

KEUSAHAWANAN WANITA DI KELANTAN BERTERASKAN MODEL EKONOMI BARU: HALA TUJU DAN CABARAN

*(Women's Entrepreneurship in Kelantan Based On New Economic Model:
Directions and Challenges)*

Anis Solehin Hussain @ Othman & Sharifah Rohayah Sheikh Dawood

ABSTRAK

Artikel ini menentengahkan keusahawanan wanita yang berpaksikan kepada Model Ekonomi Baru (MEB) serta memperlihatkan keunikan usahawan di Kelantan yang majoriti terdiri daripada golongan wanita. Penglibatan golongan wanita dalam bidang keusahawanan telah bermula sejak abad ke-19 lagi terutamanya di Kelantan. Justeru, tujuan kajian ini dijalankan adalah untuk meneroka hala tuju dan cabaran yang dihadapi oleh usahawan wanita di Kelantan menerusi tiga matlamat Model Ekonomi Baru iaitu: Berpendapatan tinggi, Keterangkuman dan Kemampunan. Pusat perniagaan di sekitar daerah Kota Bharu seperti Pasar Siti Khadijah, Bazar Buluh Kubu, Bazar Tok Guru dan Bazar Tengku Anis telah dipilih sebagai kawasan kajian. Seramai 100 usahawan yang menjalankan perniagaan telah dipilih sebagai responden secara persampelan rawak mudah. Kajian ini menggunakan kaedah penyelidikan jenis 'mix method' melibatkan data kualitatif dan kuantitatif. Kajian ini menggunakan instrumen soal selidik serta temu bual mendalam dengan 10 usahawan yang terpilih serta 2 orang pegawai daripada Pejabat *Majlis Amanah Rakyat* (MARA) dan *Tabung Ekonomi Kumpulan Usaha Niaga* (TEKUN) di Kelantan. Analisis kajian menggunakan aplikasi *Statistical Packages for Social Sciences* (SPSS) bagi data kuantitatif menggunakan soal selidik serta analisis kandungan bagi data kualitatif iaitu hasil temu bual mendalam. Hasil dapatan kajian menunjukkan 95 % responden terdiri daripada usahawan wanita bagi daerah Kota Bharu. Bagi hala tuju dan cabaran menerusi matlamat MEB menunjukkan rata-rata usahawan wanita di Kelantan memberikan persepsi positif mengenai perniagaan mereka walaupun menjalankan perniagaan secara berdikari masih mampu beradaptasi dengan ekonomi semasa. Hal ini jelas memperlihatkan bahawa usahawan wanita di Kelantan berupaya menghadapi cabaran serta halangan dalam perniagaan. Justeru, ekonomi dan pendapatan mereka sentiasa mampan serta mampu mengekalkan perniagaan sehingga kini.

Kata kunci: Keusahawanan, Wanita, Model Ekonomi Baru, Berpendapatan Tinggi, Keterangkuman, Kemampunan

ABSTRACT

This article highlights the entrepreneurship of women based on New Economic Model (MEB) and highlights the uniqueness of entrepreneurs in Kelantan who are predominantly by women. The involvement of women in entrepreneurship has been around since the 19th century especially in Kelantan. Therefore, the purpose of this study is to explore the direction and challenges faced

by women entrepreneurs in Kelantan through three goals of the New Economic Model: High Income, Inclusiveness, and Sustainability. Business centers around Kota Bharu district such as Siti Khadijah Market, Bamboo Bamboo Bazaar, Tok Guru Bazaar, and Tengku Anis Bazaar were selected as the study areas. A total of 100 entrepreneurs doing business were selected as respondents by simple random sampling. This study uses the 'mix method' research method which involves qualitative and quantitative data. The study used questionnaires and in-depth interviews with 10 selected entrepreneurs and 2 officials from the Officer of the *Majlis Amanah Rakyat* (MARA) and *Tabung Ekonomi Kumpulan Usaha Niaga* (TEKUN) in Kelantan. Analyze the study using the *Statistical Packages for Social Sciences* (SPSS) application for quantitative data using a questionnaire as well as content analysis for Qualitative data which is the result of in-depth interviews. The findings show that 95% of respondents are female entrepreneurs in the Kota Bharu district. The direction and challenges of the MEB goals show that the average female entrepreneurs in Kelantan have a positive perception of their business even though doing business independently can still adapt to the current economy. This clearly shows that women entrepreneurs in Kelantan are capable of facing challenges and obstacles in their business. Thus, their economy and income have always been sustainable and able to sustain their business until today.

Keywords: Entrepreneurship, Women, New Economic Models, High Income, Inclusiveness, and Sustainability

PENGENALAN

Keusahawanan merupakan satu aktiviti yang bertujuan untuk menambahkan kekayaan negara melalui peningkatan aktiviti ekonomi bagi mewujudkan lebih banyak peluang pekerjaan dan menghasilkan pendapatan yang lebih tinggi kepada masyarakat. Ekosistem keusahawanan menyokong pembentukan keusahawanan yang inovatif, produktif, dan berkembang pesat. Kamus Dewan Edisi Keempat (2005) mentakrifkan usahawan sebagai orang yang mengusahakan sesuatu perusahaan iaitu pengusaha. Manakala Usahawan adalah seorang yang mengambil risiko memulakan atau menubuhkan sesuatu perniagaan atau perusahaan serta mengusahakannya. Seseorang yang telah memulakan perniagaan atau telah membeli perniagaan yang dimulakan oleh orang lain juga dikenali sebagai usahawan. Usahawan juga adalah seorang pengurus yang menerajui perniagaannya dan dapat menuntut hak kepunyaan ke atas perniagaan tersebut. Oleh itu, ia menanggung risiko perniagaan. Usahawan mempunyai wawasan dan mengembangkan perniagaan untuk kemakmuran masyarakat. Ia adalah seseorang yang inginkan kebebasan dalam perniagaan, membuat keputusan sendiri dan seterusnya ingin berjaya atas usaha sendiri. Dalam abad ke-21 ini, aktiviti keusahawanan sangat signifikan dengan pembangunan sosio-ekonomi sesebuah masyarakat dan negara. Inovasi kreatif usahawan mampu mencetuskan transformasi yang signifikan dan dinamik (*revolutionary change*) dalam pembangunan ekonomi dengan memenuhi keperluan pengguna, mencetuskan peluang pekerjaan, mengangkat status sesebuah masyarakat serta kawasan dan menyumbang kepada pendapatan per-kapita negara.

Kejayaan ekonomi usahawan banyak bergantung kepada daya usaha dan kemahiran mereka sendiri meskipun terdapat banyak bentuk sokongan daripada kerajaan. Pembudayaan keusahawanan akan melahirkan usahawan yang kreatif dalam mencari jalan penyelesaian terhadap

sebarang permasalahan yang dihadapi. Usahawan wanita boleh diposisikan untuk memainkan peranan penting dalam mempromosikan amalan mampan dalam ekonomi, sistem sosial dan ekologi, untuk mencapai pembangunan lestari (Kalpana, 2016). Peningkatan usahawan wanita memberi kepentingan dan sumbangan ekonomi keusahawanan telah tercermin dalam peningkatan tahap dan pelbagai inisiatif dasar sektor awam dan swasta di peringkat tempatan, serantau dan nasional untuk merangsang dan menyokong pembangunan sektor ini (Henry & Hill, 2003). Hari ini, banyak peluang untuk memulakan perniagaan baru dan sokongan Antarabangsa tersedia untuk usahawan wanita. Perusahaan yang dikendalikan oleh wanita terus berkembang di seluruh dunia, menyumbang kepada pendapatan isi rumah dan pertumbuhan ekonomi negara. Walau bagaimanapun, wanita menghadapi batasan masa, manusia, fizikal dan sosial yang mengehadkan keupayaan mereka untuk mengembangkan perniagaan mereka. Keusahawanan memainkan peranan penting dalam menyumbang kepada kemakmuran ekonomi dan mewujudkan peluang pekerjaan. Justeru, kajian ini akan melihat kepada hala tuju dan cabaran yang dihadapi oleh usahawan wanita di Kelantan seiring dengan matlamat MEB iaitu keterangkuman, berpendapatan tinggi dan kemampuan yang menjurus kepada kelestarian keusahawanan.

SOROTAN LITERATUR

Usahawan

Usahawan merupakan satu kumpulan individu yang mampu mempamerkan tahap keyakinan yang tinggi dalam membuat keputusan (Teal & Carrol, 1999). Menurut Zimmerer & Sacrborough (1998), usahawan merupakan individu yang mewujudkan perniagaan baru, berhadapan dengan risiko dan ketidakpastian untuk mendapat keuntungan dan pertumbuhan melalui peluang dan sumber-sumber di sekelilingnya. Moha Asri (1999) mendefinisikan usahawan sebagai golongan yang bekerja kuat, mempunyai idea-idea baru, mempunyai daya cipta dan kreativiti yang tinggi, sanggup menghadapi risiko kehilangan harta benda dan berusaha meningkatkan operasi perniagaan mereka. Definisi di atas adalah hampir sama dengan apa yang telah dinyatakan oleh Zaidatol Akmaliah Lope Pihie & Habibah Elias (1997). Menurut mereka, usahawan merupakan seorang yang memulakan, memiliki dan mengurus perniagaannya sendiri serta sanggup menanggung risiko perniagaan. Selain itu, usahawan juga dikenali sebagai seorang yang inginkan kebebasan dalam perniagaan, membuat keputusan sendiri dan seterusnya ingin berjaya atas usaha sendiri.

