

Artikel

Prestasi Perniagaan dalam kalangan Perniagaan Kecil di bawah Bimbingan Agensi
(*Business Performance Among Small Businesses Under Agency Guidance*)

Nur Shafiqah Mohd Sabri*, Suraiya Ishak, Ahmad Rafli Che Omar & Azima Abdul Manaf

Pusat Kajian Pembangunan, Sosial dan Persekitaran, Fakulti Sains Sosial dan Kemanusiaan,
Universiti Kebangsaan Malaysia (UKM), 43600 Bangi, Selangor, Malaysia

*Pengarang Koresponden: p112038@siswa.ukm.edu.my

Diserah: 07 Jun 2023

Diterima: 30 November 2023

Abstrak: Kerajaan telah memberi banyak inisiatif kepada peniaga kecil supaya dapat meningkatkan prestasi perniagaan. Walaubagaimanapun, prestasi perniagaan peniaga kecil masih kurang menggalakkan di Malaysia. Kita dapat lihat bahawa peniaga kecil selalu cenderung untuk mendapatkan kegagalan di sebab oleh kurang faktor dalaman iaitu prestasi kewangan dan prestasi bukan kewangan. Kajian ini dilaksanakan adalah untuk melihat prestasi perniagaan dalam kalangan perniagaan kecil di bawah bimbingan agensi. Terdapat 3 buah agensi yang terlibat dalam kajian ini iaitu agensi Institut Keusahawanan Negara (INSKEN), Perbadanan Perusahaan Kecil dan Sederhana (SME Corp.) dan Majlis Amanah Rakyat (MARA). Kajian ini menggunakan pendekatan kuantitatif iaitu dengan menggunakan soal selidik. Seramai 60 orang responden usahawan kecil yang terdiri daripada 20 responden agensi Insken, 20 responden daripada agensi Sme Corp. dan 20 responden lagi daripada agensi Mara telah menjawab soal selidik ini. Data yang diperolehi dalam kajian ini dianalisis menggunakan perisian *Statistical Packages for Social Science (SPSS)*. Analisis kajian adalah menggunakan analisis deskriptif iaitu purata min dan ANOVA Satu Hala. Kajian mendapati bahawa ketiga-tiga agensi mempunyai signifikan positif. Hasil kajian menunjukkan SME Corp dan INSKEN mempunyai hubungan signifikan yang tinggi dalam prestasi kewangan dan MARA dan SME Corp mempunyai hubungan signifikan paling tinggi dalam prestasi bukan kewangan. Justeru tu, dapat dilihat bahawa prestasi perniagaan kecil mempunyai prestasi yang lebih baik dengan adanya agensi pembimbing berbanding dengan peniaga kecil yang tidak mempunyai bimbingan agensi.

Kata kunci: prestasi perniagaan; prestasi kewangan; prestasi bukan kewangan; perniagaan kecil; bimbingan agensi

Abstract: The government has given many initiatives to small entrepreneur in order to improve their business performance. However, the business performance of small entrepreneur is still not encouraging in Malaysia. We can see that small entrepreneur always tend to get failure due to lack of internal factors which are financial performance and non-financial performance. This study was carried out to see the business performance of small businesses under the guidance of the agency. There are 3 agencies involved in this study, namely the *Institut Keusahawanan Negara (INSKEN)*, the Small and Medium Enterprises Corporation (SME Corp.) and *Majlis Amanah Rakyat (MARA)*. This study uses a quantitative approach that is by using a questionnaire. A total of 60 small entrepreneur respondents consisting of 20 respondents from the INSKEN agency, 20 respondents from the Sme Corp agency. and another 20 respondents from the Mara agency have answered this questionnaire. The data obtained in this study were analyzed using Statistical Packages for Social Science (SPSS) software. The analysis of the study is using descriptive analysis which is mean average and One Way ANOVA. The study found that all three agencies have positive significance. The results of the study show

that SME Corp and INSKEN have a high significant relationship in financial performance and MARA and SME Corp have the highest significant relationship in non-financial performance. Therefore, the performance of small businesses has a better performance with the presence of a guiding agency compared to small traders who do not have agency guidance.

Keywords: business performance; finance performance; non-financial performance; small business; agency guidance

Pengenalan

Perniagaan kecil memegang peranan utama dalam mengembangkan ekonomi global. Selain itu, mereka berfungsi sebagai penyedia pendapatan, yang mengurangi tingkat pengangguran dan mendukung inovasi. Perniagaan kecil memiliki dampak langsung pada perkembangan suatu negara. Para pengusaha kecil membutuhkan modal yang relatif kecil, namun mereka mempekerjakan lebih banyak tenaga kerja. Peniaga kecil memiliki potensi untuk menciptakan peluang kerja yang signifikan dengan investasi yang lebih terbatas dibandingkan dengan perusahaan besar. Definisi perniagaan kecil atau usaha kecil didefinisikan sebagai bisnis dengan pendapatan tahunan antara RM300,000 dan kurang dari RM15 juta, atau memiliki jumlah pekerja sepenuh waktu antara 5 dan kurang dari 75 orang dalam sektor pembuatan. Di sektor lain, bisnis dengan pendapatan tahunan sebesar RM300,000 hingga kurang dari RM3 juta, atau dengan jumlah pekerja sepenuh waktu antara 5 dan kurang dari 30 orang juga dianggap sebagai perusahaan kecil (Perusahaan Kecil dan Sederhana, 2020). Berdasarkan Laporan Tahunan PKS 2019/2020, perniagaan kecil menyumbang sebanyak 98.4% dari semua bisnis di Malaysia. Oleh karena itu, perniagaan kecil dianggap sebagai elemen yang sangat berperan dalam membangun struktur ekonomi lokal dan mempromosikan pertumbuhan ekonomi.

