



Jurnal AKADEMIK

UiTM Johor

Jilid 8

2008

ISSN 1511-9300

Satisfaction of E-Commerce Applications from the Perception of Companies in Johor Bahru

Mohamad Isa Yahya
Subaidi Elias
Razidah Sulaiman

The Performance of Bursa Malaysia and Its Causality Effect with South Korea, Taiwan and Japan Stock Exchanges: 2000-2004

Omar Samet
Zuraidah Ismail
Jaslin Md Dahlan

Konsep Pembelajaran Organisasi dan Sumbangannya Terhadap Peningkatan Kompetensi Pensyarah

Zailati Ahmad

The Impact of Teacher Feedback on ESL Students' Writing

Noriah Ismail
Sumarni Maulan
Nor Haniza Hasan

Problem Solving and Comprehension in English Among Weak School Students: A Study of Four Schools in the District of Segamat

Rajentharan Subbiah

Towards a More Friendly Evaluation of Oral Presentation

Jasbir Rai
Nor Lizana M.A

Usahawan Wanita: Penglibatan serta Cabaran dalam Dunia Perniagaan

Nur Azlina Abd Ghani
Siti Masnah Saringat
Ros Hasri Ahmad

PEM
UNI
2008

Usahawan Wanita: Penglibatan Serta Cabaran dalam Dunia Perniagaan

*Nur Azlina Abd Ghani
Siti Masnah Saringat
Ros Hasri Ahmad*

ABSTRAK

Peranan dan sumbangan wanita Melayu dalam bidang pentadbiran dan pengurusan baik di sektor kerajaan, swasta, korporat dan perniagaan dilihat dengan begitu ketara khususnya pada penghujung tahun 80-an. Nama-nama seperti Datuk Maznah Hamid (Securiforce (M) Sdn. Bhd.), Datuk Dr. Noraesah Mohamad (Alcatel (M) Sdn. Bhd), Puan Noor Hijerah Hanafiah (Noor Arfa Batik), Datuk Dr. Marshita Ibrahim (Pakar Motivasi), Puan Hajah Rohani Mohd Shahir (Hijrah Strategic Advisory Group Sdn. Bhd.), Puan Faiza Bayumi Syed Ahmad (Beras Faiza) dan Puan Rozita Ibrahim (Sendayu Tinggi) merupakan watak yang dapat meyakinkan kaum wanita akan kemampuan mereka dalam bidang perniagaan. Maka itu kebolehan dan kemampuan wanita untuk memberikan sumbangan serta mencapai kejayaan dalam bidang keusahawanan bukanlah sesuatu yang mustahil. Bagaimanapun penulisan ini mendapati kajian-kajian yang dibuat ke atas pencapaian wanita di dalam bidang perniagaan, secara umumnya menunjukkan bahawa ianya tidak semudah seperti yang dilafazkan.

Pendahuluan

Untuk berjaya dalam di dalam bidang keusahawanan ini sebenarnya tiada beza antara lelaki dengan wanita. Bagaimanapun pada kebiasaannya masyarakat jarang memberikan perhatian terhadap sumbangan dan penglibatan kaum wanita di dalam bidang ini. Untuk mengubah membuka mata masyarakat terhadap kemampuan kaum wanita di dalam bidang ini maka mereka perlu membuktikannya dengan usaha yang berlipat kali ganda agar dapat meyakinkan semua pihak.

Kesukaran yang dihadapi oleh kaum wanita di dalam bidang perniagaan ini lebih tekanannya berbanding dengan kaum lelaki, tahun-tahun sebelum 1990-an para ibu bapa lebih menggalakkan anak-anak perempuan mereka memilih pekerjaan di dalam bidang pendidikan iaitu sebagai guru bagi yang berkelulusan ijazah.

Halangan utama bagi usahawan wanita pada ketika ini adalah keyakinan sektor kewangan untuk memberikan pinjaman dan pandangan serong masyarakat apabila mereka ingin mewujudkan jaringan perniagaan yang adakalanya mereka perlu ke merata tempat, pulang lewat, berurusan dengan pelbagai pihak dan sebagainya.

Atas kesungguhan usahawan wanita membuka ruang dan berusaha membina keyakinan pelbagai institusi untuk menerima kehadiran mereka dalam dunia perniagaan yang selama ini dipelopori oleh kaum lelaki maka adalah penting bagi kita terlebih dahulu memahami siapakah mereka ini, mengapa mereka memilih haluan ini dan bagaimana mereka memulakan kerjaya keusahawanan mereka.

Langkah untuk memahami usahawan wanita amat penting kerana menurut Abd Rahim Md Said (1974), walaupun masyarakat memahami peranan dan kepentingan usahawan serta bidang keusahawanan kepada negara dan masyarakat namun kajian terhadap usahawan wanita di negara ini masih belum dilakukan secara terperinci.

Anne Tan (2000) menjelaskan bahawa pada peringkat awal iaitu di sekitar sebelum tahun 1980-an penyertaan wanita dalam bidang ekonomi ini dilihat sebagai peranan sampingan sekadar menambah pendapatan keluarga. Dewasa ini telah jelas wujud kesedaran di kalangan wanita untuk terlibat secara lebih agresif dan mereka mula menceburi kegiatan perniagaan yang lebih kompleks. Oleh yang demikian adalah sewajarnya mereka diberikan pengiktirafan yang setara dengan kaum lelaki sebagai satu sumber berharga yang turut menyumbang kepada kemajuan negara.

Keusahawanan

Secara amnya istilah keusahawanan ini boleh ditakrifkan sebagai keazaman untuk menjadi individu terawal atau pelopor yang menceburi suatu bidang yang baru dengan membuka laluan yang belum diterokai oleh orang lain bersama dengan risiko serta cabaran yang perlu dihadapi di sepanjang laluan berkenaan sebelum mereka bertemu dengan dua kemungkinan iaitu berjaya atau gagal dalam usaha untuk merealisasikan impian di dalam bidang berkenaan.