Usahawan wanita

Menurut McKay (2001), usahawan wanita adalah wanita yang mempunyai motivasi untuk membangunkan perniagaan sendiri. Selain itu, usahawan wanita merupakan golongan wanita yang memiliki perniagaan yang bersaiz kecil, sederhana dan besar. Perniagaan bersaiz kecil merujuk kepada perniagaan yang menghasilkan kutipan jualan kurang daripada \$50, 000 setahun dan dimiliki secara bebas. Perniagaan bersaiz sederhana merupakan perniagaan yang menghasilkan kutipan jualan kurang daripada \$2 juta setahun dan dimiliki secara bebas oleh wanita. Perniagaan bersaiz besar pula adalah perniagaan yang menghasilkan pulangan jualan melebihi \$5 juta setahun dan dimiliki oleh wanita secara bebas (Grondin & Grondin, 1994). Majoriti usahawan wanita

memilih jenis perniagaan kerana mereka mengenali sektor itu dengan baik atau berminat kepadanya (Collerette & Aubry, 1990) atau mereka mempunyai pengalaman terdahulu dalam bidang tersebut. Perniagaan mereka adalah muda secara relatif (Lee-Gosselin & Grise, 1990) dan kemungkinan besar perniagaan itu akan berkembang kepada perniagaan yang besar, walaupun perkembangan adalah lambat (Lee-Gosselin & Grise, 1990). Ramai usahawan wanita memulakan perniagaan dengan apa yang ada sahaja pada mereka (Nelson, 1989), mencipta perniagaan mereka (Lee-Gosselin & Grise, 1990), atau telah menyertai dalam proses mengasaskan perniagaan mereka (Collerette & Aubry, 1990). Ramai di antara mereka mempunyai keyakinan bahawa perkembangan perniagaan adalah teguh (Collerette & Aubry, 1990; Lee-Gosselin & Grise, 1990). Di Malaysia, ramai di antara usahawan wanita yang menceburi bidang penjaja, peruncitan dan penjualan secara borong. Ini adalah kerana bidang tersebut tidak memerlukan kemahiran tenaga buruh dan modal yang banyak, tidak kompleks dan risiko adalah rendah (Fatimah Daud, 1975). Kajian oleh Suaibah et al. (2005) mendapati majoriti usahawan wanita menceburi bidang makanan dan minuman, pakaian dan peruncitan. Pada Oktober 2013, pihak kerajaan mengeluarkan takrif baharu PKS yang dikuatkuasakan pada 2014 iaitu dengan menaikkan had kelayakan paras ambang bagi jualan tahunan dan bilangan pekerja bagi semua sektor ekonomi. PKS di Malaysia boleh dibahagikan kepada tiga kategori iaitu mikro, kecil dan sederhana. Ketiga-tiga kategori ini adalah dibezakan berasaskan jumlah jualan tahunan dan bilangan pekerja sesebuah PKS tersebut. Jadual 1 menunjukkan ciri pengkelasan kategori PKS di Malaysia.

Jadual 1: Takrif dan ciri pengkelasan PKS di Malaysia

Kategori	Sektor Pembuatan	Sektor perkhidmatan dan sektor lain
Mikro	Jualan tahunan di bawah RM300 ribu dan kurang dari 5 orang pekerja.	Jualan tahunan di bawah RM300 ribu dan kurang dari 5 orang pekerja
Kecil	Jualan tahunan sebanyak RM300,000 hingga kurang daripada RM15 juta atau antara 5 orang hingga kurang daripada 75 orang pekerja	Jualan tahunan sebanyak RM300,000 hingga kurang daripada RM3 juta atau antara 5 orang hingga kurang daripada 30 orang pekerja
Sederhana	Jualan tahunan sebanyak RM15 juta hingga tidak melebihi RM50 juta atau antara 75 orang hingga tidak melebihi 200 orang pekerja.	Jualan tahunan sebanyak RM3 juta hingga tidak melebihi RM20 juta atau antara 30 orang hingga tidak melebihi 75 orang pekerja.

Sumber: Diubahsuai daripada Perbadanan Perusahaan Kecil dan Sederhana Malaysia, 2018.

Model Ekonomi Baru (MEB)

Malaysia telah mencapai di saat penentuan dalam landasan pembangunannya. Wawasan 2020 tidak mungkin dapat dicapai tanpa wujudnya transformasi ekonomi, sosial dan kerajaan. Untuk menggerakkan negara ke hadapan, Kerajaan telah merumuskan satu rangka kerja yang mengandungi empat tonggak bagi mendorong perubahan ekonomi (Majlis Penasihat Ekonomi Negara, 2010). Mengikut laporan daripada Majlis Penasihat Ekonomi Negara (2010), Model

Ekonomi Baru (MEB) yang hendak dicapai melalui Program Transformasi Ekonomi (PTE) merupakan satu tonggak utama yang akan melonjakkan Malaysia ke arah status negara maju sejajar dengan matlamat Wawasan 2020. Hal ini turut disokong oleh kajian Mustafa Dakian (2014), matlamat utama MEB adalah untuk melihat Malaysia menjadi negara berekonomi maju dan berdaya saing dengan rakyatnya mengecapi taraf hidup serta paras pendapatan yang tinggi hasil daripada pertumbuhan yang terangkum dan mampan.

Program Transformasi Ekonomi (PTE) akan dipandu oleh lapan Inisiatif Pembaharuan Strategik (IPS) yang akan menjadi asas bagi langkah dasar yang relevan. Model pertumbuhan yang lalu menjanakan tiga dekad pencapaian cemerlang yang membolehkan Malaysia menyediakan kemudahan kesihatan dan pendidikan untuk rakyatnya serta membasmi sebahagian besar kemiskinan, membina infrastruktur bertaraf dunia dan menjadi pengeksport utama di peringkat global. Justeru, rakyat kita lebih kaya dan lebih berpelajaran. Berbanding dengan generasi terdahulu, rakyat kini hidup lebih lama, bergerak lebih jauh dan mudah mendapat akses kepada teknologi moden.

Rajah 1: Empat Tonggak Transformasi Negara



Sumber: Majlis Penasihat Ekonomi Negara (2010).

Namun begitu, kemajuan yang telah dicapai dalam separuh abad yang lalu, kini telah menjadi perlahan dan prospek pertumbuhan ekonomi pula menjadi lembap (Majlis Penasihat Ekonomi Negara, 2010). Ekonomi negara tersekat dalam perangkap pendapatan yang sederhana serta kita tidak tergolong dalam kalangan ekonomi global yang berpencapaian unggul. Dengan perubahan yang berlaku pada persekitaran luar, kebanyakan dasar dan strategi yang digunakan untuk mencapai kedudukan pembangunan yang sedia ada pada masa lalu, sekarang tidak berupaya untuk membawa kita ke peringkat seterusnya. Malah pertumbuhan ekonomi Malaysia ini dapat

dicapai dengan menanggung kos alam sekitar yang besar dan juga tidak memanfaatkan semua lapisan masyarakat. Jelaslah, kerajaan mesti berdepan dengan realiti ini dan perlu membuat keputusan yang sukar. Matlamat utama MEB adalah untuk menjadikan Malaysia sebuah negara maju yang berpendapatan tinggi dengan ciri keterangkuman dan kebolehpercayaan. menjelang tahun 2020, rujuk rajah 2 (Majlis Penasihat Ekonomi Negara, 2010). Pencapaian setiap satu matlamat tidak seharusnya menjejaskan matlamat yang lain. Dalam usaha gigih untuk mencapai matlamat tersebut, Malaysia tidak boleh mengambil jalan pintas dengan berbelanja lebih di atas kekayaan daripada sumber asli yang sememangnya tidak akan kekal. Kita juga tidak boleh menyerahkan sepenuhnya kepada kuasa pasaran dan mengabaikan keperluan untuk memelihara keharmonian sosial. Setelah mencapai status negara maju, usaha perlu diteruskan untuk mengekalkan kedudukan tersebut meskipun selepas tahun 2020 (Majlis Penasihat Ekonomi Negara, 2010). Terdapat 3 matlamat dan ciri Model Ekonomi Baru iaitu berpendapatan tinggi, keterangkuman dan kemampunan (Rujuk rajah 2).

Rajah 2: Matlamat dan Ciri Model Ekonomi Baru



Sumber: Majlis Penasihat Ekonomi Negara (2010)

Matlamat Model Baru Ekonomi

Melonjak ke arah Status Berpendapatan Tinggi

Pelaksanaan penuh dan mampan bagi langkah pembaharuan yang disarankan oleh MPEN akan mendorong transformasi Malaysia ke arah ekonomi yang berpendapatan tinggi menjelang tahun 2020 (Majlis Penasihat Ekonomi Negara, 2010). MPEN (2010) juga menjangkakan langkah pembaharuan yang berani akan menambah giat pelaburan, mendorong produktiviti buruh dan merangsang kecekapan, lalu menaikkan kadar pertumbuhan kepada purata 6.5% setahun dalam tempoh 2011-2020. Tambahnya lagi, Keluaran Negara Kasar (KNK) per kapita akan meningkat kepada kira-kira AS\$17,700 menjelang tahun 2020. Situasi ini mengandaikan bahawa tidak akan

berlaku satu lagi krisis ekonomi yang besar di peringkat global yang boleh menggelincirkan ekonomi Malaysia keluar dari landasan pertumbuhan ini.

Keterangkuman

Elemen keterangkuman merupakan matlamat kedua dalam MEB dan merupakan komponen utama bagi MEB. Hal ini demikian kerana ianya menjadi salah satu prasyarat untuk memupuk perasaan kekitaan. Pertumbuhan yang menyokong golongan miskin akan memastikan bahawa tiada kumpulan yang akan dipinggirkan dan keperluan asas rakyat akan dipenuhi (Majlis Penasihat Ekonomi Negara, 2010). Keterangkuman membolehkan semua komuniti menyumbang dan berkongsi kekayaan negara. Meskipun kesaksamaan yang sempurna itu mustahil untuk dicapai, namun masyarakat yang terangkum akan memastikan masalah ketaksamaan ini tidak akan menjadi lebih buruk (Majlis Penasihat Ekonomi Negara, 2010). Cabaran utama pertumbuhan terangkum ialah pembentukan langkah berkesan untuk mencapai keseimbangan antara kedudukan istimewa kaum bumiputera dengan kepentingan sah kumpulan yang lain. Justeru, program tindakan afirmatif yang mesra pasaran seiring dengan prinsip keterangkuman akan (Majlis Penasihat Ekonomi Negara, 2010):

1. Menyasarkan bantuan kepada isi rumah dalam kumpulan 40% terendah yang 77.2% daripada mereka ialah kaum bumiputera dan ramai yang berada di Sabah dan Sarawak.
2. Memastikan peluang yang saksama dan adil melalui proses yang telus.
3. Menyediakan akses kepada sumber berasaskan keperluan dan merit bagi menambahbaik keupayaan, pendapatan dan kesejahteraan.
4. Mempunyai rangka kerja institusi yang mantap demi pemantauan yang lebih baik dan pelaksanaan yang berkesan.

