

**PERHUBUNGAN ANTARA JARINGAN, PENGURUSAN,
PELUANG, DEMOGRAFI, PEMASARAN DAN PERSEKITARAN
DENGAN FAKTOR KEJAYAAN DI KALANGAN USAHAWAN
BUMIPUTRA – KAJIAN DI NEGERI PERLIS**

**BIRO PENYELIDIKAN DAN PERUNDINGAN
UNIVERSITI TEKNOLOGI MARA
40450 SHAH ALAM, SELANGOR
MALAYSIA**

DISEDIAKAN OLEH:

**SHAIFUL ANNUAR KHALID
AMRAN AWANG
MOHAMMAD ZAIN IDRIS**

MEI 2001

ABSTRAK

Kajian terhadap usahawan Bumiputra yang menjalankan perniagaan di negeri Perlis melibatkan 75 orang responden untuk melahirkan satu profil latar belakang umum dikalangan usahawan Bumiputra Negeri Perlis. Kajian ini telah memperolehi profil demografi umum seperti umur, taraf perkahwinan, jantina, kedudukan dalam urutan adik-beradik dan sebagainya. Kajian ini juga menumpukan kepada perhubungan antara pembolehubah bersandar dengan pembolehubah tidak bersandar dan membentuk satu model usahawan Bumiputra yang berjaya. Ujian terhadap 8 hipotesis dilakukan dalam dua tahap. Tahap pertama mengesan faktor yang paling berkaitan dari keseluruhan 21 ukuran kejayaan perniagaan. Tahap kedua kesemua faktor diuji darjah korelasi dengan prestasi perniagaan menggunakan "Pearson Correlation" signifikan pada tahanan $P < .05$ serta ujian regrasi untuk menentukan kuasa jangkaan setiap faktor. Ujian regrasi berperingkat "Moderated Hierarchical Regression" juga dilakukan untuk mengesan "kesan moderator" oleh faktor persekitaran dan strategi. Pembolehubah bersandar yang digunakan adalah kejayaan usahawan Bumiputra yang diukur menggunakan "Principal Component Analysis" menghasilkan tujuh faktor melalui pencerapan oleh ujian Bartlett setelah disahkan oleh Kaiser Meyer Measures of Sampling Adequacy (MSA). Faktor dicerap pada tahap korelasi melebihi 0.65 diantara semua kenyataan. Prestasi diformulasikan dalam bentuk pertumbuhan bilangan pekerja dan perubahan dalam pencapaian kewangan iaitu margin untung bersih (NPM), pulangan harta (ROA), pulangan jualan (ROS), pulangan pelaburan ROI) dan gabungan keseluruhan prestasi. Kajian menemui empat faktor yang berkorelasi dengan prestasi dan faktor strategi perniagaan sebagai pejangka utama diikuti oleh pemasaran, keperibadian dan sistem pengurusan.

PENGHARGAAN

Syukur kehadiran Allah S.W.T kerana di atas limpah dan kurnianNYA di dalam memberi kekuatan kepada kami untuk menghasilkan satu kajian yang difokuskan kepada usahawan Bumiputra.

Kami mengambil kesempatan ini untuk mengucapkan jutaan terima kasih kepada organisasi serta individu-individu berikut yang turut memberikan galakan, bantuan dan sokongan padu bagi melancarkan perjalanan penyelidikan ini.

- i. Pertamanya kepada pihak BRC UiTM yang telah meluluskan penyelidikan ini dengan peruntukannya.
- ii. Keduanya, kepada pengurusan UiTM Kampus Arau di bawah pimpinan Tuan Provos, Prof. Madya Dr. Bukhory Hj. Ismail serta tenaga pengurusannya yang sentiasa peka tentang permasalahan yang dihadapi bagi menyiapkan penyelidikan ini.
- iii. Ketiganya, kepada semua usahawan Bumiputra di Negeri Perlis yang terpilih dalam menjayakan penyelidikan ini kerana telah memberikan kerjasama yang mantap terutamanya ketika proses temubual serta telah memberikan cadangan yang membina.
- iv. Juga tidak dilupakan kepada rakan-rakan seperjuangan yang turut memberi pendapat serta cadangan yang membina disepanjang penyelidikan ini dijalankan. Juga tidak ketinggalan kepada pembantu penyelidik iaitu Mohd Rizam Mohd Razi yang membantu kami dalam melahirkan kajian ini. Akhir sekali terima kasih yang tidak terhingga kepada ahli keluarga kami yang tidak jemu-jemu memberikan galakan.

Semoga Allah merahmati dan memberkati setiap amalan kita. Amin.

ISI KANDUNGAN

MUKA SURAT

SURAT PENYERAHAN LAPORAN	ii
DAFTAR AHLI PENYELIDIK	iii
ISI KANDUNGAN	iv
DAFTAR ILUSTRASI	vi
ABSTRAK	ix
PRAKATA	x
PENGHARGAAN	xi
1.0 PENGENALAN	1
1.0.1 Latar belakang Kajian	1
1.0.2 Pernyataan Masalah	4
1.0.3 Kerangka Teoretikal	6
1.0.4 Kepentingan Kajian	9
1.0.5 Objektif Kajian	9
1.0.6 Skop Kajian	10
1.0.7 Definisi Terma/Konsep dalam Objektif	11
1.0.8 Hipotesis Kajian	12
2.0 ULASAN KARYA	14
2.0.1 Pengenalan	14
2.0.2 Keusahawanan	15
2.0.3 Faktor-faktor Kejayaan Usahawan Melayu	15
2.0.4 Ukuran kejayaan	18
3.0 METODOLOGI KAJIAN	23
3.0.1 Persampelan	23
3.0.2 Rangka Persampelan	23
3.0.3 Instrumentasi	24
3.0.4 Prosedur Pengumpulan Data	26
3.0.5 Analisis Data	26

1.0 PENGENALAN

1.0.1 Latar Belakang Kajian

Kajian ini telah meneroka beberapa faktor yang memberikan sumbangan kepada kejayaan perniagaan kecil di Malaysia. Faktor-faktor yang telah memberikan impak yang mendalam kepada ketahanan perniagaan itu adalah sepadan dengan ukuran kejayaan. Terdapat lima faktor yang dikenal pasti sebagai jaringan, pengurusan, peluang, pemasaran, jaringan dan demografi yang berhubung kait dan berhubung dengan ukuran kejayaan iaitu pertumbuhan kewangan dan pekerja. Rujukan utama untuk kajian ini adalah daripada B.C. Gosh et. Al. (1990) di mana beliau telah menjalankan kajian mengenai faktor-faktor penyumbang kepada kejayaan usahawan kecil dan sederhana di Singapura. Gosh telah mengenalpasti faktor-faktor semulajadi ini dikalangan usahawan melalui kedua-dua pendekatan iaitu secara deskriptif ataupun preskriptif.

Aspek pemasaran yang memberikan kejayaan kepada usahawan melibatkan semua aktiviti yang berhubung dengan memenangi dan mempertahankan pelanggan tetap (Zimmerer & Scarborough, 1998). Ini ditambah dengan aktiviti ini berkemungkinan diperbesarkan kepada lain-lain pembolehubah pemasaran seperti perhubungan pelanggan, khidmat penghantaran, dan memahami dan kesungguhan dalam mempertahankan konsep produknya (Lovelock, 2000, Zeithami & Bitner, 2000). Kajian mengenai faktor-faktor kejayaan dikalangan usahawan melalui aspek pemasaran ini juga telah disokong oleh Duncan (1991), De Hayes et. al. (1990), Steiner et. al. (1988) dan Prescott (1986).