Menurut pandangan Shane dan Venkataraman (2000), keusahawanan boleh ditakrifkan sebagai penemuan dan penggunaan peluang-peluang yang menguntungkan. Sehubungan itu, Landström dan Johannisson (2001) merungkaikan makna keusahawanan dengan lebih terperinci iaitu sebagai penggunaan peluang-peluang diperolehi melalui pengurusan sumber secara sistematik agar dapat disumbangkan dalam corak terbaru.

Wright et al. (1998) membahaskan bahawa keusahawanan sebagai tindakan mengeksploitasi peluang perniagaan bagi meraih keuntungan manakala prosesnya pula dilakukan dengan cara mewujudkan perniagaan baru atau mewarisinya daripada keluarga atau pengambilalihan secara pembelian perniagaan yang telah diusahakan oleh pihak lain.

Keusahawanan di Malaysia

Gomez dan Jomo (1999) menjelaskan bahawa kaum Cina dan India Muslim telah mempunyai sejarah penglibatan dalam bidang perniagaan yang berterusan sejak zaman penjajahan British. Malahan kaum berkenaan terus mewariskan perniagaan dari satu generasi ke generasi seterusnya bagi memastikan ia terus bertapak dan berkembang sehingga ke hari ini.

Hal ini berlainan pula dengan masyarakat Melayu yang pada keseluruhannya seolah-olah tidak langsung terdapat tradisi di mana mereka terlibat dalam keusahawanan. Akibat daripada penjajahan, segala bukti mengenai penglibatan kaum Melayu dalam kegiatan perniagaan lupus dan dilenyapkan. Secara umumnya orang Melayu lebih sinonim dengan sektor kerajaan atau bekerja sendiri sebagai petani atau nelayan. Hanya sebilangan kecil sahaja yang terlibat dalam bidang perniagaan di mana rekod penglibatan kaum Melayu dalam bidang ini sebelum merdeka tidak sampai satu peratus (Ariff dan Chze, 2001).

Akhirnya apabila berlaku rusuhan kaum pada 13 Mei 1969, ia mula membuka mata orang-orang Melayu peri pentingnya penguasaan dalam bidang ekonomi dan ini telah menjadi titik tolak bagi menilai semula pencapaian dan penglibatan kaum Melayu dalam bidang perniagaan.

Sehubungan itu, galakan dan sokongan diberikan oleh pihak kerajaan kepada orang-orang Melayu untuk melibatkan diri secara aktif dalam bidang keusahawanan. Pelbagai mekanisme bantuan dan kemudahan sokongan telah diwujudkan untuk membantu para usahawan Melayu

dan ini termasuklah dari segi pembiayaan modal, kemudahan infrastruktur dan khidmat nasihat perniagaan.

Tindakan paling ketara dalam merealisasikan usaha ini menurut Mohamed Arif dan Syarisa Yanti Abu Bakar (2004) ialah penubuhan kementerian khas untuk usahawan. Kementerian Pembangunan Usahawan pada tahun 1995 secara terang-terangan menunjukkan bahawa kerajaan memberi ruang kepada isu usahawan dan keusahawanan. Kementerian tersebut bertindak sebagai agensi penggalak khususnya kepada perkembangan usahawan Bumiputera dan juga menjadi penyelarasan kepada aktiviti keusahawanan secara keseluruhan.

Profil Usahawan Wanita

Kesan dari kemelesetan ekonomi dunia sekitar tahun 1983 dan berulang semula dengan kegawatan ekonomi pada tahun 1997, kaum Melayu mula menyedari bahawa sektor awam tidak lagi menjanjikan peluang pekerjaan yang lebih terbuka manakala sektor swasta lebih dikuasai oleh kaum Cina langsung tidak membuka peluang yang lebih adil kepada kaum Melayu maka ia mula membuka ruang di dalam pemikiran orang-orang Melayu untuk mempertimbangkan alternatif kepada pekerjaan makan gaji kepada berdikari di dalam bidang keusahawanan (Sieh, 1998).

Penglibatan secara langsung kaum wanita Melayu khususnya dalam aktiviti perniagaan mula ketara pada penghujung tahun 80-an dengan nama hebat Maznah Hamid atau lebih dikenali dengan panggilan 'iron lady' di mana beliau menjadi wanita Melayu pertama yang berjaya menerajui industri perkhidmatan kawalan keselamatan, telah memberi inspirasi dan keyakinan kepada kaum wanita Melayu di negara ini.

Kajian yang dilakukan di kalangan usahawan wanita di Malaysia oleh Roziah Omar dan Azizah Hamzah (2003) menunjukkan bahawa secara umumnya penglibatan kaum wanita Melayu di dalam bidang perniagaan berada dalam lingkungan 20 ke 25 peratus berbanding kaum Cina yang menjangkau lebih daripada 70 peratus. Dari segi umur pula, kebanyakan kajian yang dibuat ke atas usahawan wanita mendapati bahawa mereka mula menceburkan diri dalam bidang perniagaan kebanyakan berumur dalam lingkungan 30 hingga 40 tahun (Ong, 1993).

Sieh (1998) menjelaskan bahawa hampir tiga suku daripada hasil kajian beliau memaklumkan bahawa mereka telah berkahwin dan mendapat sokongan daripada suami serta keluarga apabila mereka membuat keputusan untuk menceburi bidang perniagaan. Sokongan ini

memberikan kekuatan serta keyakinan kepada mereka untuk berusaha mencapai kejayaan di dalam bidang perniagaan.