Program tindakan afirmatif yang telus dan mesra pasaran akan tertumpu pada pembinaan keupayaan dan kemampuan isi rumah berpendapatan rendah serta perniagaan kecil. Program Transformasi Ekonomi (PTE) akan mewujudkan mekanisme untuk mengukuhkan keupayaan isi rumah dalam kumpulan 40% terendah supaya mereka dapat mengambil kesempatan daripada peluang yang ada untuk mendapatkan pekerjaan yang lebih baik, meningkatkan produktiviti dan menambahkan pendapatan mereka. Kumpulan ini akan dibantu dengan program untuk membina kemahiran supaya mereka dapat menggunakan naluri keusahawanan bagi memulakan dan membantu dalam mengembangkan perniagaan. Keadaan ini akan menambahbaikkan taraf, peluang dan prospek kehidupan mereka. Amalan dahulu yang membiakkan aktiviti merentir (*rent-seeking*) dan kuasa naungan (*patronage*) yang tidak sihat serta menular akan dihentikan.

Kemampanan

Komponen kebolehmampanan dalam MEB bertujuan untuk memastikan bahawa semua langkah saranan yang diutarakan di bawah model baru tersebut mestilah mampan dari segi ekonomi dan alam sekitar. Kebergantungan Malaysia pada penggunaan sumber asli sebagai penggerak utama pertumbuhan ternyata tidak mampan dalam kedua-dua aspek berkenaan. Ini bukanlah bermaksud untuk mencadangkan bahawa penggunaan sumber asli tidak harus menjadi komponen utama pengeluaran negara. Namun begitu, hal ini bererti bahawa di bawah model baru, keputusan pelaburan dan dasar hanya akan dibuat setelah mempertimbangkan keseluruhan kesan jangka

panjang terhadap masyarakat, ekonomi dan alam sekitar. Kebolehpercayaan ekonomi akan dipastikan melalui pembentukan disiplin fiskal yang diperlukan bagi melindungi keseimbangan makroekonomi dan kestabilan kewangan (Majlis Penasihat Ekonomi Negara, 2010). Kebolehpercayaan alam sekitar akan dicapai dengan menolak pendekatan tradisional terhadap pertumbuhan ekonomi yang terlampau mengabaikan alam sekitar. Sungguhpun telah wujud sedikit keprihatinan mengenai alam sekitar, namun dasar lalu tertumpu pada isu penyampaian pertumbuhan yang kemudiannya diikuti dengan langkah menangani isu alam sekitar. Pada masa depan, penekanan yang sama mesti diberikan kepada soal perlindungan alam sekitar dan pertumbuhan ekonomi. Pengukuran KDNK konvensional bagi pertumbuhan ekonomi tidak mengambil kira kos terhadap masyarakat yang timbul akibat kemerosotan alam sekitar. Perkembangan terbaru konsep 'KDNK Hijau' akan memungkinkan pertimbangan wajar diberikan mengenai impak pertumbuhan terhadap alam sekitar dan pembentukan langkah yang sesuai bagi menangani masalah alam sekitar (Majlis Penasihat Ekonomi Negara, 2010). MEB berusaha mewujudkan pertumbuhan mampan yang memenuhi keperluan berterusan penduduk tanpa menjejaskan generasi akan datang melalui pengawasan dan pemuliharaan berkesan alam semula jadi dan sumber mudah lupus.

Penerima manfaat mutlak: Rakyat dan perniagaan

Majlis Penasihat Ekonomi Negara (MPEN) menjangkakan bahawa suatu siri manfaat akan diterima oleh semua rakyat jika langkah dasar MEB dilaksanakan secara konsisten dengan sepenuhnya. Namun begitu, rakyat harus sedar bahawa manfaat hasil daripada dasar MEB ini memerlukan masa untuk dinikmati oleh semua.

Salah satu objektif utama dalam konsep Kemakmuran Bersama adalah Model Pembangunan Baharu, iaitu penglibatan segenap lapisan rakyat Malaysia dalam menyumbang kepada pembangunan sosio ekonomi negara berteraskan kepada ilmu pengetahuan dan nilai kemasyarakatan yang tinggi. Terdapat tiga (3) elemen utama yang dapat diterjemahkan dalam Model Pembangunan Baharu: Ekonomi yang progresif dan berstruktur dipacu oleh inovasi dan ilmu pengetahuan, pengagihan ekonomi yang adil dan inklusif pada setiap peringkat rantai nilai, kelas, kaum dan geografi, memenuhi keperluan semasa tanpa menjejaskan generasi masa hadapan (Majlis Penasihat Ekonomi Negara, 2010). Tambah MPEN lagi keusahawanan merupakan satu komponen yang penting dan strategik dalam memacu Malaysia untuk mencapai status negara maju dan makmur pada tahun 2030. Di dalam laporan Model Ekonomi Baru untuk Malaysia oleh MPEN (2010), keusahawanan turut dilihat sebagai satu pendekatan sosial untuk negara keluar daripada perangkap pendapatan pertengahan (*middle-income trap*), secara langsung menjadi batu loncatan untuk Malaysia muncul sebagai paksi ekonomi di rantau Asia. Bidang keusahawanan amat berpotensi untuk menyumbang kepada pembangunan sosio-ekonomi dan produktiviti negara. Pengagihan pendapatan yang lebih saksama akan meningkatkan taraf dan kualiti kehidupan rakyat Malaysia, seterusnya membawa kebaikan sosial kepada masyarakat. Pertumbuhan ekonomi yang mampan boleh digalakkan melalui sebuah negara keusahawanan yang inovatif dan kreatif, serta melalui ekonomi baharu dan ekonomi digital.

Laporan Bank Dunia telah menggariskan kelemahan struktur ekonomi Malaysia yang mengakibatkan Malaysia terjatuh dalam tahap pendapatan sederhana (Jabatan Perancangan Bandar dan Desa Semenanjung Malaysia, 2010). Malaysia tidak mampu untuk kekal kompetitif sebagai

pengeluar berkuantiti besar dan berkos rendah, malah tidak mampu untuk menggerakkan rantaian nilai tinggi dalam pasaran yang berkembang pesat bagi produk dan perkhidmatan berasaskan pengetahuan dan inovasi. Untuk menyahut cabaran ini, Model Ekonomi Baru (MEB) digerakkan ke arah peningkatan nilai pasaran ekonomi dalam sektor tertuari bernilai tambah yang lebih tinggi bagi membantu negara mencapai pertumbuhan ekonomi yang tinggi, seimbang dan mampan, seterusnya mencapai ekonomi berpendapatan tinggi menjelang tahun 2020 (Jabatan Perancangan Bandar dan Desa Semenanjung Malaysia, 2010).

Potensi dan Sokongan Keusahawanan

Di kebanyakan negara, dasar adalah berat sebelah ke arah langkah sokongan yang terkandung dalam program yang bertujuan membantu mereka yang memulakan perniagaan dengan menghapuskan halangan, mengurangkan peraturan halangan dan menyediakan sokongan pekerjaan. Satu ciri menarik mengenai cadangan dasar yang dibuat oleh pelbagai pasukan kebangsaan GEM adalah bias ke arah insentif dan bukan sokongan. Terdapat banyak bukti untuk menyokong penekanan dasar insentif kerajaan dan bukannya banyak program sokongan itu bahkan menggalakkan usaha yang inovatif. Rangkaian memainkan peranan yang pelbagai terhadap usahawan wanita dan pemilik perniagaan, membantu mereka untuk mendapatkan nasihat, membentuk perkongsian, pembiayaan yang selamat, akses pengurusan dan pekerja yang berkelayakan, dan membina hubungan rantaian nilai. Manakala menurut Niels Bosma & Donna Kelley (2018) potensi dan keusahawanan adalah seperti berikut:

1. Kepercayaan Masyarakat mengenai Status Usahawan dan Keusahawanan sebagai Pilihan Kerjaya.

Kebanyakan negara Eropah dan Amerika Utara menunjukkan lebih ramai lagi orang percaya usahawan mempunyai status yang tinggi daripada berfikir keusahawanan adalah pilihan kerjaya yang baik. Corak yang bertentangan muncul di Amerika Latin dan Caribbean, di mana dalam kebanyakan ekonomi, lebih ramai orang berfikir keusahawanan adalah kerjaya yang baik daripada percaya ia memberi status yang tinggi. Kawasan Timur Tengah dan Afrika adalah tinggi tahap pada kedua-dua petunjuk.

2. Kemudahan Memulakan Perniagaan.

Tiga negara di Eropah menunjukkan tahap tertinggi dalam hal ini, dengan kira-kira tiga perempat orang dewasa di Belanda, Poland, dan Sweden menyatakan mudah untuk memulakan perniagaan di negara mereka.

3. Perhatian untuk Keusahawanan.

Perhatian media adalah tinggi di Timur dan Selatan Asia, terutamanya di Thailand (87%), Indonesia (80%), dan Taiwan (76%).

4. Persepsi Peluang dan Keupayaan.

Tahap tinggi pada kedua-dua indikator ini berlaku di tiga negara Timur Tengah dan Afrika, di mana lebih daripada 70% orang dewasa di Arab Saudi, Angola dan Sudan melihat banyak peluang keusahawanan di sekitar mereka, dan lebih dari 75% orang dewasa percaya mereka mempunyai hak untuk memulakan perniagaan.

