

**FAKTOR MEMPENGARUHI KEJAYAAN USAHAWAN PERUNCITAN  
MELAYU: SATU KAJIAN KES  
FACTORS INFLUENCING SUCCESSFUL OF MALAY RETAILING: A CASE STUDY**

*HASNAH ALI, NORHAFIZAH ABDUL RAZAK DAN SANEP AHMAD*

*ABSTRAK*

Usahawan Melayu sering dikatakan ketinggalan dari segi pencapaian ekonomi. Kajian ini dijalankan bagi mengenalpasti masalah-masalah yang dihadapi oleh usahawan Melayu dan faktor-faktor yang mempengaruhi kejayaan mereka. Kajian ini hanya tertunpu kepada peniaga kedai runcit dan pasar mini yang berbangsa Melayu di sekitar daerah Hulu Langat, Selangor. Antara masalah yang di kaji adalah masalah peniaga yang berhubung dengan kenaikan harga barang runcit, masalah kewangan, pembekal, pesaing, pembeli dan juga masalah dari segi lokasi perniagaan. Soalselidik yang dijalankan dianalisis menggunakan kaedah deskriptif dan model logistic. Analisis deskriptif digunakan untuk mengenalpasti masalah utama para peniaga ataupun usahawan tersebut. Hasil kajian mendapati masalah utama yang membelenggu kebanyakan peniaga adalah berhubung masalah kewangan. Model logistic digunakan untuk mengkaji faktor-faktor yang mempengaruhi kejayaan usahawan. Hasil kajian mendapati faktor kejayaan usahawan iaitu keyakinan kepada diri sendiri merupakan faktor yang signifikan dalam mempengaruhi kejayaan mereka., sementara faktor-faktor lain tidak mempunyai hubungan yang signifikan.

*ABSTRACT*

Malay entrepreneurs are said to be left behind in economic development. This problem should be overcome from time to time. The objective of this research is to determine the problems facing by Malay entrepreneurs and to identify influential factors in determining the successfulness of the entrepreneurs. This research involved grocer and mini market Malay entrepreneurs around Hulu Langat District in Selangor. Among the problems studied in this research were increasing price of grocery, financial problems, suppliers, workers, competitors, buyers, and the business location. This research used descriptive method and logistic model. The descriptive method was used to define the main problems facing by the entrepreneurs. The results of this research found that the major problem facing by the entrepreneurs is financial problem. The logistic method was used to define influential factors in determining the successfulness of the entrepreneurs. Based on the research, it was found that confidence in oneself was a significant factor that influenced entrepreneurs' successfulness. The rest of the factors are found not to be significant.

**PENGENALAN**

Usahawan adalah seorang yang sanggup mengambil risiko untuk menceburi kerjaya di dalam bidang perniagaan. Mereka bukan sahaja mencipta kerjaya, tetapi mencipta kerjaya untuk orang lain. Usahawan merupakan pemangkin kepada kemajuan pesat ekonomi serantau. Usahawan berjaya meningkatkan kadar per kapita pengeluaran dan pendapatan masyarakat setempat. Ini kerana usahawan merupakan golongan manusia yang sering kali mencipta sesuatu produk, perkhidmatan atau proses baru demi untuk kebaikan manusia sejagat. Ini dapat di capai kerana seorang usahawan sering kali berfikiran kreatif dan inovatif di dalam mencipta sesuatu agar dapat menghasilkan sesuatu bukan sahaja mengikut kehendak pengguna malah mencipta sesuatu yang baru di dalam pasaran.

Kelemahan orang Melayu bukan sekadar semangat juang tetapi juga tidak mempunyai jaringan kerja yang mantap sepertimana bukan Melayu. Malah, kehadiran dewan perniagaan Melayu yang begitu banyak dengan pelbagai identiti pemimpin dan hala tuju, telah mematikan usaha melahirkan mereka yang berwibawa. Sesetengah pemimpin dewan sendiri bertelingkah antara satu sama lain dengan masing-masing mendabik dada, mereka adalah peneraju terbaik untuk para usahawan tempatan. Ini sekaligus

menampakkan bahawa mereka masih gagal membuang rasa dengki, sikap mementingkan diri dan prasangka yang menebal. Pada masa yang sama, dalam usaha untuk melahirkan usahawan, kita bukannya mahu sekadar mewujudkan mereka yang bakal melahirkan wang `berkarung guni' dan empayar yang besar tetapi mereka yang mampu memapah dan membimbing orang Melayu lain untuk menjadi seorang tokoh perniagaan yang mampu untuk bangun, berdiri dan kemudian berlari dalam arus perdana perniagaan sejagat. Kuasa politik semata-mata tidak lagi mampu membawa orang Melayu jauh ke hadapan terutama dalam pensejagatan perniagaannya yang melangkaui sempadan. Tambahan pula, pada masa ini, kekuatan semangat mudah sekali dileraikan dengan kuasa wang. Pertanyaan yang sering timbul apabila ingin memulakan perniagaan ialah peluang-peluang perniagaan yang ada dan boleh dilaksanakan. Pertanyaan ini sukar untuk dijawab kerana pelbagai pertimbangan harus difikirkan. Walaubagaimanapun bagi seorang usahawan yang kreatif dan inovatif, peluang-peluang perniagaan akan wujud jika kebolehan semulajadi yang ada pada dirinya digunakan dengan sebaik mungkin dan menyiapkan kaedah menyediakan rancangan perniagaan dengan terlebih dahulu.

Peluang perniagaan ialah suatu keadaan atau situasi dalam perniagaan yang memberi kesempatan kepada seseorang individu untuk mendapatkan sesuatu manfaat. Peluang perniagaan wujud dan boleh dicari jika usahawan peka dan bertindak dengan segera. Sekiranya lambat bertindak maka peluang tersebut akan terlepas. Peluang perniagaan bermula apabila wujudnya permintaan terhadap sesuatu barang atau perkhidmatan. Oleh itu untuk menentukan serta mengenalpasti peluang-peluang perniagaan yang bersesuaian, kita perlu memadankan peluang-peluang tersebut dengan kebolehan dan kemampuan diri serta sumber-sumber yang ada pada diri kita. Penciptaan dan pembaharuan juga merupakan kemahiran penting yang harus dimiliki oleh usahawan untuk menghasilkan peluang-peluang perniagaan. Walaubagaimanapun bukan semua pencipta adalah usahawan. Pencipta mungkin mempunyai kebolehan menghasilkan idea penciptaan tetapi tidak mempunyai kemahiran keusahawanan dan pengurusan. Sebaliknya orang lain yang mempunyai kemahiran keusahawanan menguruskan idea penciptaan tersebut. Oleh itu, gabungan antara kemahiran teknikal dengan kemahiran keusahawanan untuk menghasilkan ciptaan baru akan melahirkan satu peluang perniagaan yang menguntungkan.

