

PENGELASAN USAHAWAN DI ERA KONTEMPORARI

Prof. Madya Dr. Rozita @ Uji Mohammed

FAKULTI PENGURUSAN DAN PERNIAGAAN, UNIVERSITI TEKNOLOGI MARA, SABAH, MALAYSIA

*Email Penulis:rozlim97@uitm.edu.my

Definisi Usahawan

Definisi usahawan di era kontemporari terbahagi kepada usahawan tulen dan usahawan separa atau tak tulen. Usahawan tulen sesuai dengan namanya, seseorang yang berusaha untuk membuka, mengembang dan memantapkan sesebuah perniagaan sama ada berasaskan barangan mahupun perkhidmatan atau kombinasi keduanya. Usahawan separa atau tak tulen adalah usahawan separa atau tidak terlibat secara langsung dalam menjalankan sesebuah perniagaan tetapi lebih kepada menggunakan kelebihanannya kerana mempunyai jaringan, ada 'kabel', memiliki lesen dan/atau sijil tertentu untuk orang lain memanfaatkan apa yang dia ada untuk seseorang menjalankan perniagaan dengan imbalan keuntungan atau dipanggil 'untung atas angin'. Individu sebegini beranggapan dirinya sebagai seorang usahawan, namun begitu penglibatannya dalam subkontrak dan hanya mendapat imbalan daripada apa yang dilakukan tidaklah boleh dirinya diklasifikasikan sebagai usahawan tulen.

Klasifikasi Usahawan

Usahawan era kontemporari boleh diklasifikasikan kepada tiga iaitu usahawan perlu (*necessity entrepreneur*), usahawan peluang (*opportunity entrepreneur*) dan usahawan segera (*instant entrepreneur*). Pengelasan kepada tiga kategori ini adalah rangkuman daripada apa yang dinyatakan oleh Azman (2011) di mana menurut beliau usahawan dibahagikan kepada usahawan tulen, usahawan korporat, usahawan tajaan, usahawan ikutan, usahawan gantung dan usahawan bermusim [1]. Pun begitu, tiada perincian berkaitan ke enam-enam jenis usahawan seperti yang disebut sebelum ini. Justeru, mengambil kira ini sebagai 'gap' atau jurang dalam pengelasan usahawan, artikel ini membawa tiga kelas usahawan yang boleh diguna pakai di era kontemporari ini.



Rajah 1 Pengelasan Usahawan

**Usahawan Segera (*Instant Entrepreneur*)**

Bermusim dan kewujudannya bersifat sementara

Sekadar hobi, memenuhi masa lapang atau suka-suka

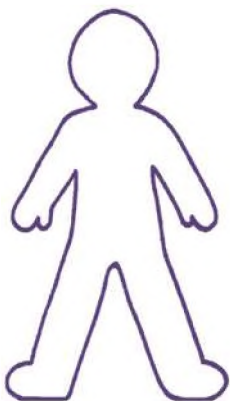
Mengambil kesempatan – Melihat peluang

Kekadang memiliki produk kreatif/sendiri dan kadang meniru idea peniaga lain

Biasanya tidak faham *Business Model Canvas* (BMC)

Juga tidak ada Rancangan Perniagaan (RP)

Memiliki modal ala kadar – kategori piko dan nano

**Usahawan Perlu (*Necessity Entrepreneur*)**

Menjadi usahawan kerana tiada pilihan (*push factor*)

Lebih sesuai digelar peniaga

Biasanya tiada produk sendiri –jual produk orang lain

Memiliki premis/berjual secara atas talian

Kekadang tahu BMC tapi tak praktikkan

Kekadang tahu RP tapi tak buat

Pusing modal sedia ada untuk buat dan tambah jualan

Kekal piko, nano atau mikro

**Usahawan Peluang (*Opportunity Entrepreneur*)**

Menjadi usahawan kerana minat (*pull factor*)

Digelar usahawan kerana berusaha mencari, merebut, dan mencipta peluang agar kekal kompeten, berdaya saing dan relevan dengan tren permintaan semasa

Tahu dan praktikkan BMC dan RP

Menyaksikan anjakan paradigma dalam saiz bisnes, rakan strategik, jenis produk ditawarkan, jumlah pekerja, jumlah cawangan dan jualan/keuntungan

Melakukan R&D/inovasi terhadap produk ditawarkan

Sambungan ms 19

Penutup

Sesiapapun yang menggelarkan dirinya sebagai usahawan harus berpaksikan kepada usahawan peluang yang sentiasa bermotivasi untuk memajukan perniagaan yang diusahakan dengan melalui proses-proses seperti mendapatkan lesen perniagaan, mendaftar harta intelek (tanda nama, cap dagang dan jenama produk), menduduki seminar atau kursus bagi mendapatkan sijil-sijil tertentu yang diperlukan oleh perniagaan, memahami BMC dan RP agar membantu seseorang usahawan untuk berada di landasan yang betul juga dalam membuat permohonan geran atau pinjaman dan sentiasa menerapkan idea kreatif bagi menghasilkan produk berinovatif dalam usaha menyelesaikan masalah pelanggan serta memenuhi kepuasan pelanggan. Sekadar menjadi usahawan picians semata-mata untuk kelangsungan hidup seperti usahawan segera dan usahawan perlu, suntikan motivasi harus ada. Motivasi untuk memperkasa perniagaan menerusi kepelbagaian produk seharusnya menjadi tunjang kepada peralihan usahawan segera dan usahawan perlu kepada kelompok usahawan peluang. Ini kerana menjadi usahawan bukan hanya manfaatnya kepada diri sendiri tetapi juga untuk kemaslahatan umum menerusi penyediaan peluang pekerjaan, peluang perniagaan dan limpahan daripada sumbangan, baik dalam bentuk zakat mahupun CSR yakni dari aspek menjaga kebajikan komuniti setempat agar kemakmuran dapat dicapai demi kelangsungan perniagaan yang hakiki.

Rujukan

- [1] Azman. 'Teori & Falsafah Keusahawanan', dimuat turun pada 2 Oktober 2020, di laman sesawang <http://ymb.org.my/author/Admin-Azman/>
- [2] Mohammed, R.U. INSKEN BizLive Episod 29: 'Perintah Kawalan Pergerakan - Apa Peluang Untuk Usahawan', di laman sesawang rasmi Institut Keusahawanan Negara (INSKEN) <https://www.facebook.com/332924703563995/videos/592088394729286> (3 April 2020).
- [3] Mohammed, R.U. 'Usahawan Segera', di laman sesawang Linkstudio BPJIMA di <https://www.youtube.com/watch?v=GMkTZDYx54A> (27 Julai 2020).

PENGELASAN USAHAWAN DI ERA KONTEMPORARI

Motivasi untuk memperkasa perniagaan menerusi kepelbagaian produk seharusnya menjadi tunjang kepada peralihan usahawan segera dan usahawan perlu kepada kelompok usahawan peluang. Ini kerana menjadi usahawan bukan hanya manfaatnya kepada diri sendiri tetapi juga untuk kemaslahatan umum menerusi penyediaan peluang pekerjaan, peluang perniagaan dan limpahan daripada sumbangan, baik dalam bentuk zakat mahupun CSR yakni dari aspek menjaga kebajikan komuniti setempat agar kemakmuran dapat dicapai demi kelangsungan perniagaan yang hakiki.