5. Takut gagal.

Amerika Latin menonjol kerana ketakutan yang rendah terhadap kadar kegagalan. Dalam setiap ekonomi di rantau ini, kurang daripada satu pertiga daripada mereka yang melihat

keadaan itu. Ketakutan terhadap kegagalan akan menghalang mereka memulakan perniagaan. Timur Tengah dan Afrika adalah berbeza dengan mempunyai ketakutan terendah kegagalan dalam keseluruhan sampel (17% di Angola) dan tertinggi (64% di Maghribi).

6. Gabungan dengan Usahawan.

Hubungan peribadi tertinggi dan paling rendah dengan usahawan dalam keseluruhan sampel didapati di Timur Tengah dan Afrika. Orang paling mungkin mengetahui seorang usahawan di Arab Saudi (79%) tetapi paling tidak mungkin tahu satu di negara tetangga Mesir (12%).

7. Niat Keusahawanan.

Niat keusahawanan adalah lebih tinggi daripada TEA dalam setiap ekonomi di Amerika Latin dan Caribbean, di Timur Tengah dan Afrika, dan, dengan pengecualian Jepun, di Asia Timur dan Selatan. Jurang terbesar dalam indikator ini di seluruh sampel yang terdapat di Maghribi dan Mesir, di mana untuk setiap orang memulakan perniagaan, enam berniat untuk memulakan dalam tiga tahun akan datang.

GEM mengakui bahawa sesetengah kawasan di dunia mempunyai ekonomi individu yang tidak diiktiraf secara rasmi sebagai negara yang berasingan (Niels Bosma & Donna Kelley, 2018). Oleh itu, laporan itu akan menggunakan istilah ekonomi, tetapi dalam beberapa kes merujuk kepada negara, terutamanya di mana rantau itu dibincangkan diklasifikasikan sebagai negara. 49 negara yang berprofil dalam laporan ini dikelompokkan menjadi empat rantau. Wilayah Asia Timur dan Selatan mengandungi ekonomi yang diklasifikasikan sebagai di Asia Timur dan Pasifik atau Asia Selatan oleh Forum Ekonomi Dunia (WEF), 3 dan dikelaskan sebagai Selatan, Timur atau Asia Tenggara oleh Pertubuhan Bangsa-Bangsa Bersatu (PBB).

METODOLOGI KAJIAN

Negeri Kelantan terletak di utara Semenanjung Malaysia dan bersempadan dengan negara Thailand. Negeri ini mempunyai keluasan 14,922 kilometer persegi dengan jumlah penduduk seramai 1,884,484 pada tahun 2018 (Jabatan Perangkaan Malaysia, 2018). Seramai 100 usahawan yang menjalankan perniagaan di Sekitar daerah Kota Bharu telah dipilih sebagai responden melalui persampelan secara rawak mudah. Usahawan wanita mahupun lelaki di kawasan kajian mempunyai peluang sama rata untuk dipilih sebagai responden. Pusat perniagaan seperti Pasar Siti Khadijah, Bazar Buluh Kubu, Bazar Tok Guru dan Bazar Tengku Anis merupakan kawasan kajian. Kajian Lapangan ini dijalankan pada 8 Julai sehingga 13 Julai 2019. Kajian ini menggunakan kaedah penyelidikan jenis ‘*mix method*’ melibatkan data kualitatif dan kuantitatif. Pendekatan gabungan kini lebih efektif untuk kajian sains sosial kerana pendekatan gabungan ini membolehkan paradigma dinilai dengan lebih adil dan jitu (Teddlie & Yu, 2007). Kajian ini menggunakan instrumen soal selidik serta temu bual mendalam dengan 10 usahawan yang terpilih serta 2 orang pegawai daripada *Pejabat Majlis Amanah Rakyat* (MARA) dan *Tabung Ekonomi Kumpulan Usaha Niaga* (TEKUN) di Kelantan. Analisis kajian ini menggunakan aplikasi *Statistical Packages for Social Sciences* (SPSS) bagi data kuantitatif menggunakan soal selidik iaitu analisis frekuensi serta analisis kandungan bagi data Kualitatif iaitu hasil temu bual mendalam.

Rajah 3: Peta Kelantan



Sumber: www.wonderfulmalaysia.com. (2018)

HASIL KAJIAN DAN PERBINCANGAN

Latar Belakang Responden

Golongan usahawan adalah pemangkin dalam proses pembangunan ekonomi sesebuah negara. Mereka dianggap sebagai golongan yang sanggup menanggung risiko dan sentiasa berusaha untuk melakukan inovasi. Jika menggunakan istilah usahawan wanita, ianya membawa maksud wanita yang menceburkan diri dalam kegiatan keusahawanan (Affifuddin Omar, 1996). Antara faktor yang menjadi rahsia peniaga di Kelantan adalah minat yang mendalam terhadap dunia perniagaan yang mungkin disebabkan faktor warisan keluarga ataupun atas sikap diri sendiri. Penduduk Kelantan memang terkenal dengan sikap mereka yang suka berdagang dan berniaga. Majoriti peniaga yang berniaga di Pasar Siti Khadijah dan pasar-pasar lain di Kelantan terdiri dari kaum wanita. Justeru, kajian ini ingin melihat hala tuju dan cabaran yang dihadapi oleh usahawan dalam mencapai matlamat MEB.

Berdasarkan hasil kajian yang telah dijalankan di sekitar Pasar Siti Khadijah, Bazar Buluh Kubu, Bazar Tok Guru dan Bazar Tengku Anis menunjukkan seramai 95 % adalah usahawan wanita yang terdiri daripada 98 % adalah bangsa Melayu. Rata-rata usahawan yang ditemui berumur 51 tahun ke atas adalah 26 % dan diikuti oleh golongan muda yang berumur 21-30 tahun (25 %) serta golongan yang berumur 31-40 tahun sebanyak 24 %. Bagi taraf pendidikan, rata-rata usahawan mendapat pendidikan sekolah menengah tinggi (Ting 4-6) dengan nilai peratusan sebanyak 51.0 % dan majoriti mempunyai kelulusan SPM iaitu sebanyak 38 %. Namun begitu, 8 orang usahawan turut mempunyai kelulusan professional seperti diploma dan ijazah namun memilih untuk melibatkan diri dalam perniagaan. Jadual 2 menunjukkan profil usahawan:

Jadual 2: Profil Usahawan di Kelantan

Demografi	Profil Usahawan	Kekerapan	Peratusan (%)
Umur	20 tahun ke bawah	8	8.0
	21 - 30 tahun	25	25.0
	31-40 tahun	24	24.0
	41 - 50 tahun	17	17.0
	51 tahun ke atas	26	26.0
	Jumlah	100	100.0
Jantina	Lelaki	5	5.0
	Perempuan	95	95.0
	Jumlah	100	100.0
Etnik	Melayu	98	98.0
	Cina	1	1.0
	Lain-lain	1	1.0
	Jumlah	100	100.0

Taraf Perkahwinan	Bujang	26	26.0
	Berkahwin	63	63.0
	Duda/ Janda	3	3.0
	Ibu Tunggal	8	8.0
	Jumlah	100	100.0
Taraf Pendidikan	Tidak pernah bersekolah	8	8.0
	Pendidikan tidak formal sek pondok dll)	4	4.0
	Sekolah Rendah	3	3.0
	Sekolah Menengah	9	9.0
	Sek Menengah Tinggi (4-6)	51	51.0
	Maktab/Kolej	6	6.0
	Universiti (Ijazah Pertama/ Masters/ Phd)	15	15.0
	Lain-lain	4	4.0
	Jumlah	100	100.0
Jenis Kelulusan	SPM	38	38.0
	SPMV	10	10.0
	Sijil Kemahiran	2	2.0
	STPM	10	10.0
	Kelulusan Profesional	8	8.0
	Diploma	9	9.0
	Kelulusan Teknikal	4	4.0
	Lain-lain kelulusan	19	19.0
Jumlah	100	100.0	

Sumber: Kajian Lapangan, 2019

Berpendapatan Tinggi

Berpendapatan tinggi merujuk kepada Ekonomi yang progresif dan berstruktur dipacu oleh inovasi dan ilmu pengetahuan (Mustafa Dakian, 2014). Menjadi usahawan bukanlah satu perkara yang mudah. Justeru pelbagai cabaran, dugaan dan rintangan yang perlu ditempuhi oleh usahawan. Dalam melahirkan penduduk yang berpendapatan tinggi bukanlah sesuatu perkara yang mudah kerana tiada kejayaan yang datang bergolek tanpa disulam dengan usaha yang berlipat ganda. Hanya individu yang cekal serta kuat sahaja mampu untuk bertahan dalam dunia perniagaan. Bidang keusahawanan bukanlah suatu bidang yang mudah. Menurut Rohaizat Baharun (2000), berdasarkan satu kajian oleh Lussier terhadap seratus orang usahawan Amerika Syarikat yang telah gagal dalam perniagaan mereka. Kewujudan masalah yang baru selepas mengoperasikan perniagaan termasuk masalah pemasaran. Namun begitu, kajian ini menunjukkan perbezaan bahawa rata-rata usahawan di Kelantan terdiri daripada golongan wanita. Unikunya usahawan di Kelantan, golongan wanita yang menjadi pengelola atau pengurus perniagaan. Buktinya 91 % responden terdiri daripada pengurus wanita di sekitar daerah Kota Bharu (Kajian Lapangan, 2019). Situasi ini berlaku disebabkan oleh persekitaran dan budaya di Kelantan yang merupakan

perniagaan warisan turun temurun. Jadi, golongan wanita telah mempunyai minat serta ilmu mengenai selok belok dunia perniagaan. Berikut adalah hasil temu bual dengan usahawan wanita di Kelantan yang mendapat ilmu perniagaan melalui pengalaman sedari mereka kecil lagi.

Responden 1:

'Makcik dulu memang suka ikut mak mari meniaga, waktu tu duduk meniaga tepi rumah ja. jual kuih-muih macam tu. Memang kami dari kecil mak ajar meniaga dah waktu tu. Minat tu datang sejak kecil lagi. Kami tak cari minat tu cuma dia mai sendiri sebab dari kecil dah diajar meniaga. (Usahawan Produk Makanan di Pasar Siti Khadijah, golongan berusia 70-an).