Di Malaysia, industri peruncitan merupakan antara industri yang penting dan memberi sumbangan yang besar terhadap pertumbuhan ekonomi negara. Sektor ini sentiasa memberi sumbangan yang besar dari segi sumbangannya terhadap Keluaran Dalam Negara Kasar (KDNK) dan daripada kadar gunatnaga buruh yang terlibat di dalam kegiatan peruncitan. Sektor ini terbentuk daripada gabungan peruncit, perniagaan kecil dan pasar basah. Di samping itu, sektor peruncitan juga merupakan gabungan antara pasar raya, koperasi bersatu dan kedai-kedai yang menjual peralatan tertentu dan diletakkan di dalam satu plaza membeli belah di kawasan perbandaran. Perniagaan runcit adalah satu-satunya sektor perniagaan yang paling senang diceburi di Malaysia dan jenis perniagaan runcit yang popular diceburi adalah perniagaan groseri atau perniagaan pembekalan makanan. Satu kajian telah dijalankan oleh Perbadanan Usahwan Nasional Berhad di Negeri Sembilan pada tahun 1986 tentang penglibatan bumiputera dalam perniagaan, telah melaporkan bahawa lebih daripada 25 peratus peniaga bumiputera dalam negeri berkenaan telah melibatkan diri dalam perniagaan barangan runcit.

Industri peruncitan merupakan penyambung terakhir di dalam aliran produk-produk daripada pengeluaran kepada pengguna. Maka ianya merupakan penyambung terakhir dalam aliran produk-produk negara. Ekonomi tidak boleh berfungsi tanpa peruncitan dan keberkesanan industri peruncitan secara amnya memerlukan industri pemborongan. Peruncitan pula adalah sebarang perniagaan yang menjual barangan dan perkhidmatan kepada penggunan akhir untuk kegunaan peribadi atau keluarga. Peruncitan adalah peringkat terakhir dalam saluran agihan yang menghubungkan pengeluaran dengan pengguna akhir. Dalam kata lain, peruncitan adalah satu set perniagaan. Oleh itu perniagaan runcit bermaksud perniagaan yang menjalankan urusan menjual kepada pengguna dalam kuantiti yang sedikit. Perniagaan runcit terbahagi kepada perniagaan runcit kecil-kecilan (penjaja, pengeraian dan pekedai runcit) dan perniagaan runcit besar-besaran (pasar raya, pasar raya besar, kedai sejaras dan gedung serbanika).

Objektif kajian ialah mengenalpasti masalah yang dihadapi oleh usahawan Melayu dalam perniagaan peruncitan iaitu peniaga kedai runcit dan termasuk peniaga pasar mini. Kajian juga cuba mengenalpasti faktor yang menjadi penentu kepada kejayaan usahawan peniaga kedai runcit dan pasar mini Melayu di kawasan daerah Hulu Langat dan memberikan cadangan yang boleh diambil untuk meningkatkan lagi pencapaian usahawan Melayu di masa akan datang.

### **Masalah Yang Sering Dihadapi Oleh Usahawan Melayu**

Terdapat beberapa faktor yang menyebabkan usahawan Melayu tidak mampu bertahan dan tidak mampu menjadi lebih hebat walaupun setelah begitu lama berada di alam perniagaan. Di antaranya ialah kurang ilmu dalam perniagaan yang hendak diceburi. Ini kerana usahawan perlu bersedia untuk belajar dan mendengar komen walaupun dari seorang yang tua mahupun orang yang lebih muda. Sesetengah syarikat yang lebih besar berjaya mengeluarkan dan memasarkan barangan yang berkualiti setelah mendengar komen yang luahkan oleh orang bawahan mereka. Faktor yang kedua ialah tidak berani melabur untuk mempromosi barangan mereka. Faktor yang ketiga ialah penetapan matlamat perniagaan yang tidak konsisten. Ini kerana mereka mahu menceburi semua jenis perniagaan sebagai contoh kedai runcit, penyediaan makanan, perumahan dan sebagainya. Faktor yang keempat ialah tidak bersedia untuk menjalinkan hubungan yang baik dengan pelanggan dan pembekal. Faktor yang kelima ialah konsep entiti berasingan tidak begitu mudah difahami menyebabkan pengurusan kewangan menjadi tidak cekap. Entiti berasingan bermaksud keperluan perniagaan tidak dicampuradukkan dengan keperluan peribadi. Sebagai contoh pembelian kereta dan perabot mewah didahulukan berbanding barangan dan peralatan kedai. Malah pembayaran kepada pembekal juga dilewatkan. Ini menyebabkan pembekal lari ke tempat lain. Faktor yang keenam ialah konsep mesra pelanggan tidak cuba diterapkan. Persekitaran dan suasana kedai ataupun premis adalah penting selain daripada perkhidmatan yang diberikan. Faktor yang ketujuh ialah usahawan bumiputera tidak saling membantu antara satu sama lain untuk terus bangkit bersama dalam bidang perniagaan. Ini bermaksud usahawan lebih berminat kepada konsep “win-loss” berbanding konsep “win-win”. Konsep “win-loss” bermaksud hanya satu pihak sahaja yang memperolehi manfaat manakala “win-win” pula bermaksud semua pihak yang terlibat samada pelanggan, pembekal atau pesaing akan sama-sama memperoleh manfaat.

