sebanyak 17 orang (7.9%). Hanya 8 orang (3.7%) responden menyatakan bahawa mereka berniaga kerana kurang berpuas hati dengan pekerjaan terdahulu. Seramai 14 orang (6.5%) responden berniaga disebabkan oleh sokongan keluarga dan hanya seorang (0.5%) responden yang berniaga kerana menerima sokongan daripada pihak kerajaan.



Rajah 4.7 : Pekerjaan Terakhir Sebelum Berniaga

Rajah 4.7 menunjukkan majoriti responden iaitu 104 orang responden tidak bekerja atau menjadi suri rumah sepenuh masa sebelum menceburkan diri dalam bidang perniagaan. Ini diikuti dengan 66 orang responden yang telah bekerja dengan sektor swasta dan 28 orang merupakan kakitangan kerajaan.

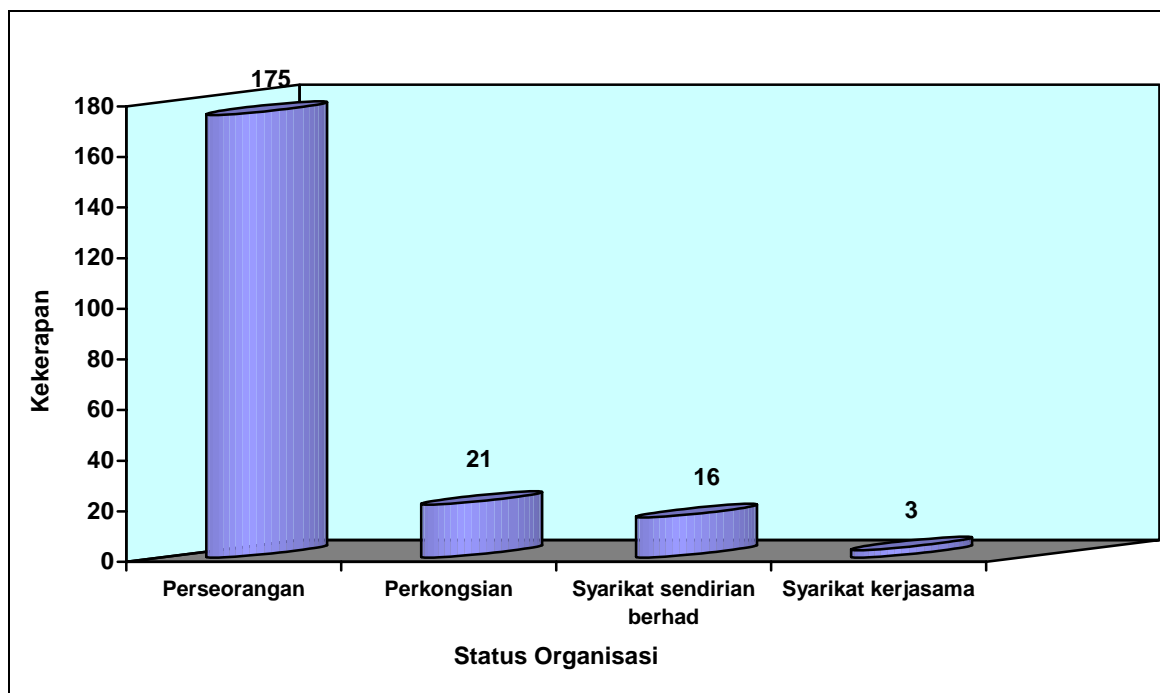


Rajah 4.8 : Penyertaan Dalam Latihan / Kursus Tentang Keusahawanan

Daripada Rajah 4.8, didapati majoriti responden iaitu seramai 116 orang (54.0 %) responden memberitahu bahawa mereka pernah menyertai atau mengikuti latihan / kursus keusahawanan manakala seramai 99 orang (46.0%) responden pula memberitahu bahawa mereka tidak pernah menerima sebarang latihan / kursus tentang perniagaan / keusahawanan.

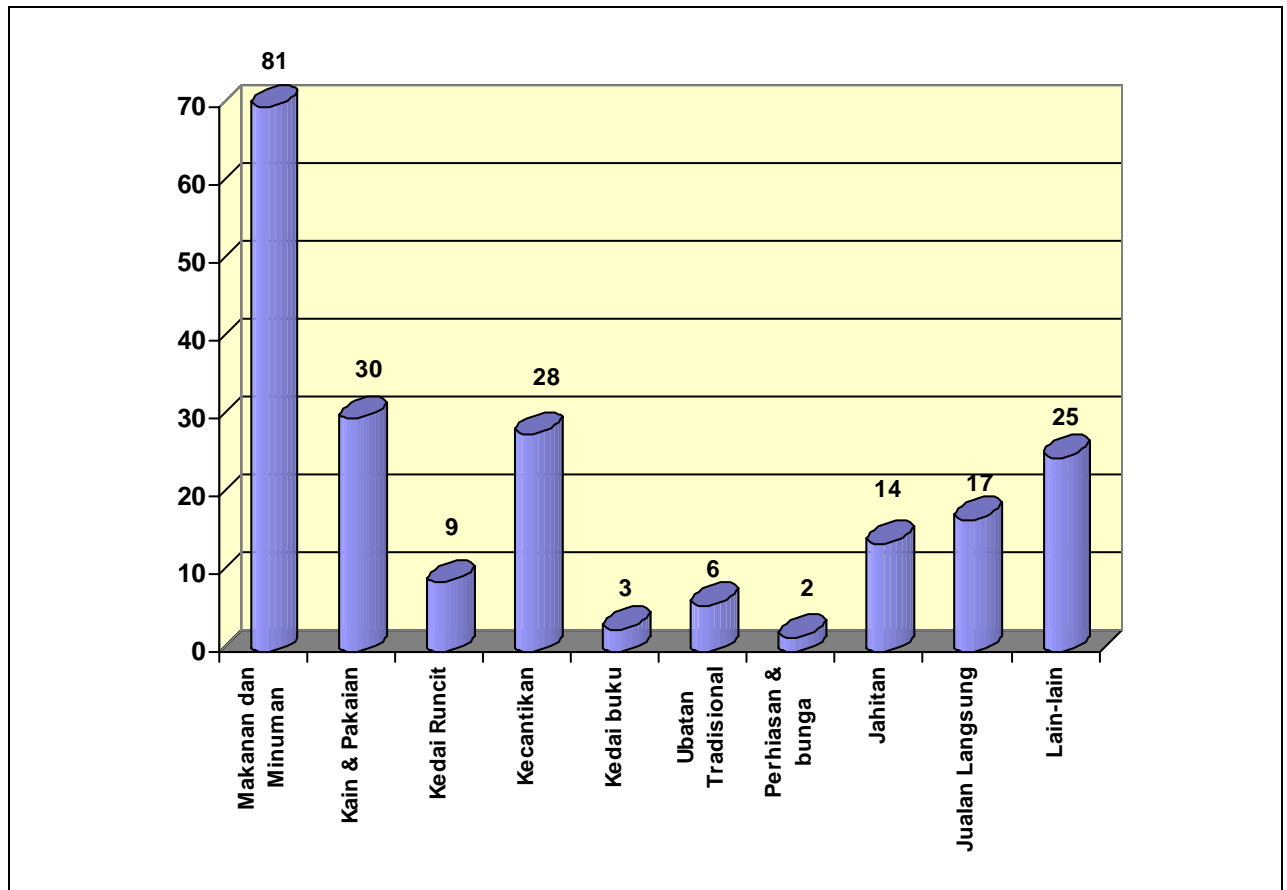
4.2.2 Bahagian B : Maklumat Perniagaan Dan Perusahaan

Bahagian ini akan membincangkan dapatan kajian berdasarkan maklumat perniagaan dan perusahaan responden yang merangkumi maklumat status organisasi, jenis perusahaan, tempoh menjalankan perniagaan, umur semasa memulakan perniagaan, pengalaman dan tempoh pengalaman, bilangan pekerja, modal dan sumber modal, pengendali akaun kira-kira, khidmat nasihat dan prestasi perniagaan berbanding tahun sebelumnya.



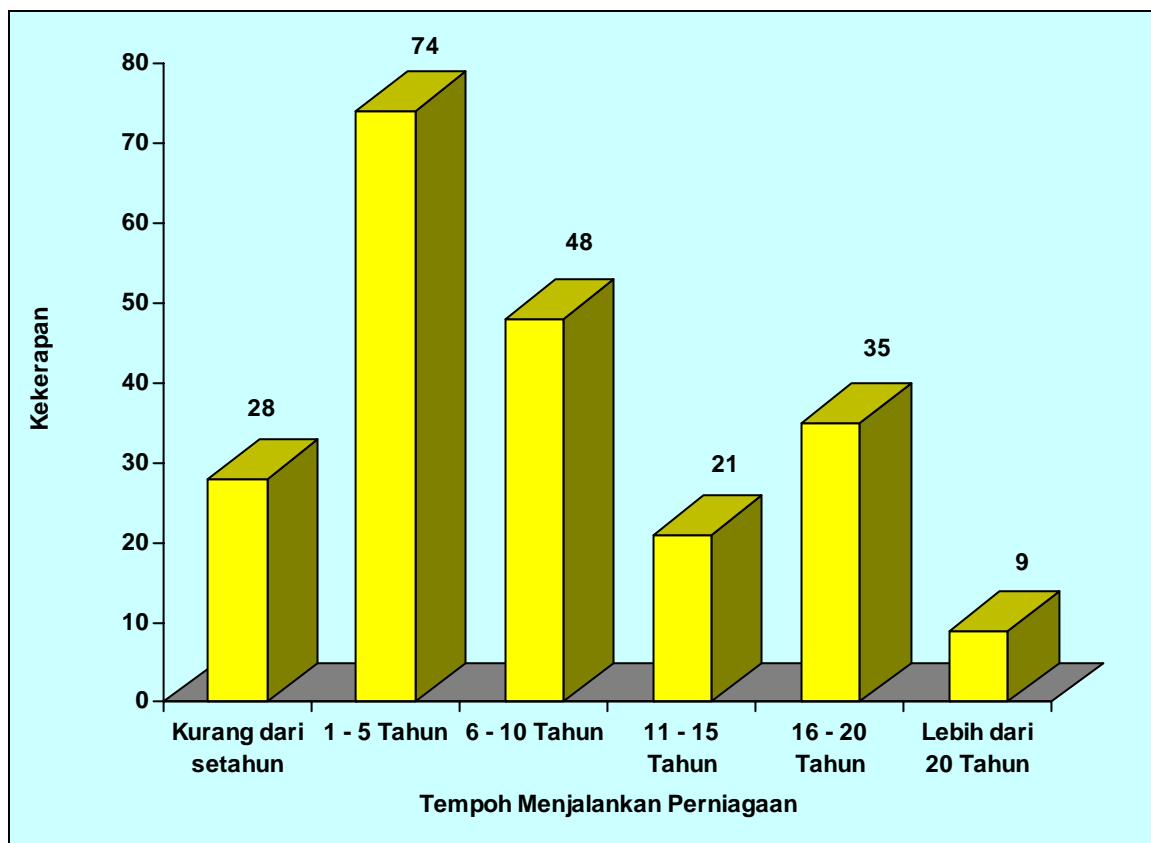
Rajah 4.9 : Status Organisasi

Rajah 4.9 menunjukkan majoriti (175 orang) usahawan wanita di negeri Johor mendaftarkan perniagaan mereka di bawah status pemilikan tunggal / perseorangan . Terdapat seramai 21 orang responden pula mempunyai perniagaan berstatus perkongsian dan seramai 16 orang responden menjalankan perniagaan berstatus syarikat sendirian berhad. Daripada keseluruhan responden, hanya 3 orang responden yang menjalankan perniagaan melalui syarikat berstatus syarikat kerjasama.



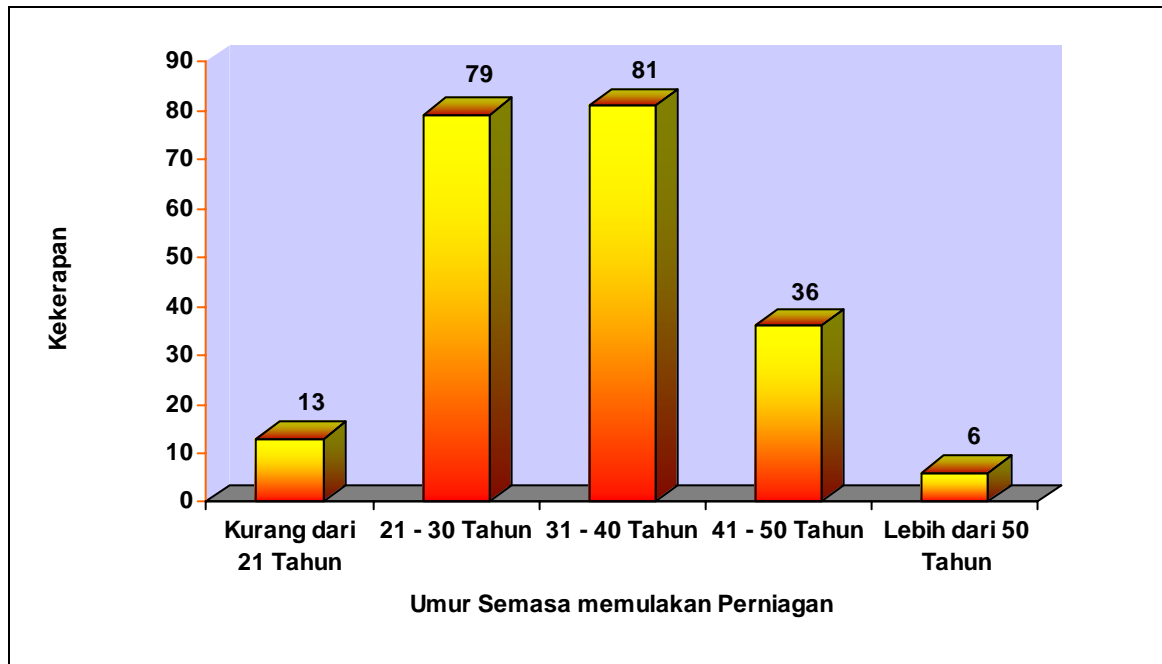
Rajah 4.10 : Jenis Perniagaan / Perusahaan

Melalui Rajah 4.10, dapat di lihat bahawa kebanyakan daripada responden menjalankan perniagaan/perusahaan berasaskan makanan dan minuman iaitu seramai 81 orang. Ini diikuti dengan perniagaan kain dan pakaian (30 orang), kecantikan (28 orang) serta bidang-bidang lain yang tidak disenaraikan (25 orang). Hanya sebilangan kecil sahaja daripada usahawan wanita yang terlibat dalam perniagaan kedai buku dan perhiasan dan bunga iaitu masing 3 orang dan 2 orang responden.



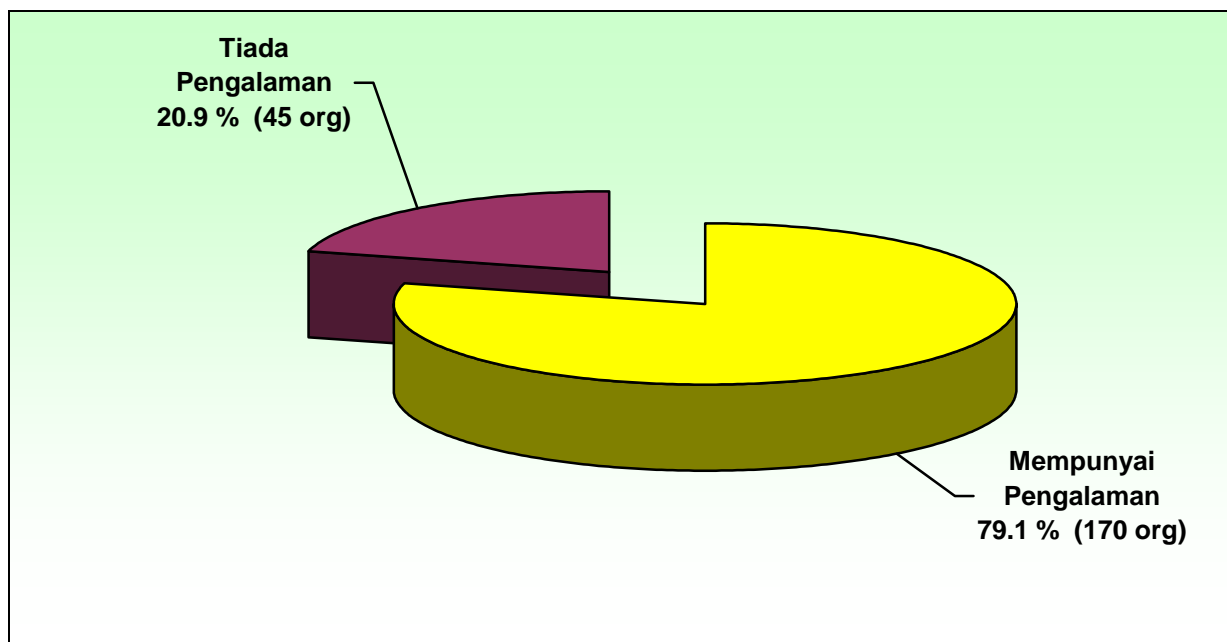
Rajah 4.11 : Tempoh Menjalankan Perniagaan

Hasil kajian pada Rajah 4.11 menunjukkan majoriti responden iaitu seramai 74 orang responden telah menjalankan perniagaan selama 1 hingga 5 tahun. Ini diikuti 48 orang responden yang telah menjalankan perniagaan selama 6-10 tahun. Hasil kajian juga menunjukkan seramai 65 orang responden telah menjalankan perniagaan lebih dari 10 tahun dan hanya 28 orang responden yang menjalankan perniagaan kurang dari setahun.



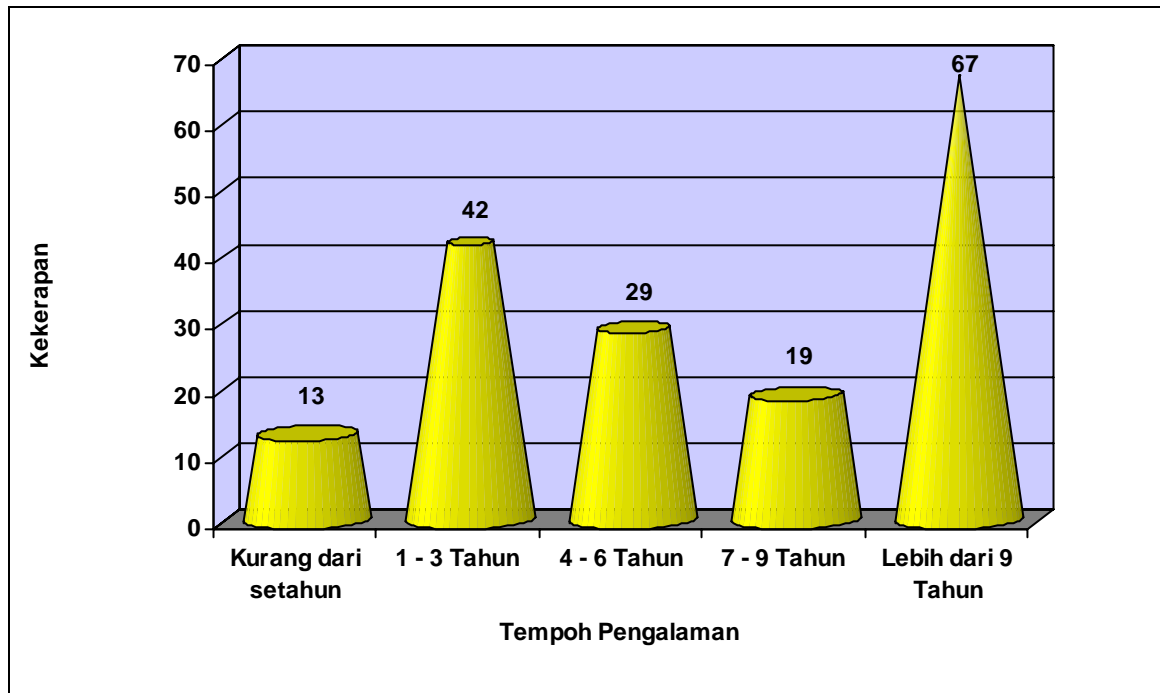
Rajah 4.12 : Umur Semasa Memulakan Perniagaan

Rajah 4.12 menunjukkan dapatan kajian berkaitan umur usahawan wanita semasa memulakan perniagaan. Dapatan kajian menunjukkan sebahagian besar daripada usahawan wanita mula menceburkan diri dalam bidang perniagaan pada umur 31 – 40 tahun iaitu seramai 81 orang. Walau bagaimanapun, hanya sedikit perbezaan (2 orang) ditunjukkan pada bilangan responden yang mula berniaga pada umur 21-30 tahun. Seramai 36 orang responden memulakan perniagaan pada umur 41-50 tahun, 6 orang responden pada lebih dari 50 tahun dan seramai 13 orang responden memulakan perniagaan pada usia 20 tahun dan ke bawah.



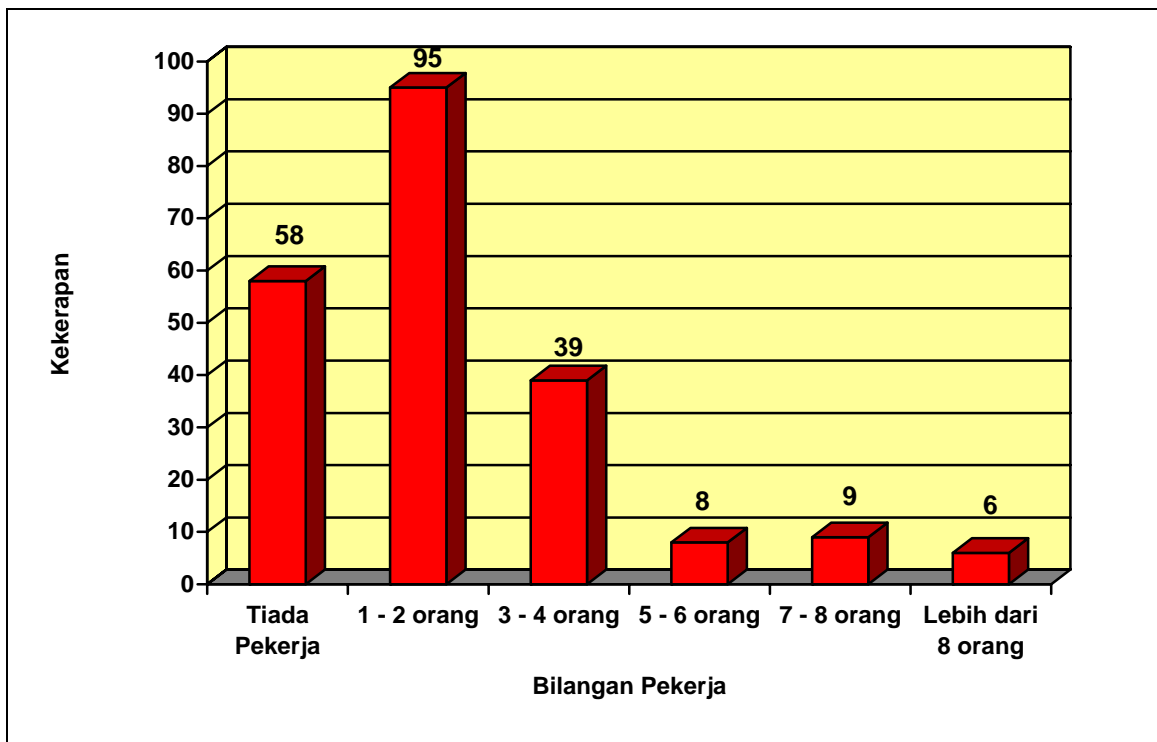
Rajah 4.13 : Pengalaman Yang Dimiliki Dalam Bidang Perusahaan / Perniagaan Yang Diceburi

Daripada 215 orang responden, majoriti responden iaitu seramai 170 orang (79.1%) menyatakan bahawa mereka mempunyai pengalaman dalam bidang perniagaan yang mereka ceburi seperti yang ditunjukkan dalam Rajah 4.13. Hanya 45 orang responden sahaja yang tidak mempunyai pengalaman dalam bidang perniagaan yang mereka ceburi.



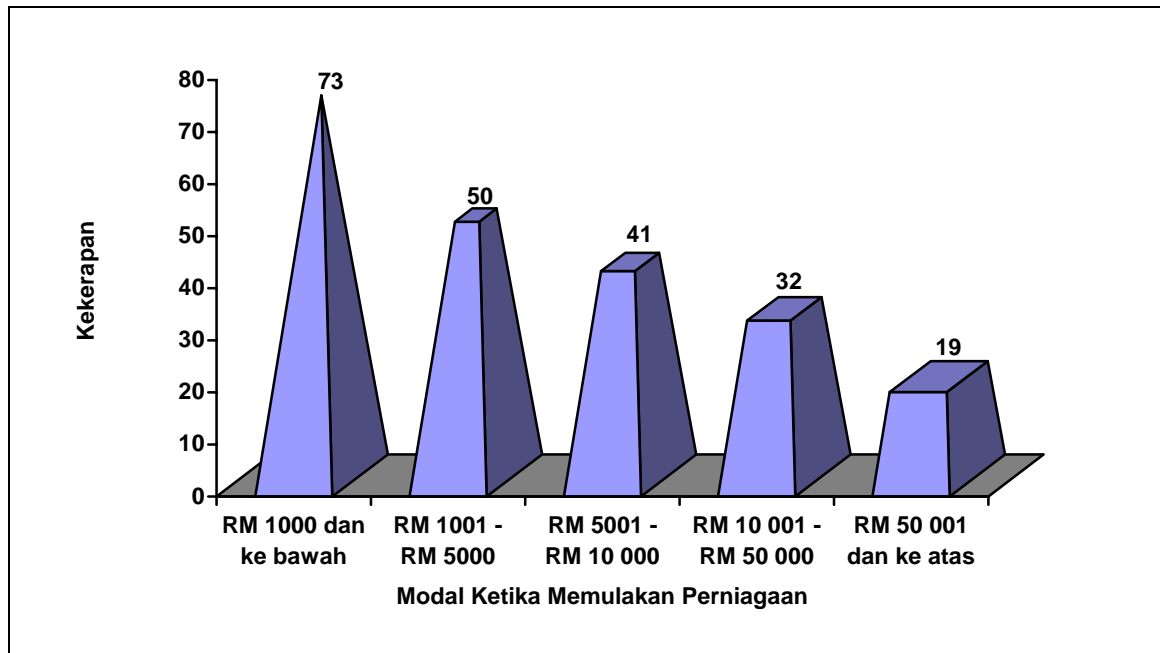
Rajah 4.14 : Tempoh Pengalaman Dalam Perusahaan / Perniagaan

Berdasarkan 170 orang responden yang mengatakan mereka mempunyai pengalaman dalam bidang perniagaan yang mereka ceburi, majoriti daripada responden (67 orang) mempunyai pengalaman selama 10 tahun dan ke atas. Ini diikuti dengan 42 orang responden mempunyai pengalaman selama 1-3 tahun, 29 orang responden berpengalaman selama 4-6 tahun dan 19 orang memiliki pengalaman selama 7 – 9 tahun. Kajian menunjukkan hanya 13 orang responden yang mempunyai pengalaman kurang dari setahun.



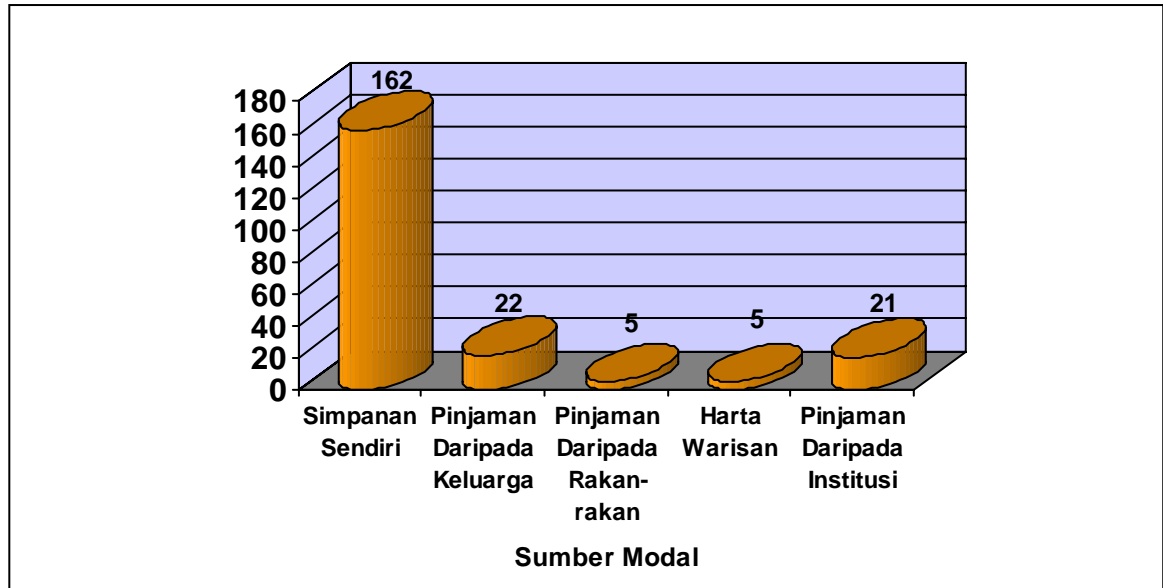
Rajah 4.15 : Bilangan Pekerja

Rajah 4.15 menunjukkan majoriti responden iaitu seramai 95 orang responden mempunyai 1 – 2 orang pekerja untuk membantu mengendalikan operasi perniagaan mereka. Walau bagaimanapun, hasil kajian mendapati seramai 58 orang responden tidak mempunyai pekerja. Seterusnya, seramai 39 orang responden pula memiliki 3 – 4 orang pekerja, 8 orang responden memiliki 5-6 orang pekerja dan 9 orang responden memiliki 7-8 orang pekerja. Hanya 6 orang responden mempunyai tenaga pekerja lebih dari 9 orang pekerja.



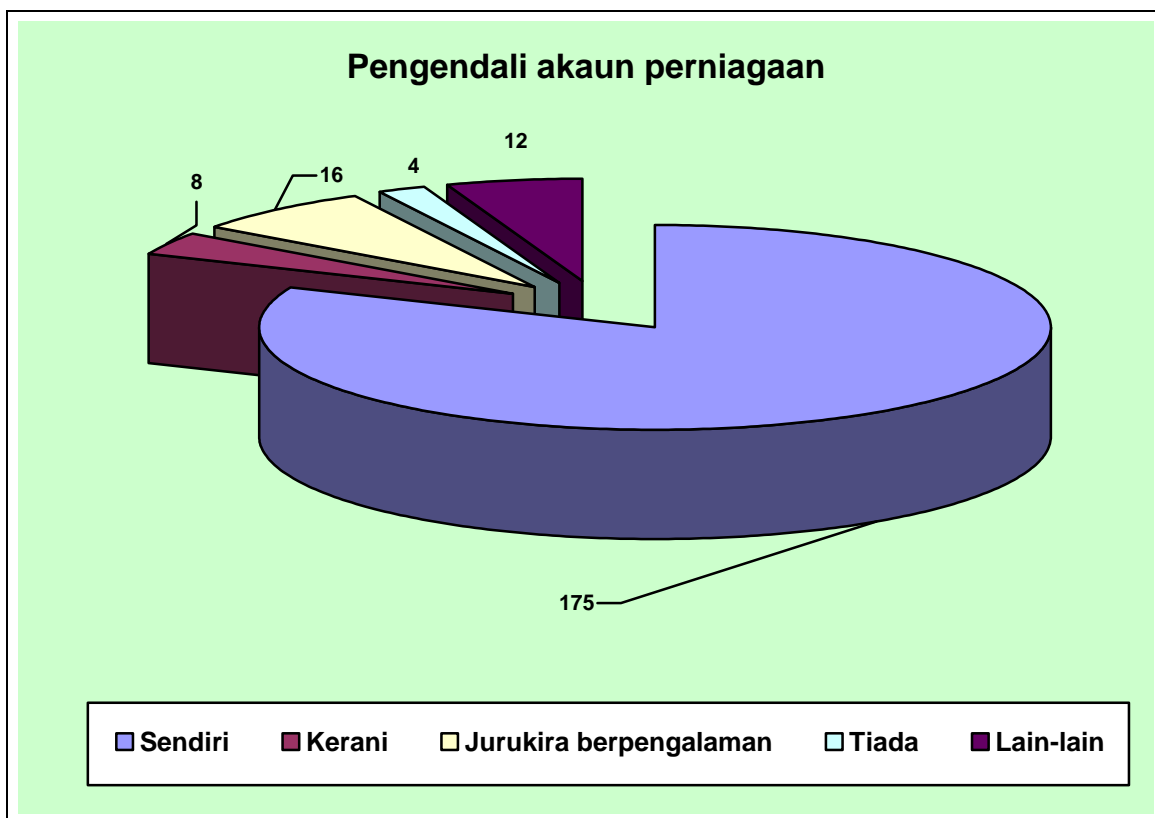
Rajah 4.16 : Modal Ketika Memulakan Perniagaan

Hasil analisis terhadap 215 soal selidik, didapati sebahagian besar daripada responden memulakan perniagaan dengan modal sebanyak RM 1000 dan ke bawah iaitu seramai 73 orang. Ini diikuti seramai 50 orang memulakan perniagaan dengan modal sebanyak RM 1001 – RM 5000 dan 41 orang responden pula dengan modal RM 5001 - .RM 10 000. Hanya 51 orang responden yang memulakan perniagaan dengan sejumlah modal yang agak besar iaitu melebihi RM 10 000 seperti yang ditunjukkan dalam Rajah 4.16.