Walaupun perniagaan kecil memberi sumbangan besar kepada individu, komuniti, dan pembangunan negara, kajian telah menunjukkan bahawa banyak perniagaan kecil tidak bertahan lebih daripada 5 tahun (Nzumbi & Misungwi, 2019). Ini kerana peniaga kecil mempunyai akses terhad kepada kredit dan bahan mentah, permintaan yang lebih rendah dan pelanggan yang lebih sedikit, ruang kerja yang tidak mencukupi, kekurangan peralatan seperti mesin, alatan atau alat ganti, dan akses yang tidak mencukupi kepada perkhidmatan seperti elektrik dan barangan (Wan et al., 2018). Sementara itu, Nzumbi dan Misungwi (2019) menegaskan bahawa peniaga kecil menghadapi cabaran berkaitan kekurangan maklumat tentang perniagaan, cagaran yang tidak mencukupi untuk pinjaman, kemahiran pengurusan dan kemahiran teknikal, teknologi yang lemah, kekurangan profesionalisme, persaingan dan ketidakupayaan untuk menyediakan pembiayaan jangka panjang. Oleh sebab itu, prestasi peniaga kecil tidak menunjukkan prestasi yang baik.

Penubuhan agensi pembimbing membantu peniaga kecil menguruskan perniagaan mereka dengan meminimumkan risiko dan meningkatkan prestasi perniagaan mereka (Indiran et al., 2021). Agensi pembimbing memainkan peranan penting dalam menyediakan pelbagai sokongan dalam bentuk peralatan, perancangan perniagaan dan pembangunan produk, ruang pejabat, latihan atau bimbingan, rangkaian perniagaan. Daripada perspektif operasi, bimbingan agensi dilihat sebagai sokongan besar kepada usahawan kerana ia membantu mengenal pasti peluang perniagaan baharu dan menyokong tiga fungsi asas keusahawanan iaitu inovasi dan pembangunan teknologi, pengurusan risiko kewangan dan pengurusan pentadbiran perniagaan untuk memastikan prestasi perniagaan yang mampan (Lukes et al., 2019; Zapata et al., 2020; Bob dan Yoram, 2021). Tambahan pula, agensi pembimbing telah menjadi alat penting untuk menggalakkan keusahawanan dan penciptaan perniagaan baharu, kerana ia dianggap sebagai faktor utama dalam penciptaan pekerjaan, pertumbuhan ekonomi dan pengukuran prestasi perniagaan perusahaan.

Sehubungan itu, cabaran ini mungkin dapat dikurangkan melalui inisiatif pembangunan yang lebih cekap khususnya akses kepada modal kerja dan program latihan pembangunan keusahawanan (Wan et al., 2018). Justeru itu, terdapat Program Latihan Pembangunan yang dibuat oleh agensi pembangunan keusahawanan di mana kerajaan Malaysia telah menubuhkan beberapa agensi pembangunan untuk memudahkan peniaga kecil mengakses pengetahuan lebih banyak mengenai keusahawanan. Program Latihan Pembangunan Keusahawanan ialah latihan berasaskan kemahiran yang bertujuan untuk meningkatkan kecekapan usahawan mikro dalam pengurusan wang dan perniagaan, serta menambah baik strategi pemasaran

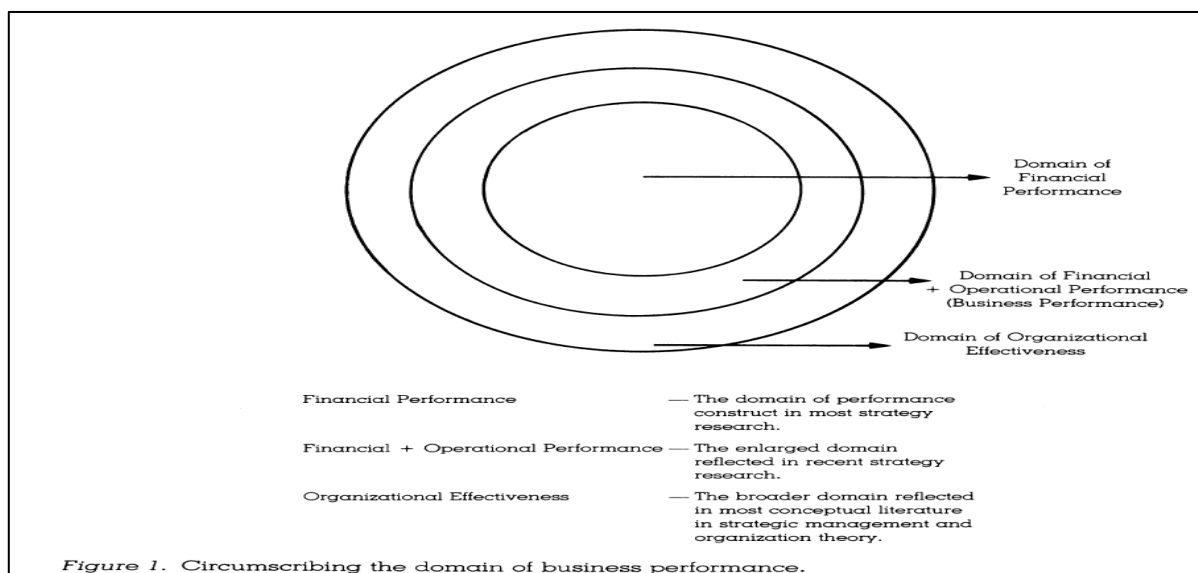
untuk meningkatkan hasil peniaga kecil dan membawa kepada prestasi serta kemampuan yang lebih baik. Berikutan itu, kajian ini ingin mengenalpasti agensi pembimbing mana yang memberi impak positif kepada peniaga kecil dalam meningkatkan prestasi mereka.

Sorotan Literatur

Bahagian ini memberi kupasan mengenai konsep secara komprehensif merangkumi definisi dan dimensi yang membentuk konsep tersebut berdasarkan kajian lepas.

1. Prestasi Perniagaan

Konsep prestasi sentiasa dikaitkan dengan keberkesanan organisasi. Venkatraman dan Ramanujam (1986) memberikan pandangan yang jelas tentang skop keberkesanan organisasi dan prestasi perniagaan dengan menggambarannya dari segi tiga bulatan sepusat yang bertindih. Bulatan pertama meliputi bidang prestasi organisasi di mana terdapat prestasi perniagaan dan prestasi kewangan, bulatan kedua merangkumi maksud sebenar prestasi perniagaan di mana terdapat prestasi kewangan dan operasi dan pusingan ketiga adalah bidang prestasi kewangan (Asih dan Apol, 2019). Rajah 1 adalah bulatan prestasi perniagaan.