Hasil kajian ini diharap dapat membantu mengenal pasti cara-cara untuk membantu dan melindungi peruncit Melayu dalam menghadapi persaingan yang wujud antaranya perniaga berbangsa bukan Melayu serta mendapatkan maklumat mengenai masalah yang dihadapi oleh peruncit Melayu. Kajian ini juga diharap dapat membantu meningkatkan tahap motivasi dan memberi panduan kepada golongan peruncit Melayu untuk mencapai kejayaan yang lebih tinggi dalam industri peruncitan Malaysia dan akhirnya kajian ini juga diharap dapat dijadikan bahan rujukan umum mengenai sumbangan usahawan Melayu khususnya dalam sektor perniagaan runcit kepada pertumbuhan ekonomi negara yang dapat diperhatikan sumbangannya kepada Keluaran Dalam Negara Kasar (KDNK) dan daripada kadar gunatena buruh yang terlibat di dalam kegiatan peruncitan.

## METHODOLOGI

Data diperoleh daripada satu set borang soalselidik yang telah diedarkan secara rawak kepada 65 responden iaitu usahawan peniaga runcit dan pasar mini di sekitar daerah Ulu Langat. Data-data yang diperolehi dianalisis menggunakan perisian *Statistical Package for Social Science (SPSS) version 16*. Analisis data dijalankan dengan melakukan analisis statistik deskriptif dan analisis regresi logistik. Menurut Chua (2006), statistik deskriptif digunakan untuk menghuraikan ciri-ciri pembolehubah. Statistik deskriptif menggunakan petunjuk-petunjuk seperti min, sisihan piawai dan sebagainya untuk menyatakan ciri-ciri sesuatu pembolehubah. Statistik ini merupakan teknik yang digunakan untuk meringkaskan satu bahan mentah dan diproses ke dalam bentuk yang lebih ringkas dan mudah difahami. Secara keseluruhannya, jadual kekerapan (frekuensi), peratusan dan skor min digunakan untuk menjawab keseluruhan objektif ini.

### Analisis Faktor

Analisis ini bertujuan untuk mencari beberapa (atau sebilangan kecil) faktor yang tersirat daripada sekumpulan besar pembolehubah bebas. Menurut Ahmad Mahdzan Ayob (1992), analisis faktor dapat dilakukan melalui empat langkah iaitu:

- i. Sediakan matriks korelasi antara semua pembolehubah yang dianalisis secara faktor. Ini dilakukan oleh komputer melalui prosedur “FACTOR”.
- ii. Komputer kemudian akan melakukan cabutan faktor-faktor awalan.
- iii. Komputer akan melakukan pemutaran paksi untuk mendapatkan faktor-faktor akhiran untuk diinterpretasikan oleh penyelidik.
- iv. Langkah seterusnya ialah memberi nama kepada faktor-faktor yang diterbitkan berdasarkan pembolehubah-pembolehubah yang muatan faktornya yang memenuhi kriteria tertentu. Misalnya

melalui pemutaran cara *varimax*, para penyelidik sering menggunakan syarat muatan faktor setinggi 0.3 sebagai minimum.

Sebelum analisis faktor dapat dilakukan, ujian kebolehpercayaan perlu dilakukan. Nilai Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) perlu diuji. Nilai KMO merupakan darjah perkaitan antara item dan kesesuaian bagi penggunaan analisis faktor dijalankan. Nilai KMO yang berada pada 0.90 adalah terbaik, nilai 0.80 adalah baik, nilai 0.70 adalah sederhana, 0.60 adalah tidak berapa baik, nilai 0.50 adalah kurang baik manakala nilai yang kurang daripada 0.5 adalah tidak boleh diterima untuk dilakukan analisis faktor.

Untuk rotasi faktor, ekstraksi yang pertama daripada analisis adalah item-item yang mempunyai nilai varian yang maksimum. Oleh itu, nilai yang diperolehi tidak mudah untuk diinterpretasi kerana item-item tidak berkorelasi dengan tinggi. Namun begitu, kebanyakan item-item adalah terletak dalam faktor pertama walaupun korelasinya tidak terlalu tinggi. Untuk membolehkan item-item boleh diinterpretasikan, mereka akan diputar untuk memaksimumkan faktor muatan bagi item-item tertentu. Item-item ini kemudiannya boleh ditentukan untuk mendapatkan maksud faktor tersebut. Kaedah yang biasa digunakan untuk menjalankan rotasi ialah *orthogonal* dan *oblique* (Bryman dan Cramer, 2005).

### Analisis Regresi Logistik

Regresi logistik digunakan untuk mengukur hubungan fungsi antara satu pembolehubah kualitatif dengan pembolehubah tidak bersandar sama ada berbentuk kuantitatif mahupun kualitatif. Berbeza dengan regresi biasa, nilai yang diperolehi bagi analisis regresi logistik adalah menunjukkan nilai kebarangkalian untuk sesuatu peristiwa itu berlaku. Dalam kajian ini, analisis regresi yang dijalankan adalah untuk menguji faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kebarangkalian kejayaan usahawan untuk berjaya. Kejayaan usahawan diukur menggunakan pembolehubah dikotomi iaitu nilai 1 untuk usahawan berjaya dan nilai 0 diberikan untuk usahawan yang tidak berjaya seperti yang ditunjukkan dalam persamaan di bawah:

$$P_i = 1 / (1 + e^{-z}) \quad (1)$$

Di mana  $P_i$  adalah kebarangkalian bagi responden berjaya dalam perniagaannya ( $Y=1$ ). Bagi kebarangkalian untuk responden memilih tidak berjaya ( $Y=0$ ), persamaannya adalah seperti berikut:

$$(1 - P_i) = 1 / (1 + e^z) \quad (2)$$

Oleh itu, nisbah kebarangkalian untuk usahawan berjaya dalam perniagaan ialah:

$$e^z = P_i / (1 - P_i) \quad (3)$$

Persamaan 3 ditukarkan dalam bentuk logaritma dan menghasilkan persamaan di bawah:

$$\begin{aligned} Z_i + \ln(P_i / (1 - P_i)) &= \ln e^{z_i} \\ &= \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \dots + \beta_n X_n \end{aligned} \quad (4)$$

Persamaan logit yang terakhir dapat di bentuk ialah:

$$\text{Log}(P_i / (1 - P_i)) = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \dots + \beta_n X_n \quad (5)$$