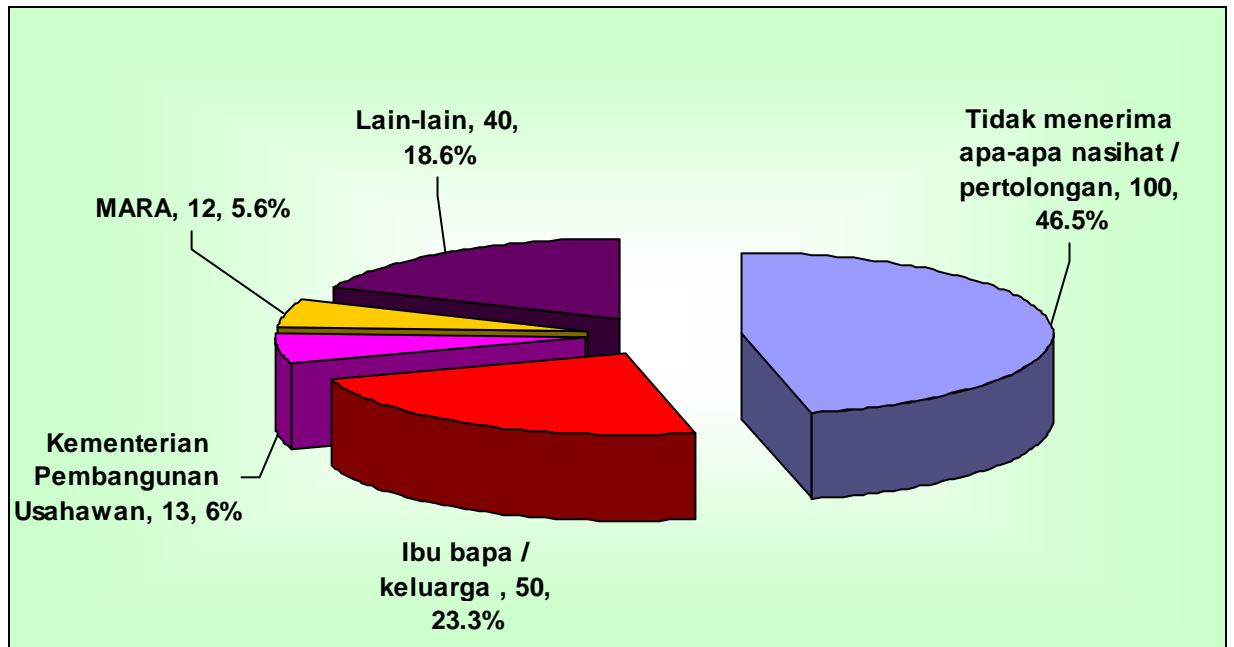
Rajah 4.17 : Sumber Modal

Rajah 4.17 menunjukkan sumber modal yang diperolehi oleh responden untuk memulakan perniagaan. Dapatan kajian menunjukkan majoriti daripada responden memulakan perniagaan dengan menggunakan wang simpanan sendiri iaitu seramai 162 orang. Selain daripada simpanan sendiri terdapat juga responden yang mendapatkan modal melalui sumber-sumber lain seperti pinjaman daripada keluarga (22 orang) dan pinjaman dari institusi kewangan (21 orang). Masing-masing 5 orang responden yang mendapat sumber modal dari pinjaman dari rakan-rakan dan harta warisan.



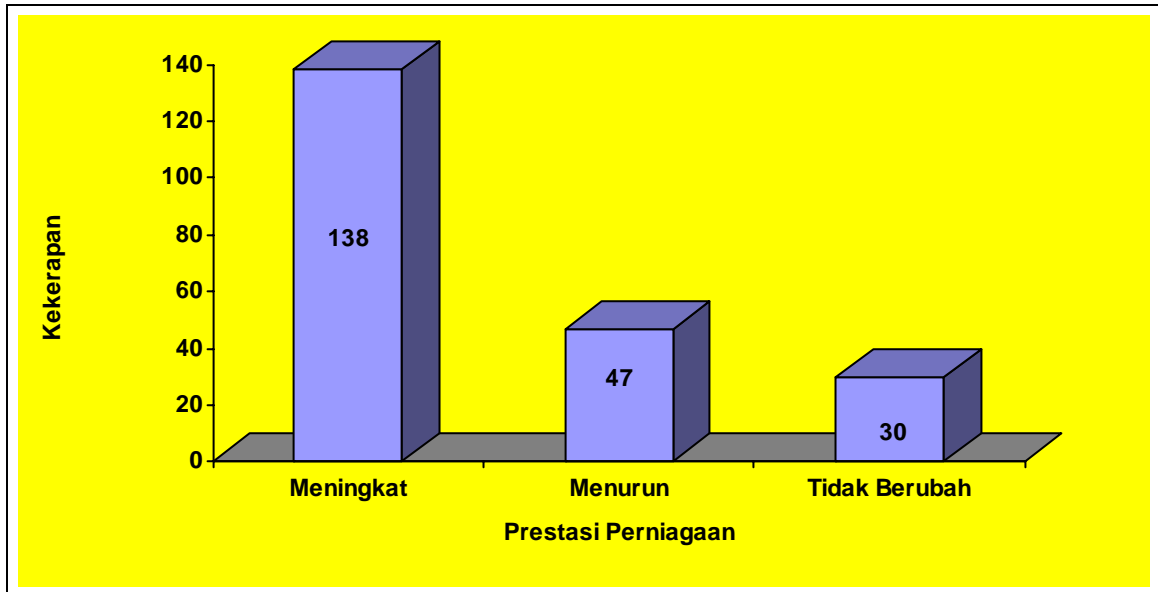
Rajah 4.18 : Pengendali Akaun Perniagaan

Rajah 4.18 menunjukkan dapatan kajian berkaitan pengendali simpan kira-kira / akaun perniagaan usahawan wanita. Hasil kajian menunjukkan majoriti daripada responden iaitu seramai 175 orang mengendalikan sendiri akaun perniagaan mereka. Hasil kajian juga menunjukkan hanya 16 orang responden yang menggunakan khidmat juru kira berpengalaman dan 8 orang menggunakan khidmat kerani. Hanya sebilangan kecil iaitu seramai 4 orang responden yang tidak menguruskan akaun perniagaan mereka.



Rajah 4.19 : Perkhidmatan Nasihat / Pertolongan

Carta pai di atas menunjukkan majoriti daripada responden iaitu seramai 100 orang responden tidak pernah menerima sebarang nasihat atau pertolongan daripada mana-mana agensi. Seramai 50 orang responden memperolehi nasihat atau pertolongan dari ibubapa/keluarga dan hanya sebahagian kecil responden yang memperolehi nasihat dan pertolongan daripada lain-lain agensi dan pertubuhan, MARA dan Kementerian Pembangunan Usahawan.



Rajah 4.20 : Prestasi Perniagaan Berbanding Tahun Lepas

Rajah 4.20 menunjukkan prestasi perniagaan usahawan wanita berbanding tahun lepas. Hasil kajian menunjukkan majoriti perniagaan usahawan wanita mengalami peningkatan dan hanya 47 daripada keseluruhan perniagaan responden yang mengalami penurunan prestasi.

4.2.3 Bahagian C : Penglibatan Usahawan Wanita Dalam Bidang Perniagaan

Bahagian ini akan membentangkan hasil dapatan berkaitan dengan faktor-faktor penglibatan usahawan wanita dalam bidang perniagaan. Selain itu, dapatan kajian tentang persepsi responden terhadap tahap penglibatan usahawan wanita secara keseluruhan dan berdasarkan faktor luaran dan faktor dalaman akan turut dibentangkan.

Jadual 4.1: Min bagi Faktor-Faktor Penglibatan Usahawan Wanita

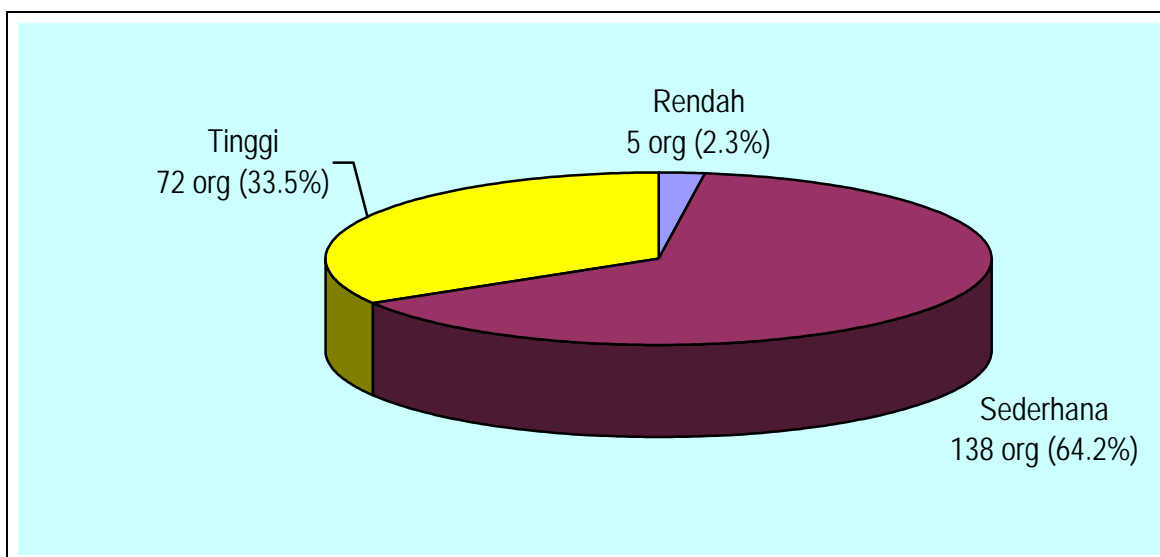
Bil.	Faktor-faktor Penglibatan	Min
1.	Mempunyai minat yang mendalam dalam bidang perniagaan yang diceburi.	3.38
2.	Ingin mencapai cita-cita sebagai seorang usahawan.	3.33
3.	Saya ingin berdikari.	3.33
4.	Membantu menyara keluarga.	3.26
5.	Ingin mendapatkan tabungan yang tinggi.	3.18
6.	Ahli keluarga mendorong saya untuk menceburi bidang perniagaan	3.12
7.	Ingin mendapatkan kepuasan kerja.	3.07
8.	Memperolehi peluang untuk berniaga.	2.96
9.	Dasar kerajaan yang memberikan bantuan kepada usahawan bumiputera.	2.93
10.	Mengambil alih perniagaan keluarga.	2.88
11.	Saya mempunyai pengalaman dalam bidang perniagaan yang diceburi.	2.84
12.	Rangsangan daripada kejayaan orang lain.	2.80
13.	Sanggup menghadapi risiko dalam perniagaan.	2.80
14.	Saya tidak suka bekerja makan gaji.	2.72
15.	Ingin cepat kaya/ menikmati cara hidup mewah.	2.67
16.	Desakan hidup menyebabkan saya menceburi bidang perniagaan.	2.46
17.	Tidak berpuas hati dengan pekerjaan dahulu.	2.33
18.	Kehilangan pekerjaan.	2.01

Daripada jadual di atas, dapatlah dibuat rumusan bahawa antara faktor-faktor kritikal yang menyumbang kepada penglibatan usahawan wanita ke dalam bidang perniagaan ialah faktor minat, faktor cita-cita untuk menjadi seorang usahawan, faktor ingin hidup berdikari, faktor ingin membantu menyara keluarga, faktor ingin mendapatkan tabungan yang tinggi, faktor ahli keluarga sebagai pendorong dan faktor ingin mendapatkan kepuasan kerja dengan masing-masing mempunyai nilai min melebihi 3.0.

Jadual 4.2 : Dimensi yang paling mempengaruhi penglibatan

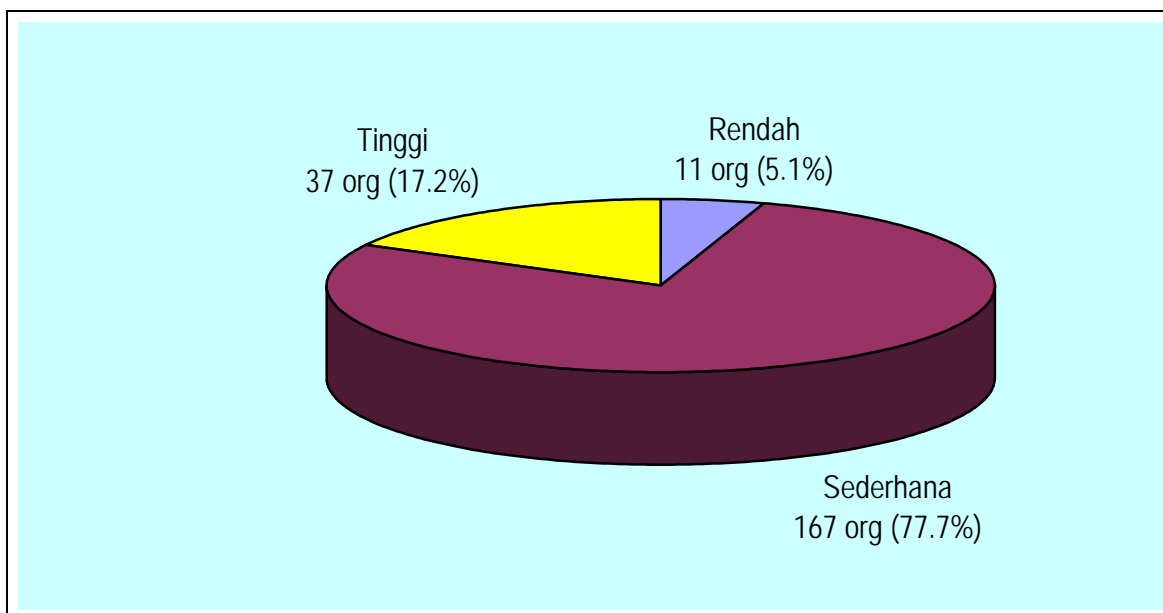
Faktor Penglibatan	Min
Dalaman	3.04
Luaran	2.68

Daripada jadual di atas, didapati dimensi dalaman paling menyumbang kepada penglibatan usahawan wanita dalam bidang perniagaan dengan nilai min 3.04 berbanding dimensi luaran yang hanya mencatat nilai min 2.68.



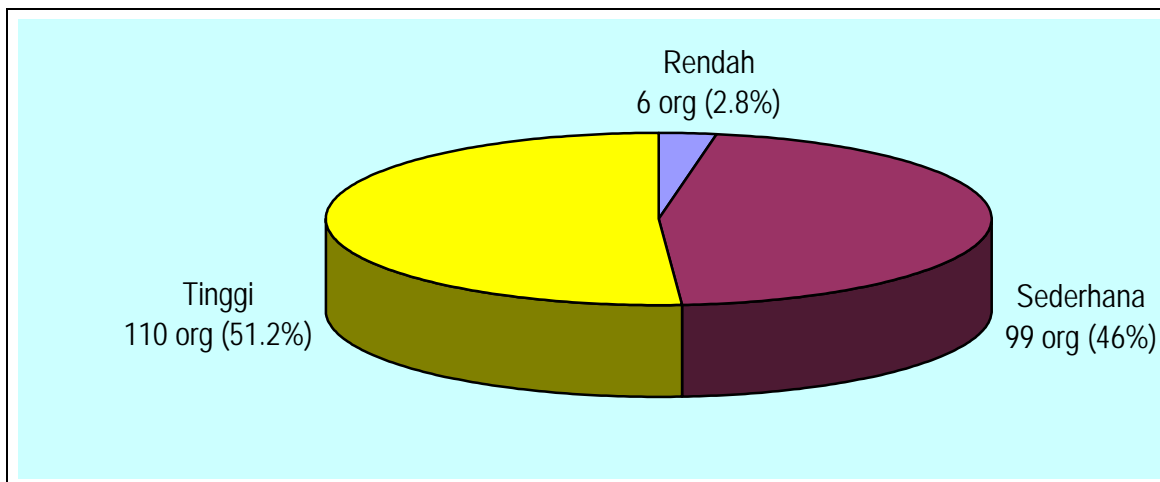
Rajah 4.21 : Persepsi Responden Terhadap Tahap Penglibatan Usahawan Wanita Dalam Bidang Perniagaan Secara Keseluruhan

Rajah 4.21 menunjukkan persepsi responden terhadap tahap penglibatan usahawan wanita dalam bidang perniagaan secara keseluruhan. Dapatan kajian menunjukkan bahawa majoriti responden berpendapat bahawa tahap penglibatan usahawan wanita dalam bidang perniagaan berada pada tahap sederhana iaitu seramai 138 orang (64.2%). Seramai 72 orang (33.5%) responden mengatakan pada tahap tinggi dan hanya 5 orang responden (2.3%) yang berpendapat tahap penglibatan usahawan wanita dalam bidang perniagaan berada pada tahap rendah.



Rajah 4.22 : Persepsi Responden Terhadap Tahap Penglibatan Usahawan Wanita Dalam Bidang Perniagaan Berdasarkan Faktor-faktor Luaran

Rajah 4.22 menunjukkan persepsi responden terhadap penglibatan usahawan wanita dalam bidang perniagaan berdasarkan faktor-faktor luaran. Hasil kajian menunjukkan sebilangan besar responden iaitu seramai 167 orang (77.7%) berpendapat bahawa tahap penglibatan usahawan wanita dalam bidang perniagaan berdasarkan faktor-faktor luaran hanya berada pada sederhana. Ini diikuti dengan 37 orang (17.2%) mengatakan pada tahap tinggi manakala hanya 11 orang (5.1%) yang mengatakan pada tahap yang rendah. Daripada dapatan tersebut, dapatlah dibuat kesimpulan bahawa faktor-faktor luaran tidak begitu mempengaruhi penglibatan usahawan wanita dalam menceburi bidang perniagaan.



Rajah 4.23 : Persepsi Responden Terhadap Tahap Penglibatan Usahawan Wanita Dalam Bidang Perniagaan Berdasarkan Faktor-faktor Dalaman

Carta pai di atas menunjukkan persepsi responden terhadap tahap penglibatan usahawan wanita dalam bidang perniagaan berdasarkan faktor-faktor dalaman. Dapatan menunjukkan majoriti daripada responden (110 orang, 51.2%) merasakan tahap penglibatan usahawan wanita berdasarkan faktor-faktor dalaman berada pada tahap yang tinggi. Ini diikuti dengan 99 orang (46%) mengatakan pada tahap sederhana manakala hanya 6 orang (2.8%) mengatakan pada tahap rendah. Ini menunjukkan bahawa faktor-faktor dalaman mempengaruhi penglibatan usahawan wanita untuk menceburi bidang perniagaan.

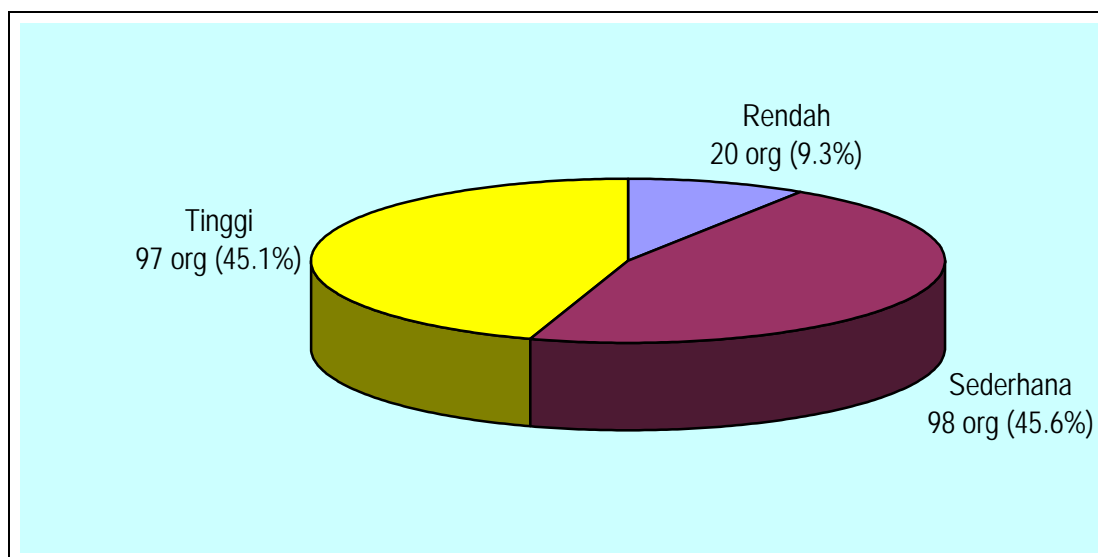
4.2.4 Bahagian D : Kejayaan Usahawan Wanita Dalam Bidang Perniagaan

Hasil dapatan berkaitan dengan faktor-faktor kejayaan usahawan wanita dalam bidang perniagaan akan dibentangkan pada bahagian ini. Dapatan yang akan dibentangkan meliputi persepsi responden terhadap tahap kejayaan usahawan wanita dalam bidang perniagaan secara keseluruhan dan berdasarkan enam elemen yang dikaji iaitu elemen persekitaran, elemen kemahiran, elemen strategi perniagaan, elemen penggunaan teknologi maklumat, elemen amalan pengurusan dan elemen sikap.

Jadual 4.3 : Elemen yang paling mempengaruhi kejayaan

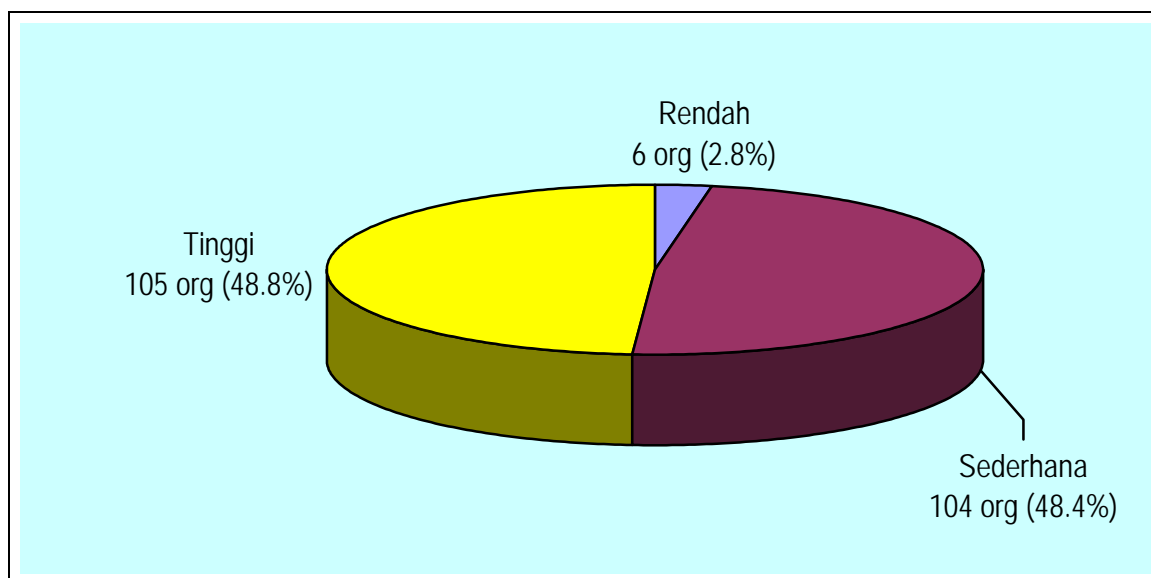
Elemen Kejayaan	Min
Kemahiran	2.85
Strategi Perniagaan	3.06
Penggunaan IT	2.41
Pengurusan Perniagaan	2.91
Persekitaran	3.09
Sikap	3.26

Berdasarkan jadual di atas, didapati elemen yang paling mempengaruhi kejayaan usahawan wanita berdasarkan persepsi responden ialah elemen sikap yang mencatatkan nilai min tertinggi iaitu 3.26. Ia diikuti oleh elemen persekitaran (3.09), elemen strategi perniagaan (3.06), elemen pengurusan perniagaan (2.91), elemen kemahiran (2.85) dan elemen penggunaan IT (2.41).

**Rajah 4.24 :** Persepsi Responden Terhadap Tahap Kejayaan Usahawan Wanita Dalam Bidang Perniagaan Secara Keseluruhan

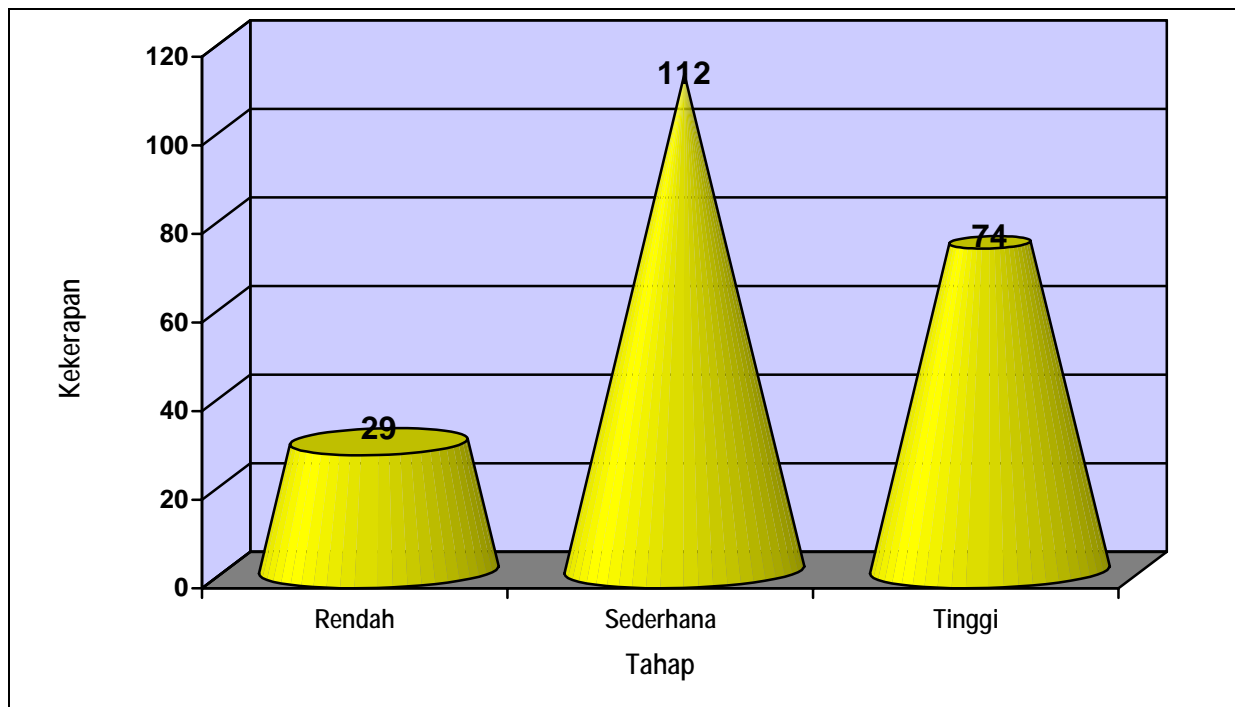
Carta pai di atas menunjukkan persepsi responden terhadap tahap kejayaan usahawan wanita dalam bidang perniagaan secara keseluruhan. Majoriti responden berpendapat bahawa

tahap kejayaan usahawan wanita dalam bidang perniagaan berada pada tahap sederhana (98 orang atau 45.6%). Walau bagaimanapun, dapatan menunjukkan perbezaan yang terlalu kecil antara tahap tinggi dan sederhana. Hanya 20 orang responden yang berpendapat tahap kejayaan usahawan wanita berada pada tahap rendah.



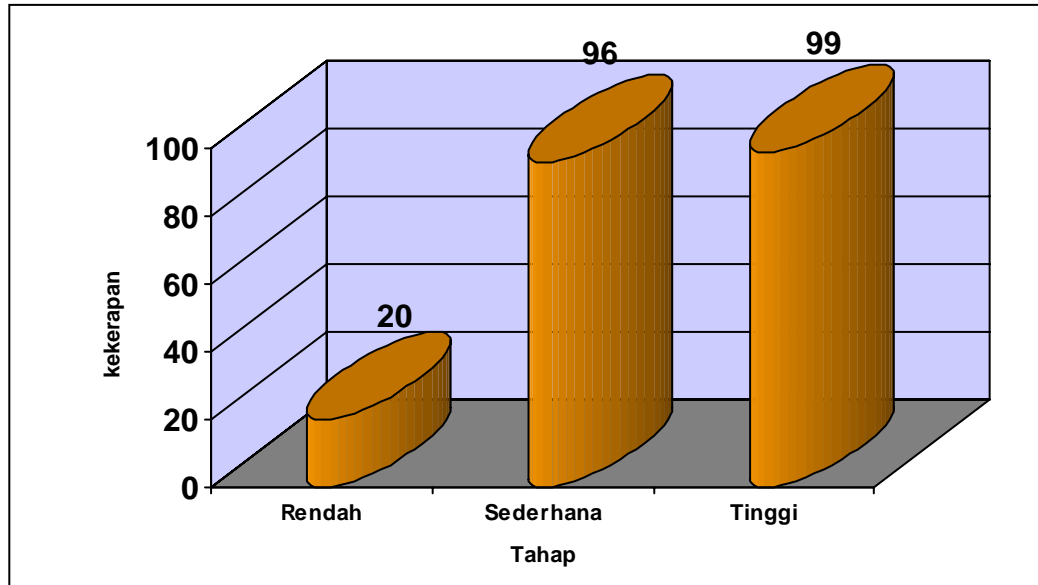
Rajah 4.25 : Persepsi Responden Terhadap Tahap Kejayaan Usahawan Wanita Dalam Bidang Perniagaan Berdasarkan Elemen Persekitaran

Rajah 4.25 menunjukkan persepsi responden terhadap tahap kejayaan usahawan wanita dalam bidang perniagaan berdasarkan elemen persekitaran. Dapatan menunjukkan majoriti daripada responden berpendapat tahap kejayaan usahawan wanita berdasarkan elemen persekitaran berada pada tahap tinggi iaitu seramai 105 orang (48.8%). Perbezaan responden yang memberikan pendapat antara tahap tinggi dan tahap sederhana hanya seorang responden. Hanya 6 orang responden sahaja yang mengatakan kejayaan usahawan wanita berada pada tahap rendah.