Rajah 1. Bulatan Prestasi Perniagaan
Sumber: Venkatraman dan Ramanujam (1986)

Prestasi operasi yang disebut oleh Venkatraman dan Ramanujam (1986) lebih hampir kepada ukuran prestasi kewangan berkenaan dengan pengaruh sumber. Hal ini demikian kerana bidang aktiviti kekal luas dan multidimensi. Prestasi perniagaan juga merupakan subset dimensi yang merangkumi penunjuk satu dimensi atau multidimensi. Bidang ini termasuk penunjuk kewangan seperti keuntungan, nilai pasaran dan pertumbuhan kepada penunjuk bukan kewangan seperti kepuasan pekerja dan pelanggan, keberkesanan dan kecekapan audit alam sekitar dan prestasi sosial (Asih & Apol, 2019). Dapat disimpulkan bahawa bukan sahaja prestasi sesebuah syarikat boleh diukur berdasarkan petunjuk kewangan, malah prestasi bukan kewangan juga turut memainkan peranan dalam prestasi syarikat.

Prestasi perniagaan telah menjadi konsep utama yang digunakan oleh kedua-dua ahli akademik dan pengurus profesional dalam semua bidang penyelidikan perniagaan, terutamanya dalam penyelidikan pengurusan strategik (Selvam et al., 2016; Dias et al., 2019). Entiti perniagaan mesti bertindak balas terhadap keadaan pasaran yang sentiasa berubah dan dapat menyesuaikan diri secara profesional dengan perubahan ini. Pengukuhan perniagaan adalah isu utama di mana kemampuan bergantung pada pertumbuhan masa depan (Bela et al., 2017; Kot, 2017). Prestasi sesebuah syarikat boleh diukur dengan beberapa tindakan yang boleh dibahagikan kepada prestasi kewangan dan prestasi bukan kewangan (Nurul Nadiah dan Nurul Nazlia, 2020). Terdapat beberapa langkah iaitu keuntungan, produktiviti, pertumbuhan, kepuasan pihak berkepentingan,

bahagian pasaran, dan kedudukan kompetitif (Bagorogoza dan De waal, 2010; Nurul Nadiah dan Nurul Nazlia, 2020). Walau bagaimanapun, faktor kewangan bukanlah satu-satunya penunjuk untuk mengukur prestasi syarikat. Malah, ia mesti digabungkan dengan prestasi bukan kewangan untuk menyesuaikan diri dengan perubahan dalam persekitaran dalaman dan luaran (Rosli dan Sidek, 2013; Nurul Nadiah dan Nurul Nazlia, 2020).

Entiti perniagaan bukan sahaja perlu memberi tumpuan kepada aspek kewangan tetapi juga kepada pembangunan, seperti kesediaan untuk belajar, berinovasi dan menggunakan maklumat. Selain itu, mereka mesti terus meningkatkan hubungan dengan pelanggan dan pembekal (Dobrovic et al., 2018). Dalam kajian ini, pengkaji mengkaji peranan prestasi perniagaan sebagai prestasi kewangan dan bukan kewangan dalam kalangan peniaga kecil.

2. Prestasi Kewangan

Prestasi kewangan ialah ukuran subjektif tentang sejauh mana firma boleh menggunakan asetnya daripada aktiviti teras dan menjana aliran tunai masa hadapan untuk entiti. Prestasi mencerminkan keadaan atau kedudukan kewangan keseluruhan firma dalam tempoh masa tertentu dan boleh digunakan untuk membandingkan dengan perusahaan lain dalam industri yang sama untuk menilai prestasi (Ahmad & Jamil, 2020). Terdapat banyak ukuran prestasi kewangan, termasuk keuntungan, skala dan pertumbuhan. Di samping itu, akses kepada perkhidmatan kewangan, terutamanya akses kepada kredit pada kos yang berpatutan dan lebih rendah, akan meningkatkan pertumbuhan jualan perniagaan (Lee et al., 2020).

Tambahan pula, keuntungan firma yang stabil dan berkembang menunjukkan prestasi firma yang baik (Annastazia & Robert, 2014; Ahmad & Jamil, 2020). Sebaliknya, lebih mudah bagi perniagaan untuk mendapatkan maklumat kewangan jenis ini jika ia mengekalkan dan mengekalkan rekodnya dengan betul. Selain itu, aliran tunai yang baik adalah penting bagi setiap perniagaan untuk meningkatkan keuntungan, kemampuan, dan perancangan untuk masa depan (Ahmad, 2016; Ahmad & Jamil, 2020). Aliran tunai adalah penting dalam menjelaskan aliran masuk dan keluar tunai, ia merujuk kepada pergerakan tunai dalam kitaran daripada penerimaan kepada pembayaran.

3. Prestasi Bukan Kewangan

Prestasi bukan kewangan ialah ukuran maklumat kuantitatif tentang firma yang tidak dinyatakan dalam unit monetari. Firma juga mesti menilai sama ada prestasi mereka memuaskan. Contoh prestasi bukan kewangan ialah kepuasan pekerja atau pelanggan, pembangunan atau pertumbuhan pasaran, dan bilangan produk baharu yang dihasilkan. Malah, prestasi bukan kewangan boleh diukur dengan kesetiaan pelanggan dan kepuasan pekerja, yang menjana keuntungan bagi firma. Ini kerana terdapat ramai pelanggan dan pekerja yang setia dalam firma kerana mereka berpuas hati dengan produk atau perkhidmatan yang diberikan dan boleh membawa hasil yang baik kepada firma (Christopher & David, 2003; Ahmad & Jamil, 2020).

Kajian oleh Okta et al. (2019) berpendapat bahawa ukuran prestasi bukan kewangan ini berkaitan secara langsung dengan strategi perniagaan dan boleh berubah berdasarkan perubahan dalam persekitaran perniagaan. Ukuran prestasi bukan kewangan membolehkan firma membuat penambahbaikan berterusan dan boleh dicapai yang boleh mencipta "nilai" dari perspektif pengguna dan meningkatkan daya saingnya (Letje, 1998; Okta et al., 2019). Malah, prestasi bukan kewangan juga merupakan salah satu faktor utama yang menentukan strategi yang dipilih untuk merealisasikan matlamat firma. Ini boleh membantu meningkatkan pelaksanaan aktiviti perniagaan dan prestasi organisasi untuk mencapai kejayaan yang lebih besar. Prestasi bukan kewangan ini penting kerana ia juga mempertimbangkan cara untuk meningkatkan kualiti produk, mengurangkan masa kitaran pengeluaran, dan kepuasan pelanggan (Okta et al., 2019).