Di mana;

- P = Kebarangkalian untuk responden menyatakan ia berjaya atau tidak (1 = berjaya, 0 = tidak)
- X1 = sanggup hadapi risiko
- X2 = sanggup berdikari
- X3 = membuat pengkhususan kerja
- X4 = yakin kepada diri sendiri
- X5 = minat dalam perniagaan
- X6 = tidak takut menghadapi kekuatan pesaing
- X7 = kemahiran yang tinggi dalam perniagaan

X8 = kemahiran dalam bidang pengurusan dan penggunaan masa

## KAJIAN LEPAS

Chin (2006) telah mengkaji cabaran dan prospek perniagaan runcit, dimana objektif kajian adalah mengenalpasti masalah dan cabaran peruncit, mengkaji kesan pasar raya besar ke atas industri peruncitan tempatan, mengenalpasti bentuk bantuan yang diterima oleh peruncit dan mencadangkan beberapa perancangan strategi untuk mengelakkan peruncit tempatan daripada ancaman pasar raya terutama dari negara luar. Seramai 50 orang peruncit dipilih secara rawak dari Kampar, Perak untuk menjawab satu set soal selidik. Perisian SPSS digunakan untuk menganalisis data yang dikumpul. Hasil analisis menunjukkan prestasi perniagaan mempunyai hubungan signifikan dengan kekurangan modal, persaingan sengit, kekurangan promosi dan perubahan citarasa pengguna. Kebanyakan peruncit dipengaruhi oleh pertumbuhan pasar raya besar yang pesat. Hanya bantuan kewangan daripada agensi swasta dapat memuaskan hati peruncit, manakala bantuan lain adalah tidak mencukupi. Untuk bertanding dengan pasar raya besar, peruncit tempatan perlu menawarkan produk dan perkhidmatan bagi meningkatkan daya saing mereka.

Sri Wahyuningsih (2007) telah mengkaji faktor-faktor yang mempengaruhi kejayaan usahawan Industri Kecil dan Sederhana (IKS). Data diperolehi dengan mengedarkan borang soal selidik kepada responden yang terdiri daripada usahawan IKS yang terdapat di Melaka. Penulis juga turut mengadakan temubual dengan beberapa orang responden. Untuk tujuan analisis faktor-faktor yang mempengaruhi kejayaan usahawan IKS, penulis telah menggunakan kaedah model logistic. Tujuan penggunaan model ini adalah untuk menguji pengaruh faktor-faktor yang telah dipilih dalam menentukan kejayaan usahawan. Dalam kajiannya penulis telah mendapatkan seramai 88 orang responden. Hasil kajian penulis mendapati sebanyak lapan faktor yang mempengaruhi kejayaan usahawan tersebut. Faktor-faktor tersebut adalah seperti sifat-sifat usahawan, pengaruh hubungan dengan pihak luar, pengaruh lokasi, pengaruh produk, pengaruh pengalaman, pengaruh modal dan pengaruh globalisasi. Hasil analisis penulis mendapati antara kelapan-lapan faktor yang dikemukakan, didapati hanya faktor modal yang memberikan pengaruh positif yang signifikan. Dengan itu penulis berpendapat faktor modal menjadi faktor yang terpenting bagi seseorang usahawan itu untuk mencapai kejayaan. Namun begitu, saiz modal tidak seharusnya dijadikan ukuran dalam menentukan kejayaan usahawan. Ini kerana terdapat faktor lain yang perlu dititikberatkan lagi. Ini kerana terdapat usahawan yang bermula dengan modal yang rendah mampu bertahan lebih lama berbanding usahawan yang bermula dengan modal yang lebih tinggi. Pengurusan dalam perniagaan seharusnya berjalan secara konsisten dan berterusan.

Sehubungan ini Azlah Md Ali et.al. (2005) mengkaji kesan kewujudan *hypermarket* ke atas peniaga Melayu di Johor. Pada ketika ini industri peruncitan merupakan salah satu industri yang sedang pesat berkembang. Ini memandangkan pada ketika ini kewujudan pasar raya besar yang bagaikan cendawan tumbuh selepas hujan semakin mendapat tempat di hati para pengguna. Ini berikutan kewujudan pasar raya besar atau *hypermarket* yang semakin banyak di negara kita. Menurut penulis, sambutan yang begitu menggalakkan daripada pelanggan tempatan telah mendorong lebih ramai pelabur asing untuk membina lebih banyak pasar raya besar di negara ini. Kajian penulis adalah berkenaan kesan kewujudan *hypermarket* ke atas peniaga Melayu di Johor. Oleh itu penulis berpendapat persaingan dalam industri juga akan meningkat. Ini secara tidak langsung memberi kesan terhadap golongan peruncit Melayu di Johor. Oleh itu penulis menjalankan kajian bagi mengenalpasti kesan kewujudan pasar raya besar terhadap golongan peruncit Melayu di Johor. Di samping itu, kajian yang dijalankan bertujuan untuk mengenalpasti persepsi responden terhadap dasar kerajaan, kewujudan pasar raya besar dan corak perniagaan masa kini. Untuk tujuan ini, soal selidik telah digunakan oleh penulis sebagai kaedah pengumpulan data. Soal selidik ini diedarkan kepada 150 orang responden yang mana mereka terdiri daripada peruncit Melayu di sekitar Johor Bahru. Penulis menggunakan perisian SPSS 10.0. Secara keseluruhannya, hasil kajian mendapati pembukaan *hypermarket* memberi kesan sederhana terhadap perniagaan responden. Ini menunjukkan kebanyakan merasakan kedudukan perniagaan mereka dari segi ekonomi tidak begitu terganggu dengan kewujudan *hypermarket*. Analisis dari kesan psikologi dan kemahiran, ternyata menunjukkan bahawa kewujudan *hypermarket* sememangnya mempengaruhi mental, fizikal dan sikap peniaga. Kajian penulis juga mendapati kebanyakan responden bersetuju bahawa *hypermarket* sememangnya mempunyai sistem pengurusan yang sistematik dan lebih baik. Faktor ini merupakan salah satu penyumbang kepada kejayaan *hypermarket* dalam menguasai industri peruncitan tempata. Majoriti responden juga amat bersetuju bahawa

peniaga Melayu mampu bersaing dengan peniaga bukan Melayu dalam dunia perniagaan masa ini sekiranya diberi peluang yang saksama oleh kerajaan. Kesimpulannya, kewujudan *hypermarket* memberi kesan pada tahap yang sederhana terhadap peruncit Melayu dari segi ekonomi.