Kajian yang dilakukan oleh Ong (1993) menunjukkan bahawa dari segi taraf pendidikan terdapat 39 peratus daripada hasil kajian beliau menerima pendidikan di peringkat universiti-universiti, manakala sebanyak 51 peratus lagi menerima pendidikan menengah dan baki selebihnya adalah berpendidikan sekadar sekolah rendah. Ini menunjukkan secara umumnya tahap pemikiran mereka mampu membuat keputusan yang lebih baik dan tidak mustahil mereka boleh berjaya dalam perniagaan yang diusahakan.

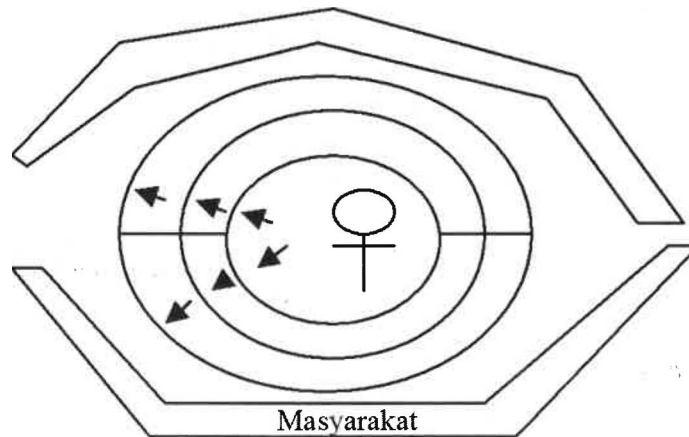
Persekitaran Penglibatan Keusahawanan Wanita

Dalam perniagaan faktor keadaan sekeliling atau persekitaran mempunyai kesan yang amat signifikan kepada bilangan perniagaan yang wajar diwujudkan, peluang-peluang yang boleh menghasilkan pulangan yang lumayan dan kemungkinan untuk mengeksploitasikannya dengan cara yang terbaik agar dapat membuatkan hasil keuntungan yang berlipat kali ganda. Ianya mempunyai kesan yang ketara ke atas perniagaan tanpa mengira ianya baru ditubuhkan ataupun yang telah sekian lama wujud.

Untuk menggambarkan peranan persekitaran ke atas penglibatan wanita dalam bidang keusahawanan maka 'Model Asas Persekitaran Usahawan Wanita' yang dikemukakan oleh Djivre (1998) akan digunakan bagi menghurai faktor-faktor yang wujud di persekitaran usahawan berkenaan. Model ini akan digunakan bagi memberikan gambaran lebih jelas lagi faktor yang boleh menyekat atau menyokong perkembangan usahawan wanita di negeri ini.

Model Asas Persekitaran Usahawan Wanita

Berdasarkan kepada model di Rajah 1 menurut Djivre (1998), pengaruh persekitaran terhadap usahawan wanita boleh digambarkan melalui SIMBOL WANITA yang berada ditengah-tengah bulatan yang dilingkungi oleh persoalan SIAPA usahawan wanita di mana ia sebenarnya melibatkan faktor-faktor dalaman yang berkaitan dengan ciri-ciri peribadi usahawan wanita berkenaan, latar belakang demografi serta kebolehan wanita berkenaan untuk menguruskan perniagaan yang diceburinya.



Rajah 1: Dipetik dari Djivre, J. N. (1998). *Small Business Development in the North: Bonsai or Oak?* May. pp. 7.

MENGAPA pula merupakan faktor yang menjadi sumber motivasi bagi usahawan berkenaan untuk menceburi bidang perniagaan di mana matlamat akhirnya adalah mencapai kejayaan dan ini termasuklah dari sudut kawalan, kuasa ataupun masa. Menurut pandangan Pinson dan Jinnett (1997) faktor yang memotivasikan usahawan wanita untuk terlibat dalam perniagaan dan juga taraf keupayaan untuk menguruskan sesebuah perniagaan adalah berbeza dengan kaum lelaki.

Lingkaran seterusnya yang mengelilingi usahawan wanita mengikut model ini adalah terdiri daripada BANTUAN dan JARINGAN. Ini merupakan faktor luaran di mana seseorang individu tidak mempunyai kawalan sepenuhnya seperti mana dua faktor dalaman yang telah dinyatakan sebelum ini (Djivre, 1998).

Ho (2004) berpendapat bahawa bantuan yang diberikan oleh agensi kerajaan kepada usahawan wanita dan usahawan lelaki secara keseluruhannya adalah seimbang. Bagaimanapun tiada agensi yang khusus ditubuhkan oleh kerajaan untuk membantu usahawan wanita dalam pelbagai aspek yang berkaitan perniagaan mereka.

Manakala jaringan pula menurut pemerhatian Lowden (1988) merupakan hubungan yang diwujudkan oleh para usahawan sesama mereka ataupun pihak lain bagi mendapatkan peluang perniagaan, mengumpul idea dan maklumat sesuatu produk atau perkhidmatan,

mengenal pasti langkah terbaik atau mungkin juga untuk meneroka sumber yang diperlukan bagi menghasilkan penemuan terbaru bagi perusahaan mereka.

Tjosvold dan Weicker (1993) telah mengutarakan pendapat mereka terhadap peranan jaringan kepada usahawan di mana ia dapat membantu para usahawan kecil untuk mengetahui keperluan terkini pasaran, teknologi terbaru yang berada di pasaran, perubahan citarasa para pelanggan dan kaedah-kaedah terkini bagi mengurus dan menyelesaikan sesuatu masalah.

Apabila dilihat dari sudut KEWANGAN, MASYARAKAT dan JANTINA, Djivre (1998) menjelaskan bahawa ketiga-tiga faktor ini bukan berada dalam kawalan sepenuhnya oleh usahawan wanita dan ianya lebih menjurus kepada unsur yang boleh mengurangkan motivasi sekiranya tidak dapat diuruskan dengan cara yang berkesan.