4. Prestasi Perniagaan dalam kalangan Peniaga Kecil

Peniaga kecil merupakan sumber pekerjaan utama di negara maju dan membangun terutamanya dalam membantu perindustrian Kawasan luar bandar dan mundur. Peniaga kecil juga memainkan penting dalam ekonomi sesebuah negara dan ia semakin dilihat sebagai enjin untuk penciptaan pekerjaan dan pertumbuhan ekonomi. Seperti yang dinyatakan sebelum ini, prestasi kewangan syarikat ditentukan oleh pelbagai faktor seperti keadaan ekonomi, perubahan dalam peraturan kerajaan yang memberi kelebihan kepada sesetengah

syarikat berbanding yang lain, perkembangan teknologi dan perubahan makroekonomi yang mempengaruhi kos pengeluaran dan penghantaran produk dan perkhidmatan. Prestasi bukan kewangan tidak mempunyai nilai intrinsik. Sebaliknya, prestasi bukan kewangan ini boleh digunakan sebagai penunjuk utama prestasi kewangan (Isabel & Elena, 2006).

Selain itu, kepuasan pelanggan dalam prestasi bukan kewangan akan lebih bermakna kerana lebih ramai pelanggan akan membeli dan akan membeli lagi pada masa hadapan. Pelanggan yang berpuas hati membeli lebih kerap, dalam kuantiti yang lebih besar, dan membeli produk dan perkhidmatan tambahan daripada peniaga. Tambahan pula, penyampaian produk dan perkhidmatan yang berterusan yang memuaskan hati pelanggan harus mengurangkan kos kegagalan dan meningkatkan prestasi kewangan. Semakin ramai pelanggan, semakin besar keuntungan syarikat. Begitu juga, kepuasan pekerja yang tinggi harus dicerminkan dalam keuntungan ekonomi syarikat kerana ia membawa kepada peningkatan kecekapan dan produktiviti (Harter et al., 2002; Koy, 2001; Isabel & Elena, 2006). Tambahan pula, bagi organisasi yang telah mencapai tahap reputasi yang tinggi, kos untuk mendapatkan pelanggan dan pekerja baharu sepatutnya lebih rendah. Reputasi yang tinggi juga boleh menyokong pengenalan produk dan perkhidmatan baharu dengan mengurangkan risiko percubaan untuk pembeli (Anderson et al. 1994; Prieto & Revilla, 2006). Reputasi juga bermanfaat untuk mewujudkan dan mengekalkan hubungan dengan pembekal utama dan pengedar (Anderson et al., 1994; Prieto & Revilla, 2006).

Menurut Deksisu (2018) peniaga kecil menghadapi kos transaksi yang lebih tinggi daripada perniagaan besar apabila mendapatkan kredit (Saito dan Villanueva, 1981). Amalan pengurusan dan perakaunan yang tidak betul boleh memberi kesan negatif kepada keupayaan perniagaan kecil untuk mendapatkan pembiayaan. Akibatnya, terdapat kekurangan maklumat yang mencukupi mengenai pemberian pinjaman kepada peminjam perniagaan kecil, mengehadkan aliran kredit kepada perusahaan kecil dan sederhana. Pengkaji juga berpendapat bahawa kekurangan akses kepada kewangan luar dan asas modal yang lemah, kekurangan pengalaman perniagaan, terutamanya kekurangan pengetahuan teknikal dan kemahiran pengurusan yang tidak mencukupi, kekurangan perancangan dan penyelidikan pasaran sebagai punca kegagalan perusahaan mikro dan kecil. Kekurangan (Murphy et al., 1991). Tambahan pula, sumber kewangan yang mencukupi diperlukan untuk membolehkan syarikat melabur secara berterusan dalam latihan dan pembangunan pekerja dan untuk memulakan proses inovasi untuk mengekalkan kelebihan daya saing (Dyer et al., 2014).

Terdapat beberapa kajian lepas yang membincangkan tentang aspek kewangan seperti (Erasto dan Misungwi, 2019; Sulaiman, N. A et al., 2019; Ahmad dan Jamil, 2020; Nyello, R. M & Kalufya, 2021) dan bukan kewangan seperti (Ahmad dan Jamil, 2020; Hashim et al. 2020) dalam prestasi perniagaan peniaga kecil. Hasil kajian Nuh, R. et al. (2019) menunjukkan bahawa aspek kewangan mempunyai pengaruh yang lebih besar berbanding aspek bukan kewangan terhadap peniaga kecil. Hasil kajian Ahmad dan Jamil (2020) pula menunjukkan bahawa sebahagian besar perusahaan mikro mempunyai prestasi kewangan dan bukan kewangan yang baik, akan tetapi aspek bukan kewangan mempunyai prestasi lebih baik berbanding aspek kewangan. Kita dapati bahawa aspek kewangan dan aspek bukan kewangan ini saling berkait antara sama lain. Hal ini demikian kerana langkah bukan kewangan dapat merapatkan jurang antara hasil kewangan dan aktiviti perniagaan dengan memberikan maklumat yang lebih mendalam mengenai prestasi (Maduekwe & Kamala, 2016; Shehnaz Tehseen et al., 2019).