Mohd. Hassan Mohd. Osman (2007) menjalankan kajian mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi kejayaan usahawan kredit mikro di negeri Johor. Dalam kajiannya, penulis menggunakan faktor kejayaan kritikal (*Critical Success Factor*- CSF) sebagai elemen terpenting bagi mencapai kelebihan bersaing bagi firma-firma di dalam industri sedia ada. CSF menunjukkan prestasi sama ada suatu perusahaan telah berjaya dan tidak berjaya mencapai sasaran misi dan visi yang telah dibentuk sebelum organisasi tersebut ditubuhkan. Menurut penulis, organisasi yang berjaya mengenalpasti dan menggunakan CSFs akan membentuk keunikan bagi membolehkan mereka mencapai kelebihan bersaing. Kajian penulis memberi tumpuan terhadap faktor-faktor kejayaan kritikal perusahaan kecil yang mana mereka ini mendapat skim pinjaman kredit mikro di negeri Johor. Untuk tujuan itu, seramai 233 usahawan kecil di bawah skim kredit mikro TEKUN teah dipilih sebagai responden. Kajian penulis bertujuan untuk mengenalpasti faktor kejayaan kritikal usahawan TEKUN di kawasan kajian dengan mengenalpasti dua elemen iaitu faktor kejayaan kritikal (CSF) dan faktor kejayaan utama (KSF) yang ada pada seseorang usahawan kecil dalam perusahaan mereka. Faktor utama yang membawa kepada kejayaan usahawan kecil juga dikenalpasti dan cadangan untuk mempertingkatkan mereka juga dikemukakan oleh penulis. Kaedah pengumpulan data yang dijalankan oleh penulis ialah melalui temubual dengan pegawai Yayasan Tekun Nasional (YTN) yang terlibat serta kaedah penghantaran borang soal selidik kepada responden yang telah berjaya memperolehi pinjaman kredit mikro TEKUN bagi pinjaman kali kedua. Responden dipilih daripada kawasan Mersing, Kota Tinggi, Pontian, Tebrau, Johor Bahru dan juga Gelang Patah. Hasil kajian penulis mendapati tiga faktor kejayaan kritikal yang utama bagi usahawan TEKUN ialah kemahiran dalam pengurusan, pengkhususan di dalam membuat kerja dan juga sikap tidak mudah berputus asa di dalam menghadapi cabaran dalam perniagaan.

Kajian yang dijalankan oleh Md Mohar dan rakan-rakan (2000) mendapati wujud perbezaan antara usahawan Melayu dan Cina serta faktor-faktor yang mempengaruhi pembangunan usahawan di kalangan mereka. Dapatan kajian juga menunjukkan bahawa usahawan yang berjaya dari bangsa Cina dan juga bangsa Melayu telah memberikan markah (penilaian) yang tinggi berkenaan aspek psikologi seperti pencapaian dan kecenderungan dalam mengambil risiko.

Menurut Collins (2002), usahawan Cina kini semakin berkembang di Australia. Menurut beliau usahawan Cina lebih berminat memulakan perniagaan baru daripada mengambil alih perniagaan yang sedia ada. Kebanyakan usahawan Cina telah berkahwin dan oleh itu mereka menjadikan keluarga mereka sebagai sumber utama tenaga burunya. Ini kerana mereka lebih mempercayai ahli keluarganya dalam menjalankan perniagaan kerana dapat memberikan komitmen yang tinggi. Tidak hairanlah jika di Malaysia keadaan yang sama juga berlaku dimana usahawan Cina gemar mewariskan perniagaan mereka kepada ahli keluarganya dan mereka telah pun dibekalkan dengan kemahiran dan pengalaman.

## **ANALISIS FAKTOR-FAKTOR KEJAYAAN USAHAWAN**

### **Analisis Faktor**

Dalam analisis faktor ini, ianya adalah bertujuan untuk mengenalpasti faktor-faktor yang paling berpengaruh dalam menentukan kejayaan usahawan. Berdasarkan kajian yang dijalankan, pada awalnya terdapat sembilan faktor yang telah dipilih untuk menguji pengaruh mereka dalam mempengaruhi kejayaan usahawan seperti yang dinyatakan dalam Bab 3. Ujian kebolehpercayaan yang dijalankan mendapati nilai *alpha cronbach* adalah 0.512. Oleh itu, soalan yang diajukan memenuhi syarat kebolehpercayaan kerana melebihi nilai 0.5 (rujuk Lampiran).

Seterusnya, untuk menjalankan analisis faktor, nilai KMO yang diperolehi berdasarkan jadual *KMO and Barlett's Test* di bawah adalah 0.508.

Untuk mendapatkan nilai muatan, matriks faktor akan diputarkan dengan menggunakan kaedah *varimax*. Kaedah yang digunakan ialah analisis komponen utama (*Principal Component Analysis*). Setelah matriks diputarkan didapati hanya 8 faktor sahaja yang mempunyai nilai muatan yang melebihi 0.5 yang boleh diterima untuk analisis regresi logistik. Terdapat empat faktor yang dikelompokkan setelah putaran dilakukan. Faktor yang mempunyai nilai muatan yang tinggi menunjukkan faktor tersebut mempunyai

hubungan yang tinggi dengan pembolehubah bersandar yang ingin dikaji. Jadual 2 menunjukkan komponen matrik yang diputarakan dimana nilai tersebut menunjukkan nilai muatan.