Kegagalan untuk mendapatkan sumber KEWANGAN atau meyakinkan pihak yang boleh memberikan bantuan kewangan boleh menyebabkan harapan para usahawan wanita tersekat di tengah jalan. Dalam aspek MASYARAKAT pula, sukar untuk wanita mendapatkan kepercayaan dari masyarakat kerana peranan mereka lebih kepada menguruskan soal rumah tangga dan keluarga. Aspek terakhir iaitu JANTINA pula melihat bagaimana terdapat penilaian yang berbeza dari sudut persepsi terhadap kemampuan mereka sebagai wanita yang berikan tanggapan sebagai beremosi, sukar untuk membuat keputusan jangka panjang dan lebih bergantung kepada suami, akhirnya mewujudkan satu stigma bahawa wanita sukar untuk menguruskan perniagaan dengan baik.

Dapatlah dirumuskan bahawa pengaruh persekitaran di dalam model yang telah diutarakan oleh Djivre (1998) bagi faktor SIAPA, MENGAPA, BANTUAN dan JARINGAN dari sudut kekuatan lingkaran SIAPA-MENGAPA dan BANTUAN-JARINGAN mempunyai perkaitan yang positif dengan kemampuan para usahawan untuk mengharungi rintangan dalam dunia perniagaan manakala faktor KEWANGAN, JANTINA dan juga MASYARAKAT mempunyai perkaitan yang negatif sekiranya tiada keyakinan terhadap kemampuan usahawan wanita yang dapat diwujudkan kepada ketiga-tiga faktor ini. Dengan menggunakan model ini maka ia membolehkan kita melihat hubungan di antara usahawan, persekitarannya dan halangan yang dihadapi oleh wanita dengan lebih terperinci.

Latar Belakang Usahawan Wanita

Beberapa kajian telah diteliti di dalam penulisan ini bagi membantu penulis untuk mengenal pasti sama ada wujud keseragaman dari segi latar belakang peribadi yang boleh dijadikan sebagai satu tanda aras apabila perbandingan dibuat di kalangan usahawan wanita ini.

Dari segi demografi menurut Mulholland et al. (1997), pada amnya mereka mula menceburi bidang perniagaan dalam lingkungan usia empat puluh tahun dan kebanyakannya telah berkahwin. Jika dilihat dari aspek taraf pendidikan, terdapat perbezaan dan sukar untuk dibuat satu rumusan yang menyeluruh.

Kajian Cachon dan Cotton (1997) menunjukkan hampir 62 peratus respondennya berkelulusan di peringkat pengajian tinggi. Berbeza pula dengan penemuan Brodsky (1993) di mana ramai usahawan wanita yang dikajinya mempunyai pendidikan peringkat menengah, dan hanya sedikit yang menerima pendidikan kolej atau universiti.

Bagaimanapun Dolinsky et al. (1993) memutuskan bahawa sekiranya usahawan wanita berkenaan mempunyai taraf pendidikan tinggi ia boleh memberikan kesan positif kepada pandangan orang lain terhadap kemampuan mereka untuk terlibat di dalam bidang ini.

Di samping itu kecenderungan wanita untuk terlibat dalam bidang keusahawanan ini pada asasnya banyak dipengaruhi oleh pengalaman pekerjaan yang diceburi mereka sebelum terlibat dalam perniagaan (Schiller dan Crewson, 1997).

Ciri-ciri Personaliti

Blanco et al. (1996) telah melakukan kajian berkaitan dengan personaliti usahawan wanita. Hasil kajian beliau mendapati terdapat perasaan bimbang dan kurang yakin di dalam diri respondennya disebabkan oleh halangan dari sudut kewangan dan juga sosial. Hasil kajian ini turut disokong oleh penemuan Schiller dan Crewson (1997) di mana wanita perlu memiliki semangat dan kepercayaan pada diri sendiri yang lebih tinggi berbanding dengan kaum lelaki apabila ingin terlibat dalam bidang perniagaan.

Sifat semula jadi wanita iaitu mengutamakan perhubungan yang baik boleh membantu mereka mencapai kejayaan dalam perniagaan, bagaimanapun sekiranya wujud sifat terlalu bergantung kepada pelbagai pihak untuk membantunya dalam menguruskan sesebuah perniagaan

boleh menghalang mereka daripada mencapai kejayaan yang lebih cemerlang (Cutts, 2005).

Didapati bahawa bidang perniagaan amat bersesuaian dengan wanita berbanding dengan kerja yang lasak dan memerlukan keringat yang lebih. Ia memberi satu kepuasan dan menarik minat wanita untuk menceburi bidang ini kerana hasil keuntungan yang diperolehi dari perniagaan yang diusahakan membolehkan mereka berbelanja atau memperolehi apa yang dikehendaki tanpa bergantung kepada suami atau keluarga (Sharifah Faigah Syed Alwi et al., 2005).

Menurut Roziah Omar dan Azizah Hamzah (2003) usahawan wanita itu perlu mengguna dan mempertingkatkan faktor dalaman yang ada pada mereka seperti kegigihan, ketabahan dan keazaman, dengan cara ini dapat mengurangkan sifat terlalu bergantung dan akhirnya mereka boleh berdikari dan membuat keputusan yang terbaik kerana keyakinan telah wujud terhadap kemampuan diri sendiri.

Dorongan untuk Wanita Menceburi Bidang Keusahawanan

Penglibatan seseorang dalam sesuatu bidang mempunyai sebab-sebab yang tersendiri. Faktor minat biasanya memberikan pengaruh yang paling besar untuk seseorang menceburi satu bidang. Gracie (1998) telah mengambil kira kajian yang dilakukan oleh *Barclay's Women in Business*, untuk melihat faktor utama yang mempengaruhi usahawan wanita terlibat dalam perniagaan dan mendapati bahawa minat merupakan motivasi utama bagi seseorang individu untuk memulakan perniagaan.