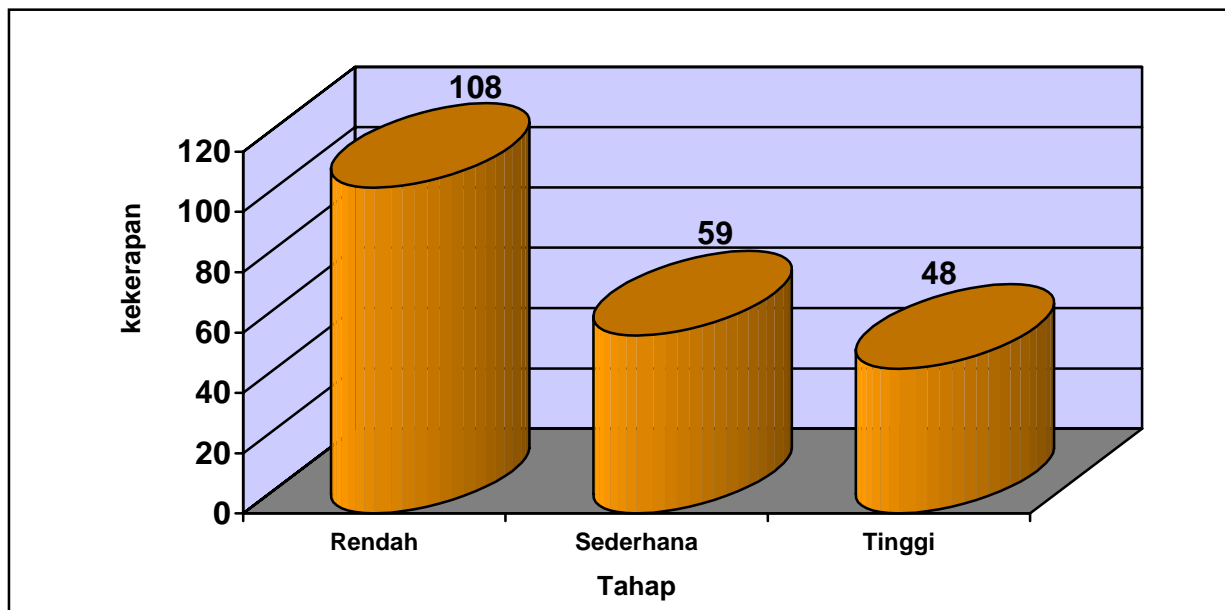
Rajah 4.26 : Persepsi Responden Terhadap Tahap Kejayaan Usahawan Wanita Dalam Bidang Perniagaan Berdasarkan Elemen Kemahiran

Rajah 4.26 menggambarkan persepsi responden terhadap tahap kejayaan usahawan wanita dalam bidang perniagaan berdasarkan elemen kemahiran. Hasil kajian menunjukkan majoriti responden mengatakan tahap kejayaan usahawan wanita dalam bidang perniagaan berdasarkan elemen kemahiran berada pada tahap sederhana. Seramai 74 orang responden pula berpendapat tahap kejayaan berada pada tahap tinggi dan hanya 29 orang responden yang mengatakan pada tahap rendah. Dapatan ini menunjukkan bahawa kemahiran merupakan antara faktor yang membantu kejayaan usahawan wanita dalam perniagaan.



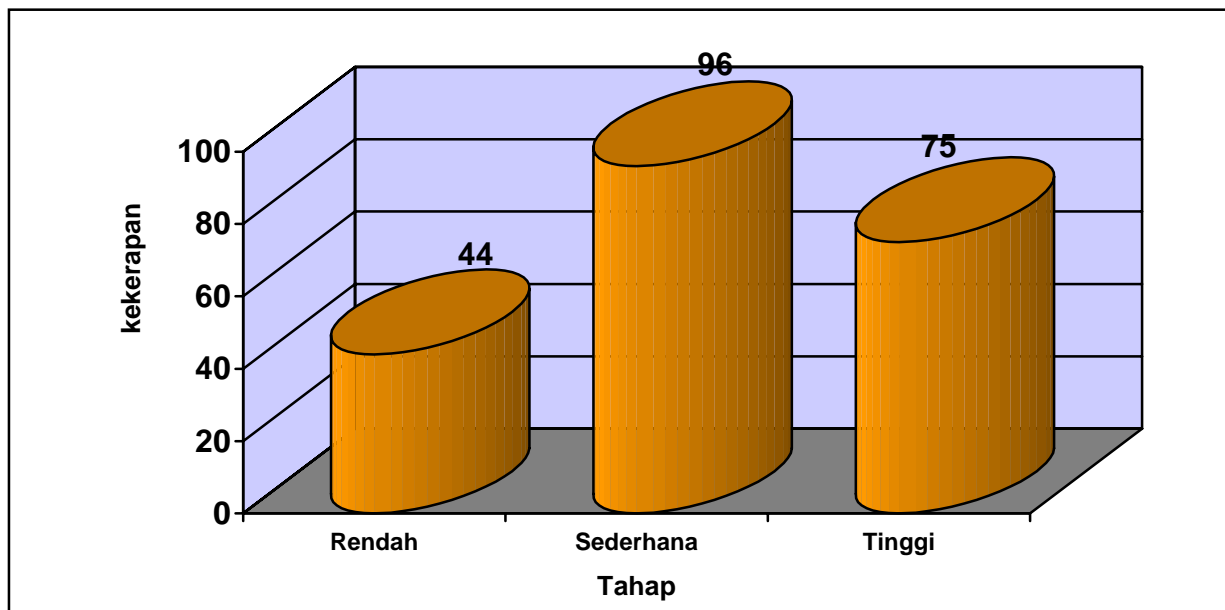
Rajah 4.27 : Persepsi Responden Terhadap Tahap Kejayaan Usahawan Wanita Dalam Bidang Perniagaan Berdasarkan Elemen Strategi Perniagaan

Rajah 4.27 menunjukkan persepsi responden terhadap kejayaan usahawan wanita dalam bidang perniagaan berdasarkan elemen strategi perniagaan. Hasil kajian menunjukkan perbezaan yang kecil antara tahap tinggi dan tahap sederhana dengan perbezaan sebanyak 3 orang. Hanya 20 orang responden sahaja yang berpendapat tahap kejayaan usahawan wanita berada pada tahap rendah.



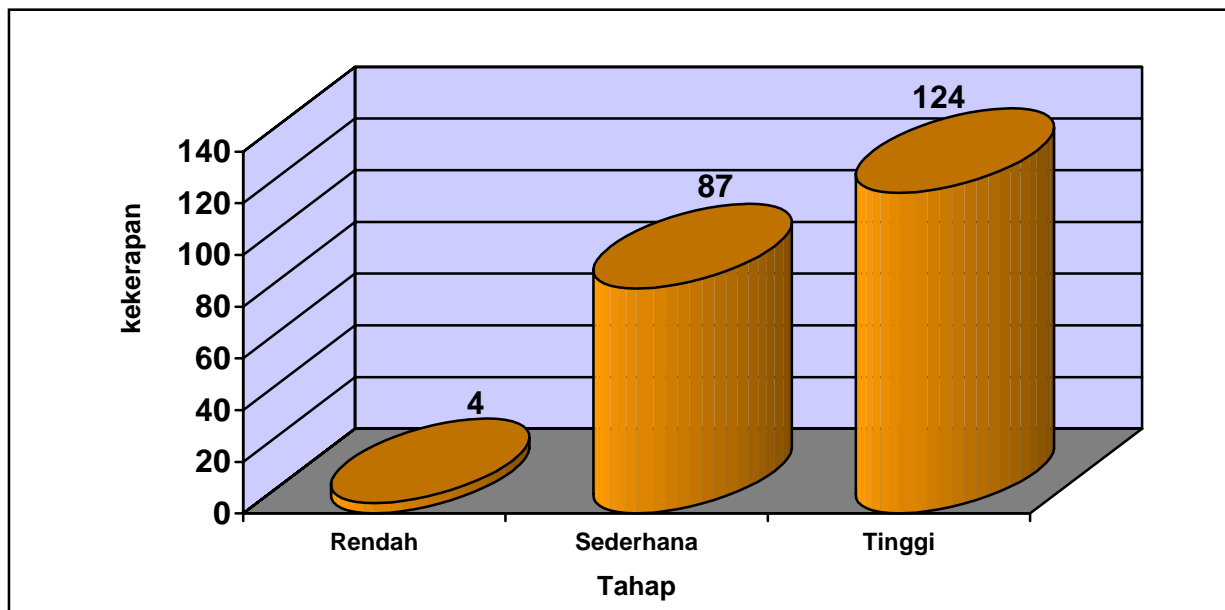
Rajah 4.28 : Persepsi Responden Terhadap Tahap Kejayaan Usahawan Wanita Dalam Bidang Perniagaan Berdasarkan Elemen Penggunaan Teknologi Maklumat

Rajah 4.28 menunjukkan persepsi responden terhadap kejayaan usahawan wanita berdasarkan elemen penggunaan teknologi maklumat. Hasil kajian menunjukkan majoriti responden (108 orang) mengatakan kejayaan usahawan wanita berdasarkan elemen penggunaan teknologi maklumat berada pada tahap rendah. 59 orang responden pula mengatakan pada tahap sederhana dan 48 orang pada tahap tinggi. Ini menunjukkan bahawa majoriti responden bersetuju bahawa elemen penggunaan teknologi maklumat tidak menyumbang kepada kejayaan perniagaan mereka.



Rajah 4.29 : Persepsi Responden Terhadap Tahap Kejayaan Usahawan Wanita Dalam Bidang Perniagaan Berdasarkan Elemen Amalan Pengurusan

Rajah 4.29 menunjukkan persepsi responden terhadap kejayaan usahawan wanita berdasarkan elemen amalan pengurusan. Hasil kajian menunjukkan majoriti responden iaitu 96 orang mengatakan kejayaan usahawan wanita berdasarkan elemen amalan pengurusan berada pada tahap sederhana. Seramai 75 orang responden yang berpendapat kejayaan usahawan wanita berada pada tahap tinggi dan 44 orang mengatakan pada tahap rendah. Secara keseluruhannya, elemen amalan pengurusan menyumbang kepada kejayaan usahawan wanita dalam perniagaan.



Rajah 4.30 : Persepsi Responden Terhadap Tahap Kejayaan Usahawan Wanita Dalam Bidang Perniagaan Berdasarkan Elemen Sikap

Rajah di atas menggambarkan persepsi responden terhadap kejayaan usahawan wanita berdasarkan elemen sikap. Hasil kajian menunjukkan majoriti responden iaitu 124 orang mengatakan kejayaan usahawan wanita berdasarkan elemen sikap berada pada tahap tinggi. Seramai 87 orang mengatakan pada tahap sederhana dan hanya 4 orang yang mengatakan pada tahap rendah. Ini menunjukkan bahawa majoriti responden bersetuju bahawa elemen sikap merupakan antara faktor penting yang membantu kepada kejayaan usahawan wanita dalam bidang perniagaan.

4.2.5 Bahagian E : Kegagalan Usahawan Wanita Dalam Bidang Perniagaan

Bagi mengenal pasti faktor-faktor kritikal yang menyumbang kepada kegagalan usahawan wanita dalam mengendalikan perniagaan, sebanyak 30 soalan telah dikemukakan dan pemilihan jawapan oleh responden adalah berdasarkan Skala Likert. Setelah analisis dijalankan, dapatan kajian yang diperolehi adalah seperti berikut:

Jadual 4.4 : Min Bagi Faktor-faktor kegagalan

Bil.	Faktor-faktor Kegagalan	Min
1.	Kurang kemahiran membuat keputusan yang berkesan.	2.82
2.	Kurang pengetahuan tentang teknik-teknik penjualan dan pemasaran.	2.81
3.	Masalah untuk mendapatkan pinjaman/modal.	2.80
4.	Tidak dapat merancang dan menetapkan matlamat perniagaan.	2.75
5.	Kurang mahir dalam mengenal pasti, menilai dan menyelesaikan masalah.	2.73
6.	Tidak mampu mengguna dan menggabungkan idea-idea dengan kemahiran yang ada pada sesuatu keadaan.	2.71
7.	Tidak mengendalikan amalan-amalan perniagaan seperti membuat catatan belanjawan, aliran keluar masuk tunai dan kawalan stok.	2.70
8.	Kurang pengetahuan dan pendedahan terhadap aspek keusahawanan.	2.69
9.	Tidak mempunyai jaringan perniagaan sesama usahawan Bumiputera yang membolehkan usahawan saling bantu-membantu dalam urusan perniagaan.	2.69
10.	Tidak mendapatkan bantuan dari pihak lain seperti badan kerajaan dan badan profesional tentang perkara- perkara yang berkaitan dengan perniagaan	2.68
11.	Tiada kesungguhan, azam dan ketekunan dalam menjalankan perniagaan.	2.66
12.	Tidak memahami kehendak pasaran dan pelanggan dengan baik.	2.65
13.	Tidak mempunyai keyakinan diri dalam mengendalikan perniagaan.	2.65
14.	Aktiviti ekonomi negara yang perlahan/kemelesetan.	2.64
15.	Tidak bertindak terhadap cadangan dan kritikan yang diterima.	2.62
16.	Tidak mempunyai kesedaran dan motivasi diri yang rendah.	2.62
17.	Mempunyai persepsi negatif terhadap cabaran.	2.60
18.	Tidak mengawal aliran tunai dengan baik.	2.57
19.	Lokasi perniagaan yang tidak strategik.	2.55
20.	Tidak membuat penilaian terhadap prestasi perniagaan.	2.54

21.	Kurang mengambil pekerja mahir.	2.53
22.	Tidak amanah dan bertanggungjawab terhadap diri sendiri, perniagaan dan pelanggan.	2.53
23.	Tidak mempunyai hubungan yang baik dengan ahli perniagaan dan golongan profesional lain.	2.53
24.	Tidak mendapat kepercayaan dari pihak lain.	2.53
25.	Terperangkap dalam subsektor yang kurang produktif.	2.48
26.	Tidak menjalinkan hubungan yang baik dengan pembekal dan pelanggan.	2.47
27.	Berlaku kecurian dalam perniagaan.	2.46
28.	Menghadapi masalah dengan rakan kongsi/pekerja.	2.45
29.	Tidak berbincang dengan pekerja berkaitan perniagaan.	2.44
30.	Tidak menjaga kebajikan pekerja dengan baik.	2.42

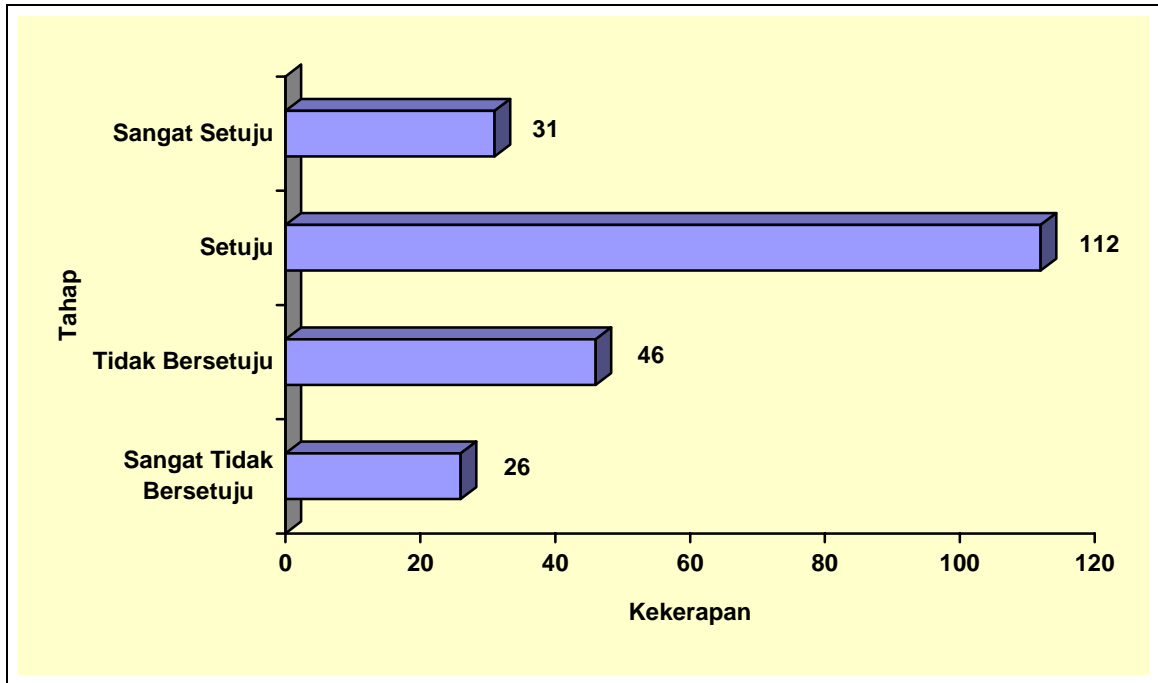
Jadual 4.4 menunjukkan nilai min bagi faktor-faktor kegagalan usahawan wanita dalam bidang perniagaan. Dapatan kajian menunjukkan min tertinggi ialah bagi faktor kurang kemahiran membuat keputusan yang berkesan dengan nilai min 2.82, diikuti faktor kurang pengetahuan tentang teknik penjualan dan pemasaran iaitu nilai min sebanyak 2.81 dan faktor masalah untuk mendapatkan pinjaman/modal dengan nilai min 2.80.

Jadual 4.5 : Elemen yang paling mempengaruhi kegagalan

Elemen Kegagalan	Min
Kemahiran	2.75
Persekitaran	2.63
Sikap	2.61
Strategi Perniagaan	2.57
Pengurusan Perniagaan	2.52

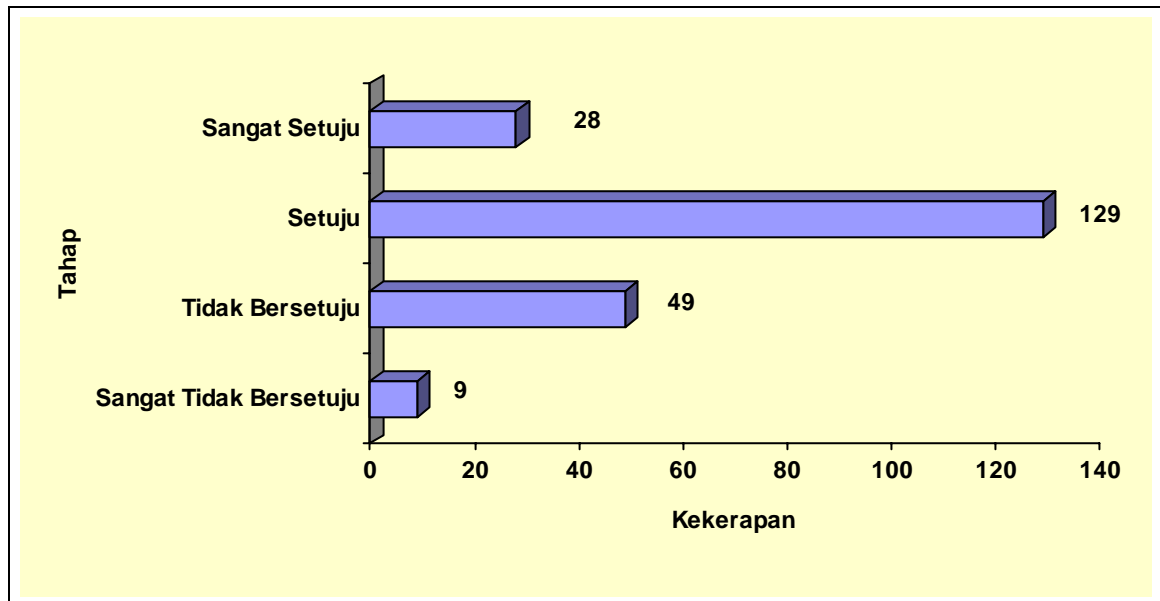
Berdasarkan jadual di atas, didapati elemen yang paling mempengaruhi kegagalan usahawan wanita berdasarkan persepsi responden ialah elemen kemahiran yang mencatatkan

nilai min tertinggi iaitu 2.75. Ia diikuti oleh elemen persekitaran (2.63), elemen sikap perniagaan (2.61), elemen strategi perniagaan (2.57) dan elemen pengurusan perniagaan (2.52).



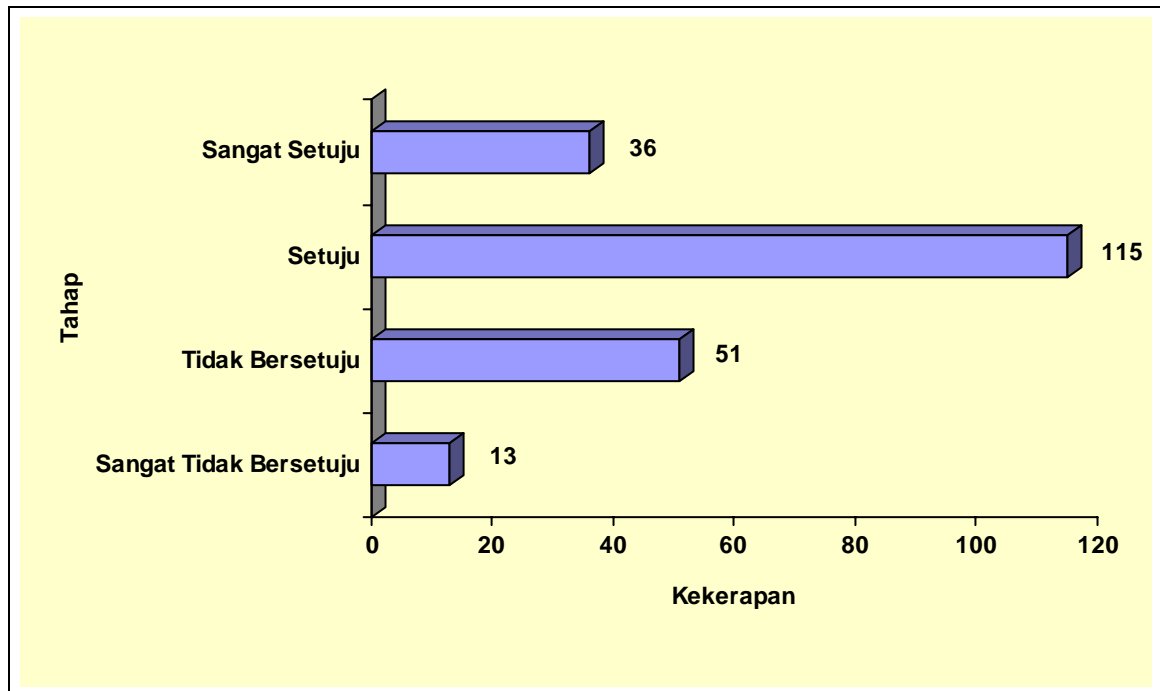
Rajah 4.31 : Kurang pengetahuan dan pendedahan terhadap aspek keusahawanan

Berdasarkan rajah di atas, didapati majoriti responden iaitu seramai 112 orang bersetuju bahawa faktor kurang pengetahuan dan pendedahan terhadap aspek keusahawanan menyumbang kepada kegagalan usahawan wanita dalam perniagaan. Hanya 26 orang responden yang menyatakan tidak bersetuju bahawa faktor ini menyumbang kepada kegagalan mereka.



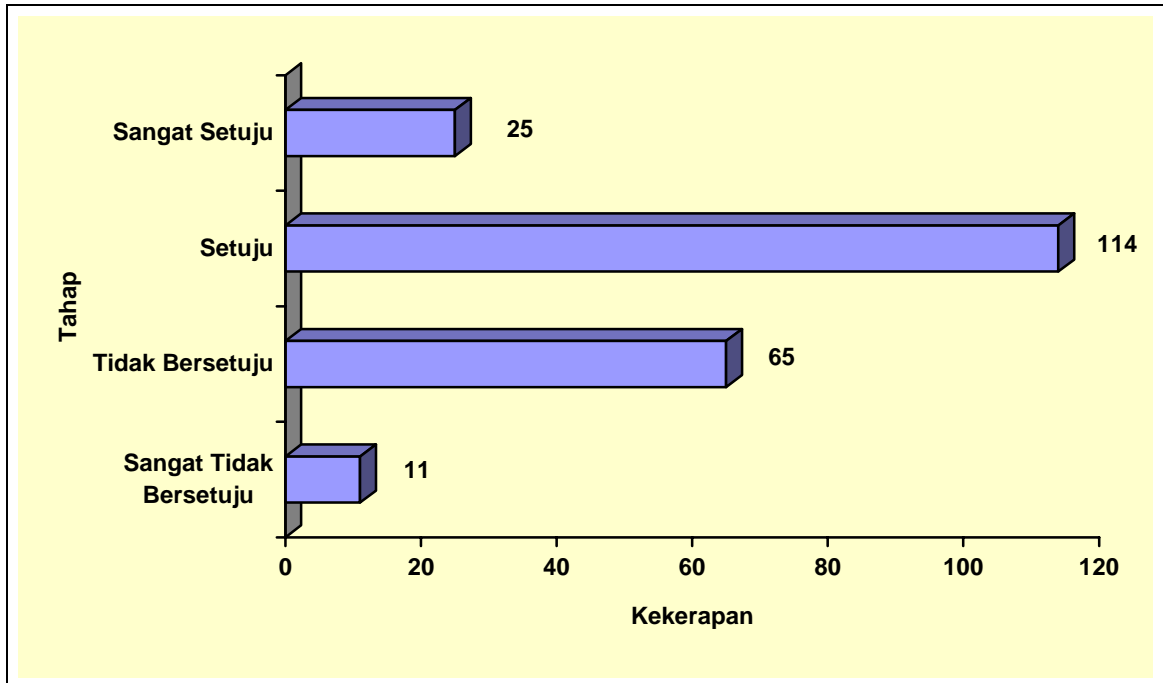
Rajah 4.32 : Kurang kemahiran membuat keputusan yang berkesan

Rajah 4.32 pula menunjukkan keputusan sama ada faktor kurang kemahiran membuat keputusan yang berkesan merupakan salah satu punca kegagalan perniagaan usahawan wanita. Seramai 129 orang responden bersetuju dan 28 orang responden menyatakan sangat setuju dengan kenyataan tersebut. Walau bagaimanapun, terdapat 58 orang responden yang tidak sependapat dengan kumpulan responden tersebut.



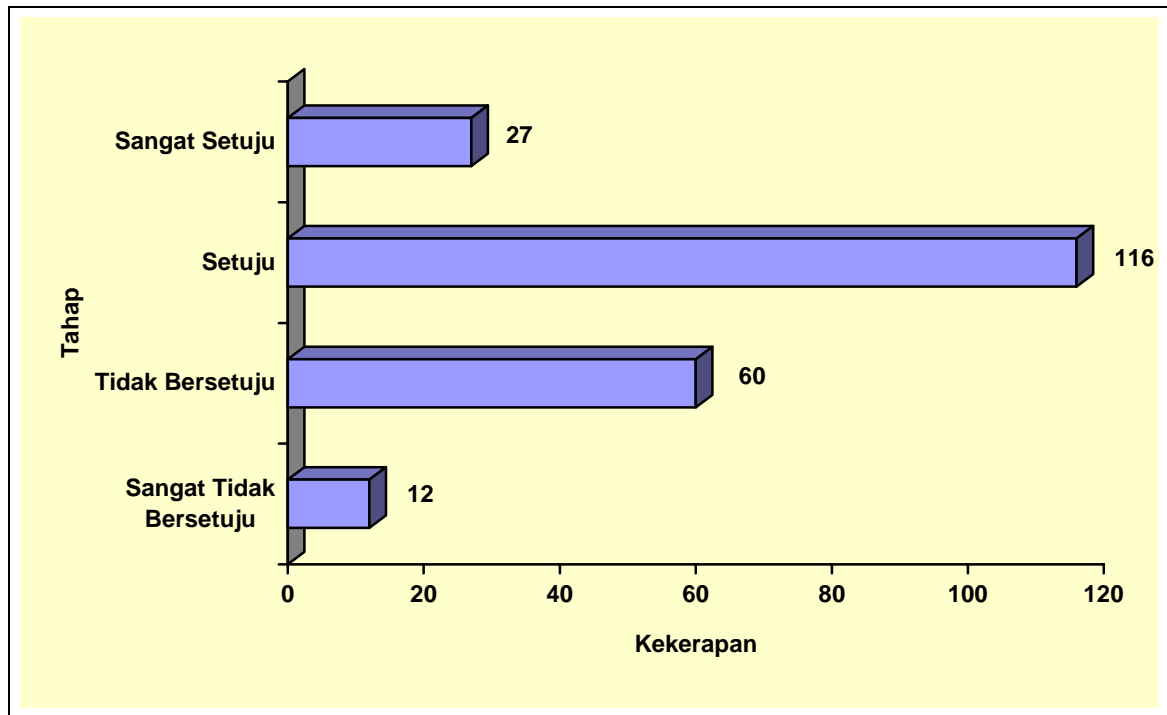
Rajah 4.33 : Kurang pengetahuan tentang teknik-teknik penjualan dan pemasaran

Carta bar di atas menunjukkan majoriti responden (115 orang) bersetuju bahawa faktor kurang pengetahuan tentang teknik-teknik penjualan dan pemasaran membawa kepada kegagalan dalam perniagaan dan 36 orang pula menyatakan sangat setuju. Hanya 13 orang responden yang menyatakan sangat tidak bersetuju dengan pendapat tersebut.



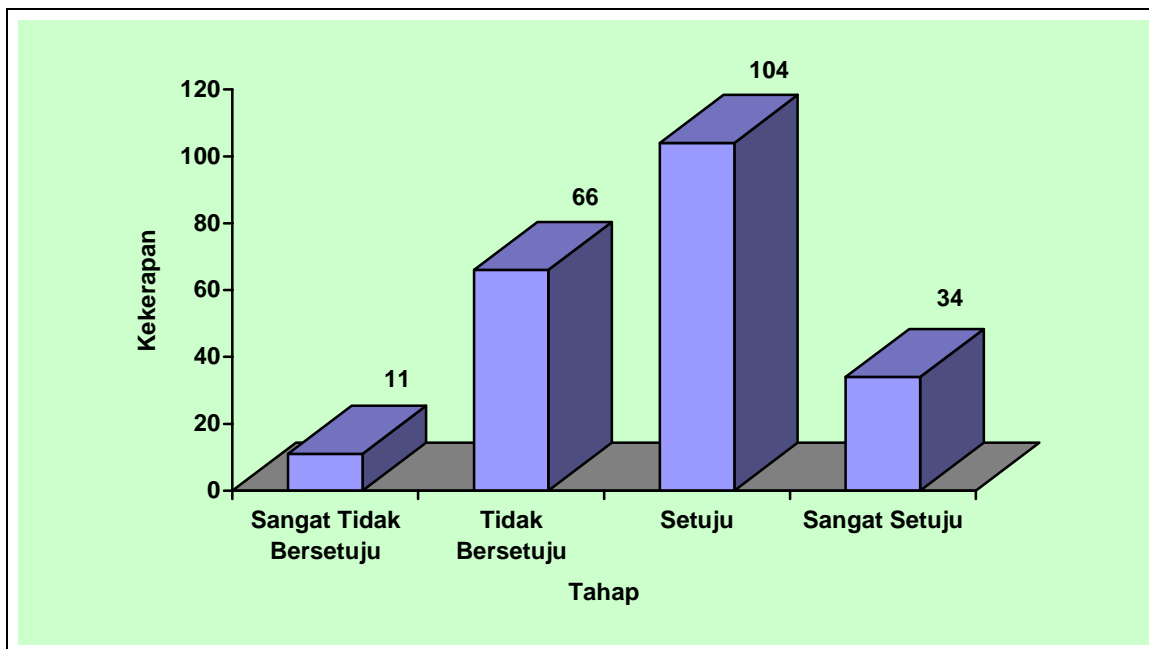
Rajah 4.34 : Tidak mampu mengguna dan menggabungkan idea-idea dengan kemahiran yang ada pada sesuatu keadaan

Salah satu daripada ciri usahawan ialah mampu mengintegrasikan idea dan keadaan. Rajah di atas menunjukkan majoriti responden bersetuju dengan pernyataan bahawa apabila seseorang usahawan tidak mampu menggabungkan idea dengan keadaan, ia boleh membawa kepada kegagalan dalam perniagaan. Sejumlah 25 orang menyatakan sangat bersetuju dan seramai 76 orang tidak bersetuju dengan pernyataan tersebut.