### Analisis Regresi Logistik

Untuk menjalankan analisis regresi logistik, responden yang digunakan adalah seramai 49 orang berbanding responden awal adalah seramai 55 orang. Ini kerana, setelah soalan berkaitan kejayaan perniagaan usahawan diajukan, terdapat seramai 6 orang responden yang menjawab tidak pasti berkenaan kejayaan mereka seperti yang ditunjukkan dalam Jadual 2. Oleh itu, seramai 6 orang responden telah digugurkan untuk melakukan analisis regresi logistik. Ini kerana, bagi pembolehubah dikotomi, hanya terdapat dua kebarangkalian sahaja iaitu nilai 1 bagi usahawan yang berjaya dan 0 bagi usahawan yang tidak berjaya.

Sebanyak lapan pembolehubah yang menjadi faktor kejayaan akan dijalankan analisis regresi logistik. Hasil daripada analisis regresi logistik, persamaan regresi yang berikut dapat dibentuk:

$$\text{Log} (P_i / (1-P_i)) = 14.319 - 0.315X_1 + 1.561X_2 + 0.331X_3 + 0.477X_4 + 0.379X_5 + 0.184X_6 + 0.228X_7 + 0.1598X_8$$

Di mana;

$P$  = Kebarangkalian bagi responden menyatakan bahawa ia berjaya atau tidak dalam perniagaan (berjaya = 1; tidak berjaya = 0)

$X_1$  = sanggup hadapi risiko

$X_2$  = sanggup berdikari

$X_3$  = membuat pengkhususan kerja

$X_4$  = yakin kepada diri sendiri

$X_5$  = minat dalam perniagaan

$X_6$  = tidak takut menghadapi kekuatan pesaing

$X_7$  = kemahiran yang tinggi dalam perniagaan

$X_8$  = kemahiran dalam bidang pengurusan dan penggunaan masa

Secara ringkasnya, hasil regresi binomial logistik dapat ditunjukkan dalam Jadual 3 di bawah.

Berdasarkan Jadual 3, didapati hanya pembolehubah yakin kepada diri sendiri yang mempunyai nilai yang signifikan. Berdasarkan persamaan yang diperolehi juga, interpretasi ini membawa maksud bahawa peningkatan 1 unit peningkatan dalam keyakinan kepada diri sendiri akan meningkatkan 1.561 unit nisbah log odds kecenderungan untuk usahawan berjaya. Ia juga dapat dijelaskan melalui nilai Exp dimana nilai antilog 1.210 menunjukkan bahawa peningkatan 1 unit dalam faktor yakin kepada diri sendiri akan meningkatkan kebarangkalian kejayaan yang berjaya sebanyak 21%. Namun begitu kebarangkalian yang ditunjukkan tidak terlalu tinggi tetapi dapat menunjukkan hubungan langsung yang signifikan antara kedua-dua pembolehubah.

Bagi pembolehubah kesanggupan menghadapi risiko, koefisien yang diperolehi adalah negatif (-0.315). Ini bermaksud, peningkatan 1 unit bagi usahawan untuk menghadapi risiko akan menyebabkan pengurangan dalam kecenderungan untuk berjaya sebesar 0.315 unit nisbah log odds. Namun begitu hubungan yang ditunjukkan adalah tidak signifikan. Dapat disimpulkan di sini, semakin berani seseorang usahawan untuk menghadapi risiko atau peningkatan dalam risiko maka ianya akan menyebabkan kebarangkalian untuk berjaya berkurang. Ini kerana risiko yang berlebihan dalam perniagaan boleh menjejaskan untung ataupun jualan seseorang usahawan.

Bagi pembolehubah minat dalam perniagaan, kemahiran dalam pengurusan masa, sanggup berdikari, membuat pengkhususan kerja dan kemahiran yang tinggi dalam perniagaan, masing-masing mempunyai nilai yang tidak signifikan. Oleh itu faktor-faktor ini bukan merupakan faktor yang signifikan terhadap kejayaan usahawan. Namun begitu, hasil ini hanya bersesuaian untuk responden dalam kajian yang dijalankan sahaja.

Seterusnya, untuk melihat nilai kejayaan yang diramalkan dengan nilai kejayaan yang sebenar, maklumat tersebut dapat diringkaskan dalam Jadual 4 di bawah.

Berdasarkan Jadual 4, nilai kejayaan yang diramalkan untuk tidak berjaya adalah 9 orang dengan ketepatan ramalan sebanyak 52.9% manakala kejayaan yang diramalkan untuk berjaya adalah seramai 29 orang dengan ketepatan ramalan sebanyak 90.6%. Secara keseluruhan, hasil ketepatan ramalan adalah 77.6%.

## **IMPLIKASI DASAR**

Taburan mengenai responden dapat difahami dengan mudah berdasarkan analisis deskriptif yang telah dilakukan. Analisis permasalahan peniaga dapat mengetahui masalah yang manakah yang paling memberi kesan kepada para peniaga. Bagi analisis faktor kejayaan pula, maklumat yang diperolehi dapat membantu faktor manakah yang signifikan dalam mempengaruhi kejayaan usahawan. Beberapa cadangan telah dikenalpasti bertujuan untuk membantu usahawan meningkatkan lagi pencapaian mereka dan pada masa yang sama menangani masalah serta membantu usahawan untuk meningkatkan kejayaan mereka pada masa akan datang.

### **Meningkatkan Ilmu Pengetahuan Dan Kemahiran Dalam Bidang Perniagaan**

Ilmu pengetahuan dalam bidang perniagaan adalah penting selain pengalaman yang dimiliki. Justeru, peniaga bolehlah mengikuti kursus-kursus yang ditawarkan oleh pihak kerajaan mahupun swasta ataupun melalui seminar-seminar, ceramah dan konvensyen keusahawanan yang dianjurkan oleh pihak tertentu. Ini boleh membantu golongan peniaga untuk mendapatkan maklumat tentang peluang-peluang perniagaan yang terdapat di sekeliling mereka. Persaingan yang semakin sengit menyaksikan perlunya seseorang usahawan itu mempersiapkan diri dengan ilmu pengetahuan yang tinggi supaya peniaga Melayu dapat bersaing dengan bangsa-bangsa lain.

Sekiranya ilmu pengetahuan yang dibekalkan cukup tinggi, ini dapat membantu usahawan untuk membuat keputusan yang boleh memberikan faedah kepada mereka. Apabila mempunyai ilmu pengetahuan yang luas, maka seseorang usahawan ataupun peniaga Melayu dapat mempunyai tahap keyakinan yang tinggi dalam diri mereka kerana ilmu yang dibekalkan mencukupi.