5. Peranan Bimbingan Agensi

Istilah "bimbingan agensi" difahami secara berbeza bergantung pada sifat dan jenis bimbingan (Indiran et al., 2021). Menurut Inkubator Perniagaan UK (2012), gabungan proses pembangunan perniagaan yang intensif, infrastruktur dan orang ramai akan memupuk perniagaan kecil pada peringkat awal mereka. Tambahan pula, objektif utamanya adalah untuk membantu mewujudkan perniagaan baharu di sesebuah negara. Agensi pembimbing ini pada asasnya bertanggungjawab untuk menyediakan ruang fizikal asas, peralatan dan perkhidmatan pejabat serta menyediakan pelbagai perkhidmatan sokongan. Malah, agensi pembimbing juga memberikan sokongan dalam bentuk bimbingan dan hala tuju dalam membangunkan rancangan perniagaan dan pemasaran, membina pasukan pengurusan, mengagihkan sokongan kewangan dan pelbagai jangkauan perkhidmatan pengurusan profesional dan khusus (Hackett dan Dilts, 2004; Indiran et al., 2021). Agensi pembimbing memainkan peranan penting dalam pembangunan budaya dan kelompok perniagaan serta

pembangunan rangkaian sokongan perniagaan. Antara peranan agensi pembimbing (Muriithi et al., 2018) adalah seperti berikut:

Latihan

Ramai usahawan di seluruh dunia tidak mempunyai kecekapan dan kepakaran untuk menjalankan serta mengendalikan perniagaan. Hal ini disebabkan oleh kekurangan tahap pendidikan atau pengalaman yang mencukupi. Oleh itu, dengan adanya penyediaan latihan yang betul, usahawan dapat melancarkan dan mengendalikan perniagaan mereka dengan mengetahui perkara yang perlu dilakukan dalam perniagaan.

Sumber

Kebanyakan usahawan kecil tidak mempunyai sumber yang mencukupi untuk memulakan dan mengendalikan perniagaan mereka. Bagaimanapun, kehadiran agensi pembimbing menawarkan harapan dengan menyediakan alat perniagaan asas yang membolehkan usahawan meningkatkan perniagaan mereka. Peranan ini penting apabila melibatkan agensi pembimbing dalam menyediakan modal teroka dan sumber kemudahan, seperti usahawan perlu mengembangkan dan mengekalkan perniagaan mereka.

Sokongan Teknikal

Bagi usahawan yang memerlukan bantuan teknikal, agensi pembimbing menyediakan sokongan yang berharga. Agensi pembimbing juga mengekalkan hubungan baik dengan kementerian kerajaan, universiti, pertubuhan teknikal dan industri. Agensi bimbingan boleh menghubungkan perniagaan dengan sokongan yang diperlukan. Pelbagai pakar boleh bekerjasama dengan usahawan dari peringkat awal perniagaan mereka sehingga perniagaan mereka stabil dan mampan. Sebagai contoh, bagi usahawan kecil yang baru memulakan perniagaan, sokongan teknikal dan komersial akan disediakan untuk membantu usahawan membangunkan prototaip, mengujinya, mengubah suai dan akhirnya mengkomersialkannya.

Rangkaian

Memandangkan usahawan kecil kurang pendedahan tentang perniagaan, agensi pembimbing memainkan peranan yang sangat penting dalam menghubungkan usahawan dengan rangkaian yang betul. Rangkaian sedemikian bertindak sebagai sumber idea, pemasaran dan pembiayaan. Agensi juga menggalakkan usahawan untuk memulakan rangkaian dengan usahawan lain.

Pembinaan Kemahiran

Kebanyakan agensi pembimbing tidak hanya menyediakan latihan, sumber dan sokongan teknikal. Malah, agensi juga memperkasa usahawan melalui kemahiran praktikal yang khusus. Kemahiran ini termasuk pemasaran, simpan kira, pengurusan kewangan (pengurusan aliran tunai, baki percubaan, akaun untung dan rugi), pengurusan hutang, rundingan dan pembentangan.

Bimbingan

Tujuan keseluruhan bimbingan adalah untuk membimbing usahawan dari awal hingga ke tahap di mana perniagaan usahawan dianggap stabil dan mampan. Proses ini memerlukan masa dan banyak interaksi dengan usahawan untuk memastikan mereka berada di landasan yang betul. Bimbingan ini juga memberikan pengalaman praktikal dan meliputi bidang seperti pemasaran, sumber manusia, pembangunan strategi, membangunka system perkaunan, pengurusan kewangan, rangkaian dan pemeraksanaan peribadi serta kemahiran analisis.

Pembiayaan

Dorongan utama bagi kebanyakan usahawan untuk menyertai kursus agensi pembimbing adalah untuk mendapatkan pembiayaan bagi membiayai perniagaan. Agensi pembimbing selalunya mempunyai hubungan yang dengan institusi pembiayaan yang berbeza dan boleh dipercayai. Walau bagaimanapun, agensi pembimbing itu sendiri bukanlah pembiaya tetapi ianya bagi memudahkan pengurusan

dan pengagihan dana. Namun, pembiayaan tidak seharusnya dijadikan matlamat utama usahawan untuk menyertai program usahawan.

Agensi pembimbing dianggap sebagai satu cara untuk menyediakan perkhidmatan pembangunan perniagaan melalui inovasi. Agensi pembimbing memberikan bantuan operasi dan strategik untuk kemakmuran dan kemajuan keusahawanan. Malah, ia bukan sahaja menyokong usahawan tetapi juga membantu usahawan untuk maju pada tahap optimum dari segi sosial dan ekonomi (Mahmood et al., 2015; Shouvik & Mohammed, 2018).

Metodologi

1. Reka Bentuk Kajian

Kajian ini memberi tumpuan kepada peniaga kecil di negeri Selangor dan yang telah mengikuti program daripada tiga buah agensi pembangunan keusahawanan iaitu Majlis Amanah Rakyat (MARA), Institut Keusahawanan Negara (INSKEN) dan Perusahaan Kecil dan Sederhana (SME Corp). Seramai 60 orang responden usahawan kecil yang terdiri daripada 20 responden agensi INSKEN (Program Bumiputera Business Coaching (IBBC)), 20 responden daripada agensi SME Corp. (Program Peningkatan Enterpris Bumiputera (BEEP) dan Program Business Accelerator (BAP 3.0) dan 20 responden lagi daripada agensi MARA (Program Skim Pembiayaan perniagaan Prihatin Mikro (S3P) seperti yang ditunjukkan dalam jadual 1.