Kenyataan berkenaan dengan minat menjadi faktor yang mempengaruhi seseorang untuk terlibat dalam keusahawanan turut disokong oleh Buttner (1993) di mana 61 peratus daripada responden beliau menyatakan mereka memulakan perniagaan baru berdasarkan minat. Perkara yang dilakukan dengan minat yang mendalam sentiasa memberikan dorongan yang positif kepada individu berkenaan untuk meneruskan apa yang telah dipilihnya.

Galakan keluarga turut mempunyai pengaruh ke atas keputusan seseorang untuk terlibat dalam perniagaan. Galakan yang diberi oleh keluarga menyebabkan wanita merasa lebih yakin dan mereka rasa tindakan mereka diestuai dan mendapat sokongan.

Kajian Schindehutte et al. (2001) menunjukkan wanita yang berada dalam keluarga ahli perniagaan lebih cenderung untuk menceburi bidang

ini kerana mereka telah dibiasakan dengan urus niaga sejak dari kecil dan tidak menjadi suatu kesukaran baginya jika ingin meneruskan perniagaan milik keluarganya atau menceburi bidang perniagaan yang baru.

Bagi wanita yang baru melibatkan diri dalam perniagaan biasanya mereka memulakan perniagaan dengan skala yang kecil terlebih dahulu. Ketiadaan pengalaman berkaitan dengan perniagaan berkenaan dan kebimbangan sekiranya kurang sambutan terhadap perniagaan yang diusahakan menjadi ujian terbesar dalam kerjaya seorang usahawan.

Kajian yang dilakukan oleh Sharifah Faigah Syed Alwi et al. (2005) menunjukkan bahawa wanita memulakan perniagaan secara kecil-kecilan bertujuan untuk membantu suami agar pendapatan yang diperolehi dapat meringankan beban yang dipikul oleh suami khususnya suami yang berada dalam katogeri C dalam kerajaan atau petani atau peniaga kecil-kecilan dalam pekerjaan sendiri.

Untuk mengelakkan perkara yang tidak diingini seperti perniagaan yang diusahakan gagal menjana keuntungan yang diharapkan maka adalah lebih baik ianya diusahakan secara kecil-kecilan. Jika perniagaan berkenaan mendapat sambutan barulah ianya dikembangkan dan setelah berjaya mendapatkan pelanggan yang ramai maka bolehlah perniagaan itu dikembangkan dalam skala yang lebih besar. Statistik bagi kajian Roziah Omar dan Azizah Hamzah (2003) menunjukkan 60 peratus daripada usahawan wanita menyatakan mereka memulakan perniagaan secara kecil-kecilan.

Perniagaan turut menyediakan satu peluang pekerjaan kepada diri sendiri. Sebagai pemilik perniagaan, wanita tidak lagi perlu tertakluk kepada arahan orang lain dan mereka bebas untuk membuat keputusan. Berbanding dengan bekerja makan gaji, kita terpaksa mematuhi segala arahan dan peraturan yang dibuat oleh pihak atasan di mana nasib dan masa depan kita ditentukan oleh orang lain.

Perniagaan juga membolehkan pemiliknya memberikan peluang kepada orang lain untuk bekerja dan mendapatkan rezeki bagi menyara kehidupan mereka. Di samping itu usahawan berkenaan dapat memberikan kemudahan kepada masyarakat dengan menyediakan produk atau perkhidmatan bagi memenuhi keperluan harian.

Menurut Burch (1986) dalam bukunya *Entrepreneurship*, kesunyian merupakan satu daripada punca ketegangan. Disebabkan itu mereka mengambil langkah untuk menceburi keusahawanan. Ini mempunyai perkaitan dengan penemuan Blanco et al. (1996) berkaitan wanita mula bertindak untuk menceburi bidang perniagaan pada usia 40 tahun, pada

usia begini anak-anak telah meningkat dewasa dan mungkin ada yang telah bekerja. Untuk menghilangkan perasaan sunyi maka mereka melihat perniagaan sebagai salah satu alternatif terbaik.

Faktor akhir yang diambil kira dalam penulisan ini ialah wanita terlibat dalam perniagaan kerana mendapat bantuan dan sokongan dari keluarga, rakan atau pihak tertentu. Dengan adanya bantuan dan sokongan dari segi material atau moral ianya memperbaiki kemahiran mereka terutamanya dari segi khidmat nasihat, idea dan juga pengurusan perniagaan.

Kenyataan di atas telah diterangkan oleh Sharifah Faigah Syed Alwi et al. (2005) di mana selain dari keinginan wanita untuk berdikari atas dorongan diri sendiri mereka turut memperolehi dorongan dari suami, ibubapa, kawan-kawan dan saudara terdekat.

Cabaran Sebagai Usahawan Wanita

Usahawan wanita lebih banyak menghadapi cabaran berbanding dengan usahawan lelaki. Kemampuan mereka masih dipertikaikan lagi dan penguasaan mereka sebagai peneraju utama dalam industri masih belum begitu menyerlah. Oleh yang demikian mereka perlu berusaha untuk membantu di antara satu sama lain di dalam perniagaan bagi membolehkan masyarakat yakin kepada kemampuan mereka sebagainya kejayaan mereka untuk menguasai institusi pengajian tinggi.

Di samping itu kemampuan untuk menyediakan produk dan perkhidmatan adalah suatu perkara yang wajib dilaksanakan, bagaimanapun jika usahawan berkenaan gagal untuk menawarkan harga yang terbaik kepada para pelanggan dan bersaing secara terbuka boleh menyebabkan mereka tersingkir dari pasaran. Bagi usahawan wanita, mereka perlu mengalas tugas persaingan berganda di mana mereka perlu bersaing sesama mereka, dengan usahawan lelaki dan dengan bangsa lain khususnya kaum Cina yang telah lama berkecimpung dalam bidang perniagaan.