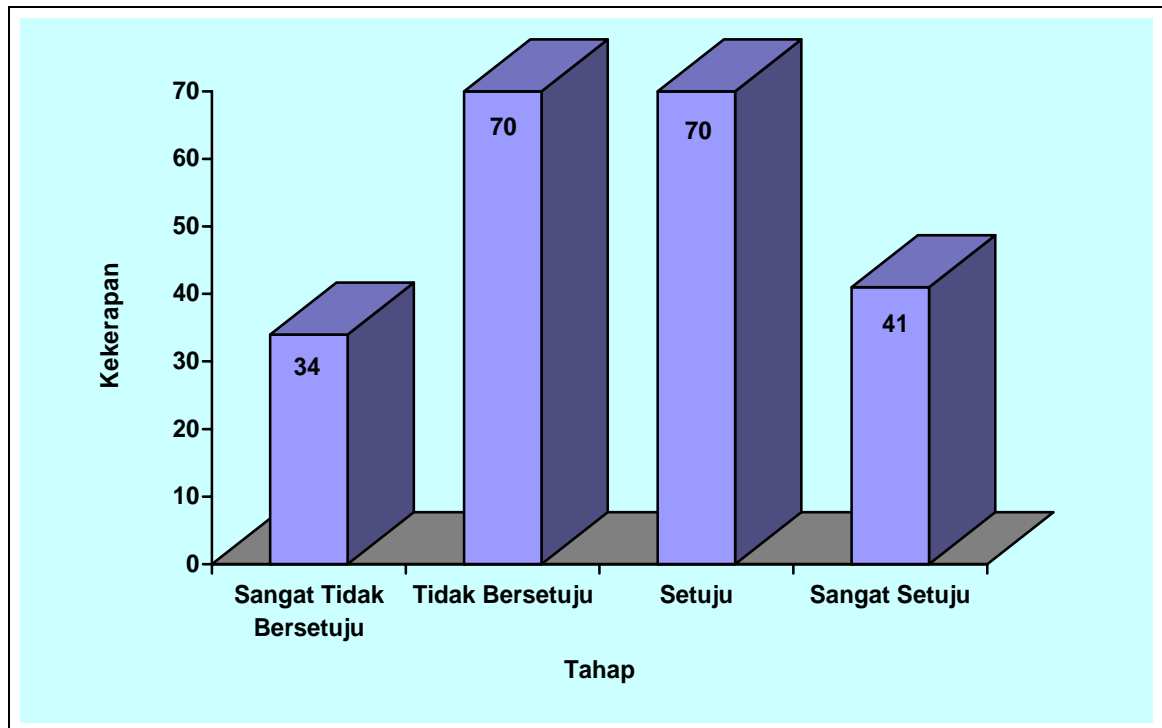
Rajah 4.35 : Kurang mahir dalam mengenal pasti, menilai dan menyelesaikan masalah

Rajah 4.35 menunjukkan seramai 116 orang responden bersetuju bahawa kurang mahir dalam mengenal pasti, menilai dan menyelesaikan masalah juga adalah salah satu faktor mengapa sesuatu perniagaan gagal. Ini diikuti dengan 27 orang responden yang sangat bersetuju, 60 orang responden tidak bersetuju dan 12 orang responden sangat tidak bersetuju dengan pengaruh faktor tersebut.



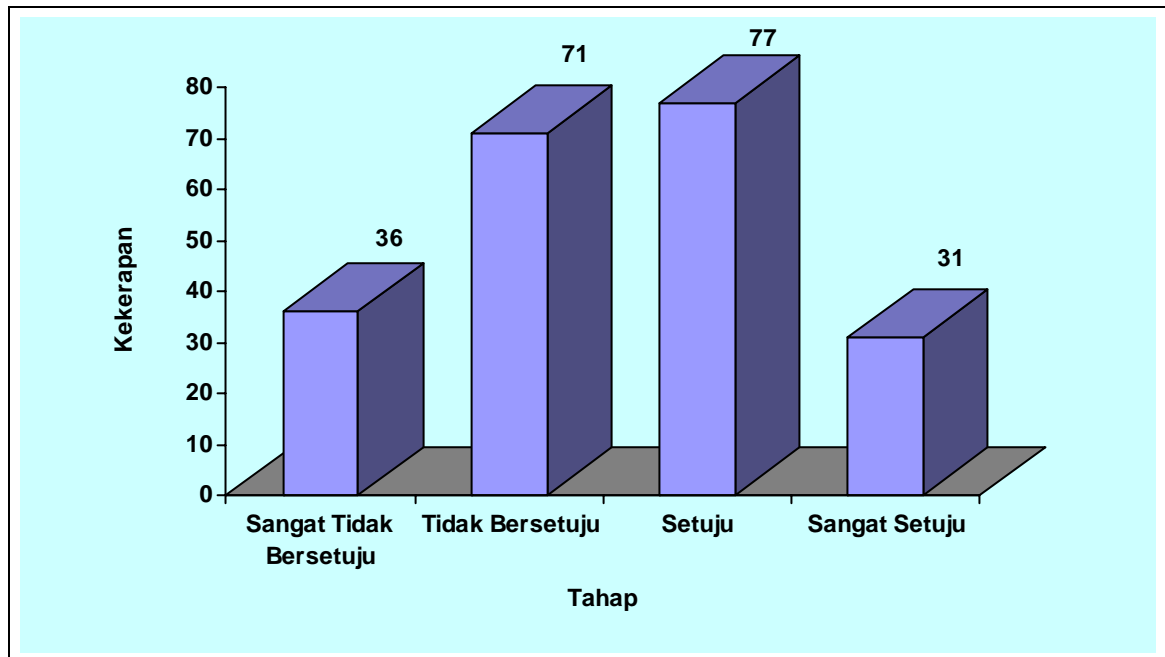
Rajah 4.36 : Tidak dapat merancang dan menetapkan matlamat perniagaan

Rajah 4.36 menunjukkan majoriti responden iaitu seramai 104 orang responden bersetuju dan 34 orang responden sangat bersetuju bahawa kegagalan merancang dan menetapkan matlamat perniagaan adalah salah satu punca kegagalan perniagaan. Ini diikuti dengan 66 orang responden yang tidak bersetuju dan 11 orang responden sangat tidak bersetuju dengan kenyataan tersebut.



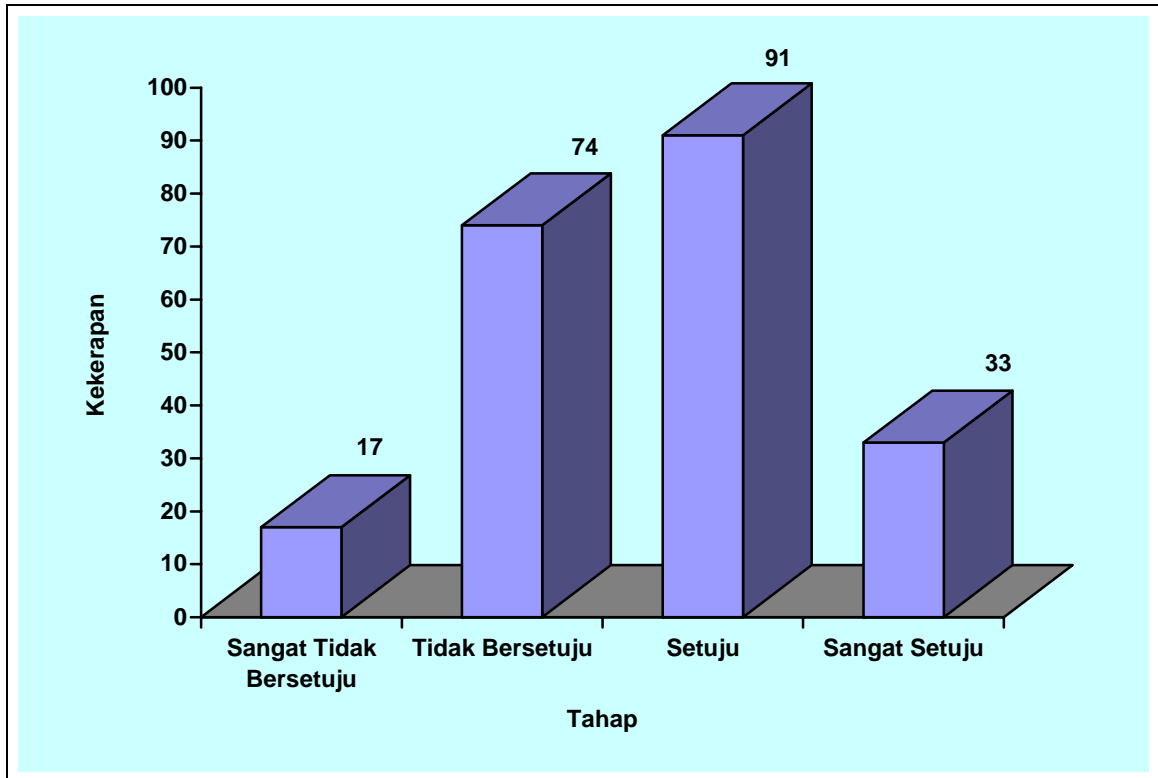
Rajah 4.37 : Lokasi perniagaan yang tidak strategik

Berdasarkan carta bar di atas, dapatlah dibuat bahawa faktor lokasi perniagaan yang tidak strategik tidak begitu mempengaruhi kegagalan seseorang usahawan wanita dalam perniagaan. Ini adalah kerana perbezaan yang sangat kecil wujud antara bilangan responden yang bersetuju dan tidak bersetuju dengan nilai perbezaan sebanyak 7 orang yang lebih bersetuju.



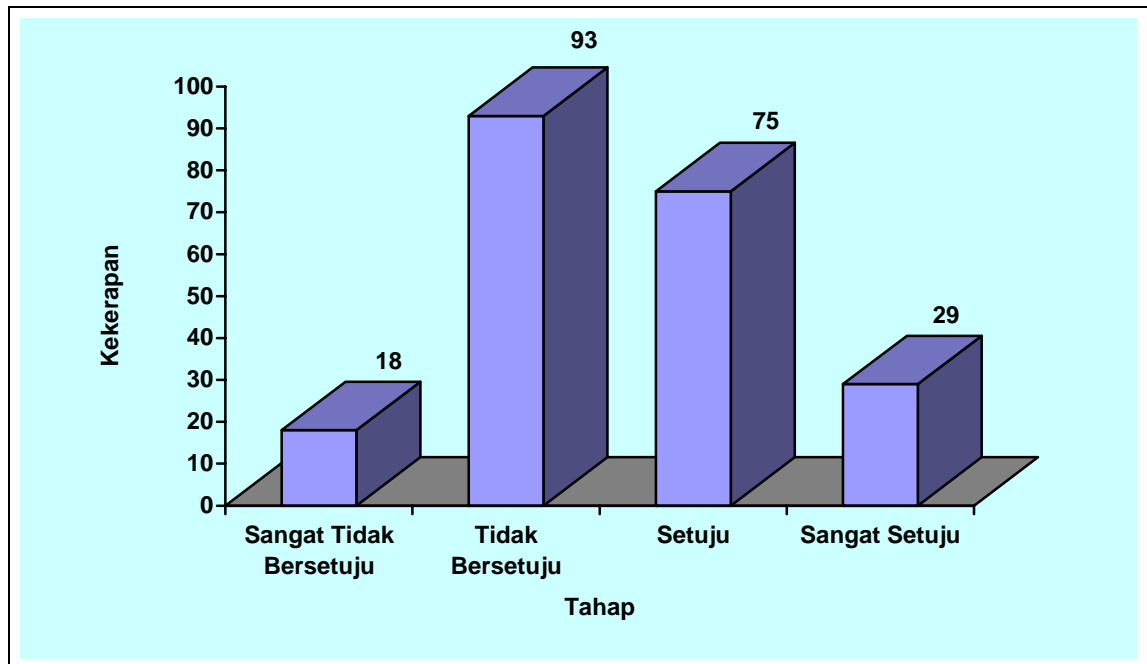
Rajah 4.38 : Terperangkap dalam subsektor yang kurang produktif

Rajah 4.38 menunjukkan bahawa faktor terperangkap dalam subsektor yang kurang produktif tidak begitu menyumbang kepada kegagalan seseorang usahawan wanita dalam perniagaan. Ini dapat dibuktikan apabila hanya terdapat lebih seorang responden sahaja yang bersetuju bahawa faktor ini menyumbang kepada kegagalan perniagaan seorang usahawan wanita.



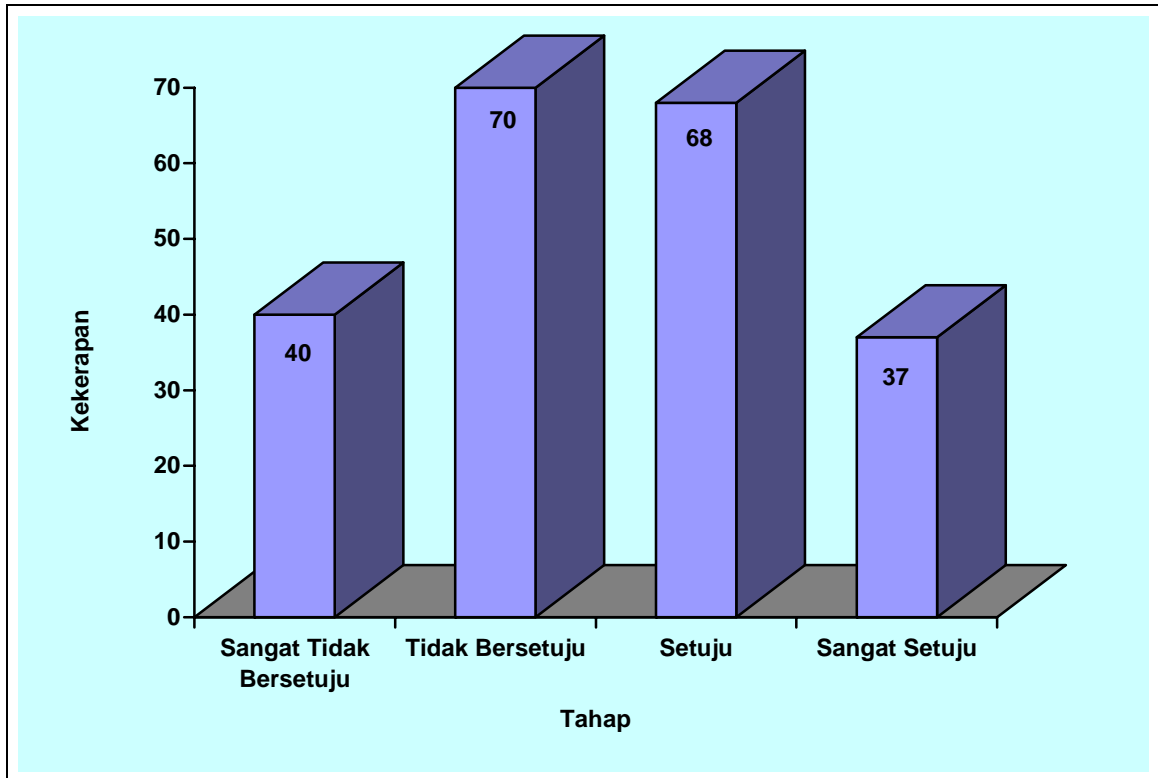
Rajah 4.39 : Tidak memahami kehendak pasaran dan pelanggan dengan baik

Pemasaran merupakan antara perkara penting dalam perniagaan. Majoriti responden (124 orang) bersetuju bahawa antara faktor yang menyebabkan kegagalan seseorang usahawan wanita dalam perniagaan adalah kerana tidak memahami kehendak pasaran dan pelanggan dengan baik. Walau bagaimanapun, terdapat 91 orang responden yang tidak bersetuju dengan pernyataan ini.



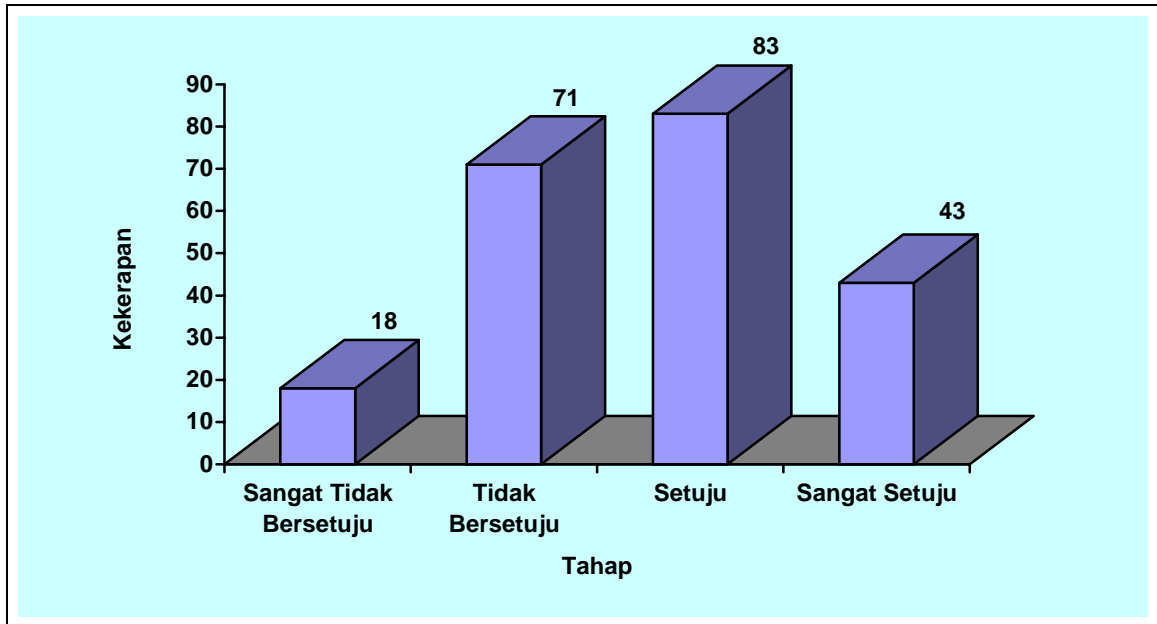
Rajah 4.40 : Tidak mempunyai hubungan yang baik dengan ahli perniagaan dan golongan profesional lain

Rajah 4.40 menunjukkan majoriti responden yang tidak bersetuju bahawa faktor tidak mempunyai hubungan yang baik dengan ahli perniagaan dan golongan profesional membawa kepada kegagalan perniagaan usahawan wanita. Hanya 104 orang responden sahaja yang bersetuju dengan pernyataan ini.



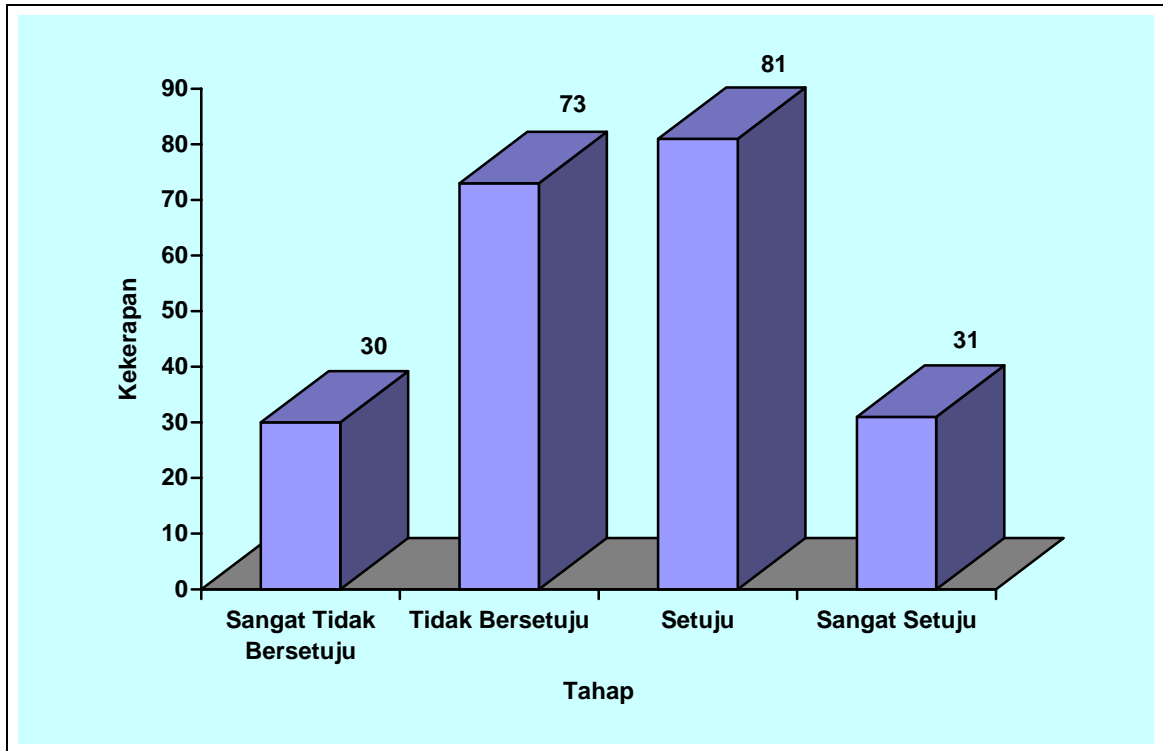
Rajah 4.41 : Tidak menjalankan hubungan yang baik dengan pembekal dan pelanggan

Faktor tidak menjalankan hubungan yang baik dengan pembekal dan pelanggan juga dianggap sebagai salah satu punca kegagalan perniagaan. Walau bagaimanapun, dapatan kajian melalui Rajah 4.41 menunjukkan majoriti responden tidak bersetuju (110 orang) dengan pernyataan tersebut. Hanya 105 orang responden sahaja yang bersetuju dengan pernyataan ini. Kesimpulan yang dapat dibuat ialah faktor tidak menjalankan hubungan yang baik dengan pembekal dan pelanggan kurang mempengaruhi kegagalan dalam perniagaan.



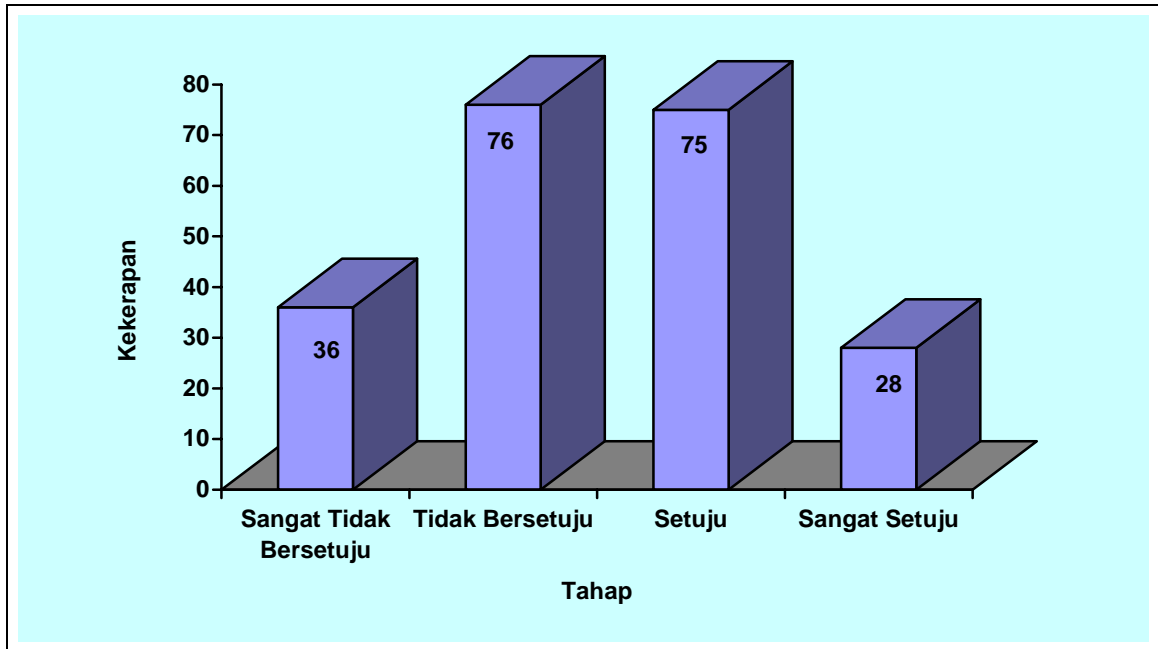
Rajah 4.42 : Tidak mengendalikan amalan-amalan perniagaan dengan baik

Rajah 4.42 pula menunjukkan keputusan sama ada faktor tidak melaksanakan amalan-amalan perniagaan seperti pengendalian akaun, kawalan stok dan lain-lain, merupakan satu punca kegagalan perniagaan ataupun tidak. Majoriti responden iaitu seramai 126 orang responden bersetuju dengan kenyataan tersebut. Walau bagaimanapun, responden yang selebihnya, tidak sependapat dengan kumpulan responden tersebut. Perbezaan sebanyak 37 orang yang ditunjukkan membolehkan satu kesimpulan dibuat bahawa faktor tidak mengamalkan amalan perniagaan menyumbang kepada kegagalan dalam perniagaan.



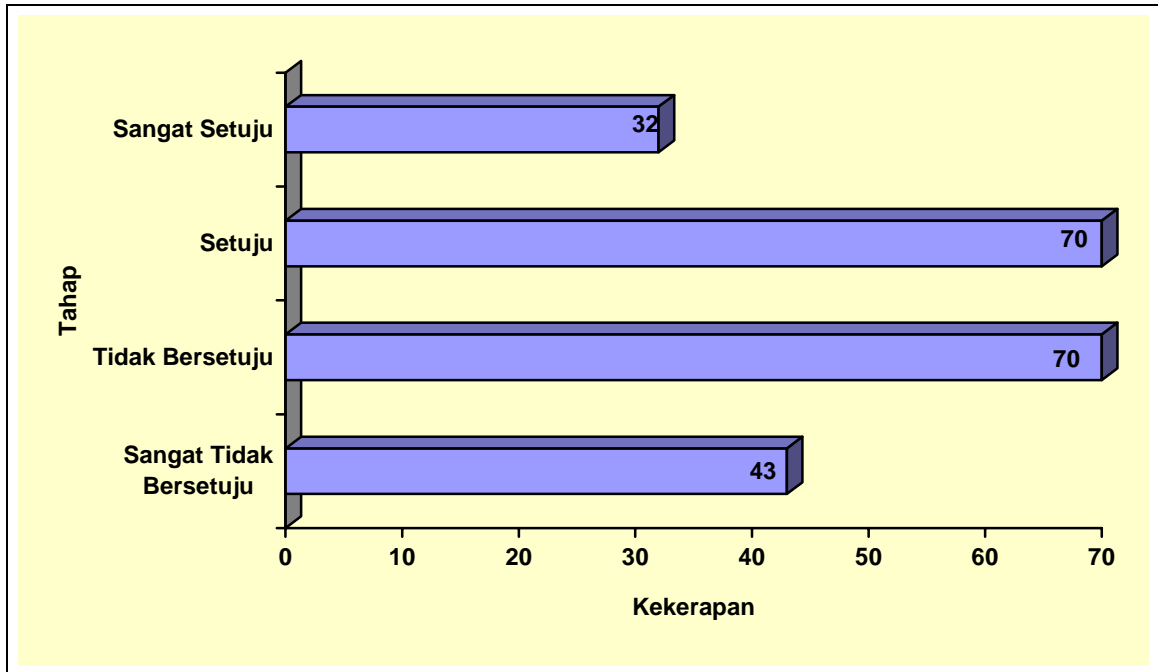
Rajah 4.43 : Kurang mengambil pekerja mahir

Rajah 4.43 menunjukkan seramai 81 orang responden bersetuju bahawa kurang mengambil pekerja mahir boleh membawa kepada kegagalan perniagaan seseorang usahawan wanita. Ini diikuti seramai 31 orang responden yang mengatakan sangat bersetuju. Walau bagaimanapun, terdapat 103 orang responden yang bercanggah pendapat dengan pernyataan tersebut.



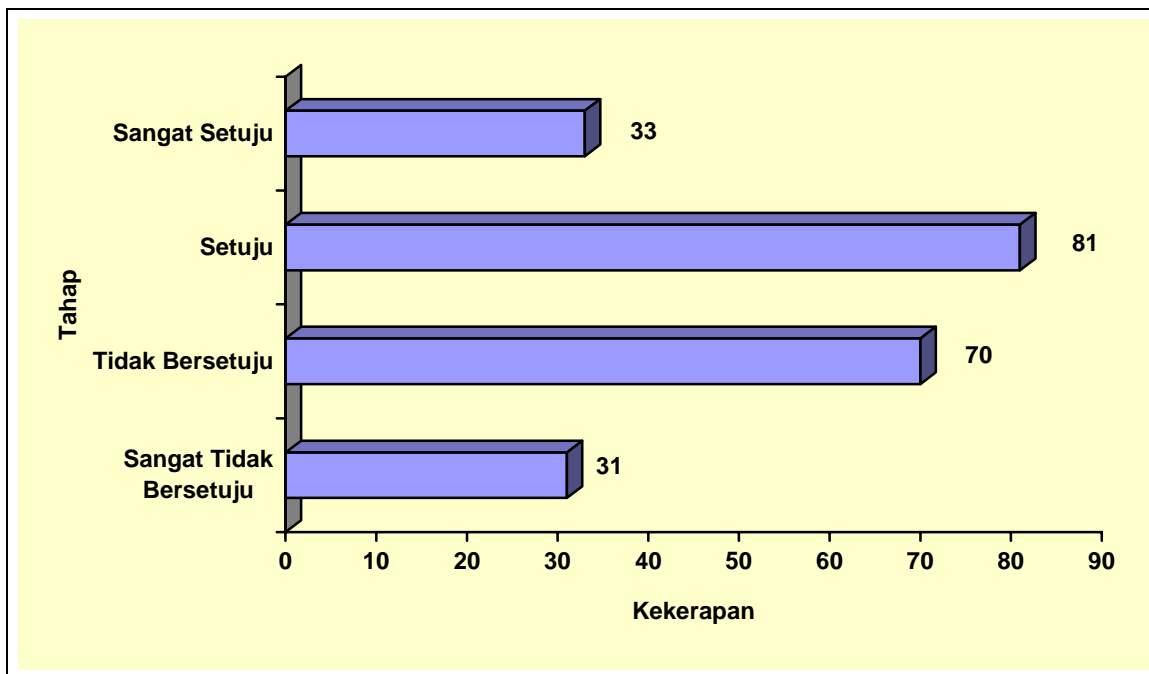
Rajah 4.44 : Tidak berbincang dengan pekerja berkaitan perniagaan

Rajah 4.44 menunjukkan seramai 112 orang responden tidak bersetuju faktor tidak berbincang dengan pekerja berkaitan perniagaan boleh menyebabkan sesebuah perniagaan mengalami kegagalan. Hanya 103 orang responden sahaja yang bersetuju dan ini menunjukkan perbezaan sebanyak 9 orang responden yang menyebelahi kumpulan yang tidak bersetuju. Walau bagaimanapun, memandangkan perbezaan ini tidak begitu ketara, satu kesimpulan yang dapat dibuat ialah faktor ini tidak begitu mempengaruhi kegagalan dalam perniagaan seseorang usahawan wanita.