Jadual 1. Senarai agensi pembangunan keusahawanan

	Agensi	Program	Bilangan Peserta
1	INSKEN	Program Bumiputera Business Coaching (IBBC)	20
2	SME Corp	Program Peningkatan Enterpris Bumiputera (BEEP) dan Program Business Accelerator (BAP 3.0)	20
3	MARA	Program Skim Pembiayaan perniagaan Prihatin Mikro (S3P)	20
	Jumlah		60

2. Instrumen Kajian

Pendekatan kajian berbentuk kuantitatif secara tinjauan menggunakan borang soal selidik telah digunakan bagi mengumpul data kajian. Pemboleh ubah prestasi diukur melalui pengukur yang terdiri daripada dimensi kewangan dan bukan kewangan. Dua dimensi tersebut penting dalam pengukuran prestasi perniagaan di bawah agensi pembimbing bagi menjaga kepentingan peniaga kecil. Dimensi kewangan melibatkan pengukuran aspek berkaitan penjana pendapatan dan keuntungan, manakala bukan kewangan melibatkan pengukuran berkaitan perkhidmatan sosial dan kebajikan.

3. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam kajian ini adalah pertemuan secara bersemuka dan pengisian secara atas talian dengan menggunakan google dokumen. Setiap dimensi mengandungi 4 item pernyataan setiap satunya. Responden memberi penilaian ke atas setiap item menggunakan skala Likert lima mata yang berada di antara (1) sangat tidak bersetuju sehingga (5) sangat bersetuju. Setiap Analisis data kajian ini menggunakan perisian SPSS untuk mendapatkan hasil analisis deskriptif iaitu purata min dan ANOVA Satu Hala bagi menjawab persoalan kajian.

4. Teknik Analisis

Kajian ini telah menggunakan analisis statistic deskriptif, ANOVA Satu Hala dan ujian *Post Hoc* telah digunakan bagi menganalisis data yang berkenaan. Ujian ANOVA Satu hala digunakan bagi menilai perbezaan signifikan dalam item prestasi yang dikaji (Agensi MARA, INSKEN dan SME Corp). Ujian *Post Hoc* dilakukan secara terpilih ke atas item-item prestasi yang menunjukkan nilai signifikan dalam ujian ANOVA sahaja. Tujuannya untuk mengetahui agensi pembimbing manakah yang paling berbeza dalam item prestasi yang dikenalpasti sebagai signifikan.

Dapatan Kajian

Analisis terbahagi kepada dua sub iaitu bahagian analisis deskriptif dan analisis ANOVA yang menunjukkan perbezaan antara agensi pembimbing MARA, SME Corp dan INSKEN. Analisis deskriptif bertujuan menunjukkan item manakah yang tertinggi dalam prestasi perniagaan di kalangan agensi pembimbing. Analisis ujian min prestasi melibatkan ujian ANOVA Satu Hala secara khusus bertujuan menguji perbezaan dalam pencapaian prestasi perniagaan di kalangan peniaga di bawah agensi pembimbing.

1. Analisis Deskriptif

Analisis Deskriptif bagi Prestasi

Bahagian ini melaporkan analisis perbezaan min prestasi ke atas peniaga kecil di bawah bimbingan agensi MARA, Sme Corp dan INSKEN. Jadual 2 menunjukkan nilai min dan sisihan piawai bagi item-item yang membentuk prestasi kewangan dan bukan kewangan prestasi peniaga kecil bimbingan agensi. Berdasarkan jadual, pernyataan perniagaan saya mencatatkan hasil jualan yang memuaskan sepanjang tempoh ini menunjukkan nilai min yang paling tinggi iaitu 4.017 dengan nilai sisihan piawai 0.72. Item kedua tertinggi nilai min ialah pernyataan perniagaan saya berjaya menguasai pasaran dengan baik. Nilai min diberikan adalah 3.98 dengan sisihan piawai sebanyak 0.75. Pernyataan ketiga dalam pernyataan perniagaan ini menunjukkan prestasi keuntungan yang tinggi secara konsisten memberi nilai min terendah iaitu 3.77 dengan sisihan piawai 0.65. Ini menunjukkan bahawa kebanyakan peniaga kecil bimbingan agensi dapat memberikan hasil jualan yang memuaskan sepanjang tempoh dengan baik.

Jadual 2. Min prestasi kewangan dan bukan kewangan

Maklumat	Min	Sisihan Piawai
Prestasi Kewangan		
Perniagaan ini menunjukkan prestasi keuntungan yang tinggi secara konsisten.	3.7667	0.64746
Perniagaan ini memperoleh pulangan pelaburan yang tinggi secara konsisten.	3.9500	0.69927
Perniagaan saya mencatatkan hasil jualan yang memuaskan sepanjang tempoh ini.	4.0167	0.72467
Perniagaan saya berjaya menguasai pasaran dengan baik.	3.9833	0.74769
Prestasi Bukan Kewangan		
Pelanggan saya sangat berpuas hati dengan kualiti produk perniagaan saya.	4.2833	0.52373
Perniagaan saya telah menerima banyak pelanggan baharu.	4.1833	0.62414
Bilangan pekerja saya bertambah setiap tahun.	3.8000	0.97076
Perniagaan ini telah mempelbagaikan produk keluaran secara konsisten dari semasa ke semasa.	4.2167	0.71525

Seterusnya, jadual 2 turut menunjukkan item prestasi bukan kewangan. Pernyataan prestasi bukan kewangan yang mendapat min tertinggi ialah 4.28 dengan sisihan piawai 0.52 adalah pelanggan saya sangat berpuas hati dengan kualiti produk perniagaan saya. Hal ini selari dengan pernyataan perniagaan ini telah mempelbagaikan produk keluaran secara konsisten dari semasa ke semasa yang mendapat min kedua tertinggi iaitu 4.22 dengan sisihan piawai 0.76. Ini terbukti bahawa dengan adanya kualiti produk yang baik, peniaga dapat meningkatkan produk mereka dengan mempelbagaikan produk secara konsisten. Hal ini akan memberi peluang kepada peluang untuk meluaskan pasaran mereka dalam perniagaan. Pernyataan yang memberi min terendah adalah bilangan pekerja saya bertambah setiap tahun iaitu 3.8 dengan sisihan piawai 0.97. Bagi konteks peniaga kecil bimbingan agensi, mereka tidak menitikberatkan penambahan pekerja dalam perniagaan

mereka. Hal ini demikian kerana, penambahan pekerja tidak membantu mereka dalam peningkatan prestasi. Malahan, mereka memerlukan modal yang lebih untuk membayar gaji pekerja. Ini menunjukkan pencapaian peniaga dalam meningkatkan kualiti produk perniagaan mereka dapat memberi impak yang baik kepada pelanggan.