Wanita menghadapi halangan dalam memperolehi sumber kewangan dalam memulakan perniagaan. Kekurangan modal merupakan halangan apabila mereka bercadang untuk memulakan perniagaan. Kajian Buttner dan Rosen (1988) mendapati usahawan wanita dilihat sebagai kurang semangat keusahawanan dan kurang berjaya berbanding dengan usahawan lelaki oleh pegawai pinjaman di bank-bank yang dikajinya.

Satu penjelasan telah diberikan oleh Tigges dan Green (1994) berkaitan dengan kesukaran mendapatkan pinjaman kewangan di kalangan usahawan wanita berkemungkinan berpunca dari kekurangan pengalaman mereka di dalam bidang perniagaan berbanding lelaki, atau diskriminasi pemberi pinjaman terhadap kemampuan usahawan wanita atau usahawan wanita merasakan mereka akan diberikan layanan berbeza maka mereka kurang berminat untuk memohon pinjaman.

Dari sudut lain pula kedudukan usahawan wanita itu sebagai wanita juga merupakan satu cabaran di mana masyarakat mereka sendiri selalunya tidak mempunyai kepercayaan terhadap kebolehan mereka dalam lapangan keusahawanan dan adakalanya mereka terpaksa menerima umpatan dan tohmahan masyarakat apabila mereka pulang lewat malam atau bertemu dengan pelanggan berlainan jantina untuk urusan perniagaan.

Wanita turut menghadapi halangan dari keluarga. Halangan turut di terima dari anak-anak dan mertua. Apabila anak-anak mereka masih kecil mereka tidak faham kewajiban ibu mereka. Terdapat juga saudara mara yang menyalahkan mereka kerana tidak meluangkan masa secukupnya dengan keluarga. Keadaan ini menurut Brush (1992) akhirnya mempengaruhi niat seseorang wanita itu menyertai perniagaan dengan tujuan untuk menyeimbangkan keperluan keluarga dengan kerjayanya berbanding dengan lelaki yang terlibat dalam bidang ini untuk mendapatkan kebebasan dari bergantung kepada mana-mana pihak.

Satu jadual telah dibentuk oleh Nor Aini Hj. Idris (2005) bagi merumuskan keterangan berkaitan dengan cabaran yang perlu ditempuhi oleh para usahawan wanita bagi membolehkan mereka bersaing di pasaran global.

Jadual 1: Cabaran Sebagai Usahawan Wanita

Jenis Cabaran	Cabaran Perlu Dihadapi
Pemasaran	<ol style="list-style-type: none">1. Sukar merancang strategi pemasaran2. Sukar mencapai sasaran pasaran3. Sukar mendapatkan saluran pemasaran4. Keupayaan eksport yang rendah5. Sukar mewujudkan jaringan perniagaan6. Sukar untuk menyertai misi perniagaan
Kewangan	<ol style="list-style-type: none">1. Tidak mendapat bantuan kerajaan2. Sukar mendapat pinjaman daripada institusi kewangan3. Terpaksa menggunakan wang sendiri sebagai modal4. Pengurusan kewangan yang lemah

Usahawan Wanita: Penglibatan Serta Cabaran dalam Dunia Perniagaan

Bahan mentah	<ol style="list-style-type: none">1. Sukar mendapat bahan mentah tempatan2. Bahan mentah terpaksa diimport3. Kualiti bahan mentah yang rendah4. Bahan mentah bermusim
Pekerja	<ol style="list-style-type: none">1. Sukar mendapat pekerja yang terlatih2. Masalah hubungan dengan pekerja3. Masalah disiplin dan prestasi pekerja4. Pekerja menuntut upah yang tinggi5. Kadar pusingan ganti pekerja yang tinggi
Persaingan	<ol style="list-style-type: none">1. Terpaksa bersaing dari segi harga2. Persaingan dari syarikat besar3. Persaingan dari segi kualiti
Lain-lain masalah	<ol style="list-style-type: none">1. Masalah pengangkutan2. Masalah penyimpanan3. Masalah penjenamaan

Sumber: Nor Aini Hj. Idris, (2005). 'Daya Saing Usahawan Wanita dalam Era Global: Kajian Kes Wanita dalam Industri Makanan Halal', dibentangkan dalam *Seminar Keusahawanan Islam Peringkat Kebangsaan 2005*, Akademi Pengajian Islam, Universiti Malaya, Kuala Lumpur.

Cadangan

Satu laporan yang telah dibuat oleh Reynolds et al. (2000) bertajuk *Global Entrepreneurship Monitor 2000 Executive Report* di mana kajian ke atas usahawan wanita yang melibatkan 21 buah negara mendapati mereka boleh memberikan kesan yang besar kepada kemakmuran ekonomi pada jangka panjang. Melihatkan kepada kepentingan sumbangan usahawan wanita ini maka di dalam laporan berkenaan telah mencadangkan agar diadakan satu polisi khas perlu diwujudkan di setiap negara bagi menggalakkan lagi penyertaan kaum wanita di dalam bidang keusahawanan.

Antara langkah-langkah yang boleh diambil bagi menambahkan penglibatan wanita dalam bidang keusahawanan ialah melalui pembentukan jaringan perniagaan dengan cara ini ia menjadi satu platform yang baik untuk menggalakkan perkongsian idea, pertukaran kaedah pengurusan perniagaan, teknologi, kepakaran dan interaksi di antara usahawan-usahawan berkenaan.

Penasihat dilantik di kalangan usahawan wanita yang telah berjaya mampu memberi ruang bagi usahawan wanita yang baru menceburi bidang ini merasa lebih selesa dan berkeyakinan untuk berkongsi

pengalaman dan bertukar pandangan. Usahawan wanita akan lebih mudah menerima nasihat dan tunjuk ajar dari golongan ini kerana merasakan penasihat wanita lebih memahami kehendak, situasi dan masalah yang dihadapi oleh mereka.