Responden 2:

'Akak ni meniaga memang sebab minat. Adik, kalau kita meniaga tapi tak ada minat memang tak jalan dik. Bagi akak la kalau nak meniaga ni memang kena ada semangat yang tinggi dan kena berani ambik risiko la. Kadang untung, kadang rugi biasa la tu dalam meniaga. Akak memang percaya pada rezeki ja dik. Minat meniaga ni memang sejak dari kecil lagi sebab dulu akak suka tolong mok akak dekat kedai. Dari situ akak belajar cara meniaga. Dulu meniaga untung sikit pon akak dah seronok dah dik. Bagi akak la, wanita dekat Kelantan ni meniaga sebab minat tu wujud sejak kecil lagi. Tak mudah nak meniaga kalau tak ada ilmu dengan minat. (Usahawan Batik di Pasar Siti Khadijah, golongan berusia 30-an)

Hasil temu bual di atas menunjukkan bahawa usahawan wanita di Kelantan telah mempunyai minat yang mendalam dalam dunia perniagaan. Selain itu, usahawan di Kelantan juga mempunyai ilmu serta asas perniagaan tanpa mengikuti mana-mana kursus serta kelas keusahawanan sebaliknya mereka mempraktikkan ilmu yang diperolehi sedari kecil lagi melalui hasil pengalaman dan pemerhatian. Hal ini turut disokong oleh kajian Amirah Hamizah Abdul Hamid et al. (2011) iaitu faktor-faktor yang mempengaruhi kejayaan usahawan wanita Melayu PKS yang tertinggi adalah minat yang tinggi. KDNK Malaysia pada tahun 2018 mencatat kenaikan sebanyak RM 1,365,523 pada tahun 2018 berbanding RM 1,302,697 pada tahun 2017 (Jabatan Perangkaan Malaysia, 2018). Daripada jumlah tersebut KDNK negeri Kelantan mencatatkan sebanyak RM 24, 799 berbanding tahun 2017 iaitu sebanyak RM 24,171 pada tahun sebelumnya. Namun begitu, ketidaksamaan ekonomi antara negeri semakin melebar walaupun berlaku trend peningkatan dalam Keluaran Dalam Negara Kasar (KDNK) per kapita di semua negeri. Perbezaan dari segi peningkatan KDNK adalah berikutan daripada perbezaan aktiviti ekonomi antara negeri. Walaupun ekonomi negeri Kelantan agak mundur berbanding dengan negara lain tetapi aktiviti perniagaan di negeri Kelantan berada dalam keadaan yang sangat baik dan memberansangkan. Kedudukan negeri Kelantan yang agak terpisah dari Pantai Barat Semenanjung menjadikan negeri ini tidak begitu dipengaruhi oleh budaya barat. Dalam erti kata lain, budaya di sini masih lagi subur seperti mana asal. Justeru, sikap dan budaya usahawan wanita di Kelantan menjadikan nilai keusahawanan dalam diri mereka begitu utuh meskipun kadang kala perniagaan tidak memberi untung yang banyak.

Jadual 3 menunjukkan bahawa hampir 20 % usahawan di Kelantan mempunyai kadar keuntungan 6-10 % setahun. Manakala usahawan yang mempunyai keuntungan lebih daripada 20 % setahun adalah sebanyak 14%. Jumlah peratusan ini mungkin kurang tepat berikutan daripada majoriti responden menyatakan bahawa mereka tidak mempunyai sistem pengurusan kewangan yang betul sebaliknya mereka masih menggunakan cara lama dan manual. Hasil kajian ini mempunyai persamaan dengan kajian yang dijalankan oleh Buerah Tunggak, Hussin Salamon & Baharin Abu (2011), mendapati aspek pengetahuan dan kemahiran pengurusan keusahawanan merupakan kelemahan utama kepada usahawan bumiputera.

Jadual 3: Kadar Keuntungan Tahunan Perniagaan di Kelantan

		Kekerapan	Peratus %	Peratusan Kumulatif %
Kadar Keuntungan	Negatif (kerugian)	1	1.0	1.0
	0-5% setahun	17	17.0	18.0
	6-10% setahun	20	20.0	38.0
	11-15% setahun	12	12.0	50.0
	16-20% setahun	18	18.0	68.0
	Lebih dari 20% setahun	14	14.0	82.0
	Tidak pasti	18	18.0	100.0
	Total	100	100.0	

Sumber: Kajian Lapangan, 2019

Namun begitu, 1.0 % usahawan menunjukkan hasil keuntungan tahunan yang negatif (Rujuk jadual 3). Hal ini berikutan daripada kekurangan pelanggan. Rata-rata responden memberi pendapat yang hampir sama bahawa keadaan ekonomi sekarang menyebabkan mereka kekurangan pelanggan. Keadaan ekonomi memberi kesan kepada perniagaan mereka tetapi semangat yang ditunjukkan oleh usahawan di Kelantan membuktikan bahawa mereka mampu beradaptasi dengan perubahan ekonomi semasa. Berikut adalah hasil temu bual yang dijalankan dengan beberapa usahawan di sekitar Pasar Siti Khadijah:

Responden 3:

‘Istilah menega ni dik, kita kena pegang ada masa kita untung, ada masa kita rugi. Jadi, memang kena berani ambik risiko la. Satu lagi kita kena percaya pada rezeki juga. Macam akak ni berani ambil risiko buka 5 kedai dalam ni sebab dulu pelanggan ramai. Tapi sejak akhir-akhir ni ekonomi kita teruk, jadi pembeli pon kurang. Tapi bagi akak benda biasa la kalau tiba-tiba pelanggan tak dak. Untung sehari sehelai dua pon bersyukur sangat dah. Macam ni la dik adat orang meniaga. Kami dekat sini memang dah terbiasa dah kadang untung, kadang ada hari langsung tak ada pembeli’
(Usahawan Batik di Pasar Siti Khadijah, golongan 50-an)

Ringkasnya, usahawan di Kelantan sangat percaya kepada rezeki walaupun keuntungan harian mereka tidak tinggi tetapi semangat keusahawanan yang ada dalam diri mereka sangat utuh

dan kuat sehingga membolehkan mereka bertahan begitu lama di premis perniagaan tersebut. Kelantan mempunyai bilangan isi rumah miskin yang kedua paling banyak selepas Sabah. (Nor Aini & Chamsuri Siwar, 2003). Fenomena ini berlaku kerana kurangnya aktiviti ekonomi yang dapat mewujudkan peluang pekerjaan dalam sektor pembuatan dan perkhidmatan untuk ahli isi rumah miskin. “Ekonomi negara masih teguh kerana di peringkat akar umbi rakyat pun kuasa belinya masih pada tahap yang tinggi (Torek Sulung di dalam Utusan Online, 2018). Seramai 840 daripada 1,200 peserta Azam Tani menerusi Lembaga Kemajuan Pertanian Kemubu (KADA) telah berjaya keluar dari garis kemiskinan sejak dilaksanakan 2011 (Rosmizan Resdi di dalam Utusan Online, 2015). Bagi mencapai taraf berpendapatan tinggi memerlukan perhatian yang lebih kepada mempelbagaikan bakat wanita untuk meningkatkan produktiviti. Ia juga memerlukan perubahan sesuai dalam model perniagaan, pengurusan sumber manusia, pemasaran strategi dan sebagainya. Bakat tertentu wanita dan sifat dalam menguruskan perubahan boleh dimanfaatkan untuk mencapai tujuan ini. Justeru, dapat disimpulkan bahawa hasil kajian ini menunjukkan bahawa usahawan wanita di Kelantan mampu menjana pendapatan keluarga dan berupaya keluar daripada paras kemiskinan telah berjaya mencapai matlamat Model Ekonomi Baru iaitu penduduk yang berpendapatan tinggi.

Keterangkuman

Keterangkuman adalah mengenai perubahan sikap untuk memanfaatkan bakat dari pelbagai sumber. Dalam tempoh lebih lima dekad yang lalu, ekonomi negara telah berkembang pesat dan kerajaan telah berjaya meningkatkan ekonomi negara daripada sebuah ekonomi berpendapatan rendah kepada negara yang berpendapatan sederhana tinggi. Peningkatan ketara pendapatan negara telah dapat menghapuskan kemiskinan terag serta mengurangkan kadar kemiskinan dengan ketara (Mustafa Dakian, 2014). Baru-baru ini, kerajaan telah memperkenalkan hala tuju baru ekonomi negara yang akan memastikan rakyat dapat menikmati kemakmuran bersama serta menyelesaikan kemelut ekonomi yang di alami sekarang (Bernama, 2019). Pembangunan usahawan ini merupakan agenda nasional yang perlu dihayati dan dijayakan oleh rakyat terutamanya usahawan sendiri dengan sokongan daripada kerajaan (Ummi Munirah et al., 2017). Menyedari kepentingan aktiviti keusahawanan, kerajaan Malaysia telah memberikan tumpuan kepada pembangunan dan aktiviti keusahawanan dengan melibatkan pelbagai Kementerian Pembangunan Luar Bandar dan Wilayah, Kementerian Pembangunan Wanita, Keluarga dan Masyarakat dengan kerjasama institusi seperti *Majlis Amanah Rakyat (MARA)*, *Amanah Ikhtiar Malaysia (AIM)*, *Tabung Ekonomi Kumpulan Usaha Niaga (TEKUN)*, *SME Bank* dan sebagainya (Nor Azira Ayob, Siti Daud & Muhammad Takiyuddin Ismail, 2016).