### **Meningkatkan Jenis-Jenis Bantuan Yang Sedia Ada**

Prosedur untuk mendapatkan bantuan bagi usahawan hendaklah tidak terlalu membebankan usahawan. Ini dapat menarik minat lebih ramai lagi untuk menceburkan diri dalam bidang keusahawanan. Ianya juga dapat mengelakkan peniaga atau peminjam daripada mendapatkan bantuan daripada pihak-pihak yang tidak bertanggungjawab seperti pemberi pinjaman tidak berlesen. Memandangkan ramai usahawan yang berhadapan dengan masalah kewangan dalam perniagaan, nasihat berkaitan dengan pengurusan kewangan perniagaan adalah sangat penting kepada usahawan dan bakal usahawan. Usahawan Melayu dapat bersaing secara sihat sekiranya mereka mengetahui jenis bantuan yang ada untuk mengembangkan perniagaan mereka dan cara pengurusan kewangan yang baik.

### **Merujuk Dan Membincangkan Masalah Dengan Pihak Yang Berkemahiran**

Golongan peniaga tidak seharusnya membiarkan masalah yang mereka hadapi berlalu begitu sahaja. Mereka seharusnya merujuk dan membincangkan masalah-masalah yang mereka hadapi berkaitan perniagaan dengan pihak-pihak yang berkemahiran seperti MARA, Tekun atau persatuan peniaga melalui saluran yang betul. Ini memandangkan pihak tersebut mempunyai kepakaran yang luas tentang selok-belok perniagaan. Melalui cara ini, para peniaga dapat mencari jalan untuk menyelesaikan masalah mereka dan seterusnya dapat mencari jalan bagi mengurangkan risiko kerugian yang bakal dialami. Ramai di kalangan peniaga yang tidak mahu menceritakan dan tidak mahu berkongsi masalah yang mereka hadapi. Selain dapat menyelesaikan masalah-masalah yang dihadapi oleh peniaga, ia juga dapat membantu pihak-pihak tertentu untuk membuat sesuatu dasar yang berkaitan di masa akan datang.

Berdasarkan hasil analisis faktor kejayaan yang diperolehi, faktor yakin kepada diri sendiri merupakan faktor penentu yang signifikan kepada kejayaan usahawan. Maka melalui perbincangan yang diadakan, ianya dapat membantu memberikan khidmat nasihat dan kaunseling kepada usahawan supaya mereka dapat meningkatkan keyakinan diri mereka. Ini kerana, kebanyakan usahawan Melayu perlu yakin



kepada diri sendiri sekiranya mereka ingin bersaing dengan bangsa lain. Mereka perlu membuktikan mereka juga mampu untuk menghasilkan sesuatu yang lebih baik berbanding orang lain. Selain itu, peniaga Melayu perlu betul-betul yakin dengan perniagaan yang ingi diusahakan. Oleh itu, mereka boleh mendapatkan khidmat bimbingan daripada pihak yang berkemahiran.

### **Persatuan Peniaga Hendaklah Memantau Perkembangan Dan Kemajuan Para Peniaga**

Persatuan peniaga atau pertubuhan yang berkaitan hendaklan sentiasa memantau perkembangan dan kemajuan anggota-anggota dan mengenalpasti masalah-masalah yang mereka hadapi. Oleh itu, para peniaga juga dinasihatkan agar dapat menganggotai sebarang pertubuhan atau persatuan perniagaan. Ini bagi membolehkan masalah mereka dapat dikenalpasti dan jalan penyelesaian dapat diambil. Selain itu, ia juga dapat memastikan setiap peniaga menerima latihan dan bantuan yang sewajarnya dan seterusnya dapat menyelesaikan masalah yang dihadapi dengan lebih berkesan. Pemantauan perlu dilaksanakan setiap masa bagi memastikan perniagaan yang dikendalikan oleh peniaga Melayu berjalan seperti yang dirancang. Dengan itu bantuan secara teknikal dan kewangan dapat dihulurkan.

### **KESIMPULAN**

Hasil kajian in diharap dapat membantu masalah yang membelenggu perniagaan khususnya peniaga kedai runcit dan pasar mini yang berbangsa Melayu. Faktor penentu kejayaan usahawan tersebut perlu dikenalpasti supaya dapat membantu usahawan untuk khususnya peniaga kedai runcit dan pasar mini untuk berjaya dalam perniagaan yang mereka jalankan. Berdasarkan cadangan yang dikemukakan, masalah kewangan yang dihadapi oleh peniaga dapat diselesaikan dengan cara yang lebih berkesan. Dari segi persaingan, kewujudan pasar raya besar bukanlah satu ancaman kepada peniaga. Namun ia sebagai persaingan yang sihat supaya peniaga dapat menawarkan perkhidmatan mereka dengan lebih baik. Ini bagi memastikan pengguna dapat membuat pilihan yang tepat dan memuaskan. Persaingan secara adil dapat diwujudkan antara peniaga dengan kelompok-kelompok mereka. Di harap pencapaian usahawan Melayu dapat ditingkatkan dan menjadikan matlamat pencapaian 30% bumiputera dalam pegangan ekuiti dapat dicapai walaupun perniagaan yang dijalankan bukan pada skala yang besar. Semua pihak yang terlibat baik secara langsung atau tidak langsung hendaklah sentiasa memberikan kerjasama supaya perkara yang membelenggu usahawan Melayu dapat diatasi dari semasa ke semasa.

Berdasarkan ciri usahawan yang dikaji, faktor yakin kepada diri sendiri merupakan faktor yang paling signifikan dalam mempengaruhi kejayaan usahawan. Oleh itu, ini bertepatan dengan ciri yang perlu ada pada seorang usahawan yang mana mereka perlu bersifat kreatif dan inovatif. Oleh itu apabila wujud keyakinan diri yang tinggi dalam diri usahawan, ini dapat meningkatkan kemajuan mereka untuk terus bersaing dengan apa jua bentuk persekitaran. Perasaan malu untuk mencuba di kalangan peniaga Melayu perlu dikikis supaya bangsa ini terus maju dan mampu bersaing.