Usahawan wanita yang telah berjaya di dalam bidang perniagaan mereka wajar diketengahkan dalam media elektronik atau media cetak. Melalui kaedah ini dapat membuat minda dan mata masyarakat khususnya tentang pencapaian kaum wanita pada hari ini. Di samping itu kaedah mengumpulkan sekumpulan usahawan yang telah berjaya dan mengajak mereka turun padang bagi menerangkan rahsia kejayaan perniagaan yang diterajui boleh menggalakkan orang ramai khususnya kaum wanita untuk menceburi bidang ini.

Perubahan perlu dilakukan terutamanya di kawasan luar bandar di mana wanita masih tertinggal di belakang tentang peluang perniagaan yang boleh diwujudkan dari rutin harian mereka sebagai suri rumah tangga. Ramai wanita di luar bandar mempunyai kemahiran seperti mengayam, mengait dan menjahit tetapi tidak didedahkan kepada suasana yang mampu memberikan mereka peluang untuk menyertai keusahawanan untuk menambah pendapatan keluarga.

Kursus atau latihan merangkumi aspek pengurusan pada waktu-waktu yang sesuai bagi kaum wanita meluangkan masa untuk menyertainya seperti pada waktu petang, sesi setengah hari atau pada hujung minggu dapat memberikan peluang kepada wanita atau usahawan wanita menyertainya bagi mengetahui sesuatu yang baru dalam dunia perniagaan atau menambah pengetahuan yang sedia ada. Oleh yang demikian kandungan kursus atau latihan ini perlulah dikendali dengan cara yang lebih mudah dan fleksibel.

Program lawatan sambil belajar dapat mendedahkan usahawan wanita kepada kaedah pengurusan yang diamalkan, dengan cara ini ia boleh membantu para usahawan wanita untuk membuat penilaian sama ada pendekatan yang mereka amal selama ini bertepatan dengan keperluan perniagaan yang diceburinya ataupun tidak. Melalui program ini mereka berpeluang untuk memantau sampel bahan, susun atur perusahaan, pengawalan kualiti dan pengurusan pengeluaran yang diamalkan oleh syarikat-syarikat lain dan seterusnya memberikan pertimbangan semula kepada kepada amalan harian di syarikat mereka.

Bagi melaksanakan program lawatan sambil belajar, para usahawan wanita boleh menyertai dan menjadi ahli di dalam pertubuhan perniagaan seperti Dewan Perniagaan Melayu Malaysia, Dewan Perniagaan Cina Malaysia dan Dewan Perniagaan India Malaysia. Melalui pertubuhan

perniagaan ini para usahawan wanita dapat mengembangkan jaringan perniagaan, dapat menyertai misi atau lawatan perdagangan, mereka boleh mendapat maklumat kewangan terkini terutama dari segi bantuan kewangan dan pasaran bagi produk mereka dan sebagainya.

Kesimpulan

Usahawan wanita pada zaman kini memberi sumbangan besar yang kepada perkembangan ekonomi negara. Penglibatan wanita dalam keusahawanan adalah berikutan pelbagai faktor dan ianya menunjukkan perkembangan bermula era lewat 1980-an dan terus berkembang sehingga kini. Penglibatan mereka bukan sekadar mengurangkan kadar pengangguran malahan boleh membantu dari sudut mewujudkan suasana kerja yang dapat mengabungkan keperluan keluarga dengan kerjaya. Walaupun pelbagai usaha telah dilakukan oleh mereka namun begitu usahawan wanita ini tetap perlu berhadapan dengan pelbagai halangan untuk membuktikan keupayaan agar dapat terus bersaing dan diterima dalam lapangan ini. Mereka juga memerlukan dorongan, tunjuk ajar dan latihan dari pelbagai pihak agar mereka mampu untuk berdiri sama tinggi dan duduk sama rendah dengan para pesaing yang ada di dalam bidang ini.

Rujukan

- Abd Rahim Md Said (1994). *Developing Indigenous Entrepreneurship in West Malaysia*, New York: Thesis, M.Sc., Cornell University.
- Anne Tan (2005). *A Study of Women Managers Among Private Enterprises in Peninsular Malaysia*, Universiti Pertanian Malaysia Faculty of Economics and Management.
- Ariff and Chze, C. L. (2001). Mobilizing Domestic and External Resources for Economic Development: Lessons from the Malaysian Experience, *Asia-Pacific Development Journal*. Vol. 8(1), June, pp. 41-68.

- Blanco, H., LeBrasseur, R. and Nagarajan, K. V. (1996). Successful Women Entrepreneurs in Northeastern Ontario, *In Changing Lives: Women in Northern Ontario*, Margaret Kechnie and Marge Reitsma-Street. Eds. Toronto: Dundum Press. Vol. 9(11): pp. 174-185.
- Brodsky, M. A. (1993). Successful Female Corporate Managers and Entrepreneurs: Similarities and Differences, *Group & Organization Management*. *The Academy of Management Journal*. United States of America, Sage Publications Inc. September, Vol. 34(1): pp. 136-161.
- Brush, C. (1990). *Women and Enterprise Creation: An Overview of Women-Owned Business*, *In Enterprising Women: Local Initiatives for Job Creation*. Organization for Economic Co-Operation and Development (OECD) Paris: pp. 37-55.
- Brush, C. (1992). Research in Women Business Owners: Past Trends, A New Perspective and Future Direction. *Entrepreneurship Theory and Practice*, Vol. 16 (2), pp. 5-30.
- Burch, J. G. (1986). *Entrepreneurship*, Canada: John Wiley & Sons, Inc.
- Buttner, E. H. (1993). Female Entrepreneurs: How Far Have They Come? *Women in Business*, Business Horizons. United States of America: Foundation for the School of Business at Indiana University. March pp. 59-68.
- Buttner, E. H. And Rosen, B. (1988). Bank Loan Officers' Perceptions of the Characteristics of Men, Women and Successful Entrepreneurs. *Journal of Business Venturing*, Vol. 3, pp. 249-258.
- Cachon, J. C. and Cotton, B. (1997). *The I.N.O.V.E. Project: Developing Entrepreneurship among the West Nipissing Communities*. Sudbury: Laurentian University Press. Vol. 14(5): pp. 36-45.
- Cutts, A. (2005). Essentials for Leadership, "10 Essential Leadership Skills For Female Entrepreneurs", Cutts Group, 12th January 2006, <http://www.cuttsgroup.com>.