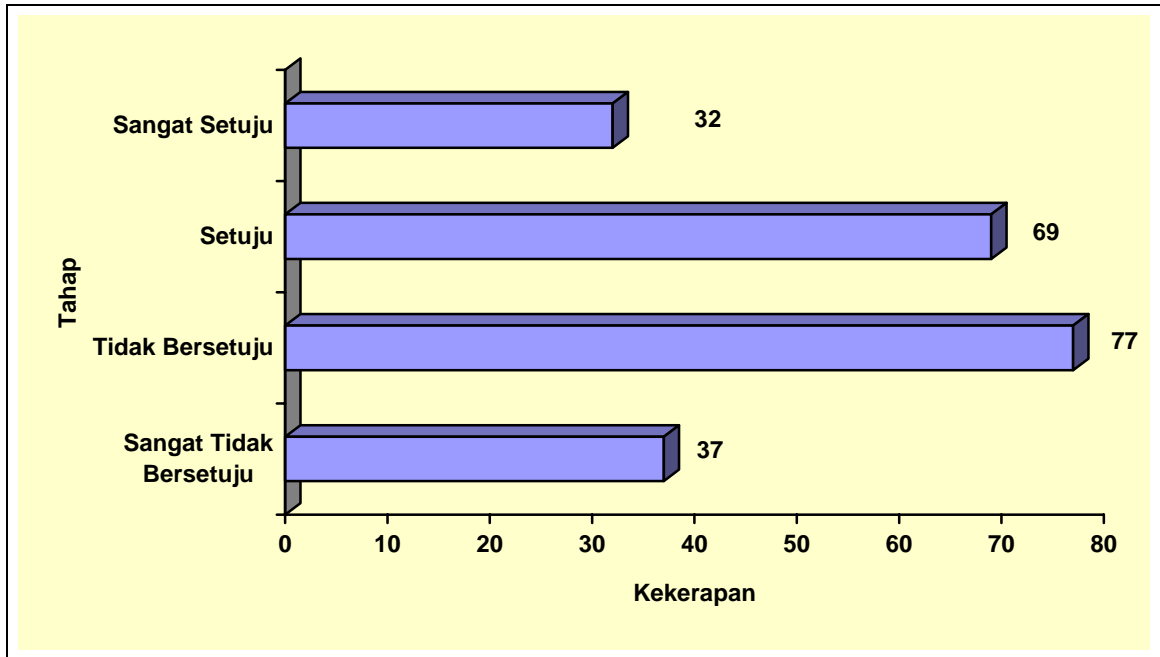
Rajah 4.45 : Tidak menjaga kebajikan pekerja dengan baik

Rajah 4.45 menunjukkan seramai 102 orang responden mengatakan persetujuan tidak menjaga kebajikan pekerja dengan baik adalah salah satu faktor kegagalan perniagaan. Walau bagaimanapun, nilai yang lebih tinggi ditunjukkan pada bilangan responden yang tidak bersetuju dengan pernyataan ini iaitu seramai 113 orang responden, 11 orang melebihi golongan yang bersetuju.



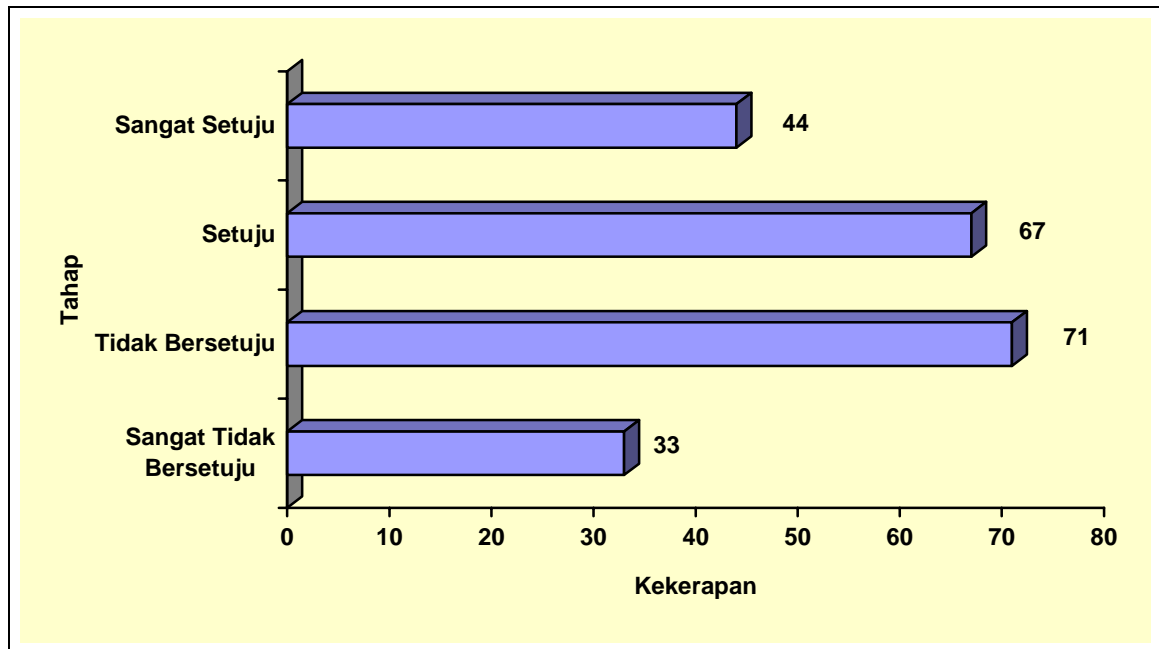
Rajah 4.46 : Tidak membuat penilaian terhadap prestasi perniagaan

Penilaian prestasi perniagaan merupakan sesuatu yang penting bagi membolehkan seseorang usahawan mengubah strategi perniagaan. Rajah 4.46 menunjukkan seramai 114 orang responden bersetuju bahawa sekiranya usahawan tidak membuat penilaian terhadap prestasi perniagaan, maka ia boleh menyumbang kepada kegagalan dalam perniagaan. Seramai 101 orang responden pula tidak bersependapat dengan pernyataan ini.



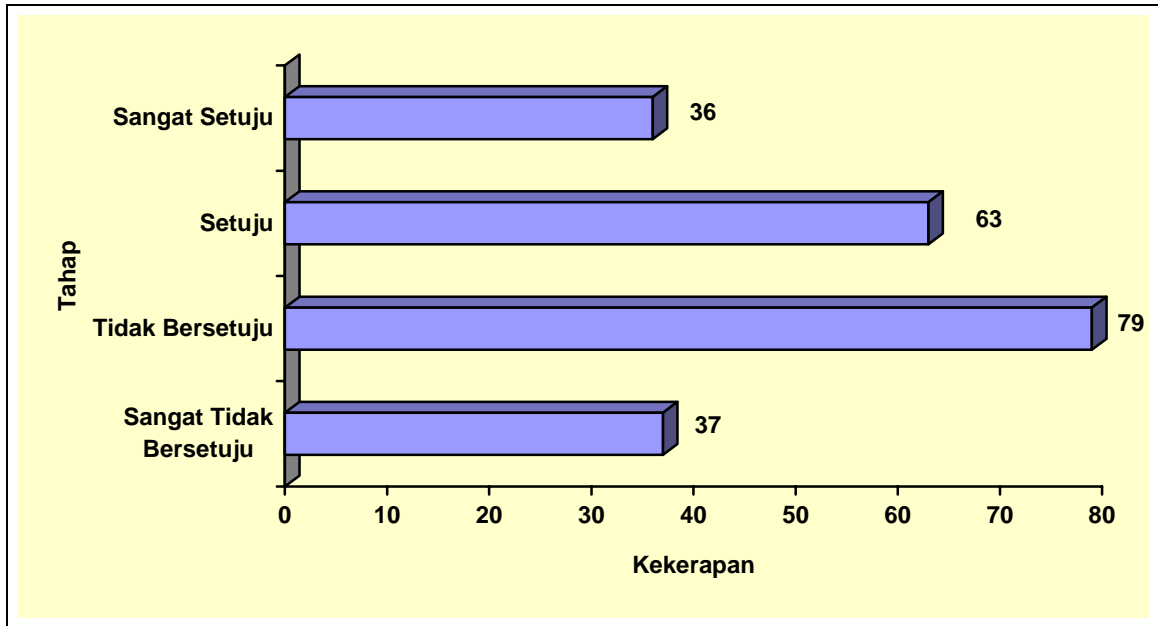
Rajah 4.47 : Menghadapi masalah dengan rakan kongsi/pekerja

Rajah 4.47 menunjukkan kebanyakan responden, iaitu 77 orang dan 37 orang responden tidak bersetuju dan sangat tidak bersetuju bahawa dengan mempunyai masalah dengan rakan kongsi/pekerja boleh menyebabkan perniagaan gagal. Hanya 101 orang responden yang bersetuju bahawa faktor ini boleh menyebabkan perniagaan gagal.



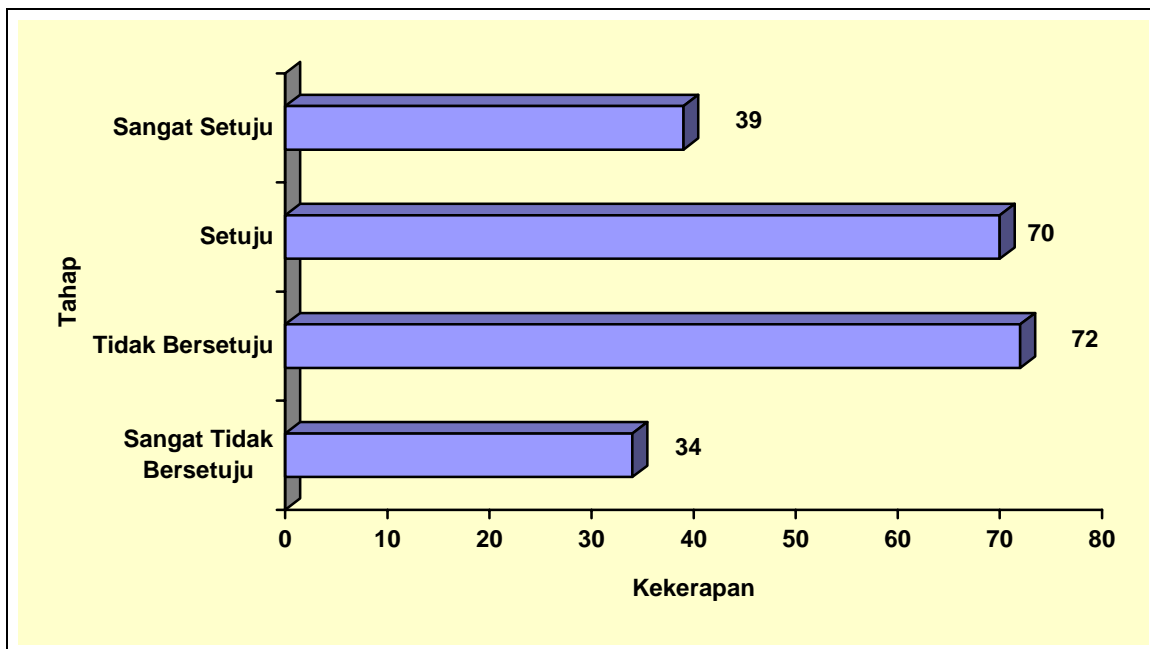
Rajah 4.48 : Tidak mengawal aliran tunai dengan baik

Rajah 4.48 menunjukkan seramai 111 orang responden bersetuju bahawa kegagalan mengawal aliran tunai dengan baik adalah salah satu punca gagalnya perniagaan. Ini diikuti dengan sejumlah 101 orang responden yang tidak bersetuju dengan pendapat tersebut.



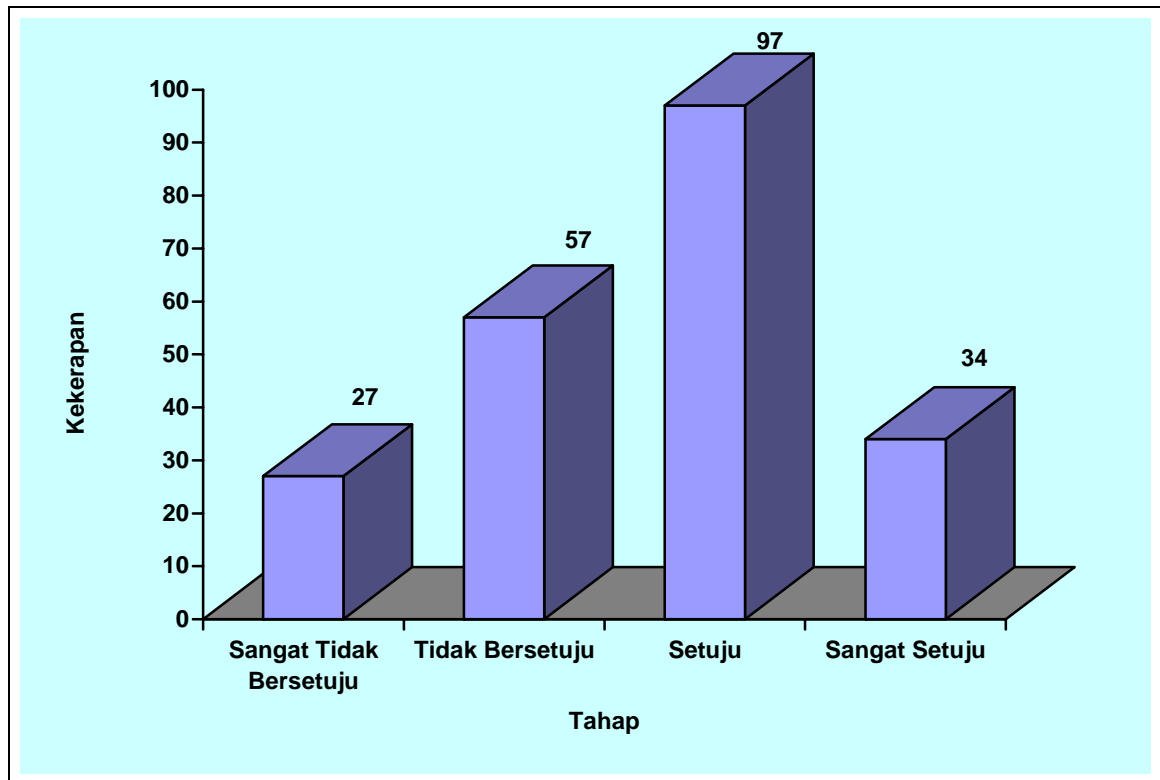
Rajah 4.49 : Berlaku kecurian dalam perniagaan

Rajah 4.49 menggambarkan pendapat responden terhadap pengaruh berlakunya kecurian dalam perniagaan terhadap kegagalan sesebuah perniagaan usahawan wanita. Didapati 116 orang responden yang tidak bersetuju bahawa wujudnya masalah kecurian dalam perniagaan boleh membawa kepada kegagalan sesebuah perniagaan. Hanya 99 orang responden sahaja yang menyatakan persetujuan bahawa faktor ini menyumbang kepada kegagalan sesebuah perniagaan.



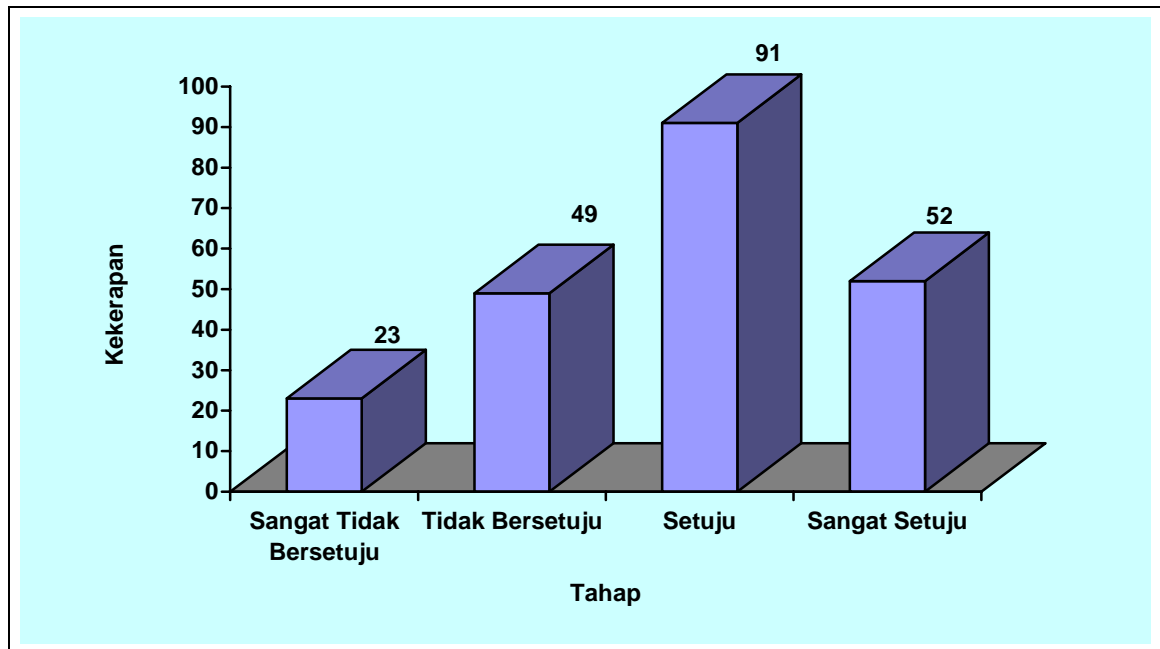
Rajah 4.50 : Tidak mendapat kepercayaan dari pihak lain

Rajah 4.50 menunjukkan seramai 109 orang responden bersetuju bahawa tidak mendapat kepercayaan dari pihak lain adalah faktor kegagalan sesuatu perniagaan seseorang usahawan wanita. Seramai 106 orang responden pula menyatakan tidak bersetuju dengan pernyataan tersebut.



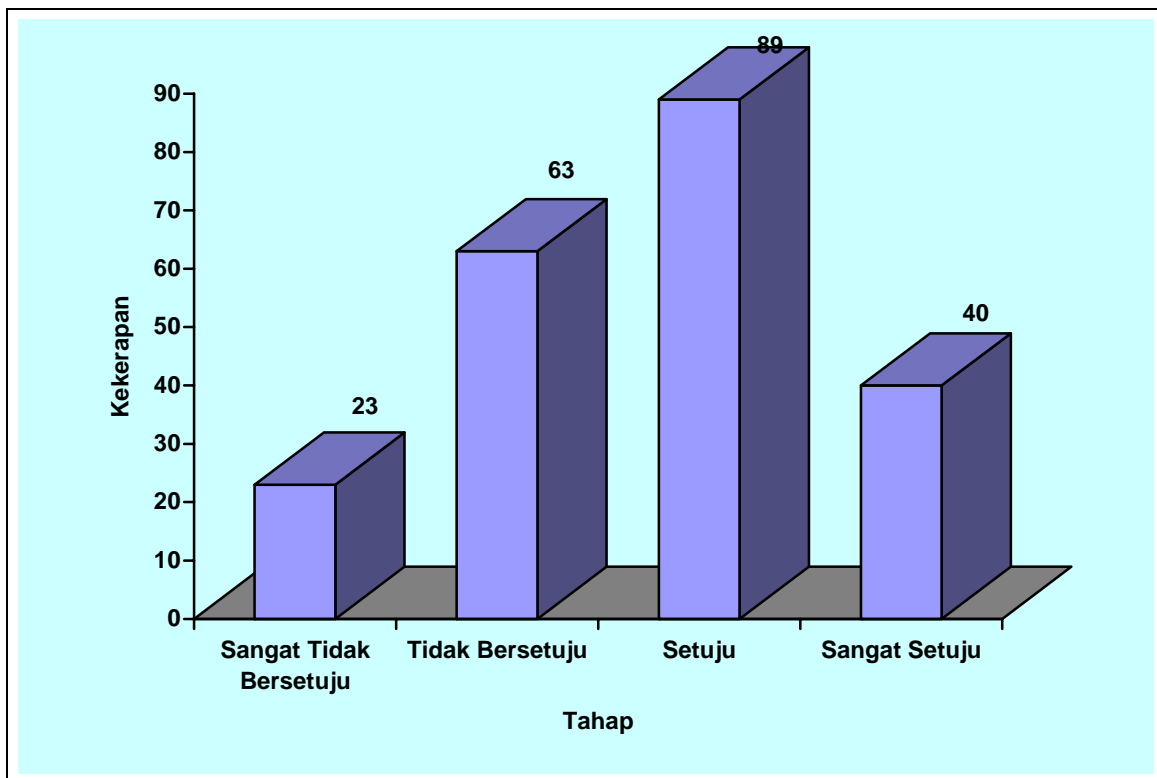
Rajah 4.51 : Aktiviti ekonomi negara yang perlahan/kemelesetan

Keadaan ekonomi negara mempengaruhi perniagaan seseorang usahawan. Berdasarkan Rajah 4.51, majoriti responden iaitu seramai 131 orang responden bersetuju bahawa ekonomi negara yang perlahan/meleset menyumbang kepada kegagalan sesebuah perniagaan. Walau bagaimanapun, terdapat 84 orang responden yang tidak bersetuju dengan pendapat ini.



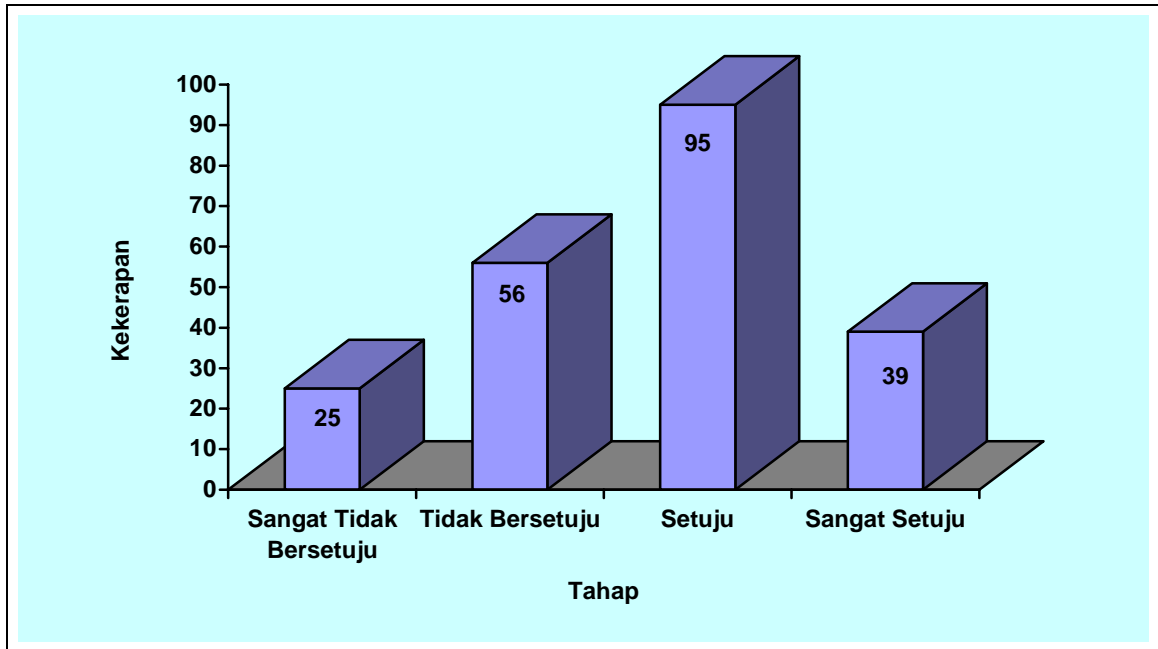
Rajah 4.52 : Masalah untuk mendapatkan pinjaman/modal

Modal merupakan salah satu perkara pokok dalam mengendalikan perniagaan. Rajah 4.52 menunjukkan majoriti responden iaitu seramai 143 orang responden bersetuju bahawa kesukaran dalam mendapatkan modal/pinjaman menyumbang kepada kegagalan perniagaan. Hanya 72 orang responden sahaja yang tidak bersependapat dengan kumpulan majoriti ini.



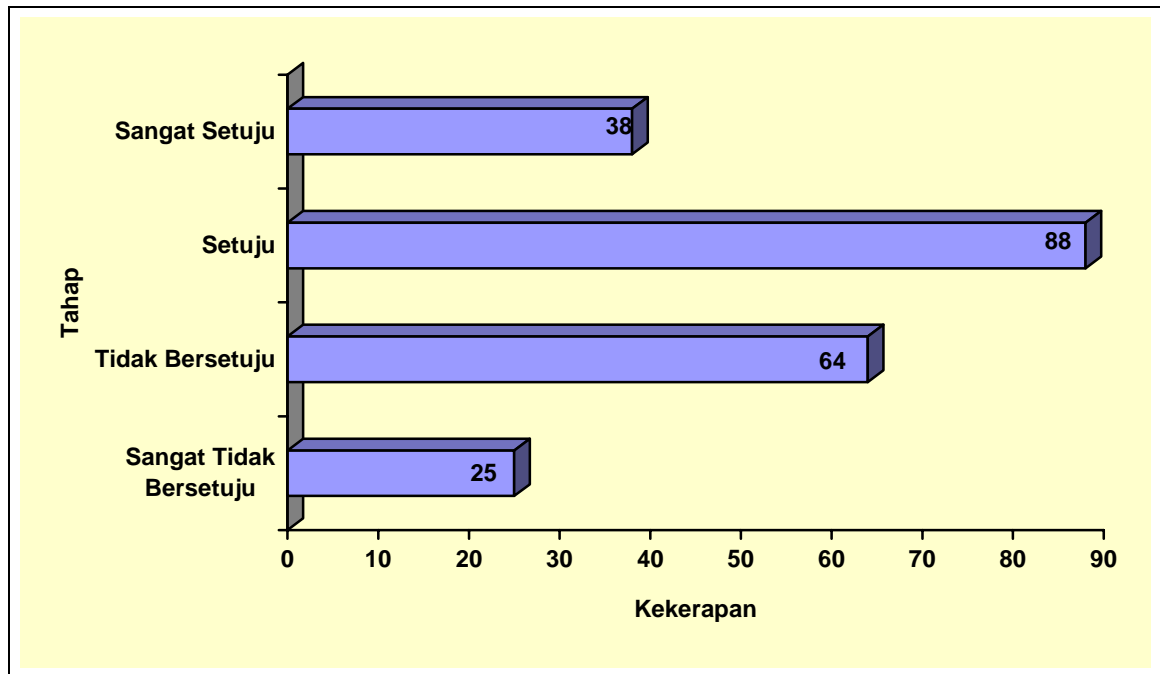
Rajah 4.53 : Tidak mendapat bantuan dari pihak lain

Rajah 4.53 menunjukkan majoriti responden iaitu seramai 129 orang responden bersetuju dengan kenyataan bahawa bantuan dari pihak lain menyumbang kepada kejayaan/kegagalan sesebuah perniagaan usahawan wanita. Hanya 86 orang responden sahaja yang menyatakan tidak bersetuju dengan kenyataan tersebut.



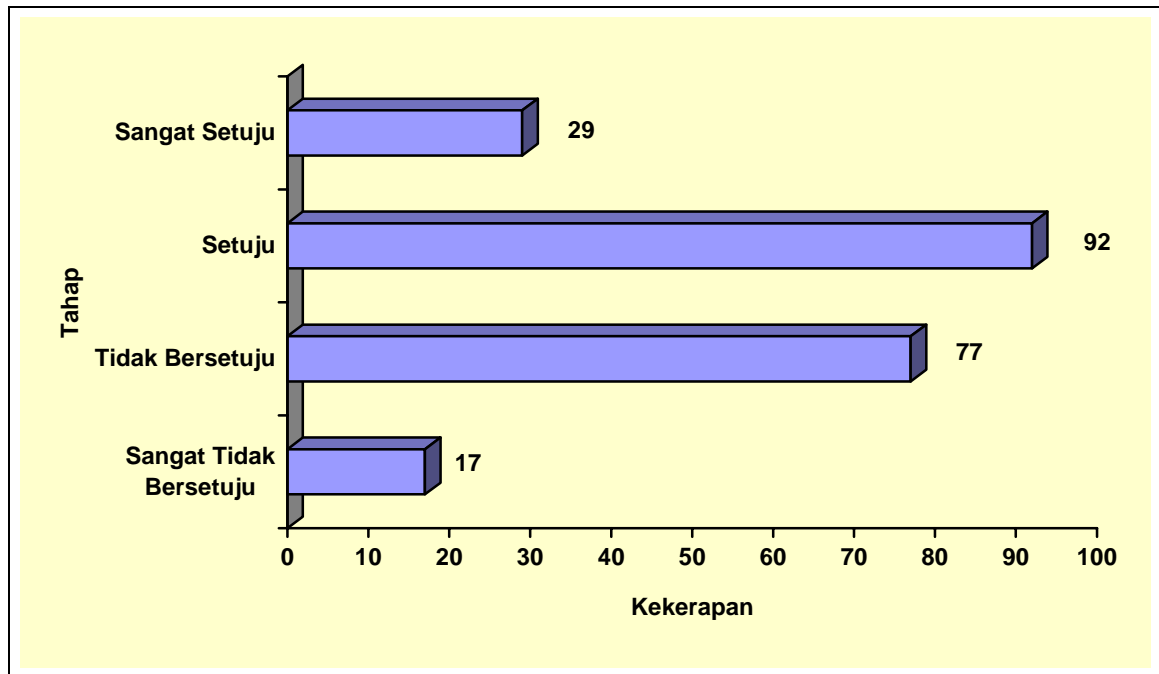
Rajah 4.54 : Tidak mempunyai jaringan perniagaan sesama usahawan

Rajah 4.54 menunjukkan majoriti responden (134 orang) bersetuju bahawa jaringan perniagaan mempengaruhi kejayaan/kegagalan sesebuah perniagaan. Hanya 81 orang responden sahaja yang tidak bersetuju. Oleh yang demikian, satu kesimpulan boleh dibuat bahawa dapatan kajian menunjukkan ketiadaan jaringan perniagaan menyebabkan sesebuah perniagaan usahawan wanita mengalami kegagalan.



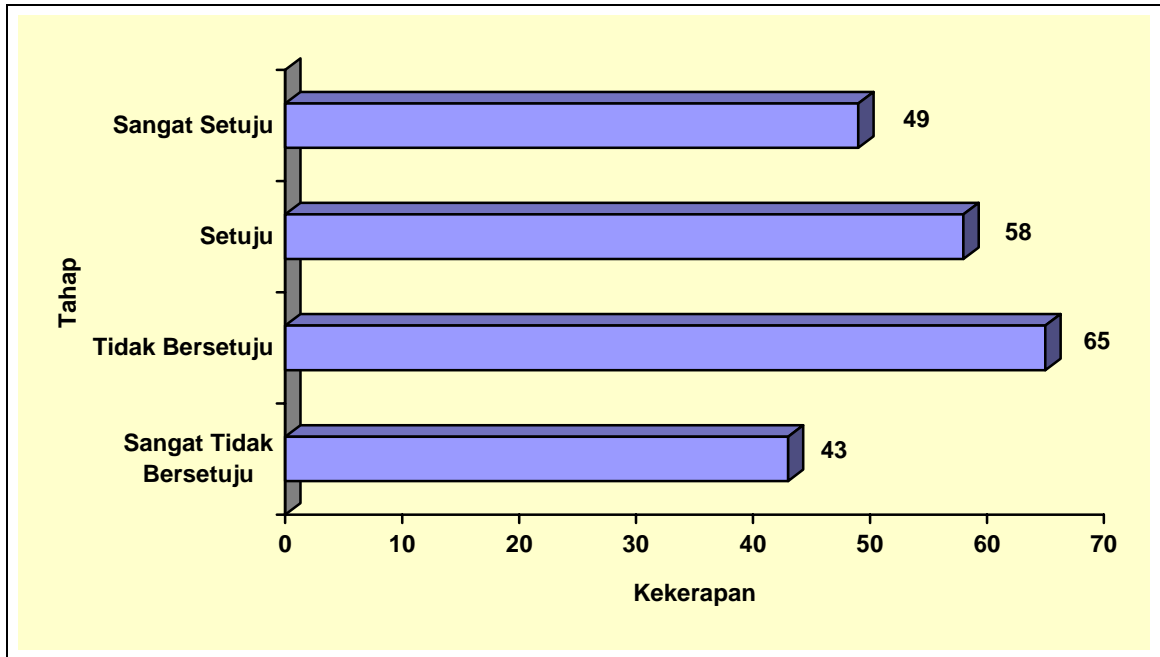
Rajah 4.55 : Tidak mempunyai keyakinan diri dalam mengendalikan perniagaan

Rajah 4.55 menunjukkan majoriti responden (126 orang) bersetuju bahawa tiadanya keyakinan diri dalam mengendalikan perniagaan adalah salah satu faktor yang membawa kepada kegagalan perniagaan. Walau bagaimanapun, terdapat 89 orang responden yang tidak bersetuju dengan pendapat ini.