### **RUJUKAN**

- Ahmad Mahdzan Ayob. 1992. *Kaedah Penyelidikan Sosioekonomi*, Edisi ke-2, Dewan Bahasa dan Pustaka, Kuala Lumpur.
- Alan Bryman & Duncan Cramer. 2005. *Quantitative Data Analysis with SPSS 12 and 13: A Guide for Social Scientists*, Routledge, USA.
- Business Times. 28 Jun 1990. *Finding Ways for Bumits to Succeed in Business*, Business Times
- Carlos, P.B. & Carlos, A.A. 2003. *Hypermarket Retail Store Efficiency In Portugal*, *International Journal of Retail and Distribution Management*, Vol 31 No. 11 2003, pp 549-560.
- Chin Wai Kuan. 2006. *Cabaran dan Prospek Perniagaan Runcit: Kajian di Kampar, Perak, Kertas Ilmiah, Sarjana Muda Ekonomi*, Universiti Kebangsaan Malaysia.
- Chua Yan Piaw. 2006. *Kaedah dan Statistik Penyelidikan Buku 1: Kaedah Penyelidikan*, McGraw-Hill (Malaysia) Sdn. Bhd., Malaysia.
- Chua Yan Piaw. 2006. *Kaedah dan Statistik Penyelidikan Buku 2: Asas Statistik Penyelidikan*, McGraw-Hill (Malaysia) Sdn. Bhd., Malaysia.

- Collins, J. 2002. *Chinese Entrepreneurs – The Chinese Diaspora in Australia*, *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, Vol. 8 (1/2), pp 113-133.
- Cox, Roger & Paul, B. 1986. *Effective Retailing*, 2<sup>nd</sup> ed., Houghton Mifflin Company, USA.
- Hausted & Steward, W. 1993. *Marketing Fundamentals*, Delmers Publishers Inc., New York.
- Kirby, D & Dawson, J. 1979. *Small Scale Retailing in United Kingdom*, Farnborough: Teakfield.
- Levy, M. & Weiltz, B.A. 1996. *Essentialing of Retailing*, Chicago, Irwin Book Time.
- Lynch, R.L. & Wray, R.D. 1994. *Introduction of Marketing*, Texas Publishers, USA.
- Malaysia. 1993. *Banci Perdagangan*, Jabatan Perangkaan, Percetakan Nasional.
- Malaysia. 2001. *Banci Perdagangan*, Jabatan Perangkaan, Percetakan Nasional.
- Moha Asri. 1995. *Industri Kecil di Malaysia: Kejayaan dan Masa Depan*, Dewan Bahasa dan Pustaka, Kuala Lumpur.
- Moha Asri, Juhary Ali dan Fauziah Idris. 2000. *Pengurusan Perniagaan Kecil*, Utusan Publication and Distributors Sdn Bhd., Kuala Lumpur.
- Md. Mohar Mohamad, Mior Razman Mior yunus, Muhammad Fakhruzay Md. Ariff, Noorazimah Mohd Noor, Tan Chai Chen dan tew Nee Hong. 2000. *Kajian Perbandingan Keusahawanan Bangsa Melayu dan Cina di Johor Bahru, Persidangan Kebangsaan Pertama Keusahawanan dan Perniagaan Kecil*, Universiti Utara Malaysia.
- Nek Kamal Yeop Yunus & Haim Hilman Abdullah. 2005. *Pengurusan Peruncitan: Konsep, Strategi dan Kes*, Pearson Malaysia Sdn. Bhd. Malaysia.
- Osman Md. Zain. 1988. *Perniagaan Runcit*, Dewan Bahasa dan Pustaka, Kuala Lumpur.
- Rosdi. 2002. *Faktor-Faktor Kegagalan Usahawan Melayu*, Majlis Amanah Rakyat, Johor Bahru.
- Sri Wahyuningsih. 2007. *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kejayaan Usahawan Industri Kecil dan Sederhana: Kajian kes di Melaka, Kertas Ilmiah, Sarjana Ekonomi*, Universiti Kebangsaan Malaysia.
- Zainal Abidin Mohd. Said. 1989. *Sruktur Perniagaan*. [www.selangor.gov.my](http://www.selangor.gov.my)

JADUAL 1 : Jadual KMO and Barlett's Test

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.508
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	42.615
	df	36
	Sig.	.078

JADUAL 2: Komponen Matriks yang Diputarkan

Bil.	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kejayaan Usahawan	Muatan
1	Sanggup hadapi risiko di dalam perniagaan bidang yang diceburi	0.878
2	Sanggup berdikari di dalam bidang perniagaan yang diceburi	0.797
3	Membuat pengkhususan kerja di dalam perniagaan	0.768
4	Yakin kepada diri sendiri dan tidak takut kepada kegagalan	0.745
5	Mempunyai minat dalam perniagaan yang diceburi	0.694
6	Tidak takut dalam menghadapi kekuatan pesaing	0.636
7	Kemahiran yang tinggi dalam bidang perniagaan yang diceburi	0.627
8	Kemahiran di dalam bidang pengurusan dan penggunaan masa	0.625

JADUAL 3: Hasil Persamaan Regresi Binomial Logistik

Pembolehubah bebas	Koefisien ( $\beta$ )	Exp ( $\beta$ )	Sig.
Konstan	14.319	1655	0.013
Sanggup hadapi risiko	-0.315	1.730	0.648
Minat dalam perniagaan	0.379	0.684	0.447
Kemahiran dalam pengurusan masa	1.598	1.202	0.309
Sanggup berdikari	0.477	1.620	0.392
Yakin kepada diri	1.561**	1.210	0.093
Membuat pengkhususan kerja	0.331	0.718	0.496
Kemahiran yang tinggi dalam perniagaan	0.228	0.796	0.760

\*\*Signifikan pada aras keertian 10%

JADUAL 4: Jadual Klasifikasi

Pemerhatian		Diramalkan		
		Kejayaan		Peratus betul
		Berjaya	Tidak berjaya	
Kejayaan	Tidak berjaya	8	9	52.9
	Berjaya	29	3	90.6
Peratus keseluruhan				77.6