Usahawan Wanita: Penglibatan Serta Cabaran dalam Dunia Perniagaan

- Djivire, J. N. (1998). Small Business Development in the North: Bonsai or Oak? in *Academy of Management Journal*, Vol. 27 (1): pp. 5-41.
- Dolinsky, A. L., Caputo, R. K., Kishore P., and Hesam Quazi. (1993). *The Effects of Education on Business Ownership: A Longitudinal Study of Women. Entrepreneurship: Theory and Practice*. U.S.A.: Baylor University. September 22, Vol.18(1): pp. 43-50.
- Gomez, T. E. and Jomo, K. S. (1999). *Malaysia's Political Economy: Politics, Patronage, And Profits, 2nd Edition*, Cambridge: Cambridge University Press.
- Gracie, S. (1998). In The Company of Women; Women Entrepreneurs Thrive in Business, *Management Today*. United Kingdom: Management Publications Ltd. June.
- Ho Y. M. (2004). Nurturing Women Entrepreneurs, Ernst & Young Roundtable dialogue, Kuala Lumpur, <http://www.ernst&young.org>.
- Landström, H. and Johannisson, B. (2001). Theoretical Foundations of Swedish Entrepreneurship and Small-Business Research. *Scandinavian Journal of Management*, Vol. 17, pp. 225-248.
- Lowden, J. (1988). *Managerial Skills for Entrepreneur in Entrepreneurs: A Blueprint for Action*, West Yorkshire, England: MCB University Press.
- Mohamed Ariff and Syarisa Yanti Abu Bakar (2004). Strengthening Entrepreneurship in Malaysia, *Journal Economic*, Vol. 4(3): pp 9-11.
- Mulholland, R., Blanco, H., Cachon, J. C. and Zinger, T. (1997). The State of Small Business and Entrepreneurship in Northern Ontario. December in *Strategic Management Journal*, Vol. 4: pp. 221-235.
- Nagarajan, K. V., Lebrasseur, R. and Blanco, H. (1996). Business Start-Ups by Women in Northeastern Ontario: A Study of Motivations and Approaches, *Journal of Small Business Entrepreneurship*. Spring. Vol. 13(1): pp 61-71.

- Ong, F. S. (1993). *Women in Business*, Kuala Lumpur: University of Malaya, Population Studies Unit.
- Pinson, L. and Jinnett, J. (1997). *The Women Entrepreneur - 33 Personal Stories of Success*, Chicago: Dearborn Financial Publishing Inc.
- Reynolds, P. P., Hay, M., Bygrave, W. D., Camp., S. M., and Autio, E. (2000). *Global Entrepreneurship Monitor: 2000 Executive Report*. London: Babson College/London Business School and Kauffman Centre for Entrepreneurial Leadership.
- RoZIAH Omar and Azizah Hamzah (2003). *Women in Malaysia: Breaking Boundaries*, Utusan Publication & Distributor Sdn Bhd.
- Schiller, B. R. and Crewson, P. E. (1997). Entrepreneurial Origins: A Longitudinal Inquiry, *Economic Inquiry*. United Kingdom: Western Economic Association International. July. Vol. 35(3): pp. 523-531.
- Schindehutte, M., Morris, M. and Brennan, C. (2001). Female Entrepreneurs and Their Children: Implications for Family Life, Career Aspirations and Entrepreneurial Perceptions, paper presented at *The Babson-Kauffman Entrepreneurship Research Conference*, Jonkoping, Sweden.
- Shane, S. and Venkataraman, S. (2000). The Promise of Entrepreneurship As A Field of Research, *Academy of Management Review*, Vol. 28(4): pp. 217-226.
- Sharifah Faigah Syed Alwi, Mohd Kamal Azam Jusoh dan Mazlina Hj. Suhaimi (2005). 'Wanita Sebagai Ahli Perniagaan: Cabaran dan Penyelesaian Menurut Islam', dibentangkan di *Seminar Keusahawanan Islam Peringkat Kebangsaan 2005*, Akademi Pengajian Islam, Universiti Malaya, Kuala Lumpur.
- Sieh, L. M. (1998). *Strategies to Reach the Top for Women in Management: Perspectives from ASEAN*, Working Paper for Sectoral Activities Program, Geneva: International Labour Office.

Usahawan Wanita: Penglibatan Serta Cabaran dalam Dunia Perniagaan

Tjosvold, D. and Weicker, D. (1993). Cooperative and Competitive Networking by Entrepreneurs: A critical incidents study, *Journal of Small Business Management*, January, Vol. 31(1): pp. 11-20.

Wright, M., Westhead, P. and Sohl, J. (1998). Habitual Entrepreneurs And Angel Investors. *Entrepreneurship Theory and Practice*, Vol. 22(4): pp. 5-21.

NUR AZLINA ABD GHANI, Pelajar Ijazah Sarjana Muda Pentadbiran Perniagaan (Pemasaran) UiTM Johor.

SITI MASNAH SARINGAT, Pensyarah, Fakulti Perakaunan, UiTM Johor

ROS HASRI AHMAD, Pensyarah, Fakulti Pengurusan Perniagaan, UiTM Johor.