Kajian yang telah dijalankan menunjukkan bahawa hampir 81 usahawan di Kelantan menyatakan pendapat mereka bahawa kerajaan tidak menyediakan dasar dan program khas galakan sokongan untuk memulakan perniagaan mereka (Rujuk jadual 4). Situasi ini berlaku disebabkan sikap usahawan di Kelantan yang terlalu suka berdikari sehingga tidak mengambil tahu akan dasar dan bantuan yang diberikan oleh kerajaan dalam membantu usahawan di Kelantan. Rata-rata usahawan mengetahui kewujudan agensi-agensi mikro kredit yang memberi sokongan kewangan tetapi mereka lebih memilih untuk memulakan perniagaan mereka dengan modal sedia ada tanpa mendapatkan bantuan atau pinjaman daripada agensi-agensi kerajaan mahupun mikro kredit. Hal ini kerana, usahawan Kelantan tidak suka berhutang dan akan memulakan

perniagaan mengikut modal yang sedia ada sahaja bagi awal permulaan perniagaan. Berikut adalah hasil temu bual yang dijalankan dengan beberapa usahawan wanita di sekitar Kelantan.

Responden 4:

‘‘Akak menega meme (memang) guna modal takat hok ada ja la, akak tau boleh pinjam Tekun apa semua tu, tapi memang akak tak nak berhutang sebab kot mana kita kena bayar sama juga. Jadi, akak mula menega memang atas bantuan suami, dia bagi modal sedikit. Dengan duet tu la akak ambil barang dengan pembekal. Bila dah ada untung sedikit, akak mula ambik barang lagi banyak. lama-lama bila dah makin stabil akak boleh ambik barang lain lagi. Macam tu la akak menega. Memang kalau boleh tak mau la berhutang takat menega kecil-kecil saja. lagi satu adik, orang selalu cakap orang Kelantan ni tak kaya, tapi hok sebenarnya sini banyak hok kaya raya. cuba tengok kebanyake orang sini suka pakai gelang emas’’ (Usahawan Produk Makanan di Pasar Siti Khadijah, wanita golongan 40-an).

Selain itu, persepsi yang sama turut diberikan oleh usahawan di sekitar Pasar Siti Khadijah.

Responden 5:

‘‘Akak mula menega memang suami akak bagi modal, suami akak kerja kerajaan. Jadi, dia sumbang dari segi modal la. Waktu nak mula menega dulu kita ambik barang takat modal yang kita ada saja la, bila dah makin maju baru kita ambik barang dalam jumlah yang besar. Akak sekarang ni dah ada 5 cawangan dalam pasar siti Khadijah ni. Bagi akak kalau nak menega awai-awai elok jangan kita berhutang dulu la sebab menega ni dik kita tak tau untung ka rugi. Sebab tu kalau boleh awai-awai menega jangan berhutang lagi, bila dah maju sedikit nak buat pinjaman tak apa la’’ (Usahawan Produk Batik di Pasar Siti Khadijah, wanita golongan 50-an)

Ringkasnya, kebanyakan usahawan wanita di Kelantan tidak suka meminjam atau mendapat mana-mana bantuan kewangan bagi memulakan perniagaan. Walaupun mereka tahu kewujudan agensi-agensi yang memberi sokongan perniagaan dari segi bantuan kewangan tetapi mereka memilih untuk menggunakan duet mereka sendiri walaupun hanya dalam skala yang kecil bagi mengelakkan budaya berhutang. Hal ini turut dikukuhkan dengan pendapat daripada pegawai daripada *Tabung Ekonomi Kumpulan Usaha Niaga (TEKUN)* bahawa negeri Kelantan berada di kedudukan pertama daripada semua negeri dari segi kutipan balik pinjaman. Berikut adalah hasil temu bual yang dijalankan dengan pegawai daripada TEKUN.

‘‘ Impak pencapaian Tekun di Kelantan cukup baik. Pertama dari segi bayaran balik. Kelantan merupakan negeri keseluruhan di seluruh negara yang pertama dari segi hutang yang paling rendah. jadi dekat sini kita dapat lihat orang Kelantan ni bagus dari segi budaya bayar hutang, Kelantan dah 7 tahun duduk no 1 di seluruh negara dari segi bayaran balik. kalau mereka pinjam memang akan bayar balik dalam tempoh masa tersebut. Jadi, budaya ni memang baik la sebab mereka memang tak suka hutang, walaupun pinjam memang akan bayar balik, ini uniknya wanita Kelantan atau boleh keseluruhan usahawan di Kelantan la tak kira laki atau perempuan’’ (Kajian Lapangan, 2019)

Brusino (2009) mendapati bahawa usahawan wanita biasanya akan memulakan perniagaan mereka dengan menggunakan modal kewangan mereka sendiri berbanding usahawan lelaki yang lebih bergantung kepada sumber daripada luar.

Jadual 4: Kerajaan menyediakan dasar dan program khas galakan sokongan untuk usahawan memulakan perniagaan di Kelantan.

		Kerajaan menyediakan dasar dan program khas galakan sokongan untuk permulaan perniagaan anda		Jumlah
		YA	TIDAK	
Jantina	Lelaki	1	4	5
	Perempuan	18	77	95
Jumlah		19	81	100

Sumber: Kajian Lapangan, 2019

Namun begitu, terdapat 19 orang usahawan menyatakan bahawa mereka mendapat sokongan dan galakan daripada kerajaan. Hal ini seiring dengan hasil temu bual yang dijalankan dengan agensi kerajaan dan agensi Mikrokredit di Kelantan bahawa agensi ini memang menyediakan sokongan dan bantuan kewangan kepada usahawan yang bersesuaian dengan misi TEKUN sendiri iaitu untuk membangunkan usahawan. TEKUN berada di bawah Kementerian Pembangunan Usahawan, sebelum ini TEKUN berada di bawah Kementerian Pertanian. Pada tahun ini, TEKUN memberi pinjaman sebanyak 27 juta bagi tahun 2019. TEKUN adalah agensi Mikrokredit yang memberi pinjaman yang mudah tanpa cagaran untuk membantu usahawan Bumiputera khususnya. Misi TEKUN adalah untuk membangunkan usahawan tidak kira lelaki mahupun wanita. Jadi, TEKUN menyediakan pinjaman mudah serta turut menyediakan khidmat bimbingan dan sokongan kepada usahawan TEKUN. Agensi TEKUN bukan sahaja memberi pinjaman tetapi mereka turut mempunyai Jabatan IKTN (Institut Usahawan Tekun). Usahawan yang meminjam dengan TEKUN perlu menghadiri seminar asas usahawan yang mempunyai pengisian pengurusan kewangan, pengurusan pemasaran serta TEKUN juga memupuk budaya menabung dalam kalangan usahawan. Walaupun pihak agensi mikrokredit ada memberi atau menyediakan kursus mahupun latihan kepada usahawan tetapi kebanyakan sikap usahawan tidak mengambil peluang untuk menyertai setiap program yang dianjurkan oleh agensi mikrokredit. Berikut adalah hasil temu bual yang dijalankan dengan usahawan di Kelantan:

Responden 6:

''kalau kita pinjam dengan TEKUN ka MARA memang peminjam kena sertai kursus dan latihan yang dianjurkan oleh sep dio (agensi-agensi tersebut) tapi akak tak pergi pon sebab akak tak ada masa dan tak ada orang nak jaga kedai kalau akak sertai program tu'' (Usahawan Produk Makanan di Pasar Siti Khadijah, wanita golongan 30-an)

Jelas menunjukkan bahawa usahawan di Kelantan lebih suka berdikari dengan menjadikan pengalaman dan ilmu sedari mereka kecil sebagai asas kepada perniagaan mereka tanpa memerlukan sokongan dari segi ilmu untuk menguruskan perniagaan. Hal ini sangat berbeza dengan apa yang diperkatakan oleh Barjoyai (2000) iaitu keusahawanan ialah sikap, nilai,

pengetahuan dan kemahiran yang membolehkan seseorang itu cekap mencari, mengenal, merebut peluang dan menterjemah kepada strategi dan usaha perniagaan bagi mendapat keuntungan. Oleh itu, semua rakyat akan berasa terangkum berikutan daripada mereka dapat hidup dan bekerja dalam persekitaran yang selamat serta golongan miskin tidak akan dilupakan. Justeru, pendekatan mampan akan memberi rakyat pertumbuhan ekonomi yang lebih mampan (Majlis Penasihat Ekonomi Negara, 2010).

Kemampanan

Kemampanan ekonomi perlu melibatkan penjagaan terhadap persekitaran dan pengurusan kewangan yang efektif (Majlis Penasihat Ekonomi Negara, 2010). Dalam kajian ini kemampanan ekonomi merujuk kepada kebolehan dalam menguruskan kewangan secara efektif. Relatif kepada lelaki, wanita dalam kehidupan seharian mereka lebih cenderung kepada amalan pemeliharaan persekitaran yang baik serta amalan pengurusan kewangan yang baik dengan memastikan seberapa yang boleh agar setiap ringgit memenuhi keperluan penting keluarga (Majlis Penasihat Ekonomi Negara, 2010). Namun begitu, usahawan di Kelantan masih kekurangan dari segi pengurusan kewangan secara efektif. Hal ini demikian kerana, mereka tidak mempunyai rekod keluar masuk kewangan yang lebih tersusun menyebabkan kadar keuntungan tahunan mengalami sedikit ralat tanpa mengetahui jumlah yang sebenar. Situasi ini menunjukkan bahawa usahawan di Kelantan khususnya masih mempunyai sikap suka berdikari dan kurang berminat dengan perubahan. Berikut merupakan hasil temu bual dengan usahawan di Kelantan yang membuktikan mereka lebih suka menguruskan perniagaan sendiri tanpa campur tangan pihak luar:

Responden 7:

‘‘Pokcik dengan bini pokcik memang semua urus sendiri perniagaan ni, pokcik ni memang tak join apa-apa, kraftangan pon pokcik dop (tidak) join. Pokcik tak daftar pon dengan kraftangan sebab pokcik memang suka bergerak sendiri. Dari segi keuntungan susah nak cakap sebab memang pokcik tak rekod betul-betul. Tapi Alhamdulillah walaupun dah lama kami urus sendiri dari segi kewangan dan pengurusan, perniagaan kami tetap bertahan sampai hari ni’’ (Usahawan Batik di Pantai Cahaya Bulan, golongan 50-an).