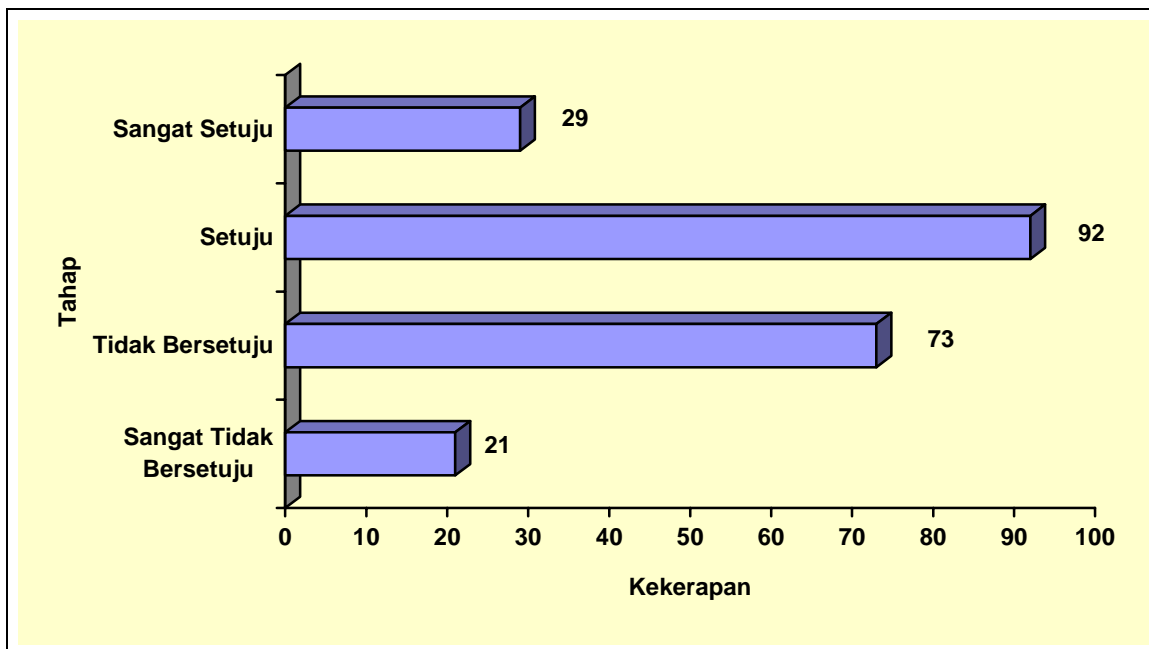
Rajah 4.56 : Tidak mempunyai kesedaran dan motivasi diri yang rendah

Rajah 4.56 menunjukkan lebih dari separuh (121 orang) responden yang menyatakan persetujuan tidak mempunyai kesedaran dan motivasi diri yang rendah adalah salah satu faktor yang membawa kepada kegagalan perniagaan seseorang usahawan wanita. Hanya 94 orang responden sahaja mengemukakan pendapat yang bertentangan dengan golongan majoriti.



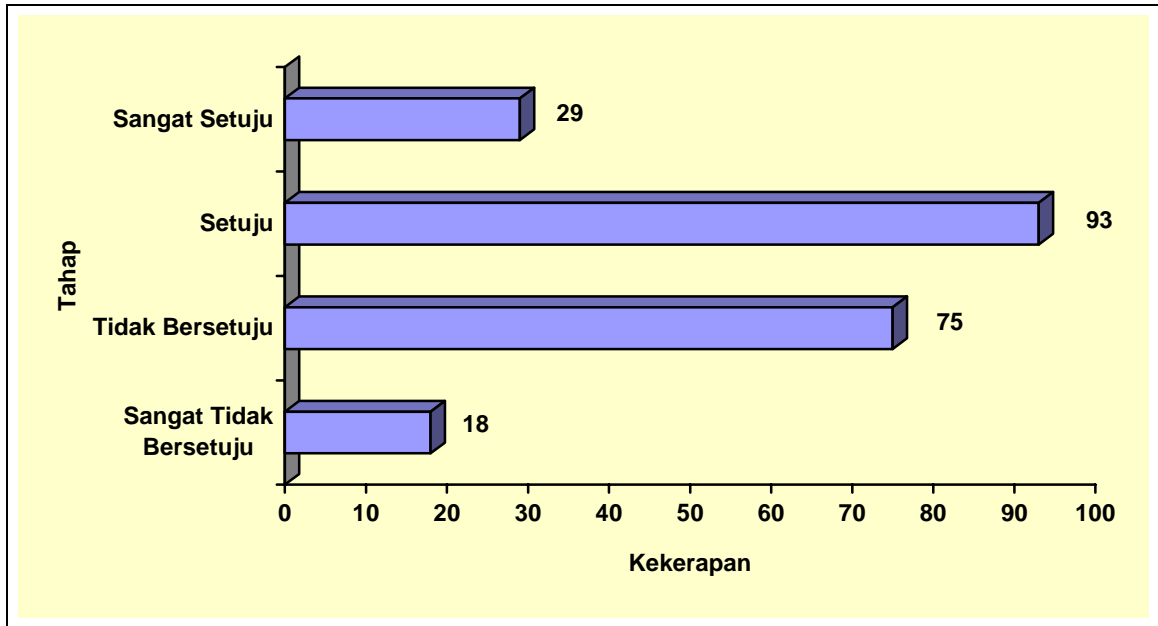
Rajah 4.57 : Tidak amanah dan bertanggungjawab terhadap diri sendiri, perniagaan dan pelanggan

Rajah 4.57 merumuskan bahawa tidak wujud perbezaan yang ketara antara responden yang bersetuju dan yang tidak bersetuju bahawa faktor tidak amanah dan tidak bertanggungjawab terhadap diri sendiri, perniagaan dan pelanggan merupakan salah satu faktor penting yang menyumbang kepada kegagalan sesebuah perniagaan usahawan wanita. Hanya lebih seorang responden sahaja yang menyebelahi kumpulan yang bersetuju.



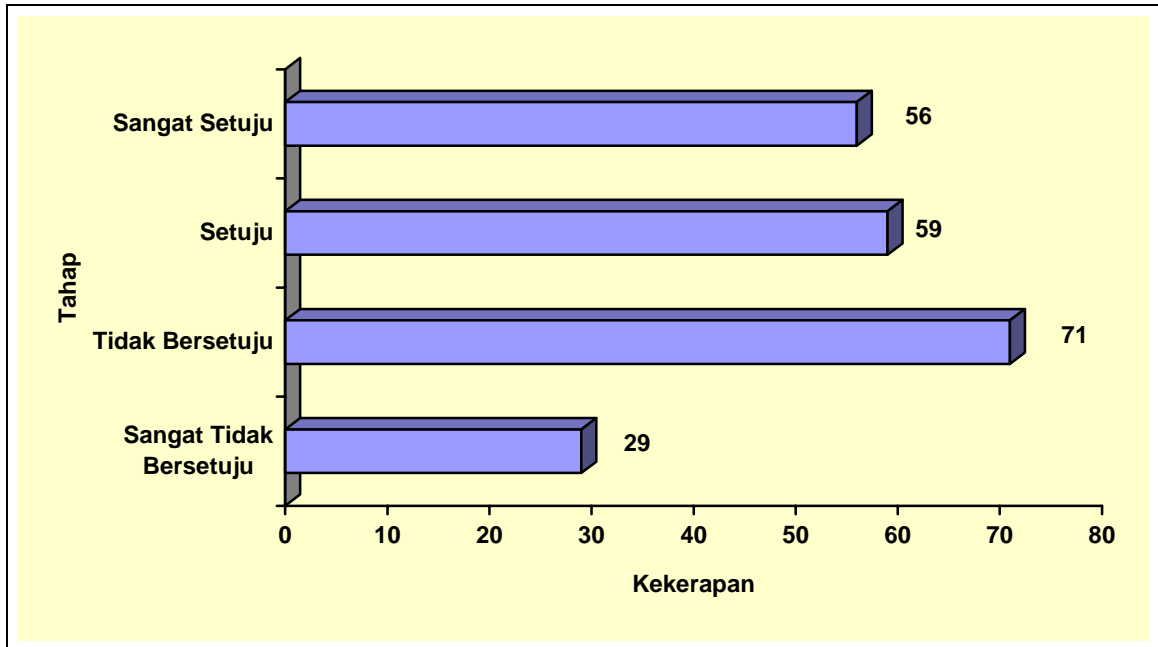
Rajah 4.58 : Mempunyai persepsi negatif terhadap cabaran

Rajah 4.58 menunjukkan majoriti responden iaitu seramai 121 orang responden bersetuju bahawa mempunyai persepsi negatif terhadap cabaran juga adalah salah satu punca gagalannya perniagaan. Ini diikuti oleh seramai 94 orang responden yang mengemukakan pendapat yang bertentangan.



Rajah 4.59 : Tidak bertindak terhadap cadangan dan kritikan yang diterima

Rajah 4.59 menunjukkan majoriti responden bersetuju dengan kenyataan bahawa tidak bertindak dengan cadangan/kritikan yang diterima boleh menyebabkan perniagaan menemui kegagalan. Walau bagaimanapun, terdapat 94 orang responden menyatakan tidak bersetuju dengan pendapat ini.



Rajah 4.60 : Tiada kesungguhan, azam dan ketekunan dalam menjalankan perniagaan

Carta bar di atas menunjukkan majoriti responden (115 orang) bersetuju bahawa tiada kesungguhan, azam dan ketekunan dalam menjalankan perniagaan merupakan antara penyebab sesebuah perniagaan usahawan wanita menemui kegagalan. Lebih sebanyak 100 orang responden pula menyatakan tidak bersetuju dengan pendapat ini.

4.2.6 Bahagian F : Masalah-masalah Yang Dihadapi

Bagi mengesan masalah-masalah yang dihadapi oleh usahawan wanita semasa memula dan semasa mengendalikan perniagaan, sebanyak 20 soalan telah dikemukakan untuk tujuan ini. Item ya dan tidak digunakan sebagai pilihan jawapan.

4.2.6.1 Masalah-masalah Yang Dihadapi Semasa Memulakan Perniagaan

Jadual 4.6 : Masalah-masalah Yang Dihadapi Semasa Memulakan Perniagaan

Bil.	Masalah-masalah yang dihadapi	Ya		Tidak	
		Kekerapan	Peratus (%)	Kekerapan	Peratus (%)
1.	Kekurangan sumber modal.	161	74.9	54	25.1
2.	Kurang pengetahuan untuk menjalankan aktiviti pemasaran.	150	69.8	65	30.2
3.	Kurang pengetahuan dalam menggunakan teknologi maklumat (IT).	144	67.0	71	33.0
4.	Strategi pemasaran yang kurang berkesan.	141	65.6	74	34.4
5.	Kurang mahir dalam pengurusan dan pentadbiran organisasi.	139	64.7	76	35.3
6.	Masalah mendapatkan pinjaman daripada pihak bank.	137	63.7	78	36.3
7.	Kekurangan pengetahuan dalam bidang perniagaan.	130	60.5	85	39.5
8.	Persaingan yang kian mencabar dan mendesak usahawan.	127	59.1	88	40.9
9.	Pengetahuan teknikal yang kurang.	126	58.6	89	41.4
10.	Mendapatkan bekalan dengan harga yang rendah/berpatutan.	126	58.6	89	41.4
11.	Masalah mendapatkan kredit daripada pembekal.	124	57.7	91	42.3
12.	Masalah mendapatkan pinjaman daripada pihak swasta.	123	57.2	92	42.8
13.	Masalah mendapatkan khidmat	122	56.7	93	43.3

	nasihat tentang perniagaan.				
14.	Kurang kemahiran dalam membuat keputusan berkaitan perniagaan	114	53.0	101	47.0
15.	Tidak mendapat kepercayaan dari pembekal dan pelanggan	95	44.2	120	55.8
16.	Kurang pengetahuan dalam menjalankan dan berkomunikasi secara berkesan dengan pelanggan.	93	43.3	122	56.7
17.	Kekurangan tenaga buruh.	91	42.3	124	57.7
18.	Masalah hubungan dengan pembekal.	84	39.1	131	60.9
19.	Masalah komunikasi dengan pekerja	83	38.6	132	61.4
20.	Masalah pembahagian masa antara keluarga dan perniagaan.	81	37.7	134	62.3

Berdasarkan Jadual 4.6 di atas, didapati masalah-masalah utama yang dihadapi oleh golongan usahawan wanita semasa memulakan perniagaan mereka adalah perkara-perkara yang berkaitan dengan aspek kewangan dan pengetahuan dalam bidang pemasaran. Ini dapat dilihat dari bilangan mereka yang menghadapi masalah kekurangan modal adalah seramai 161 orang. Ini diikuti seramai 137 orang responden menghadapi masalah mendapatkan pinjaman dari pihak kerajaan dan 123 orang menghadapi masalah untuk mendapatkan pinjaman dari pihak swasta.

Seramai 150 orang responden pula menyatakan menghadapi masalah kurang pengetahuan untuk menjalankan aktiviti pemasaran, 139 orang responden mengatakan kurang mahir dengan pengurusan dan pentadbiran organisasi dan 141 orang pula mengatakan mereka menghadapi masalah strategi pemasaran yang kurang berkesan sewaktu mula-mula menjalankan perniagaan. Selain itu, 144 orang responden memberitahu bahawa di awal pengoperasian

perniagaan, mereka mempunyai masalah untuk menggunakan teknologi maklumat yang ada bagi membantu mereka menjalankan perniagaan.

Kurang dari 40% responden yang menghadapi masalah dengan pembekal dan pekerja, dengan masing-masing mencatatkan peratusan sebanyak 39.1% dan 38.6%.

4.2.6.2 Masalah Semasa Mengendalikan Perniagaan

Jadual 4.7 : Masalah-masalah Yang Dihadapi Semasa Mengendalikan Perniagaan

Bil.	Masalah-masalah yang dihadapi	Ya		Tidak	
		Kekerapan	Peratus (%)	Kekerapan	Peratus (%)
1.	Persaingan yang kian mencabar dan mendesak usahawan.	134	62.3	81	37.7
2.	Kurang pengetahuan dalam menggunakan teknologi maklumat (IT).	118	54.9	97	45.1
3.	Kekurangan sumber modal.	115	53.5	100	46.5
4.	Masalah mendapatkan pinjaman daripada pihak bank.	102	47.4	113	52.6
5.	Strategi pemasaran yang kurang berkesan.	98	45.6	117	54.4
6.	Masalah mendapatkan pinjaman daripada pihak swasta.	93	43.3	122	56.7
7.	Mendapatkan bekalan dengan harga yang rendah/berpatutan.	92	42.8	123	57.2
8.	Pengetahuan teknikal yang kurang.	80	37.2	135	63.8
9.	Kurang mahir dalam pengurusan dan pentadbiran organisasi.	78	36.3	137	63.7

10.	Kurang kemahiran dalam membuat keputusan berkaitan perniagaan	78	36.3	137	63.7
11.	Masalah mendapatkan khidmat nasihat tentang perniagaan.	76	35.3	139	64.7
12.	Kurang pengetahuan untuk menjalankan aktiviti pemasaran.	74	34.4	141	65.6
13.	Masalah pembahagian masa antara keluarga dan perniagaan.	73	34.0	142	66.0
14.	Masalah komunikasi dengan pekerja	69	32.1	146	67.9
15.	Tidak mendapat kepercayaan dari pembekal dan pelanggan	67	31.2	148	68.8
16.	Masalah mendapatkan kredit daripada pembekal.	65	30.2	150	69.8
17.	Kekurangan pengetahuan dalam bidang perniagaan.	64	29.8	151	70.2
18.	Kekurangan tenaga buruh.	45	20.9	170	79.1
19.	Kurang pengetahuan dalam menjalinkan dan berkomunikasi secara berkesan dengan pelanggan.	42	19.5	173	80.5
20.	Masalah hubungan dengan pembekal.	40	18.6	175	81.4

Jadual 4.7 menunjukkan jenis-jenis dan peratus masalah yang dihadapi oleh responden semasa mengendalikan perniagaan. Didapati jumlah dan peratusan responden yang menghadapi masalah mendapatkan pinjaman daripada pihak kerajaan dan swasta telah menurun kepada masing-masing 102 orang dan 93 orang responden. Walau bagaimanapun, jumlah responden yang menghadapi masalah kurang pengetahuan dalam menggunakan teknologi maklumat masih lagi tinggi dengan jumlah 118 orang responden, berkurang sebanyak 26 orang dari sebelumnya.

Jumlah responden yang menghadapi masalah kekurangan modal masih juga tinggi dengan catatan seramai 115 orang.

Seterusnya jumlah dan peratusan responden yang menghadapi masalah pemasaran dan masalah pengurusan juga telah menurun kepada masing-masing sejumlah 74 orang dan 78 orang responden. Masalah komunikasi dengan pelanggan, masalah tenaga buruh dan masalah hubungan dengan pembekal tidak lagi menunjukkan masalah yang besar kepada usahawan wanita semasa mereka memulakan perniagaan apabila masing-masing menunjukkan peratusan yang kurang dari 21% daripada jumlah keseluruhan responden.

4.3 Rumusan

Secara keseluruhannya, bab ini telah menganalisis tentang profil perniagaan dan faktor-faktor penglibatan usahawan wanita di Negeri Johor. Selain itu, bab ini juga telah membentangkan dapatan berkaitan persepsi responden terhadap faktor yang mempengaruhi kejayaan dan kegagalan mereka dalam perniagaan dan masalah-masalah yang dihadapi oleh mereka dalam pengendalian perniagaan. Selanjutnya, Bab V akan membincangkan hasil dapatan dan kesimpulan daripada kajian ini.

BAB V

RUMUSAN, PERBINCANGAN DAN KESIMPULAN

5.1 Pengenalan

Perbincangan dalam bahagian ini akan merumuskan hasil kajian secara keseluruhan berdasarkan kepada objektif kajian yang telah dibentuk dalam Bab I. Oleh yang demikian, pelbagai jadual yang dinyatakan dalam Bab IV akan di rujuk semula dalam bahagian ini. Bahagian ini juga akan menyenaraikan beberapa cadangan yang sesuai kepada pihak-pihak yang berkenaan bagi membantu usahawan wanita memperkembangkan lagi perniagaan mereka.

5.2 Rumusan Kajian

Berdasarkan dapatan kajian yang diperolehi, dapat dirumuskan bahawa :

- i. Majoriti usahawan wanita (65.5%) mempunyai kelulusan akademik sekurang-kurangnya SPM dan mempunyai ahli keluarga yang menjadi usahawan (55.8%).

- ii. Hasil kajian mendapati usahawan wanita menceburkan diri dalam bidang keusahawanan kerana minat (40.5%) dan sebagai punca pendapatan tambahan(36.3%).
- iii. Kebanyakan usahawan wanita (48.4%) tidak bekerja atau menjadi suri rumah sepenuh masa sebelum menceburi bidang perniagaan.
- iv. Majoriti usahawan wanita (57.2%) memulakan perniagaan pada umur lebih 31 tahun dan memiliki perniagaan milikan tunggal (81.4%), berunsurkan makanan dan minuman (37.7%) dengan tempoh perniagaan kurang dari 10 tahun (69.8%).
- v. Majoriti usahawan wanita (79.1%) mempunyai pengalaman dalam bidang perniagaan yang diceburi dengan tempoh melebihi 7 tahun (50.6%).
- vi. Dapatan kajian ini mendapati majoriti usahawan wanita (57.2%) memulakan perniagaan dengan modal kurang dari RM5000 dan majoritinya menggunakan simpanan sendiri (75.3%).
- vii. Majoriti usahawan wanita (81.4%) mengendalikan sendiri akaun perniagaan mereka.
- viii. Hasil kajian mendapati faktor minat, ingin mencapai cita-cita dan ingin berdikari merupakan faktor pendorong utama usahawan wanita menceburi bidang perniagaan. Usahawan wanita menyatakan bahawa faktor kehilangan pekerjaan dan faktor ketidakpuasan hati terhadap pekerjaan dahulu bukan merupakan penyebab mereka menceburi bidang perniagaan.
- ix. Kajian ini mendapati faktor dalaman lebih mempengaruhi penglibatan usahawan wanita dalam bidang perniagaan berbanding faktor luaran. Responden juga memberikan persepsi pada tahap yang tinggi terhadap faktor dalaman dan tahap sederhana terhadap faktor luaran dalam mempengaruhi penglibatan mereka.
- x. Daripada 6 elemen yang dikaji, didapati elemen sikap paling mempengaruhi kejayaan usahawan wanita. Ini diikuti oleh elemen persekitaran, strategi perniagaan dan pengurusan perniagaan. Elemen penggunaan IT merupakan elemen yang paling tidak mempengaruhi kejayaan usahawan wanita.
- xi. Persepsi responden terhadap kejayaan usahawan wanita berdasarkan elemen strategi perniagaan, persekitaran dan elemen sikap berada pada tahap yang tinggi, elemen kemahiran dan amalan pengurusan pada tahap sederhana manakala elemen penggunaan IT pada tahap yang rendah.

- xii. Hasil kajian menunjukkan elemen kemahiran merupakan elemen yang paling mempengaruhi kegagalan usahawan wanita dalam bidang perniagaan. Faktor kurang kemahiran membuat keputusan, kurang pengetahuan tentang pemasaran dan masalah mendapatkan modal merupakan faktor utama yang menyumbang kepada kegagalan usahawan wanita dalam perniagaan.
- xiii. Semasa memulakan perniagaan, majoriti usahawan wanita menghadapi masalah kekurangan modal, kurang pengetahuan dalam pemasaran, kurang pengetahuan dalam penggunaan IT, strategi pemasaran yang kurang berkesan, kurang mahir dalam pengurusan dan pentadbiran organisasi, mendapatkan pinjaman bank/swasta, kurang pengetahuan dalam perniagaan, persaingan yang mencabar, kurang pengetahuan teknikal, masalah mendapatkan bekalan pada harga rendah, masalah mendapatkan kredit dari pembekal, masalah untuk mendapatkan khidmat nasihat serta kurang kemahiran dalam membuat keputusan berkaitan perniagaan.
- xiv. Hasil kajian mendapati majoriti usahawan wanita hanya menghadapi masalah dalam persaingan yang kian mencabar, kurang pengetahuan dalam penggunaan IT dan kekurangan modal semasa mengendalikan perniagaan.

5.3 Perbincangan Kajian

Perbincangan kajian ini akan dibuat berdasarkan objektif kajian seperti di bab 1 iaitu :

- i. Mengenal pasti profil perniagaan usahawan wanita di Negeri Johor
- ii. Mengenal pasti faktor-faktor yang mempengaruhi penglibatan wanita dalam bidang perniagaan di Negeri Johor
- iii. Mengenal pasti persepsi responden terhadap tahap penglibatan usahawan wanita dalam bidang perniagaan di Negeri Johor
- iv. Mengenal pasti persepsi responden terhadap faktor yang mempengaruhi kejayaan dan kegagalan usahawan wanita dalam bidang perniagaan di Negeri Johor

- v. Mengetahui pasti persepsi responden terhadap tahap kejayaan usahawan wanita dalam bidang perniagaan di Negeri Johor
- vi. Mengetahui pasti masalah yang dihadapi oleh usahawan wanita semasa memulakan dan semasa mengendalikan perniagaan.

5.3.1 Profil perniagaan usahawan wanita di negeri Johor

Majoriti usahawan wanita di Negeri Johor menjalankan perniagaan dengan status pemilikan perseorangan dan terlibat dalam perniagaan berasaskan makanan dan minuman, kain dan pakaian, kecantikan, jualan langsung, jahitan dan lain-lain. Jika dilihat kepada jenis perniagaan yang dijalankan ini, didapati usahawan wanita menceburkan diri dalam bidang dan aktiviti yang berbentuk tradisional, iaitu bidang dan aktiviti yang sinonim dengan tugas dan tanggungjawab seorang wanita seperti memasak, mengemas dan menjahit. Selain itu, bidang dan aktiviti tersebut juga merupakan kemahiran asas yang ada pada seseorang wanita.

Kebanyakan usahawan wanita di Negeri Johor mula menceburkan diri dalam perniagaan ketika dalam lingkungan umur 31-40 tahun (37.7%) dan 21-30 tahun (36.7%).

Majoriti responden (79.1%) mempunyai pengalaman dalam bidang perniagaan yang diceburi. Kebanyakan mereka telah mempunyai pengalaman selama lebih dari 9 tahun (39.4%) dalam bidang perniagaan yang diceburi. Majoriti responden mempunyai bilangan pekerja yang sedikit (1 hingga 2 orang) dan kebanyakan responden mengatakan bahawa modal permulaan mereka adalah di antara RM 1000 dan ke bawah dan ianya diperolehi melalui hasil wang simpanan mereka sendiri. Ini menunjukkan bahawa kebanyakan usahawan wanita memulakan perniagaan secara kecil-kecilan dan bergantung kepada wang yang dimiliki oleh mereka untuk dijadikan modal permulaan.

Kajian menunjukkan hanya 21 orang responden sahaja yang memulakan perniagaan dengan membuat pinjaman daripada badan-badan kewangan atau persatuan. Ini menunjukkan

bahawa kebanyakan daripada usahawan wanita memulakan perniagaan dengan menggunakan modal sendiri walaupun wang simpanan mereka tidak banyak untuk dijadikan modal. Ini memberikan gambaran bahawa kebanyakan daripada usahawan wanita merupakan individu yang boleh berdikari dan berusaha sendiri.

Hasil kajian mendapati majoriti responden (81.4%) mengendalikan sendiri akaun perniagaan mereka. Kebanyakan (46.5%) daripada usahawan wanita juga tidak pernah menerima apa-apa nasihat dan bantuan daripada mana-mana pihak.

5.3.2 Faktor-faktor yang mempengaruhi penglibatan usahawan wanita dalam bidang perniagaan di Negeri Johor

Majoriti usahawan wanita menceburi bidang keusahawanan kerana mempunyai minat yang mendalam dalam bidang perniagaan (90.2%), mempunyai cita-cita untuk menjadi usahawan (87%), ingin berdikari (91.2%), membantu menyara keluarga (91.2%), ingin mendapatkan tabungan yang tinggi (85.1%), mendapat dorongan dari ahli keluarga (83.2%) dan ingin mendapatkan kepuasan kerja (78.6%). Kajian oleh Brush (1992), Moore & Buttner (1997), Jean (2002) dan Philippe (2005) juga menunjukkan dapatan yang hampir sama dengan dapatan kajian ini yang mendapati penglibatan usahawan wanita dalam perniagaan dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti minat, bercita-cita untuk menjadi usahawan, ingin mendapatkan kepuasan kerja serta ingin mewujudkan persekitaran kerja yang seiring dengan nilai diri mereka.

Daripada dua elemen faktor pendorong yang digunakan, hasil kajian mendapati faktor dalaman lebih mempengaruhi usahawan wanita untuk menceburi bidang keusahawanan. Dapatan ini adalah bertepatan dengan dapatan kajian yang dijalankan oleh Keeble et.al (1992) dan Orhan & Scott (2001) yang mendapati seseorang individu memilih untuk menjadi usahawan disebabkan oleh faktor tarikan atau faktor dalaman berbanding faktor tolakan atau faktor luaran.

5.3.3 Persepsi responden terhadap tahap penglibatan usahawan wanita dalam bidang perniagaan

Majoriti responden mempersepsikan tahap penglibatan usahawan wanita dalam bidang perniagaan secara keseluruhannya pada tahap sederhana dan tinggi. Ini bermakna kebanyakan responden bersetuju bahawa ramai usahawan wanita yang terlibat dalam bidang keusahawanan pada masa kini bagi menampung kehidupan seharian. Penglibatan usahawan wanita dalam bidang perniagaan di lihat berdasarkan dua faktor iaitu faktor dalaman dan faktor luaran. Kebanyakan responden merasakan tahap penglibatan usahawan wanita dalam bidang perniagaan daripada faktor dalaman berada pada tahap tinggi. Ini menunjukkan bahawa faktor dalaman merupakan faktor yang boleh mendorong penglibatan usahawan wanita menceburi bidang perniagaan. Faktor dalaman wujud dari dalam diri seseorang individu seperti minat, cita-cita, dan lain-lain.

Majoriti responden merasakan tahap penglibatan usahawan wanita berdasarkan faktor luaran pula berada pada tahap yang sederhana. Faktor luaran seperti membantu menyara keluarga dan dorongan dari ahli keluarga merupakan antara faktor yang mendorong penglibatan usahawan wanita dalam bidang perniagaan.

5.3.4 Persepsi responden terhadap faktor yang mempengaruhi kejayaan dan kegagalan usahawan wanita dalam bidang perniagaan di Negeri Johor

Hasil kajian ini mendapati, daripada 6 elemen yang dikaji, responden mempersepsikan elemen sikap paling mempengaruhi kejayaan usahawan wanita dalam perniagaan. Ini diikuti oleh elemen persekitaran dan strategi perniagaan. Bagi usahawan wanita, faktor ilmu pengetahuan yang tinggi bukan menjadi kayu ukur kepada kejayaan mereka dalam bidang perniagaan. Apa yang penting sikap, keinginan serta usaha yang bersungguh-sungguh yang menentukan jatuh bangunnya perniagaan mereka.

Majoriti responden memberikan skor yang tinggi terhadap item-item seperti lokasi perniagaan yang strategik, sentiasa tekun dan berusaha untuk memajukan perniagaan, sentiasa berfikiran terbuka dan bersedia menerima kritikan, sentiasa berfikiran positif, termotivasi dari persaingan, mempunyai hubungan baik dengan pembekal dan pelanggan serta memahami kehendak pelanggan dalam mempengaruhi kejayaan mereka dalam perniagaan.

Majoriti responden bersetuju bahawa setiap item yang disenaraikan mempengaruhi kegagalan mereka dalam perniagaan. Ini ditunjukkan oleh jumlah dan peratusan responden yang bersetuju menunjukkan nilai angka yang tinggi terhadap setiap pernyataan yang dikemukakan. Walau bagaimanapun, faktor kekurangan pengetahuan tentang teknik-teknik penjualan dan pemasaran adalah faktor terpenting yang boleh mempengaruhi kegagalan perniagaan tersebut dengan nilai min iaitu 2.81. Antara faktor lain ialah kurang kemahiran membuat keputusan yang berkesan, masalah mendapatkan modal atau pinjaman, tidak dapat merancang dan menetapkan matlamat perniagaan, kurang mahir dalam mengenal pasti, menilai dan menyelesaikan masalah, tidak mampu mengguna dan menggabungkan idea-idea dengan kemahiran yang ada pada sesuatu keadaan, tidak mengendalikan amalan-amalan perniagaan seperti membuat catatan belanjawan, aliran keluar masuk tunai dan kawalan stok, kurang pengetahuan dan pendedahan terhadap aspek keusahawanan, tidak mempunyai jaringan perniagaan sesama usahawan yang membolehkan usahawan saling bantu-membantu dalam urusan perniagaan, tiada kesungguhan, azam dan ketekunan dalam menjalankan perniagaan, tidak memahami kehendak pasaran dan pelanggan dengan baik, tiada keyakinan diri dalam mengendalikan perniagaan, tidak bertindak terhadap cadangan dan kritikan yang diterima, tidak mempunyai pengetahuan berkaitan strategi pemasaran, gagal menimbang dan menilai peluang perniagaan yang ada, tiada hubungan yang baik dengan ahli profesional, motivasi diri yang rendah, tidak memahami keperluan pelanggan, tiada kemahiran menyelesaikan masalah, tidak mendapat bimbingan daripada pihak-pihak tertentu tentang perniagaan, tidak mementingkan strategi perniagaan, gagal merancang matlamat perniagaan, tidak amanah dan mengetahui polisi kerajaan, tiada ketahanan diri dalam menghadapi cabaran, gagal bertindak terhadap kritikan yang diterima, tiada kesungguhan dan persepsi yang negatif terhadap cabaran.