Analisis berikutnya adalah mengenai sejauh mana min bagi item prestasi kewangan bagi peniaga kecil bimbingan agensi secara signifikan dalam kalangan ketiga-tiga agensi pembimbing. Ujian ANOVA Satu Hala dilakukan ke atas empat item yang terkandung dalam dimensi prestasi kewangan bagi mengesan item yang berbeza secara signifikan. Berdasarkan jadual 3 didapati terdapat tiga item yang berbeza secara signifikan iaitu item 1, 2 dan 4.

Jadual 3. Perbandingan varian item prestasi kewangan antara jenis agensi

	Maklumat	Ujian F	Sig.
1.	Perniagaan ini menunjukkan prestasi keuntungan yang tinggi secara konsisten.	4.908	0.011*
2.	Perniagaan ini memperoleh pulangan pelaburan yang tinggi secara konsisten.	3.063	0.054*
3.	Perniagaan saya mencatatkan hasil jualan yang memuaskan sepanjang tempoh ini.	1.586	0.214
4.	Perniagaan saya berjaya menguasai pasaran dengan baik.	3.097	0.053*

Keputusan ujian ANOVA Satu Hala Jadual 3 menunjukkan item pertama mempunyai nilai $F=4.908$; $p=0.011$ ($p \leq 0.10$); item ke-2 mempunyai nilai $F=3.063$; $p=0.054$ ($p \leq 0.10$) dan item ke-4 mempunyai nilai $F=3.097$; $p=0.053$ ($p \leq 0.10$). Setelah itu, *Post Hoc* telah dilakukan bagi menilai secara khusus sumber perbezaan signifikan merentasi 3 model agensi pembimbing (INSKEN, MARA dan SME CORP). Hasil ujian *Post Hoc* telah ditunjukkan dalam Jadual 4.

Jadual 4. Tahap perbezaan varian prestasi kewangan antara jenis koperasi (*Post Hoc*)

Maklumat	(I) Agensi Pembimbing	(J) Agensi Pembimbing	Perbezaan Min (I-J)	Sig.
Perniagaan ini menunjukkan prestasi keuntungan yang tinggi secara konsisten.	Inskan	SME corp	-0.35000	0.173
	SME corp	MARA	-0.60000*	0.008
		Inskan	0.35000	0.173
	MARA	MARA	-0.25000	0.401
Perniagaan ini memperoleh pulangan pelaburan yang tinggi secara konsisten.	MARA	Inskan	0.60000*	0.008
		SME corp	0.25000	0.401
	SME corp	Inskan	-0.50000*	0.058
		MARA	-0.40000	0.156
Perniagaan saya mencatatkan hasil jualan yang memuaskan sepanjang tempoh ini.	MARA	Inskan	0.50000*	0.058
		MARA	0.10000	0.887
	Inskan	Inskan	0.40000	0.156
		SME corp	SME corp	-0.10000
Perniagaan saya berjaya menguasai pasaran dengan baik.	SME corp	SME corp	-0.40000*	0.191
		MARA	-0.25000	0.517
	MARA	Inskan	0.40000*	0.191
		MARA	0.15000	0.787

	MARA	Inskan	0.25000	0.517
		SME corp	-0.15000	0.787
Perniagaan saya berjaya menguasai pasaran dengan baik.	Inskan	SME corp	-0.55000*	0.050
		MARA	-0.15000	0.789
	SME corp	Inskan	0.55000*	0.050
		MARA	0.40000	0.195
	MARA	Inskan	0.15000	0.789
		SME corp	-0.40000	0.195

Berdasarkan Jadual 4, pernyataan perniagaan ini menunjukkan prestasi keuntungan yang tinggi secara konsisten menunjukkan perbezaan min yang signifikan di antara model MARA dan INSKEN (perbezaan min=0.60; p=0.008). Bagi item perniagaan ini memperoleh pulangan pelaburan yang tinggi secara konsisten menunjukkan perbezaan min yang signifikan di antara agensi SME Corp dan INSKEN (perbezaan min=0.50; p=0.058).

Item perniagaan saya mencatatkan hasil jualan yang memuaskan sepanjang tempoh ini menunjukkan perbezaan min yang signifikan di antara agensi SME Corp dan INSKEN (perbezaan min=0.40; p=0.191). Pernyataan perniagaan saya berjaya menguasai pasaran dengan baik menunjukkan perbezaan min signifikan di antara agensi SME Corp dan INSKEN (perbezaan min=0.55; 0.050). Dapatan ini menunjukkan bahawa agensi SME dan INSKEN tidak berbeza pencapaiannya. Sebaliknya, item perniagaan ini menunjukkan prestasi keuntungan yang tinggi secara konsisten menunjukkan pencapaian yang tertinggi antara keempat perbezaan min tersebut di bawah agensi MARA dan INSKEN. Hal ini dapat dilihat bahawa INSKEN menunjukkan prestasi yang baik daripada agensi yang lain.

Analisis berikutnya adalah mengenai sejauhmana pencapaian min item bukan kewangan agensi berbeza signifikan dalam kesemua model prestasi perniagaan. Ujian ANOVA Satu Hala dilakukan terlebih dahulu ke atas empat item yang terkandung dalam dimensi prestasi bukan kewangan bagi mengesan item yang signifikan. Seperti ditunjukkan dalam jadual 5, terdapat 3 item yang mempunyai signifikan iaitu item no.2 nilai F=4.333; p=0.018 (p≤0.10); item ke-3 mempunyai nilai F=6.950; p=0.002 (p≤0.10) dan item ke-4 mempunyai nilai F=4.649; p=0.013 (p≤0.10).