Responden 8:

Bab urusan kedai ini, kak tak perlu orang lain untuk akaun semua. Kak boleh urus sendiri. Sebab kak berniaga banyak tahu dah kan. So, pengalaman kak nego (berniaga) ni memang banyak. Kak sudah lalui banyak perkara dik. Kadang-kadang kak tahu dah. Ada yang akan beli ada yang tengak saja (Usahawan batik di Pasar Siti Khadijah, golongan 40-an).

Hasil temu bual di atas menunjukkan bahawa walaupun usahawan batik tersebut masih mengekalkan cara manual dalam menguruskan rekod kewangan tetapi perniagaan mereka masih mampu bertahan malah dapat mengeksport barangan ke luar negara seperti Singapura serta berupaya memasuki pasaran tempatan seperti di Mydin dan Kamdar. Situasi ini turut mendapat sokongan daripada hasil kajian oleh Buerah binti Tunggak & Hussin bin Salamon (2014),

berpendapat bahawa faktor sikap usahawan itu sendiri sedikit sebanyak akan mendorong kepada kejayaan Perusahaan Kecil dan Sederhana (PKS). Sikap tersebut berkaitan dengan lokus dalaman ataupun ciri ciri personaliti yang ada dalam usahawan itu sendiri. Lokus dalaman yang dikatakan membawa maksud, usahawan sendiri mengawal segala tindak tanduk yang dilakukan oleh mereka, bukan atas faktor pendorong yang lain. Kejayaan demi kejayaan pengusaha batik tersebut membuktikan bahawa kejayaan seseorang usahawan tidak semestinya bergantung sepenuhnya kepada pihak luar tetapi sikap serta disiplin diri yang mampu menjadikan seorang usahawan itu berjaya.

Selain itu, kejayaan usahawan di Kelantan khususnya wanita kerana mereka mampu beradaptasi dengan perubahan teknologi. Walaupun rata-rata usahawan wanita di Kelantan tidak mengikuti kelas atau kursus keusahawanan tetapi mereka mampu bersaing secara sihat dan masih mampu menghasilkan pendapatan bulanan bagi meneruskan kelangsungan hidup walaupun kadangkala keuntungan tidak banyak. Buktinya, ramai usahawan wanita di Pasar Siti Khadijah turut menggunakan medium media sosial sebagai salah satu cara untuk mempromosikan barangan perniagaan mereka. Kaedah alternatif ini secara tidak langsung membantu meningkatkan pendapatan usahawan. Berikut adalah hasil temu bual yang dijalankan dengan usahawan wanita di Kelantan:

Responden 9:

Macam akak cakap tadi la, pengurusan masa, disiplin diri kena jaga. Bab urus kewanngan pon kena pandai urus. Macam sekarang akak banyak guna promosi dalam Facebook juga. Jadi, kalau perniagaan di atas pasar ni agak kurang pelanggan, akak guna secara atas talian pula. Alhamdulillah menega atas talian agak dapat sambutan la (Usahawan batik di Pasar Siti Khadijah, golongan 50-an).

Responden 10:

Semua akak belajar dari pengalaman saja dan belajar dengan mak dulu-dulu. Cuma sekarang akak suka tengok business marketing yang orang buat online dalam facebook. Kalau nak join kelas atau kursus memang akak taka da masa dik. (Usahawan batik di Pasar Siti Khadijah, golongan 50-an).

Berdasarkan hasil temu bual di atas, jelas menunjukkan bahawa usahawan di Kelantan khususnya wanita masih mampu menguruskan perniagaan secara berdikari tanpa bantuan daripada mana-mana pihak serta mampu menghasilkan pendapatan bulanan untuk membantu ekonomi keluarga. Walaupun kadangkala keuntungan yang besar di kedai hanya berlaku secara bermusim seperti pada musim perayaan dan cuti sekolah tetapi kebijakan usahawan mengambil peluang mempromosi barangan secara atas talian membuktikan bahawa mereka mampu untuk menjadikan ekonomi keluarga yang mampan. Hal ini sangat bertepatan dengan kenyataan yang dikeluarkan oleh Majlis Penasihat Ekonomi Negara (2010) iaitu relatif kepada lelaki, wanita dalam kehidupan seharian mereka lebih cenderung kepada amalan pemeliharaan persekitaran yang baik serta amalan pengurusan kewangan yang baik dengan memastikan seberapa yang boleh agar setiap ringgit memenuhi keperluan penting keluarga. Dengan sikap, komitmen dan keinginan yang ditunjukkan di kalangan usahawan wanita pada masa kini, adalah tidak mustahil jika pada suatu hari nanti dunia

keusahawanan akan diambil alih dan didominasi oleh wanita (Thuaibah Abu Bakar et al., 2007). Pendapat ini seiring dengan hasil dapatan kajian ini iaitu 95 % adalah terdiri daripada usahawan wanita. Kini, perlu disedari bahawa kita sedang berada pada zaman globalisasi dan kata-kata '*tempat wanita hanya diceruk dapur*' adalah tidak relevan lagi (Thuaibah Abu Bakar et al., 2007). Menurut Dato' Seri Dr. Mahathir ketika berucap di Majlis Konvensyen Kebangsaan Usahawan Wanita 2002, pencapaian dan peranan yang dimainkan oleh golongan wanita dalam bidang keusahawanan kini jelas membuktikan kemampuan wanita menghadapi persaingan. Pepatah Melayu yang mengatakan bahawa '*tangan yang mengayun buaian itu sebenarnya berupaya menggegarkan dunia*' adalah benar dan sangat relevan dengan usahawan wanita di Kelantan. Puan Azizah Tumin, dalam ucapannya sempena Majlis Perasmian Persatuan Usahawan Wanita Bumiputera Malaysia (USAHANITA) menegaskan, sekiranya wanita ingin menjadi insan yang berjaya, mereka haruslah menyemai ciri-ciri daya saing, daya maju dan kreatif. Sikap berani dan tidak takut untuk menghadapi risiko kegagalan itu adalah permulaan kepada sesebuah kejayaan (Thuaibah Abu Bakar et al., 2007).

KESIMPULAN

Ringkasnya, usahawan wanita di Kelantan mampu menghadapi segala cabaran dan halangan apabila kekurangan pelanggan dengan menggunakan peluang mempromosi perniagaan secara atas talian bagi mendapatkan pelanggan secara sampingan. Dari segi pengurusan kewangan menunjukkan bahawa kebanyakan usahawan di Kelantan masih kekurangan kepakaran dalam menguruskan kewangan secara efektif. Setiap cabaran dan halangan yang dihadapi oleh usahawan membuktikan bahawa mereka masih mampu mempunyai pendapatan bulanan bagi membantu ekonomi keluarga menunjukkan bahawa matlamat MEB untuk melahirkan usahawan yang mempunyai ekonomi yang baik serta lestari masih boleh diaplikasikan dalam kajian ini. Pertumbuhan ekonomi yang mampan boleh digalakkan melalui sebuah negara keusahawanan yang inovatif dan kreatif, serta melalui ekonomi baharu dan ekonomi digital (Majlis Penasihat Ekonomi Negara, 2010). Di Malaysia, penglibatan wanita dalam perniagaan sudah lama wujud misalnya di negeri-negeri Pantai Timur Semenanjung seperti Kelantan dan Terengganu iaitu perniagaan di pasar-pasar, pemborong, peruncit dan peniaga di kaki lima banyak dimonopoli oleh kaum wanita. Kelantan merupakan salah sebuah negeri yang miskin di Pantai Timur Semenanjung Malaysia dilihat dari segi pendapatan perkapita dan agak ketinggalan dari segi pembangunan jika dibandingkan dengan negeri-negeri maju di Pantai Barat. Walau bagaimanapun, negeri ini terkenal sebagai sebuah negeri yang mempunyai kadar penyertaan kaum wanita yang tinggi dalam aktiviti ekonomi terutamanya dalam sektor pertanian dan sektor perniagaan kecil. Walaupun terdapat sedikit cabaran dan halangan dalam memastikan ekonomi dan pendapatan keluarga sentiasa mampan tetapi dapat diperlihatkan bahawa usahawan mampu beradaptasi dan mengatasi halangan dalam perniagaan sehingga menjadikan pendapatan sentiasa mampan. Kajian oleh Niels Bosma dan Donna Kelley (2018) menunjukkan bahawa keusahawanan Amerika Latin menonjol kerana ketakutan yang rendah terhadap kadar kegagalan. Dalam setiap ekonomi di rantau ini, kurang daripada satu pertiga daripada mereka yang melihat keadaan itu. Ketakutan terhadap kegagalan akan menghalang mereka memulakan perniagaan. Timur Tengah dan Afrika adalah berbeza dengan mempunyai ketakutan terendah terhadap kegagalan dalam keseluruhan sampel (17% di Angola) dan tertinggi (64% di Maghribi). Dapatan kajian oleh Niels Bosma & Donna Kelley (2018)

mempunyai persamaan dengan kajian ini iaitu usahawan di Kelantan khususnya wanita tidak takut gagal dalam menjalankan perniagaan. Sikap ini yang menjadikan mereka usahawan yang berjaya dan mampu mempunyai pendapatan yang tinggi.

Justeru, pemberdayaan keusahawanan rakyat juga perlu ditingkatkan. Lebih ramai usahawan tulen khususnya dalam kalangan masyarakat Bumiputera yang mampu bersaing secara sihat dalam persekitaran ekonomi yang lebih terbuka dan kompetitif perlu dilahirkan. Mereka sudah pasti memerlukan bantuan modal dan latihan di peringkat awal, tetapi akhirnya mestilah mampu berdikari dan bersaing (Free Malaysia Today, 2019). Tambah Marzuki Mohamad di dalam Free Malaysia Today (2019), dalam tempoh jangka masa tertentu, usahawan ini perlu bergraduasi daripada menjadi penerima manfaat kekayaan kepada pencipta kekayaan. Perusahaan yang diusahakan oleh mereka mestilah mampu menyediakan peluang pekerjaan kepada rakyat dan menjana kekayaan negara. Bidang keusahawanan amat berpotensi untuk menyumbang kepada pembangunan sosio ekonomi dan produktiviti negara. Pengagihan pendapatan yang lebih saksama akan meningkatkan taraf dan kualiti kehidupan rakyat Malaysia, seterusnya membawa kebaikan sosial kepada masyarakat. Pertumbuhan ekonomi yang mampan boleh digalakkan melalui sebuah negara keusahawanan yang inovatif dan kreatif, serta melalui ekonomi baharu dan ekonomi digital (Majlis Penasihat Ekonomi Negara, 2010). Oleh itu, satu pendekatan yang lebih komprehensif perlu dirangka bagi membantu dan memantau aktiviti keusahawanan di kalangan usahawan wanita dari segi pengurusan kewangan, penggunaan media sosial serta kursus keusahawan untuk menjadikan mereka berdaya saing dalam pasaran perniagaan yang semakin global dan mencabar.