5.3.5 Persepsi responden terhadap tahap kejayaan usahawan wanita dalam bidang perniagaan

Hasil kajian menunjukkan tahap kejayaan usahawan wanita dalam bidang perniagaan masih berada pada sederhana. Walau bagaimanapun, persepsi responden yang mengatakan pada tahap tinggi juga menunjukkan nilai yang tinggi. Dapatan ini memperlihatkan bahawa kebanyakan daripada responden merasakan bahawa usahawan wanita yang menceburkan diri dalam bidang perniagaan mempunyai potensi besar untuk berjaya dalam perniagaan mereka. Persepsi responden terhadap faktor kejayaan usahawan wanita dalam bidang perniagaan dari strategi perniagaan, persekitaran dan sikap menunjukkan ketiga-tiga elemen tersebut berada pada tahap tinggi. Ini bermakna, responden bersetuju bahawa ketiga-tiga elemen tersebut merupakan antara faktor utama yang menyumbang kepada kejayaan usahawan wanita dalam bidang perniagaan.

5.3.6 Masalah-masalah yang dihadapi oleh usahawan wanita semasa memulakan perniagaan dan semasa mengendalikan perniagaan

Hasil kajian mendapati usahawan wanita menghadapi masalah di awal penubuhan perniagaan mereka. Ini kerana daripada 20 item masalah yang dikemukakan, 14 item menunjukkan peratusan persetujuan yang tinggi oleh responden. Masalah yang paling ketara dihadapi oleh usahawan wanita ialah masalah 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. Ketiga-tiga masalah ini menunjukkan jumlah dan peratusan yang tertinggi berbanding masalah-masalah lain yang turut dihadapi oleh responden. Kajian juga menunjukkan bahawa responden kurang berhadapan dengan masalah hubungan dengan pelanggan dan pembekal.

Majoriti responden menghadapi masalah kekurangan modal pusingan, kurang pengetahuan dan kemahiran dalam menggunakan IT dan masalah persaingan yang kian

mencabar. Ketiga-tiga masalah ini menunjukkan jumlah dan peratusan yang tinggi berbanding masalah-masalah lain. Ini menunjukkan bahawa masalah kekurangan modal pusingan dan masalah penggunaan IT masih lagi merupakan masalah utama responden semasa mengendalikan perniagaan mereka. Hubungan dengan pelanggan dan pembekal masih lagi tidak menjadi masalah kepada responden dalam mengendalikan perniagaan mereka. Dapatan kajian ini juga mendapati bilangan masalah yang dihadapi oleh responden semasa menjalankan perniagaan sudah berkurangan berbanding semasa memulakan perniagaan. Kebanyakan item masalah yang dikemukakan tidak menunjukkan jumlah persetujuan yang tinggi.

5.4 Perbincangan isu-isu berkaitan

Kajian ini mendapati bahawa latar belakang usahawan wanita bukanlah satu faktor yang kuat dalam mempengaruhi keputusan mereka untuk menceburkan diri dalam bidang perniagaan. Ini kerana bilangan responden yang mempunyai latar belakang keluarga peniaga dan bukan keluarga peniaga tidak menunjukkan perbezaan bilangan dan peratusan yang ketara. Oleh itu faktor latar belakang keluarga sebagai penentu kepada kerjaya seseorang tidak dapat dirumuskan dalam kajian ini dan ini bertentangan dengan apa yang dinyatakan oleh pengkaji lain seperti Humam (1995) dan Orhan dan Scott (2001).

Daripada 215 orang responden kajian, terdapat 94 orang responden telah bekerja sebelum menceburi bidang perniagaan. Dapatan ini menunjukkan ramai di kalangan usahawan wanita yang meninggalkan kerjaya di bidang korporat mahupun kerajaan untuk bekerja sendiri dan untuk menggunakan kemahiran teknikal dan pendidikan yang mereka ada. Yang lebih penting bagi mereka, menjadi usahawan bukan untuk mendapatkan banyak wang tetapi untuk mendapatkan kepuasan diri. Hasil kajian ini sama seperti hasil kajian oleh Jean (2002) yang mendapati majoriti usahawan wanita telah bekerja sebelum menjadi usahawan dan faktor utama mereka memilih bidang keusahawanan adalah kerana faktor minat, cita-cita dan ingin mendapatkan kepuasan diri melalui kerja yang dilakukan.

Jika di lihat dari aspek faktor-faktor kejayaan usahawan wanita, secara amnya, hasil kajian ini sejajar dengan pendapat yang dikemukakan oleh Lounsbury & Glynn (2001) dan Philippe (2005) apabila responden bersetuju dengan kepentingan strategi perniagaan dan aspek pemasaran dalam menyumbang kepada kejayaan perniagaan mereka. Sebagai usahawan, mereka ini perlu mengekalkan hubungan baik dengan masyarakat supaya produk atau perkhidmatan yang ditawarkan diterima dan bertepatan dengan pasaran semasa dan sekali gus kejayaan mereka dalam bidang keusahawanan.

Faktor sikap usahawan wanita juga memainkan peranan penting dalam aspek keusahawanan mereka. Kajian mendapati bahawa elemen motivasi seperti minat, keinginan menjadi bos dan hidup mewah serta untuk mencapai cita-cita adalah salah satu faktor dalam mempengaruhi penglibatan mereka dalam perniagaan. Dapatan ini juga adalah selaras dengan apa yang dinyatakan oleh pengkaji lain seperti Tee Kee Pei, (2000) dan Philippe (2005). Kepentingan faktor sikap seseorang diperkuatkan lagi apabila responden mengakui bahawa sikap yang positif seperti kuat berusaha, amanah dan bertanggungjawab boleh menyumbang kepada kejayaan perniagaan mereka dan jika aspek-aspek ini diabaikan ia boleh menyumbang kepada kegagalan perniagaan tersebut.

Hasil kajian ini pengkaji mendapati majoriti usahawan wanita tidak menggunakan IT dalam membantu mereka mengendalikan perniagaan mereka. Dapatan ini hampir bertepatan dengan dapatan kajian oleh Nelson dan Cengiz (2005) yang telah menjalankan kajian berkaitan penggunaan IT di kalangan usahawan wanita di Malaysia. Dapatan kajian mereka mendapati hanya minoriti daripada responden yang menggunakan sistem IT yang mendalam dalam pengurusan perniagaan mereka. Oleh yang demikian, usahawan wanita perlu maju setapak dengan mempelajari IT serta menggunakan IT dalam pengurusan perniagaan mereka. Penggunaan IT dalam perniagaan adalah amat penting bagi memudahkan urusan pentadbiran serta membantu menjalankan pemasaran sama ada di dalam mahupun di luar negara.

5.5 Rumusan

Berdasarkan hasil analisis yang telah dikemukakan, secara keseluruhannya didapati bahawa persepsi responden terhadap tahap penglibatan usahawan wanita dalam bidang keusahawanan di negeri Johor secara keseluruhannya masih berada pada tahap sederhana. Jika dibandingkan antara faktor dalaman dan faktor luaran, didapati faktor dalaman lebih mempengaruhi penglibatan usahawan wanita. Pada masa yang sama tahap kejayaan mereka juga adalah sederhana. Ia dipengaruhi oleh enam elemen utama iaitu elemen kemahiran/pengetahuan, elemen strategi perniagaan, elemen penggunaan IT, elemen pengurusan perniagaan, elemen persekitaran dan elemen sikap. Daripada keenam-enam elemen tersebut, elemen sikap didapati merupakan elemen yang paling mempengaruhi kejayaan dan elemen kemahiran/pengetahuan merupakan elemen yang terbesar menyumbang kepada kegagalan usahawan wanita dalam perniagaan.

BAB VI

CADANGAN

6.1 Pengenalan

Dapatan kajian perlu dikemukakan dan dibincangkan agar ia dapat memberi panduan kepada usahawan-usahawan wanita dan pihak-pihak yang terlibat untuk memperbaiki pencapaian wanita dalam bidang keusahawanan. Berdasarkan rumusan yang telah dibuat, pengkaji telah mengenal pasti beberapa bentuk cadangan yang perlu dikemukakan.

6.2 Usahawan Wanita

6.2.1 Menganggotai Persatuan atau Pertubuhan

Golongan wanita yang terlibat dalam perniagaan perlu menganggotai secara aktif dalam mana-mana persatuan yang berkaitan perniagaan. Langkah ini penting bagi memastikan mereka sentiasa menerima maklumat-maklumat terkini berkaitan dunia perniagaan serta membolehkan mereka menambah bilangan *networking*. Terdapat pelbagai persatuan atau pertubuhan berkaitan

perniagaan yang boleh dianggotai oleh usahawan wanita seperti Persatuan Usahawan Wanita Negeri, Dewan Perniagaan Melayu Malaysia dan sebagainya. Adalah penting bagi usahawan wanita untuk mempunyai kesedaran bahawa nasib mereka akan mudah diperjuangkan secara berkumpulan berbanding secara individu. Jika usahawan wanita sedar akan kepentingan hidup dan bergerak secara berpersatuan, maka banyak masalah yang dihadapi dapat disalurkan kepada mana-mana agensi kerajaan atau swasta yang berkaitan.

Pendedahan pelbagai maklumat perniagaan dan peluang-peluang baru perniagaan juga mudah di perolehi dan disalurkan menerusi persatuan yang bertindak sebagai badan yang menjadi penangung. Aktiviti perniagaan dan pergerakan mereka juga boleh dipantau dari semasa ke semasa secara lebih sistematik lagi. Permohonan yang disokong oleh persatuan biasanya lebih mendapat perhatian kerana kerajaan lebih yakin dengan cadangan dari persatuan yang mengambil kira pandangan, pendapat dan kepentingan banyak ahli berbanding jika ianya dilakukan secara individu.

Peluang-peluang memasuki tender kerajaan biasanya dibuka kepada bumiputera dan jika ianya datang daripada persatuan yang mempunyai maklumat lengkap mengenai latar belakang perusahaan atau perniagaan yang diceburi oleh ahli-ahlinya seperti Persatuan Usahawan Wanita Negeri Johor maka adalah lebih mudah dan berpotensi untuk mendapat tender tersebut seperti yang dilakukan oleh Pertubuhan Peladang, Persatuan Bekas Perajurit dan pelbagai persatuan lagi. Pendedahan mengenai maklumat dan manfaat menganggotai mana-mana persatuan perniagaan perlu disampaikan kepada para usahawan terutama bagi mereka yang terlibat dalam bidang keusahawanan di seluruh negara. Mungkin pendedahan maklumat ini tidak sampai kepada mereka di mana ia memerlukan satu kajian lain dan ianya tidak dibincangkan menerusi kajian ini.

6.2.2 Meningkatkan Ilmu Pengetahuan Dan Kemahiran Dalam Bidang Perniagaan

Usahawan wanita perlu berusaha meningkatkan ilmu pengetahuan dan kemahiran dalam bidang perniagaan. Ini boleh dilakukan dengan mengikuti kursus-kursus secara formal yang ditawarkan di institusi-institusi latihan kerajaan dan swasta atau pun secara tidak formal dengan menghadiri seminar, ceramah dan konvensyen keusahawanan yang dianjurkan oleh pihak-pihak yang berkaitan. Usahawan wanita juga perlu peka dan sentiasa mengikuti perkembangan semasa. Ini boleh didapati melalui peningkatan pengetahuan mereka tentang peluang-peluang perniagaan yang wujud di sekeliling mereka. Mereka juga perlu mengetahui dan mengikuti pelbagai skim bantuan yang disediakan oleh pelbagai agensi kerajaan seperti Kementerian Pembangunan Usahawan, Kementerian Pembangunan Luar Bandar, Kementerian Belia dan Sukan, Kementerian Pertanian dan lain-lain agensi kerajaan yang terlibat.

Perkembangan ekonomi masa kini yang menyaksikan perubahan begitu drastik dalam strategi perniagaan dan pemasaran memerlukan usahawan wanita agar mempersiapkan dan memperkasakan diri mereka supaya duduk sama rendah dan berdiri sama tinggi dengan usahawan lain. Perkembangan ekonomi menerusi k-ekonomi, perniagaan elektronik, pemasaran elektronik adalah merupakan contoh pembaharuan yang perlu diketahui dan dipelajari oleh usahawan wanita. Rempuhan arus globalisasi tidak mengenal jantina dan adalah menjadi satu tanggungjawab bagi usahawan wanita agar menghadapi rempuhan tersebut dengan memperkayakan khazanah ilmu pengurusan perniagaan, mempelbagaikan teknik pengeluaran dan pemasaran, memperkukuhkan jaringan perniagaan, proaktif dalam meneroka peluang perniagaan baru, mengutamakan kualiti produk dan perkhidmatan yang ditawarkan agar tidak kecundang dalam bidang perniagaan yang diceburi atau berada dalam lingkaran rancangan mereka yang belum sempat dilaksanakan. Status sebagai seorang wanita bukan menjadi batu penghalang untuk maju dan berkembang atau ia menjadi tiket meminta simpati sepanjang masa tanpa dapat membuktikan kemampuan dan kredibiliti mereka untuk bergelar sebagai usahawan yang berjaya.

6.2.3 Merujuk Dan Membincangkan Masalah Dengan Pihak Yang Berkemahiran

Usahawan wanita seharusnya merujuk dan membincangkan masalah-masalah yang mereka hadapi dalam perniagaan dengan pihak-pihak yang berkemahiran seperti MARA, FAMA, MARDI, MEDEC atau persatuan peniaga melalui saluran yang betul. Ini kerana pihak-pihak tersebut mempunyai kepakaran dan pengalaman yang luas tentang selok-belok perniagaan. Melalui cara ini, usahawan wanita dapat mencari penyelesaian dengan mengetahui sebab-sebab kewujudan masalah tersebut dan langkah-langkah penyelesaian yang perlu diambil.

Usahawan wanita ini perlu mengetahui pihak yang manakah harus dirujuk bagi setiap masalah yang dihadapi dari semasa ke semasa supaya mereka mendapat maklumat tepat berkaitan dunia perniagaan dan pelbagai skim bantuan yang disediakan oleh kerajaan misalnya masalah berkaitan industri asas tani boleh dirujuk kepada Jabatan Pertanian, Jabatan Perikanan, FAMA, MARDI. Masalah berkaitan kualiti produk dirujuk kepada SIRIM, yang berkaitan dengan produktiviti dirujuk kepada Perbadanan Produktiviti Negara (NPC), usaha menembusi pasaran antarabangsa dirujuk kepada MITI, MATRADE, masalah berkaitan modal dan pembiayaan dirujuk kepada Bank Pertanian, Bank Pembangunan, PUNB, MARA, MDC, Bank Industri. Masalah perniagaan yang dihadapi tidak boleh disorok dan dibiarkan begitu sahaja kerana akhirnya akan membawa kepada kepincangan pengurusan dan kegagalan dalam bidang perniagaan yang diceburi. Justeru, dengan merujuk dan berbincang dengan agensi kerajaan yang terlibat sedikit sebanyak dapat membantu mereka menyelesaikan masalah tersebut terutama jika ianya masih di peringkat awal. Kerajaan sememangnya ingin membantu rakyat di negara ini yang berhasrat membangunkan ekonominya menerusi penglibatan dalam dunia perniagaan, maka peluang dan kemudahan yang disediakan harus digunakan sepenuhnya terutama di kalangan usahawan wanita yang kadang kala ibarat anak ayam kehilangan ibunya apabila berhadapan dengan sesuatu masalah dalam bidang perniagaan yang diceburi.

6.2.4 Menceburi sektor yang berpotensi

Usahawan wanita seharusnya membuat tinjauan dan analisis berkaitan perniagaan yang ingin diceburi. Ini bertujuan supaya perniagaan yang akan dijalankan ini mampu untuk berkembang di masa akan datang. Usahawan wanita juga perlu memilih sektor perniagaan yang seiring dengan perkembangan ekonomi. Mereka harus bijak mengambil ruang dan peluang bagi memperkembangkan perniagaan mereka. Pihak kerajaan telah mewujudkan banyak ruang dan peluang kepada usahawan terutamanya usahawan wanita dalam memasarkan produk mereka ke peringkat yang lebih jauh. Sebagai contoh, dalam RMK-9 kerajaan menggalakkan para usahawan untuk menceburi bidang perniagaan berasaskan tani. Kerajaan menyediakan pelbagai insentif dan bantuan kepada para usahawan yang berminat untuk memperkembangkan industri ini ke peringkat global dengan memasarkan Malaysia sebagai pengeksport produk tani terbesar dunia.

6.3 Pihak Kerajaan, Kementerian, Persatuan Dan Agensi Lain

6.3.1 Menyediakan Kemudahan Latihan Dan Bimbingan

Persatuan dan pertubuhan yang terlibat hendaklah menyediakan kemudahan latihan dan bimbingan kepada semua anggotanya tanpa mengira saiz dan kedudukan kewangan perniagaan mereka. Semua anggota yang berdaftar hendaklah menerima faedah yang sama rata dan diberi perhatian yang sewajarnya terutama sekali mereka yang baru menceburkan diri dalam dunia perniagaan. Usahawan wanita perlu diberi latihan dan pendedahan tentang aspek-aspek yang berkaitan dengan keusahawanan dan perniagaan yang lebih besar seperti bidang pemasaran, pembangunan produk, kawalan mutu, pengurusan perniagaan, teknik memasuki tender-tender kerajaan, pengurusan kewangan, cara-cara memohon lesen, cara-cara membuat permohonan pinjaman, motivasi dan sebagainya.

Jika persatuan yang menaungi usahawan wanita di setiap negeri atau di peringkat kebangsaan tidak mempunyai kemahiran untuk memberikan kursus atau latihan kemahiran yang diperlukan, maka mereka boleh menganjurkan program kerjasama dengan mana-mana agensi profesional yang berkaitan seperti Majlis Pembangunan Sumber Manusia (HRDC), *Multimedia Development Corporation* (MDC), British-Malaysia Institute. Dengan cara mengadakan program latihan secara usaha sama ini dapat mengurangkan kos pengurusan yang terpaksa ditanggung oleh persatuan usahawan wanita yang terlibat dan masalah inilah kebiasaannya menjadi halangan utama mereka untuk mengendalikan sesuatu kursus yang memerlukan penglibatan ramai ahli persatuan untuk hadir.

6.3.2 Perkongsian Bijak

Satu program yang berbentuk perkongsian bijak hendaklah diwujudkan di dalam persatuan atau pertubuhan. Program ini bertujuan membina hubungan yang lebih erat di kalangan anggota dan membolehkan mereka berkongsi dan bertukar-tukar pendapat serta pengalaman sesama mereka. Selain itu, melalui program ini juga anggota yang baru berpeluang mendapatkan nasihat tentang perniagaan daripada anggota yang terlebih dahulu menceburi bidang perniagaan. Persatuan boleh mengumpulkan ahli yang terdiri daripada pelbagai latar belakang dan hari ini bukanlah sesuatu yang sukar menemui usahawan wanita yang terlibat dalam bidang profesional seperti peguam, akauntan, doktor, arkitek, kaunselor dan sebagainya. Ada di kalangan mereka yang terlibat dalam bidang keusahawanan dan ramai juga yang masih bekerja dengan organisasi kerajaan atau swasta. Ilmu dan kepakaran mereka boleh dikongsi bersama di kalangan ahli persatuan jika pihak pengurusan persatuan bijak mengaturkan program yang dapat menemukan ramai usahawan wanita dalam majlis yang rasmi atau tidak rasmi.

Menerusi program ini boleh diadakan seminar, bengkel, latihan yang memberi peluang profesional usahawan wanita membantu ahli-ahli yang lain yang kurang pengetahuan atau pendedahan maklumat yang diperlukan dalam sesuatu bidang. Contohnya seorang peguam usahawan wanita boleh memberikan khidmat nasihat kepada usahawan wanita mengenai

pelbagai akta yang berkaitan dengan pendaftaran pertubuhan, keselamatan dan kesihatan pekerjaan, kumpulan wang simpanan pekerja, pertubuhan keselamatan pekerja yang menjadi input berguna kepada mereka dalam melakukan pengurusan berhemah. Ini juga merupakan salah satu contoh perkongsian bijak yang boleh dilakukan oleh persatuan usahawan wanita. Banyak manfaat boleh diambil jika kemahiran, pengalaman, pengetahuan yang ada di kalangan ahli persatuan dikongsi bersama menerusi wadah yang disertai oleh mereka.

6.3.3 Mewujudkan Program Mentor-Mentee

Ia merupakan satu program yang diwujudkan bertujuan untuk membantu ahli-ahli yang baru terlibat dan baru berjinak-jinak dengan aktiviti keusahawanan. Melalui program ini, ahli lama yang telah mencapai kejayaan dalam perniagaannya akan membantu ahli baru yang berada dalam bidang perniagaan yang sama dengannya. Mereka-mereka yang telah berjaya ini dapat memberikan tunjuk ajar secara langsung terutama dalam aspek memahami kehendak dan keperluan pasaran, memahami pasaran yang berpotensi, memahami pesaing-pesaing yang ada serta bagaimana caranya untuk mendapatkan bahan mentah / bekalan pada harga yang paling rendah supaya produk dapat ditawarkan kepada pengguna pada harga yang rendah. Berdasarkan kajian ini, aspek-aspek yang disebutkan di atas merupakan aspek-aspek yang kurang difahami dan diterokai oleh kebanyakan usahawan wanita sehingga ia menjadi antara faktor penyebab yang menyumbang kepada kegagalan dalam mengendalikan perniagaan.

6.3.4 Menggiatkan Usaha Untuk Membantu Usahawan Wanita

Pihak kerajaan khususnya Kementerian Pembangunan Usahawan dan Kementerian Pembangunan Keluarga, Wanita dan Masyarakat disaran agar menggiatkan lagi usaha dan mencari formula terbaik untuk membantu golongan wanita khususnya kaum Bumiputera yang terlibat dalam aktiviti keusahawanan. Pelbagai bentuk bantuan seperti bantuan latihan dan

bimbingan, motivasi dan modal perlu diberikan agar mereka mampu bersaing dengan kaum bukan Bumiputera yang telah lama bertapak dalam perniagaan. Langkah paling penting dan utama perlu dilakukan oleh kerajaan untuk membantu usahawan wanita ialah dengan membuat bancian bilangan mereka yang benar-benar terlibat dalam aktiviti keusahawanan di seluruh negara.

Maklumat ini penting kerana hasil kajian mendapati kebanyakan agensi kerajaan yang terlibat tidak mengetahui berapakah bilangan sebenar wanita yang terlibat dalam aktiviti keusahawanan. Sudah tentu dengan kecanggihan sistem pengurusan hari ini, dengan teknologi maklumat dan komunikasi dan pelbagai agensi kerajaan yang diwujudkan sepatutnya maklumat sedemikian telah pun ada sebagai rujukan pelbagai pihak yang berhasrat mengkaji atau membantu golongan wanita. Jika maklumat sedemikian gagal disediakan bagaimana mereka boleh mengenal pasti masalah usahawan wanita yang terlibat dalam bidang keusahawanan dan bantuan yang sepatutnya hendak disalurkan.

6.3.5 Analisis Keperluan Latihan

Pihak kerajaan dan swasta yang terlibat seharusnya membuat satu analisis terlebih dahulu bagi menentukan jenis dan bentuk latihan yang benar-benar diperlukan oleh usahawan wanita. Ini penting kerana jika usahawan wanita tidak diberikan latihan mengikut keperluan, maka latihan tersebut tidak akan mendatangkan sebarang kesan yang positif apatah lagi membantu mengatasi masalah-masalah yang dihadapi. Dalam aspek yang lain, ia juga turut mengakibatkan pembaziran dari segi kewangan, masa dan tenaga.

Satu kajian analisis keperluan latihan di kalangan usahawan wanita perlu dilaksanakan untuk mengenal pasti keperluan kritikal yang dihadapi oleh usahawan wanita di negara ini bagi meneruskan hidup dalam bidang yang diceburi. Kajian di peringkat negeri atau kebangsaan perlu dilakukan kerana masalah yang dihadapi oleh usahawan wanita mungkin berbeza mengikut kawasan, masa dan latar belakang. Tanpa kajian yang menyeluruh ini, amat sukar membuat satu

generalisasi yang boleh diadaptasikan kepada semua golongan usahawan wanita di negara ini. Kepelbagaian sektor ekonomi yang diceburi seperti pertanian, penternakan, perniagaan, kraf tangan, pelancongan sebenarnya memerlukan analisis keperluan latihan yang berbeza dan ianya mesti dimulakan daripada sekarang.

6.4 Kajian Akan Datang

Pengkaji ingin mencadangkan kepada pengkaji-pengkaji akan datang supaya menjalankan kajian perbandingan antara sektor atau jenis perniagaan dan antara negeri. Ini akan membantu pihak-pihak terbabit seperti Kementerian Pembangunan Usahawan agar dapat mengenal pasti apakah masalah yang dihadapi, apakah bantuan yang diperlukan serta latihan yang diperlukan bagi membantu usahawan wanita mengembangkan perniagaan mereka.

Selain itu, pengkaji juga mencadangkan supaya kajian yang lebih mendalam berkaitan kemahiran dalam perniagaan serta keperluan latihan dapat dijalankan di seluruh negara. Ini kerana daripada dapatan kajian ini, pengkaji dapat mengenal pasti beberapa masalah yang dihadapi oleh usahawan wanita adalah berkaitan kemahiran-kemahiran dalam perniagaan seperti kemahiran mengadakan pemasaran serta mengurus perniagaan. Melalui analisis keperluan latihan yang dijalankan, pihak terbabit dapat menyediakan latihan yang diperlukan oleh usahawan wanita ini.

Pengkaji akan datang juga boleh membuat kajian secara jangka panjang kerana ia jarang dilakukan oleh pengkaji di Malaysia, contohnya dalam jangka masa lima tahun. Pengkaji akan mengedarkan soal-selidik di awal tahun pertama dan mengedarkan soal-selidik yang sama di hujung tahun ke lima. Peningkatan terhadap pencapaian syarikat diukur sepanjang lima tahun tersebut. Dengan itu, keputusan yang lebih tepat dapat diperolehi berhubung dengan faktor sebenar yang mempengaruhi kejayaan atau kegagalan pengendalian perniagaan. Kajian secara

jangka panjang ini banyak dilakukan oleh pengkaji luar negara dan memberikan keputusan yang lebih tepat.

6.5 Rumusan

Sebagai rumusannya, satu pendekatan yang lebih komprehensif perlu dirangka bagi membantu dan memantau aktiviti keusahawanan di kalangan usahawan wanita. Berdasarkan hasil analisis yang telah dikemukakan, didapati bahawa penglibatan golongan usahawan wanita dalam bidang perniagaan adalah tinggi. Namun ianya hanya terbatas kepada perniagaan secara kecil-kecilan. Mereka menceburi bidang perniagaan semata-mata kerana ingin mendapatkan pendapatan untuk menyara kehidupan atau pun sebagai pendapatan sampingan untuk meningkatkan taraf hidup selepas kematian atau berpisah dengan suami.

Dengan majoriti responden memulakan perniagaan menggunakan wang simpanan sendiri, menunjukkan golongan usahawan wanita di negeri Johor seolah-olah tidak mengetahui tentang kemudahan yang boleh mereka perolehi untuk memulakan perniagaan dan mengembangkan perniagaan. Mereka juga mungkin tidak mengetahui saluran yang betul untuk membolehkan mereka mendapatkan pinjaman sama ada untuk memulakan perniagaan ataupun untuk mengembangkan perniagaan. Selain itu, mereka juga mungkin menghadapi kesukaran dalam mendapatkan pinjaman tersebut disebabkan prosedur yang agak ketat di samping tempoh untuk mendapatkan kelulusan yang agak lama.

Namun pada hakikatnya golongan usahawan wanita memang memerlukan kemudahan pinjaman dan ini terbukti melalui kajian yang telah dijalankan oleh Ermi Shah et. al (2001). Melalui kajian tersebut didapati bahawa kebanyakan responden hanya mampu mengeluarkan setengah daripada jumlah modal yang diperlukan. Ianya merupakan wang simpanan sendiri atau ahli keluarga serta perkongsian modal dengan saudara atau rakan-rakan. Ini menunjukkan bantuan pinjaman tunai adalah sangat penting kepada responden.

Selain pinjaman kewangan, khidmat latihan dan nasihat juga amat perlu kepada golongan usahawan wanita. Ini kerana dengan adanya latihan yang betul dan mencukupi, pengetahuan dan kemahiran usahawan wanita dalam bidang keusahawanan dapat ditingkatkan dan seterusnya menjadikan mereka lebih berdaya saing dalam pasaran perniagaan yang semakin global dan mencabar.

BIBLIOGRAFI

- Ab. Aziz Yusof (2003). *Prinsip Keusahawanan*. Prentice Hall: Pearson Malaysia Sdn. Bhd
- Ab. Aziz Yusof (2000). "Usahawan Dan Pengukuhan Jaringan Rakan Niaga". Sintok : Penerbit Universiti Utara Malaysia.
- Abdul Aziz Yusof (1998). *Asas-Asas Keusahawanan. Selangor*: Prentice Hall (M) Sdn.Bhd.
- Abdul Nasir b. Daud (1999). "Faktor-faktor Kemampuan Usahawan Kecil Bumiputera Dalam Mengembangkan Perniagaannya Di Pekan Pagoh. Satu Tinjauan." Universiti Teknologi Malaysia: Projek Sarjana Muda.
- Alina Zapalska Marshall. 1997. A Profile of Women Entrepreneurs and nterprise in Poland. *Journal of Small Business Management*. Pp 107
- Ayre, W.R. & Brotherton, P. 1999. 5 hot business fields for women. *Black enterprise*. Vol 30 pp 81
- Barjoyai Bardai (2000). "Keusahawanan dan Perniagaan – Bahagian 1." Kuala Lumpur : Dewan Bahasa dan Pustaka.
- Barringer & Ireland (2006), *Entrepreneurship: Successfully Launching New Ventures*, Prentice Hall, New Jersey, pp 18-19
- Bird. B.J. 1989. *Entrepreneurial Behavior*. England: Scott, Foreman & Company.
- Birley, S. 1989. female entrepreneurs: are they really any different? *Journal of small business management*. Pp 32-37.
- Bonnett, C. and Furnham, A. (1991) *Who wants to be an entrepreneur? A study of adolescents interested in a young enterprise scheme*. *Journal of Economic Psychology*, 12 (3), 465-478.
- Brockhaus, R.H. (1987) *Entrepreneurial Folklore*. *Journal of Small Business Management*, 25 (3), 1-6.
- Brodsky, M.A. 1993. successful female corporate managers and entrepreneurs: similarities and differences. *Group & organization management*. Vol 18 issue 3 pp 366
- Brush, C.G., 1992, *Research on Women Business Owners: Past Trends, A New Perspective and Future Directions*. *Entrepreneurship: Theory and Practice*. Vol 16 issue 4 pp 5.
- Buttner, E.H. & Rosen, B. 1992. Rejection in the loan application process: male and female entrepreneurs' perception and subsequent intention. *Journal of small business management*. Vol 30.

