



UNIVERSITI
TEKNOLOGI
MARA

Cawangan Terengganu

INFO US\$AHAWAN

usahawan pemacu ekonomi mapan



BULETIN ADALAH HAK MILIK KEKAL MASMED UiTM CAWANGAN TERENGGANU

Persekitaran Makro dan Mikro Untuk Usahawan

Noor Malinjasari Binti Ali¹, Afif Zuhri Muhammad Khodri Harahap¹, Rosezhazni Abd Ghani¹, A'tiqah Rashidah Abu Samah¹, Yaumee Hayati Mohamed Yusoff¹, Nurmuslimah Kamilah Abdullah¹, Hasmi Mokhlas², Kardina Kamaruddin³

¹Fakulti Pengurusan dan Perniagaan, Universiti Teknologi MARA Cawangan Terengganu, Kampus Dungun, Terengganu, Malaysia

²Fakulti Pengurusan dan Perniagaan, Universiti Teknologi MARA, Cawangan Alor Gajah, Kampus Melaka, Malaysia

³Fakulti Pengurusan dan Perniagaan, Universiti Teknologi MARA, Cawangan Merbuk, Kedah, Malaysia

Koresponden emel: hasmikh@uitm.edu.my

Usahawan merupakan antara tonggak penting untuk ekonomi negara. Bagi memastikan dapat berfungsi dengan sepenuhnya adalah penting bagi usahawan mempelajari sedikit perkara asas mengenai keusahawanan, antaranya termasuklah bidang ekonomi dan persekitaran. Persekitaran usahawan banyak dibentuk oleh pelbagai faktor sama ada faktor dalaman atau faktor luaran. Sebelum dikupas lebih lanjut, mari kita memahami apakah persekitaran makro dan mikro untuk usahawan?

Persekitaran makro merujuk kepada polisi peringkat kebangsaan, budaya, undang-undang dan ekonomi manakala persekitaran mikro pula merujuk kepada peringkat wilayah, perkhidmatan sokongan, initiative dan organisasi dan ini termasuk industri (Pitelis, 2005). Industri boleh dikelaskan sebagai imej (Barret, 1998) dan dalam sesetengah bidang pekerjaan tertentu memberi penekanan lebih kepada tenaga kerja lelaki berbanding perempuan dan menjadikan sukar untuk perempuan menceburi sebahagian daripada bidang perniagaan (Blau et al, 2002).

Walau bagaimanapun, kita melihat di luar pasaran dan pertimbangan industri di mana peranan wanita semakin diperakui dan menjadi sesuatu yang penting dalam pembentukan ekonomi negara. Peranan persekitaran makro dan mikro juga penting dalam pembentukan usahawan terutama apabila usahawan memahami faktor faktor galakan kepada perniagaan mereka daripada aspek luaran mahupun dalaman organisasi.

Aspek meluas mengenai pertimbangan makro adakalanya memberi limitasi kepada usahawan wanita kerana struktur makro yang meletakkan peranan jantina dan tanggungjawab dalam masyarakat di mana wanita dilihat lebih berperanan dalam mendidik anak dalam institusi keluarga dan bukan dalam urusan mencari nafkah apalagi dalam pembangunan negara (Kantor, 2002). Persekitaran makro ini memberi kesan kepada interaksi jantina yang akhirnya turut memberi kesan dalam konteks membuat keputusan secara meluas.

Seperti yang ditekankan oleh Peng dan Heath (1996), rangka institusi menggambarkan apa yang dilihat sebagai pilihan yang diterima oleh anggota masyarakat dan apakah tingkah laku dan kebiasaan yang ditekankan ke atas individu dan organisasi dalam masyarakat tertentu. Carter et al (2007) menggambarkan bagaimana kesan jantina ke atas keputusan bank berhubung aspek pinjaman di mana sebahagian wanita menyuarakan ketidakpuasan hati mereka tentang bagaimana pihak bank melayani mereka sebagai pelanggan berbanding dengan orang lelaki. Barangkali hal seperti ini boleh dielakkan apabila pihak bank tidak bersikap telus dari aspek jantina.

Sosial, budaya dan peraturan institusi juga perlu memberi peluang dan pilihan yang strategik kepada usahawan terutama usahawan wanita memandangkan populasi mereka yang semakin tinggi di seluruh dunia dan juga populasi mereka sebagai pengguna turut menunjukkan peningkatan. Dalam industri modal teroka, hanya ada sebilangan kecil wanita sahaja yang menceburi dan mempunyai kawalan ke atas modal ekuiti (Brush et al, 2006). Isu sekarang adalah kita perlu mempunyai bilangan wanita yang kritikal dalam industri yang didominasi oleh lelaki dalam usaha menambah bilangan usahawan wanita dan memperkaya khazanah ekonomi negara.

Persekitaran ekonomi mikro pula lebih tertumpu kepada struktur institusi antara masyarakat makro dan peringkat ekonomi mikro. Institusi mikro termasuklah jaringan pekerjaan dan sekutu perniagaan dan sewaktu dengannya. Ada terdapat peningkatan pengiktirafan kepada aktiviti jaringan dan modal sosial memainkan peranan penting dalam perniagaan usahawan wanita yang mempunyai akses kepada modal kewangan (Carter et al, 2007, Shane et al, 2003). Daripada pandangan perspektif sosial, dalam konteks masyarakat sekiranya usahawan wanita diberi peluang sama hebat dengan usahawan lelaki, maka pembangunan ekonomi akan menjadi semakin cekap.

Sebagai kesimpulannya, menjadi usahawan terutama usahawan wanita bukanlah mudah. Namun, sekiranya usahawan mempunyai ilmu dan faham mengenai persekitaran makro dan mikro terutama dalam aspek sosial, politik, ekonomi dan teknologi, usahawan mampu berjaya dan bangkit melakar pembaharuan dalam ekonomi negara.

Rujukan

- [1] Blau, F., Ferber, M. and Winkler, A. (2002), *The Economics of Women, Men and Work*, 4th ed., Prentice-Hall, Upper Saddle River, NJ.
- [2] Barrett, M. (1998), "Women training for transitions: enhancing VET for women's business involvement", Sunshine Coast University, Maroochydore.
- [3] Brush, C., Carter, N., Gatewood, E., Greene, P. and Hart, M. (Eds) (2006), *Growth-oriented Women Entrepreneurs and their Businesses: A Global Research Perspective*, Edward Elgar, Cheltenham.
- [4] Carter, S., Shaw, E., Wilson, F. and Lam, W. (2007), "Gender, entrepreneurship and bank lending the criteria and processes used by bank loan officers in assessing applications", *Entrepreneurship Theory & Practice*, Vol. 31 No. 3, pp. 427-44.
- [5] Kantor, P. (2002), "Gender, microenterprise success and cultural context: the case of South Asia", *Entrepreneurship Theory & Practice*, Vol. 26, pp. 131-43.
- [6] Peng, M.W. and Heath, P.S. (1996), "The growth of the firm in planned economies in transition: institutions, organizations, and strategic choice", *Academy of Management Review*, Vol. 21 No. 2, pp. 492-528.
- [7] Pitelis, C. (2005), "On globalisation and governance: some issues", *Contributions to Political Economy*, Vol. 24, pp. 1-12.
- [8] Shane, S. (2003), *A General Theory of Entrepreneurship*, Edward Elgar, Cheltenham.