PENGHARGAAN

Penulis merakamkan setinggi-tinggi penghargaan kepada Universiti Sains Malaysia di atas pembiayaan penulisan artikel ini di bawah geran penyelidikan (RUI): *Examining the Origins and Implications of Enclave Urbanism in the Iskandar Region of Johor, Malaysia* (1001/PHUMANITI/8016024).

RUJUKAN

- Affifudin Omar. (1996). Usahawanita dalam konteks Rancangan Malaysia Ketujuh. Kertas kerja dibentangkan di Konvensyen Wanita: *Kerjaya Keusahawanan dan keluarga*, 34 Disember: Kuala Lumpur.
- Amirah Hamizah Abdul Hamid, Norazida Ibrahim & Fuziah Mustakim. (2011). Cabaran dan Masalah Perusahaan Kecil dan Sederhana (PKS) di Kalangan Wanita Melayu: Kajian kes di Malaysia. *academia*.
- Barjoiyai Bardai. (2000). *Keusahawanan dan Perniagaan*. Kuala Lumpur: Dewan Bahasa dan Pustaka.
- Bernama. (2019). Kerajaan Perkenal Hala Tuju baharu Ekonomi Negara- Dr Mahathir. Dicapai pada 25 Julai 2019, daripada: <http://www.bernama.com/bm/news.php?id=1724753>.
- Brusino, J. (2009). Women Entrepreneurs Choose a Different Path. *American Society for Training and Development*, 21-21. Viewed 18th March 2012: http://findarticles.com/p/articles/mi_m4467/is_200909/ai_n39232791.

- Buerah Tunggak, Hussin Salamon & Baharin Abu. (2011). Keperluan Latihan dan Pendidikan Berterusan ke arah Pembangunan Usahawan Muslim Berteraskan Nilai Islam Di Malaysia, *Jurnal teknologi*, 55, 121-144.
- Buerah binti Tunggak & Hussin bin Salamon. (2014). Perubahan Sikap Keusahawanan Usahawan Melayu di Malaysia. *Journal of Sciences and Humanities*, 98-116.
- Collerette, P., & Aubry, P. G. (1990). Socio-economic evolution of women business owners in Quebec (1987). *Journal of Business Ethics*, 9(4/5), 417-422.
- Fatimah Daud. (1975). *Penyertaan wanita dalam bidang perniagaan dan perusahaan di Kuala Lumpur. Latihan Ilmiah Sarjana*. Universiti Malaya.
- Grondin & Grondin (1994). "The Export Orientation of Canadian Female Entrepreneurs in New Brunswick." *Women in Management Review*, 9, 20-30.
- Henry & C. Hill, (2003). *Entrepreneurship education and training*. Aldershot: Ashgate publishing Ltd.
- Jabatan Perancangan Bandar dan Desa Semenanjung Malaysia, (2010). *Rancangan Fizikal Negara ke -2*.
- Jabatan Perangkaan Malaysia. (2018). *Jadual Hayat Ringkas, Malaysia, 2016-2018*. Dicapai daripada :https://www.dosm.gov.my/v1/index.php?r=column/cthemeByCat&cat=116&bul_id=aDV6TWxoU0NINVBYN1hXM1YOL2Jadz09&menu_id=L0pheU43NWJwRWVSZklWdzQ4TlhUUT09.
- Kalpna R, Ambepitiya. (2016). The Role of women Entrepreneurs in Establishing Sustainable Development in Developing Nations. *World Review of Business Research*, 6, 161-178.
- Kamus Dewan. Edisi Keempat. (2005). Kuala Lumpur: Dewan Bahasa dan Pustaka.
- Lee-Gosselin, H. & Grise, J. (1990). Are women-owners challenging our definitions of entrepreneurship? An in-depth survey. *Journal of Business Ethics*, 9, 4-5, pp. 423-433.
- Majlis Penasihat Ekonomi Negara. (2010). *Model Ekonomi Baru untuk Malaysia*. Kuala Lumpur: Percetakan Nasional Malaysia Berhad.
- Marzuki Mohamad. (19 May 2019). *Kemakmuran bersama: Model Ekonomi menerusi industri baru*. Free Malaysia Today. Dicapai daripada: <https://www.freemalaysiatoday.com/category/bahasa/2019/05/19/kemakmuran-bersama-model-ekonomi-menerusi-industri-baru/>.
- McKay, R. (2001). "Women Entrepreneurs: Moving Beyond Family and Flexibility." *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, 7, 148 – 165.
- Moha Asri. (1999). *Small and Medium Enterprises in Malaysia: Policy Issues and Challenges*. Aldershot: Ashgate.
- Mustafa Dakian. (2014). *Model Baharu Ekonomi: Adakah kita di landasan yang betul*. Kuala Terengganu: Penerbit Universiti Sultan Zainal Abidin.
- Nelson. G. (1989). Factors of friendship: Relevance of significant others to female business owners. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 13(4), 7-18.
- Niels Bosma & Donna Kelley. (2018). *Global Entrepreneurship Monitor: 2018/2019 Global Report*. United States, Babson College.
- Nor Azira Ayob, Siti Daud & Muhammad Takiyuddin Ismail. (2016). Faktor Pembentukan Modal Insan Dan Daya Saig Usahawan Wanita Malaysia: Kajian Empirikal Wanita Bumiputera di Melaka. *Malaysian Journal of Society and Space*, 1.

- Nor Aini Haji Idris & Chamsuri Siwar (2003). *Kemiskinan Bandar dan Sektor Tidak Formal di Malaysia*. Bangi: Penerbit Universiti Kebangsaan Malaysia.
- Perbadanan Perusahaan Kecil dan Sederhana Malaysia. (2018). Definisi PKS. Diakses daripada: <http://www.smecorp.gov.my>.
- Rohaizat Baharun. (2000). "Kejayaan Para Usahawan Daripada Perspektif Penyelidikan." Dewan Ekonomi. Januari.
- Rosmizan Resdi. (23 Oktober 2015). 70 % peserta Azam Tani tidak lagi miskin. *Utusan Online*. Dicapai daripada <https://www.utusan.com.my/berita/wilayah/kelantan/70-peserta-azam-tani-tidak-lagi-miskin-1.149479>
- Suaibah. A.B., Azlah. M.A., Hishamuddin.M.S., Rozeyta.O., Syaharizatul.N.M., & Rosilla.M.J. (2005). *Aktiviti Keusahawanan Di Kalangan Ibu Tunggal Di Negeri Johor*. Vot 71946: Universiti Teknologi Malaysia.
- Teal, E. J. & Carrol, A. B. (1999). "Moral Reasoning Skills: Are Entrepreneurs Different?" *Journal of Business Ethics*, 19, 229-240.
- Teddle, C., & Yu, F. (2007). Mixed methods sampling: A typology with examples. *Journal of Mixed Methods Research*, 1, 77-100.
- Thuaibah Abu Bakar, Azlah Md Ali, Rozeyta Omar, Hishamuddin Md Som & Syaharizatul Noorizwan. (2007). Penglibatan kaum wanita dalam aktiviti keusahawanan di negeri johor: kajian terhadap faktor-faktor kritikal kejayaan dan kegagalan pengendalian perniagaan, (*Disertasi*). Boleh didapati daripada: <http://eprints.utm.my/id/eprint/5803/1/75087.pdf>. (VOT 75087).
- Torek sulong. (27 April 2018). Ekonomi desa perlu ditingkatkan. *Utusan Online*. Dicapai daripada: <https://www.utusan.com.my/berita/wilayah/kelantan/video-ekonomi-desa-perlu-ditingkatkan-1.659449>.
- Ummi Munirah Syuhada Mohamad Zan, Aidatul Najwa Harun Arrosyid, Mohammed Rizki Moi, Wan Suraya Wan Hassin, & Wan Shahzlinna Shah Shahar. (2017). Faktor-faktor yang mempengaruhi kejayaan usahawan wanita Tekun: Satu kajian di Daerah Hulu Langat. *In Proceeding of the 4th International Conference on Management and Muamalah 2017* (Vol. 2017, pp. 398–407).
- WonderfulMalaysia. (2018). Dicapai pada 1 Ogos 2019, di: <http://www.wonderfulmalaysia.com/>.
- Zaidatul Akmaliah Lope Pihie & Habibah Elias. (1997). *Keusahawanan dan motivasi diri*. Serdang: Universiti Putra Malaysia Press.
- Zimmerer, W. T & Sacrborough, N.M. (1996). *Entrepreneurship and new venture farmation*. New Jersey: Prentic.
- Temubual Pegawai TEKUN Kelantan, 2019.
- Temubual Pegawai MARA Kelantan, 2019.
- Temubual Pegawai Penerangan Pelancongan Kelantan, 2019.

MAKLUMAT PENULIS

ANIS SOLEHIN BINTI HUSSAIN @ OTHMAN

Bahagian Geografi
Pusat Pengajian Ilmu Kemanusiaan
Universiti Sains Malaysia
anissolehin93@gmail.com

SHARIFAH ROHAYAH BINTI SHEIKH DAWOOD

Bahagian Geografi
Pusat Pengajian Ilmu Kemanusiaan
Universiti Sains Malaysia
sdawood@usm.my