- Carter, S. (2000). "Improving The Numbers And Performance Of Women-owned Businesses : Some Implications For Training And Advisory Services." *Education And Training Review*. 42. 326-334.
- Chew, K.H. & Tan, C.Y. 1991. the changing pattern of women entrepreneurs: the Singapore experience. *Women in management review & abstracts*. Pp 9-14
- Clare, B. 2005. Barriers to women achieving their entrepreneurial potential; women and risk. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, Vol. 11 No. 2. pp 144-161
- Coolidge, S.D. 1998. Ms Boss. *Christian Science Monitor*. Vol 90 issue 242 pp B1.
- Cooper Mayasami, R. & Goby, V.P. 1999. Females Business Owners in Singapore and Elsewhere: A review of Studies. *Journal of Small Business Management*. Pp 96
- Corman, J. dan Lussier, R. N. (2001). "Entrepreneurial New Ventures." Australia : Dame / Thomson Learning.
- Crant, J. M. (1996). *The Proactive Personality Scale As A Predictor Of Entrepreneurial Intentions*. *Journal of Small Business Management*. 34, 42-49.
- Datuk Seri Abdullah Ahmad Badawi, dlm Utusan Malaysia, Bank Wanita Perlu Ditubuhkan, 7 Mac 2006.
- David, C & marion, D. 1987. *Businesswomen: Present and Future*. London. macMillan Press.
- Dolinsky, A.L. & Caputo, R.K. 1993. the effects of education on business ownership: a longitudinal study on women. *Entrepreneurship: Theory and Practice*. Vol 18 issue 1 pp 43.
- Donald, F.K. & Richard, M.H. 1989. *Entrepreneurship: a Contemporary approach*. United states: the Dryden press.
- Faridah Mariani Johari, 2000, Profil, Trait Keusahawanan Dan Pengurusan Perniagaan Dalam Pembentukan Aspirasi Peniagaanita Di Negeri Terengganu, Projek Sarjana, UTM.
- Fatimah Daud. 1975. penyertaan wanita dalam bidang perniagaan dan perusahaan di Kuala Lumpur. Universiti Malaya. Latihan Ilmiah Sarjana.
- Garca, R., Carreras, S., Mancilla, B. And Peacock, S. (1998), *Las Mujeres Empresarias: una fuerza economica emergente en Mexico*, Center for Women Business Research, Washington DC
- Grondin dan Grondin (1994). "The Export Orietation of Canadian female Entrepreneurs in New Brunswick." *Women in Management Review*. 9. 20-30.
- Harian Metro, (1.7.2003), Tokoh Wanita Korporat.

- Hispanic Times Magazine. 1999. Hispanic Business Changing The Face of Business. Vol 20. issue 4 pp 6.
- Hisrich, R. D O' Cinneide, B (1986). *The Irish Entrepreneur: Characteristics, Problems and Future Success*. In R. Rostadts, J.A Hornaday, R. Peterson, K.H. Vesper, Eds. *Frontiers of Entrepreneurship Research* 1986 p. 66-81
- Hisrich, R.D. & Brush, C. 1984. The Women Entrepreneur: Management Skills and Business Problems. *Journal of Small Business Management*.
- Hisrich, R.D. & Brush, C. 1986. characteristic of the minority entrepreneur. *Journal of Small Business Management*. Pp 1-8
- Hisrich, Robert, D., Ozturk dan Sevgi Ayse (1999). "Women Entrepreneurs In A Developing Economy." *Journal of Management Development*. **18**. 114 .
- <http://tlkm2001.tripod.com/lpk/sem1tjk3.htm>
- <http://www.kpwk.gov.my/mal/showstatistik.pl?action=display&id=1046010990>
- <http://www.miti.gov.my/ucapan141.htm>
- <http://www.quickmba.com/entre/definition/>
- <http://www.smidec.gov.my/malay>
- <http://www.statistics.gov.my/Bahasa/mediademo.htm>
- <http://www.yayasanwanita.org/isikandungannya.html>
- <http://www.ypkdt.gov.my>
- Humam Hj. Muhamed (1992). "Keusahawanan Di Malaysia : Asas Keusahawanan." Shah Alam : Pusat Pembangunan Usahawan (MEDEC), Institut Teknologi Malaysia.
- Hutt. R. 1994. *Entrepreneurship: Starting Your Own Business*. USA: South Western Publishing CO
- James, F.J. & Clark, T.A. 1995. more women-owned business are important, new government programs may not be. *Economic development quarterly*. vol 9 pp 9
- Jones. M., 1990, *Women In Enterprise: Partner by the year 2000?*. Women in management review, pp 8-13
- Khairuddin Khalil (1996). *Keusahawanan Sebagai Kerjaya*. Kuala Lumpur. Dewan Bahasa dan Pustaka.
- Khairuddin Khalil (1996). "International Management." Upper Saddle River, N. J : Prentice - Hall.

- Kim Woo Choong (1994). *Usahawan Asia: Kekayaan Ada Di Mana-Mana Edisi Ketiga*. Shah Alam. Time Edisional Ptc. Ltd.
- Kuehl, C. R dan Lambing, P. (2000). "Entrepreneurship." Edisi Ketiga. Upper Saddle River, New Jersey : Prentice-Hall.
- Lambing P.A, Kuehl C.R (2003). *Entrepreneurship: Third Edition*. Prentice Hall. New Jersey.
- Lee, J. (1997). "The Motivation of Women Entrepreneurs In Singapore." *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*. 3. 93 – 110.
- Likert, L. R. (1976). "The human Organization." New York: McGraw Hill.
- Low, Murray B. MacMillan, Ian C. (1988). *Entrepreneurship: Past Research and Future Challenges*. Journal of Management 14 (2), 139-161.
- M.B. Muda et al (2003), Pengajian Perniagaan 2, Fajar Bakti, Petaling Jaya.
- Maarof Sarman (1997). *Stress Dan Mekanisme Daya Tindak Di Kalangan Operator Pengeluaran di Kilang National Semiconductor Sdn Bhd, Batu Berendam, Melaka*. Universiti Teknologi Malaysia: Tesis Sarjana.
- Mahashim Bajuri, (1985), Pengurusan Perniagaan: Panduan Asas, Fajar Bakti, Petaling Jaya.
- Malaysia (2001). *Laporan Prestasi Bulanan Aktiviti Perniagaan 2001*. Kementerian Perdagangan Dalam Negeri dan Hal Ehwal Pengguna.
- Manimala, M.J. (1999). "Entrepreneurial Policies and Strategies." India : Sage Publications.
- Mc Clelland. David (1961). *The Achieving Society*. New York.
- McKay, R. (2001). "Women Entrepreneurs: Moving Beyond Family and Flexibility." *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*. 7. 148 – 165.
- MEDEC, "Asas Keusahawanan" Shah alam : BORITEKS (Biro Penyelidikan Teks), 1992
- Mergenhagen, P. 1996. her own boss. American demographics. Vol 18 Issue 12 pp 37.
- Moha Asri Abdullah (1999). *Pembangunan Industri Kecil dan Sederhana*. :Utusan Publications & Distributors Sdn. Bhd.
- Moha Asri Abdullah. 1997. "Pembangunan Perindustrian di Malaysia. Perkembangan dan Permasalahan." Shah Alam. Penerbit Fajar Bakti.
- Mohamad Abdul Hamid (1996). *Fokus Perniagaan*. Didik Niaga vol:1 Edisi Pertama. Kuala Lumpur. Karang Pena Publisher.
- Mohd Najib Abdul Ghafar. (1998). *Penyelidikan Pendidikan*. Johor Bahru: Universiti Teknologi Malaysia.

- Mohd Zabid Abdul Rashid. 1996. Management Practices, Motivations and Problems of Successful Women Entrepreneurs in Malaysia. Dlm Low Aik Meng & Tan Wee Liang, *Entrepreneurs, Entrepreneurship & Enterprising*, Singapo: Addison-Wesley Publishing Company.
- Morisson, A. (2000). "Entrepreneurship : What Triggers It?." *International Journal of Entrepreneurial Behavior and Research*. 6. 59.
- Muriel Orhan & Don Scott, 2001, Why women enter into entrepreneurship: an explanatory model, *Women in management review*, vol 16 numb 5 pp 232-247
- Naffziger, D.W. Hornsby, J. S. and Kuratko, D. F. (1994) *A Proposed Research Model Of Entrepreneurial Motivation*. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 18 (3), 29-42.
- Nelson, O.N. & Cengiz, K. (2005). Malaysia Women Entrepreneurs: Understanding the ICT usage behaviors and drivers. *Journal of Enterprise Information Management*. Vol.18 No.6 pp. 721-739
- Non zarina mohd salleh. 1994. women: reasons for working, housework and attitude. Dalam yusof ismail. (ed) *muslim women in organizations: a Malaysia perspective*. Kuala Lumpur: A.S. Nordeen.
- Noor Aishah Buang (2002). "Asas Keusahawanan." Selangor : Penerbit Fajar Bakti Sdn. Bhd.
- Noorzila Jamaludin (1997). "Hak-hak Janda dalam Islam." Majalah Al-Islam. Ogos : 6-7.
- Nor Affizar Ibrahim (2002). "Persatuan Ibu Tunggal Galak Ahli Berdikari." *Berita Harian*. 4 April.
- Nordin Abdul Malek (2001). "Faktor Kejayaan – Modal Keusahawanan." Usahawan Sukses. Mac – April : 56-57.
- Norsidah bt. Ahmad (1999). "Kajian Mengenai Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Prestasi Perniagaan Usahawan-usahawan Wanita Melayu Di Lembah Kelang." Universiti Kebangsaan Malaysia : Projek Sarjana Muda.
- O'Connor, Brian. (1999). *What Can You Learn from Entrepreneurs*. *Works Management*, 52 (7): 17.
- Orhan, M. dan Scott, D. (2001). "Why Women Enter Into Entrepreneurship: An Explanatory Model." *Women In Management Review*. 16. 232 – 247.
- Osborne 1995 the essence of entrepreneur success, management decision, vol 33 no 7 pp 4-9
- Profesor Dr. Datin Rohaty Mohd Majzud dan Muhammad Rais Abd. Karim (1999). "Ibu Tunggal Menelusuri Rintangan Hidup Dengan Keyakinan." Selangor : Pelanduk Publications.

- Radzali bin Hassan (1991). *Seminar: Sikap Dan Sifat-Sifat Yang Diperlukan Dalam Pembangunan Usahawan*. Kuala Lumpur: Kementerian Perusahaan Awam.
- Rancangan Malaysia Kelapan (RMK – 8) (2001 – 2005), Jabatan Penerangan Malaysia.
- Rancangan Malaysia Ketujuh (RMK – 7) (1996 – 2001), Jabatan Penerangan Malaysia.
- Raziana bt. Salleh (1999). "Peranan MARA Dalam Membantu Menjayakan Usahawan Industri Kecil Bumiputera di Johor Bahru: Kajian Ke Atas Skim Pembiayaan Am." Universiti Teknologi Malaysia: Projek Sarjana Muda.
- Ringkasan Perangkaan Penting Mengikut Negeri, Malaysia 2000. Jabatan Perangkaan Malaysia, November 2001.
- Rohaizat Baharun (2000). "Kejayaan Para Usahawan Daripada Perspektif Penyelidikan." Dewan Ekonomi. Januari.
- Ronstadt, R.C (1984). *Entrepreneurship*. Dover, MA: Lord Publishing Co.
- Ronstadt, R.C (1985). *The Educated Entrepreneurs: A New Era of Entrepreneurship Education is Beginning*. American Journal of Small Business. 10(1).
- Sarason. Y & Koberg. C. 1994. Hispanic Women Small Business Owners. Hispanic Journal of Behavioral Sciences. Vol 16 pp 355
- Scott. C.E. 1986. Why More Women Are Becoming Entrepreneurs. Journal of Small Business Management. Pp 37-44.
- Siropolis, N. C. (1982). "Small Business Management – A Guide To Entrepreneurship." Ed. Ke – 2. Massachusetts, USA : Houghton Mifflin Company.
- Siti Norbayah bt. Md. Saad (1997). "Kemampuan Usahawan Wanita Bumiputera Berniaga di Bandar Alor Setar." Universiti Teknologi Malaysia : Projek Sarjana Muda.
- Siti Norliza Abdul Manaf. 2005. Faktor Yang Telah Mendorong Graduan Dan Alumni Universiti Teknologi Malaysia Menceburi Bidang Keusahawanan. Tesis Sarjana. Universiti Teknologi Malaysia.
- Sitterly, C. & Duke, B. 1994 "Kedudukan wanita: pengurusan". Penterjemah: Khidmat Terjemahan Nusantara. Kuala Lumpur: Dewan Bahasa dan Pustaka.
- Soyeon Shim & Eastlick, Mary Ann. 1998. Characteristic of Hispanic Female Business Owners: An Exploratory Study. Journal of Small Business Management. Vol 36 pp 17
- Stevenson, L.A. 1986. against All odds.: the entrepreneurship of women. Journal of small business management. pp 30-36

- Suaibah. A.B., Azlah. M.A., Hishamuddin.M.S., Rozeyta.O., Syaharizatul.N.M., Rosilla.M.J.2005. Aktiviti Keusahawanan Di Kalangan Ibu Tunggal Di Negeri Johor. Vot 71946. Universiti Teknologi Malaysia.
- Teal, E. J. dan Carrol, A. B. (1999). "Moral Reasoning Skills: Are Entrepreneurs Different?" *Journal of Business Ethics*. **19**. 229 – 240.
- Tee Kee Pei (2000). "Kajian Penerokaan Terhadap Faktor Yang Mendorong Wanita Menceburi Dalam Bidang Keusahawanan." Universiti Teknologi Malaysia : Projek Sarjana.
- Teo Sock Kim, 1996, Women Entrepreneurs of Singapore. Dlm Low Aik Meng & Tan Wee Liang, *Entrepreneurs, Entrepreneurship & Enterprising*, Singapo: Addison-Wesley Publishing Company.
- Uma Sekaran (1992). *Research Methods For Business - A Skill- Building Approach. Second Edition*. United States of America: John Wiley and Sons, Inc.
- Uma Sekaran (2003). *Research Methods For Business: A Skill Building Approach. Fourth Edition*. United States of America: John Wiley and Sons, Inc
- USA Today Magazines. 1994. female entrepreneurialism. Vol 123. issue 2549. pp 10
USA: The McGraw-Hill Company.
- Usahawan Sukses (Januari 2002). *Datuk Maznah Unggul Terajui Perniagaan*. Pustaka Wira Sdn Bhd.
- Usahawan Sukses (Julai – Ogos 2001). "Sistem Francais : Produk Tempatan Belum Berdaya Saing."
- Usahawan Sukses (Mei – Jun 2000). "Usahawan Melayu Sanggup Hadapi Perubahan Struktur Ekonomi."
- Utusan Malaysia. 7 Ogos 2000.
- Vaz. V. 1998. from employee to entrepreneur. *Essence*. Vol 28 pp 121.
- Wan Halim Wan Othman (1995). "Fenomena Ibu Tunggal Dalam Masyarakat : Ciri-ciri dan Cara Mengatasi." Kertas Kerja yang Dibentangkan Di Seminar Ibu Tunggal Kebangsaan 1995.
- White. B. & Cox. C. 1991. A Comparison of The Characteristics of Female Managers and Female Entrepreneurs. *Women In Management Review and Abstracts*. Pp 17-24
- YB Daim Zainuddin. Menteri Kewangan Malaysia. Ucapan Belanjawan 2000. 29 Oktober 1999.
- YB Dato' Seri Shahrizat Abdul Jalil. Menteri Pembangunan Wanita dan Keluarga. Teks Ucapan Majlis Pelancaran Hari Wanita pada 25 Ogos 2002.

- Yep Putih (1985). *Keusahawanan edisi pertama*. Kuala Lumpur. Dewan bahasa dan Pustaka.
- Zafir Mohd Makhbul dan Fazilah Mohamad Hasun (2003). *Menjadi Usahawan*. PTS Publications & Distributor Sdn. Bhd.
- Zaidatul Akmaliah Lope Pihie dan Habibah Elias (1997). "Keusahawanan dan Motivasi Diri." Serdang : Penerbit UPM.
- Zimmerer, W. T dan Sacrborough, N.M. (1996). *Entrepreneurship and new venture farmation*. New Jersey : Prentice Hall.
- Zimmerer, W. T dan Sacrborough, N.M. (1998). "Essential of Entrepreneurship and Small Business Management." New Jersey : Prentice Hall.
- Zukarnain Zakaria & Hishamuddin Md Som. (2001). *Analisis Data Menggunakan SPSS Windows*. Johor: Penerbit Universiti Teknologi Malaysia.
- Zuraini bt. Zakaria (2000). "Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kemampuan Usahawan Bumiputera di Kawasan Sungai Petani, Kedah Dalam Memajukan Perniagaan Mereka." Universiti Teknologi Malaysia. Projek Sarjana Muda.

Nama : _____

Nama & Alamat : _____

Perniagaan _____



UNIVERSITI TEKNOLOGI MALAYSIA

Borang Soal Selidik

Tajuk Kajian :
**Penglibatan Kaum Wanita Dalam Aktiviti Keusahawanan Negeri Johor;
Kajian Terhadap Faktor-Faktor Kritikal Kejayaan Dan Kegagalan
Pengendalian Perniagaan**

Disediakan oleh :
Thuaibah @ Suaibah Binti Abu Bakar
Fakulti Pengurusan dan Pembangunan Sumber Manusia

Perhatian :

Borang soal selidik ini hanya dikemukakan untuk tujuan kajian semata-mata. Oleh yang demikian anda diminta untuk menjawabnya dengan jujur serta ikhlas. Kerjasama daripada anda amat diperlukan dan didahului dengan jutaan terima kasih.

**BORANG SOAL SELIDIK INI TERDIRI DARIPADA 11 MUKA SURAT SAHAJA
(TERMASUK MUKA SURAT INI)**

BAHAGIAN A (Maklumat Peribadi)

Arahan : Sila tandakan (✓) pada satu pilihan jawapan sahaja. Semua maklumat yang diberi adalah sulit. Kerjasama Puan/Cik amatlah dihargai.

1. Umur

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> 20 tahun dan ke bawah | <input type="checkbox"/> 41 – 50 tahun |
| <input type="checkbox"/> 21 – 30 tahun | <input type="checkbox"/> 51 – 60 tahun |
| <input type="checkbox"/> 31 – 40 tahun | <input type="checkbox"/> 60 tahun dan ke atas |

2. Kelulusan akademik

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> Sekolah rendah | <input type="checkbox"/> Diploma |
| <input type="checkbox"/> PMR/SRP | <input type="checkbox"/> Ijazah |
| <input type="checkbox"/> SPM/MCE | <input type="checkbox"/> Sarjana |
| <input type="checkbox"/> STPM/Sijil | <input type="checkbox"/> Lain-lain; _____ |

3. Adakah anda mempunyai ahli keluarga yang menjadi usahawan?

- Ya
 Tidak

4. Bilangan anak

- Tiada
 1 – 5 orang
 6 – 10 orang
 11 orang dan ke atas

5. Status perkahwinan

- Berkahwin
 Janda / Bercerai
 Bujang

6. Sebab-sebab menceburkan diri dalam perniagaan

- Kurang berpuas hati dengan pekerjaan terdahulu
 Sebagai punca pendapatan
 Sokongan daripada pihak kerajaan
 Sokongan keluarga
 Minat
 Sebagai kerja sampingan
 Perniagaan diwariskan oleh keluarga
 Lain-lain. Nyatakan; _____

BAHAGIAN B (Maklumat Perusahaan dan Perniagaan)

Arahan : Sila tandakan (✓) pada satu pilihan jawapan sahaja. Semua maklumat yang diberi adalah sulit. Kerjasama Puan/Cik amatlah dihargai.

1. Status organisasi perniagaan / perusahaan?

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Perseorangan | <input type="checkbox"/> Syarikat awam berhad |
| <input type="checkbox"/> Perkongsian | <input type="checkbox"/> Syarikat kerjasama |
| <input type="checkbox"/> Syarikat sendiri berhad | |

2. Jenis perniagaan / perusahaan?

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> Makanan dan minuman | <input type="checkbox"/> Ubatan Traditional |
| <input type="checkbox"/> Kain dan pakaian | <input type="checkbox"/> Perhiasan dan bunga |
| <input type="checkbox"/> Kedai runcit | <input type="checkbox"/> Jahitan |
| <input type="checkbox"/> Kecantikan | <input type="checkbox"/> Jualan Langsung |
| <input type="checkbox"/> Kedai buku | <input type="checkbox"/> Lain-lain; _____ |

3. Tempoh menjalankan perniagaan?

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> 1 tahun ke bawah | <input type="checkbox"/> 11 – 15 tahun |
| <input type="checkbox"/> 1 – 5 tahun | <input type="checkbox"/> 15 – 20 tahun |
| <input type="checkbox"/> 6 – 10 tahun | <input type="checkbox"/> 21 tahun ke atas |

4. Umur anda semasa memulakan perniagaan?

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> 20 tahun dan ke bawah | <input type="checkbox"/> 41 – 50 tahun |
| <input type="checkbox"/> 21 – 30 tahun | <input type="checkbox"/> 51 tahun dan ke atas |
| <input type="checkbox"/> 31 – 40 tahun | |

5. Adakah anda mempunyai pengalaman dalam bidang perusahaan / perniagaan yang anda ceburi sekarang?

- Ya Tidak (terus ke soalan 7)

6. Jika ya, berapakah tempoh pengalaman anda dalam perusahaan / perniagaan tersebut?

- 1 tahun dan ke bawah
 1 – 3 tahun
 4 – 6 tahun
 7 – 9 tahun
 10 tahun dan ke atas

7. Bilangan pekerja

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> Tiada pekerja | <input type="checkbox"/> 5 – 6 orang |
| <input type="checkbox"/> 1 – 2 orang | <input type="checkbox"/> 7 – 8 orang |
| <input type="checkbox"/> 3 – 4 orang | <input type="checkbox"/> 9 orang dan ke atas |

8. Berapakah modal anda ketika mula berniaga?

- RM 1000 dan ke bawah
 RM 1001 – RM 5000
 RM 5001 – RM 10 000
 RM 10 001 – RM 50 000
 RM 50 001 dan ke atas

9. Dari manakah sumber modal perniagaan anda?

- Simpanan sendiri
 Pinjaman daripada keluarga
 Pinjaman daripada kawan-kawan
 Harta warisan
 Pinjaman daripada institusi / persatuan (Nyatakan) _____

* Pinjaman boleh meliputi seperti MARA, bank, persatuan peniaga dan lain-lain.

10. Siapakah yang mengendalikan kira-kira / akaun perniagaan?

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> Sendiri | <input type="checkbox"/> Tiada |
| <input type="checkbox"/> Kerani | <input type="checkbox"/> Lain-lain; _____ |
| <input type="checkbox"/> Jurukira berpengalaman | |

11. Adakah anda mendapat apa-apa perkhidmatan nasihat / pertolongan penyelenggaraan daripada mana-mana pihak?

- Tidak menerima apa-apa nasihat / pertolongan
 Ibu bapa / keluarga
 Kementerian Pembangunan Usahawan
 MARA
 Lain-lain (Nyatakan) _____

12. Bagaimanakah prestasi perniagaan anda berbanding tahun lepas?

- Meningkatkan
 Menurun
 Tidak berubah

BAHAGIAN C (Faktor-faktor penglibatan)

<p><u>Arahan :</u> Sila tandakan (✓) di petak yang mewakili jawapan yang paling tepat dengan pendapat anda.</p> <p><u>Soalan:</u> Apakah faktor-faktor yang mendorong anda menceburi bidang perniagaan?</p>	Sangat Tidak Bersetuju	Tidak Bersetuju	Bersetuju	Sangat Bersetuju
	1	2	3	4
1. Ingin mencapai cita-cita sebagai seorang usahawan.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Ingin cepat kaya/ menikmati cara hidup mewah.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Saya mempunyai pengalaman dalam bidang perniagaan yang diceburi.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Saya tidak suka bekerja makan gaji.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. Saya ingin berdikari.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. Ingin mendapatkan tabungan yang tinggi.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. Sanggup menghadapi risiko dalam perniagaan.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. Mempunyai minat yang mendalam dalam bidang perniagaan yang diceburi.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. Ingin mendapatkan kepuasan kerja.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. Ahli keluarga mendorong saya untuk menceburi bidang perniagaan	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11. Kehilangan pekerjaan.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12. Membantu menyara keluarga.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13. Memperolehi peluang untuk berniaga.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14. Rangsangan daripada kejayaan orang lain.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15. Mengambil alih perniagaan keluarga.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
16. Tidak berpuashati dengan pekerjaan dahulu.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
17. Dasar kerajaan yang memberikan bantuan kepada usahawan bumiputera.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
18. Desakan hidup menyebabkan saya menceburi bidang perniagaan.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

BAHAGIAN D (Faktor-faktor Kejayaan)

<p><i>Arahan :</i> Sila tandakan (✓) di petak yang mewakili jawapan yang paling tepat dengan pendapat anda.</p> <p><i>Soalan:</i> Apakah faktor-faktor yang mempengaruhi kejayaan anda/perniagaan anda?</p>	Sangat Tidak Bersetuju	Tidak Bersetuju	Bersetuju	Sangat Bersetuju
	1	2	3	4
1. Saya mempunyai kemahiran dalam bidang perniagaan yang diceburi.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Saya menghadiri kursus, seminar dan latihan untuk meningkatkan kemahiran dalam mengurus perniagaan.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Saya mempunyai pengalaman dalam perniagaan.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Saya sering membaca bahan-bahan berkaitan keusahawanan untuk menambah ilmu pengetahuan dalam perniagaan.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. Saya mempunyai kemahiran/kelulusan yang khusus dengan bidang perniagaan yang diceburi.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. Saya memastikan lokasi perniagaan saya adalah strategik.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. Saya menetapkan sasaran pencapaian perniagaan saya.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. Saya memahami kehendak pelanggan dengan baik.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. Saya menawarkan produk/perkhidmatan yang memenuhi keperluan dan kehendak pelanggan.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. Saya menawarkan perkhidmatan tambahan untuk mendapatkan kelebihan bersaing.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11. Saya menggunakan teknologi maklumat (IT) dalam urusan perniagaan. Cth;berhubung dengan pembekal, promosi produk	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12. Saya menggunakan teknologi maklumat (IT) untuk mengiklankan jawatan kosong.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13. Saya menggunakan teknologi maklumat (IT) untuk mengiklankan produk dan memperkenalkan syarikat.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14. Saya menggunakan teknologi maklumat (IT) untuk membuat penyelidikan dan mendapatkan maklumat tentang produk pesaing.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

<p><u>Arahan :</u> Sila tandakan (✓) di petak yang mewakili jawapan yang paling tepat dengan pendapat anda.</p> <p><u>Soalan:</u> Apakah faktor-faktor yang mempengaruhi kejayaan anda/perniagaan anda?</p>	Sangat Tidak Bersetuju	Tidak Bersetuju	Bersetuju	Sangat Bersetuju
	1	2	3	4
15. Saya menggunakan IT untuk mengurangkan kos operasi.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
16. Akaun perniagaan saya diurus dengan baik.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
17. Perbelanjaan perniagaan dibuat mengikut keperluan dan anggaran belanjawan.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
18. Kebajikan pekerja diurus dengan baik.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
19. Saya sering berbincang dengan pekerja untuk mendapatkan pandangan tentang masalah yang dihadapi oleh perniagaan.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
20. Saya membuat catatan terhadap segala aktiviti yang berkaitan dengan perniagaan. Cth; ambilan, stok keluar	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
21. Saya mendapat galakan dan bantuan dari pihak kerajaan.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
22. Ahli keluarga menjadi pendorong utama saya.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
23. Persaingan dalam perniagaan memotivasikan saya agar lebih bersemangat untuk memajukan perniagaan.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
24. Saya mempunyai hubungan yang baik dengan pembekal dan pelanggan tetap perniagaan saya.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
25. Dasar kerajaan membantu perkembangan perniagaan saya.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
26. Saya sentiasa berfikiran positif dalam menghadapi cabaran.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
27. Saya sentiasa berusaha dan tekun untuk memajukan perniagaan saya.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
28. Saya sentiasa berfikiran terbuka dan sedia menerima cadangan, teguran dan kritikan terhadap perniagaan dan diri saya.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

BAHAGIAN E (Faktor-faktor Kegagalan)

<p><i>Arahan :</i> Sila tandakan (✓) di petak yang mewakili jawapan yang paling tepat dengan pendapat anda.</p> <p><i>Soalan:</i> Apakah faktor-faktor yang membawa kepada kegagalan anda/perniagaan anda?</p>	Sangat Tidak Bersetuju	Tidak Bersetuju	Bersetuju	Sangat Bersetuju
	1	2	3	4
1. Kurang pengetahuan dan pendedahan terhadap aspek keusahawanan.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Kurang kemahiran membuat keputusan yang berkesan.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Kurang pengetahuan tentang teknik-teknik penjualan dan pemasaran.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Tidak mampu mengguna dan menggabungkan idea-idea dengan kemahiran yang ada pada sesuatu keadaan.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. Kurang mahir dalam mengenalpasti, menilai dan menyelesaikan masalah.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. Tidak dapat merancang dan menetapkan matlamat perniagaan.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. Lokasi perniagaan yang tidak strategik.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. Terperangkap dalam subsektor yang kurang produktif.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. Tidak memahami kehendak pasaran dan pelanggan dengan baik.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. Tidak mempunyai hubungan yang baik dengan ahli perniagaan dan golongan professional lain.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11. Tidak menjalinkan hubungan yang baik dengan pembekal dan pelanggan.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12. Tidak mengendalikan amalan-amalan perniagaan seperti membuat catatan belanjawan, aliran keluar masuk tunai dan kawalan stok.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13. Kurang mengambil pekerja mahir.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14. Tidak berbincang dengan pekerja berkaitan perniagaan.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15. Tidak menjaga kebajikan pekerja dengan baik.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
16. Tidak membuat penilaian terhadap prestasi perniagaan.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

<p><u>Arahan :</u> Sila tandakan (✓) di petak yang mewakili jawapan yang paling tepat dengan pendapat anda.</p> <p><u>Soalan:</u> Apakah faktor-faktor yang membawa kepada kegagalan anda/perniagaan anda?</p>	Sangat Tidak Bersetuju	Tidak Bersetuju	Bersetuju	Sangat Bersetuju
	1	2	3	4
17. Menghadapi masalah dengan rakan kongsi/pekerja.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
18. Tidak mengawal aliran tunai dengan baik.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
19. Berlaku kecurian dalam perniagaan.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
20. Tidak mendapat kepercayaan dari pihak lain.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
21. Aktiviti ekonomi negara yang perlahan/kemelesetan.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
22. Masalah untuk mendapatkan pinjaman/modal.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
23. Tidak mendapatkan bantuan dari pihak lain seperti badan kerajaan dan badan professional tentang perkara-perkara yang berkaitan dengan perniagaan	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
24. Tidak mempunyai jaringan perniagaan sesama usahawan Bumiputera yang membolehkan usahawan saling bantu-Membantu dalam urusan perniagaan.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
25. Tidak mempunyai keyakinan diri dalam mengendalikan perniagaan.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
26. Tidak mempunyai kesedaran dan motivasi diri yang rendah.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
27. Tidak amanah dan bertanggungjawab terhadap diri sendiri, perniagaan dan pelanggan.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
28. Mempunyai persepsi negatif terhadap cabaran.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
29. Tidak bertindak terhadap cadangan dan kritikan yang diterima.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
30. Tiada kesungguhan, azam dan ketekunan dalam menjalankan perniagaan.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

BAHAGIAN F (Masalah-masalah yang dihadapi)

<p><i>Arahan :</i> Sila tandakan (✓) di petak yang berkenaan.</p> <p>Soalan: Apakah masalah yang anda hadapi semasa memula dan semasa mengendalikan perniagaan?</p>	<p><i>Semasa memulakan perniagaan</i></p>		<p><i>Semasa mengendalikan perniagaan (sekarang)</i></p>	
	<p>Ya</p>	<p>Tidak</p>	<p>Ya</p>	<p>Tidak</p>
1. Kekurangan tenaga buruh.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Pengetahuan teknikal yang kurang.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Kekurangan sumber modal.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Persaingan yang kian mencabar dan mendesak usahawan.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. Kurang pengetahuan untuk menjalankan aktiviti pemasaran.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. Mendapatkan bekalan dengan harga yang rendah/berpatutan.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. Strategi pemasaran yang kurang berkesan.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. Kurang mahir dalam pengurusan dan pentadbiran organisasi.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. Masalah mendapatkan khidmat nasihat tentang perniagaan.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. Kurang pengetahuan dalam menjalinkan dan berkomunikasi secara berkesan dengan pelanggan.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11. Masalah mendapatkan kredit daripada pembekal.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12. Masalah pembahagian masa antara keluarga dan perniagaan.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13. Masalah mendapatkan pinjaman daripada pihak kerajaan.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14. Masalah mendapatkan pinjaman daripada pihak swasta.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15. Kekurangan pengetahuan dalam bidang perniagaan.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
16. Kurang pengetahuan dalam menggunakan teknologi maklumat (IT).	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
17. Masalah hubungan dengan pembekal.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

----- TERIMA KASIH DI ATAS KERJASAMA ANDA -----