Jadual 5. Perbandingan Varian Item Prestasi Bukan Kewangan antara jenis agensi

	Maklumat	Ujian F	Sig.
1	Pelanggan saya sangat berpuas hati dengan kualiti produk perniagaan saya.	0.784	0.461
2	Peniagaan saya telah menerima banyak pelanggan baharu.	4.333	0.018*
3	Bilangan pekerja saya bertambah setiap tahun.	6.950	0.002*
4	Perniagaan ini telah mempelbagaikan produk keluaran secara konsisten dari semasa ke semasa.	4.649	0.013*

Setelah itu, ujian *Post Hoc* telah dilakukan bagi menilai secara khusus sumber perbezaan signifikan merentasi setiap model agensi. Hasil Ujian *Post Hoc* ditunjukkan pada jadual 6.

Jadual 6. Tahap Perbezaan Varian Prestasi Bukan Kewangan antara Jenis Koperasi (*Post Hoc*)

Maklumat	(I)Agensi Pembimbing	(J)Agensi Pembimbing	Perbezaan Min (I-J)	Sig.
Pelanggan saya sangat berpuas hati dengan kualiti produk perniagaan saya.	Inskan	SME corp	0.15000	0.641
		MARA	0.20000*	0.456
	SME corp	Inskan	-0.15000	0.641
		MARA	0.05000	0.951

	MARA	Inskan	-0.20000*	0.456
		SME corp	-0.05000	0.951
Peniagaan saya telah menerima banyak pelanggan baharu.	Inskan	SME corp	-0.55000*	0.013
		MARA	-0.30000	0.252
	SME corp	Inskan	0.55000*	0.013
		MARA	0.25000	0.381
	MARA	Inskan	0.30000	0.252
		SME corp	-0.25000	0.381
Bilangan pekerja saya bertambah setiap tahun.	Inskan	SME corp	-0.85000	0.010
		MARA	0.10000	0.932
	SME corp	Inskan	0.85000	0.010
		MARA	0.95000*	0.004
	MARA	Inskan	-0.10000	0.932
		SME corp	-0.95000*	0.004
Perniagaan ini telah mempelbagaikan produk keluaran secara konsisten dari semasa ke semasa.	Inskan	SME corp	-0.65000*	0.010
		MARA	-0.30000	0.345
	SME corp	Inskan	0.65000*	0.010
		MARA	0.35000	0.237
	MARA	Inskan	0.30000	0.345
		SME corp	-0.35000	0.237

Berdasarkan analisis *Post Hoc* pada Jadual 6, didapati wujud perbezaan min yang signifikan pada item pelanggan saya sangat berpuas hati dengan kualiti produk perniagaan saya di antara agensi INSKEN dan MARA (perbezaan min=0.20; p=0.456). Bagi item perniagaan saya telah menerima banyak pelanggan baharu menunjukkan perbezaan min yang signifikan di antara agensi SME Corp dan INSKEN (perbezaan min=0.55; p=0.013). Pernyataan bilangan pekerja saya bertambah setiap tahun menunjukkan perbezaan min yang signifikan di antara agensi SME Corp dan MARA (perbezaan min=0.95; p=0.004). Item perniagaan ini telah mempelbagaikan produk keluaran secara konsisten dari semasa ke semasa menunjukkan perbezaan min yang signifikan di antara agensi SME Corp dan INSKEN (perbezaan min=0.65; p=0.010). Dapatan menunjukkan bahawa MARA dan SME Corp mempunyai perbezaan min tertinggi.

Secara relatifnya, penemuan kajian ini menunjukkan wujud variasi dalam pencapaian item prestasi perniagaan dan keupayaan melaksanakan strategi perniagaan dalam meningkatkan prestasi perniagaan sesuai dengan persekitaran. Hal ini bakal menentukan kerelevanan prestasi peniaga kecil di masa hadapan.

Perbincangan

Kerajaan telah menyediakan pelbagai inisiatif dalam membantu mempertingkatkan keupayaan peniaga kecil. Kerajaan telah mewujudkan pelbagai program keusahawanan di bawah bimbingan agensi pembimbing yang diiktiraf untuk meningkatkan kemahiran peniaga. Hal ini turut dipersetujui oleh Zuriyanti dan Nurul (2018) di mana bimbingan dan latihan yang diberikan kepada usahawan haruslah dilakukan secara berterusan agar usahawan tidak mencipta kegagalan dalam perniagaan yang diusahakan.

Hasil kajian *Pos Hoc* menunjukkan bahawa peniaga kecil di bawah agensi SME Corp dan INSKEN mempunyai hubungan signifikan yang tinggi dalam pernyataan item perniagaan ini menunjukkan prestasi keuntungan yang tinggi secara konsisten dalam prestasi kewangan (perbezaan min=0.60; p=0.008). Hal ini demikian kerana keuntungan dan pertumbuhan perusahaan yang stabil menunjukkan perniagaan mempunyai prestasi yang baik (Ahmad & Jamil, 2020). Tundui (2012) menggunakan jumlah jualan untuk mengukur prestasi kewangan. Sekiranya jumlah jualan menunjukkan nilai yang lebih tinggi, maka keuntungan yang lebih tinggi akan diperoleh oleh perniagaan tersebut untuk mendapat meningkatkan prestasi perniagaan. Tambahan lagi, keuntungan dan pertumbuhan perniagaan yang stabil menunjukkan bahawa perniagaan tersebut mempunyai prestasi yang baik (Annastazia & Robert, 2014; Nurul, 2017). Kebanyakan peniaga kecil lebih mentipberatkan keuntungan untuk menjana pendapatan seharian mereka. Walaupun pernyataan lain menunjukkan hubungan yang positif dan signifikan, namun, peniaga kecil lebih memberi keutamaan dalam meningkatkan prestasi dengan mencari keuntungan dalam perniagaan mereka. Malahan, agensi pembimbing juga memberi latihan keusahawanan kepada peniaga kecil supaya peniaga dapat meluaskan pandangan tentang

perniagaan. Tempoh masa bimbingan yang mencukupi adalah perlu untuk membentuk usahawan yang berilmu (Tengku, 2018).

Manakala, hasil kajian *Pos Hoc* bagi prestasi bukan kewangan menunjukkan bahawa peniaga kecil di bawah agensi MARA dan SME Corp mempunyai hubungan signifikan paling tinggi. Dalam pernyataan bilangan pekerja bertambah setiap tahun (perbezaan $\min=0.95$; $p=0.004$). Menurut Koys (2003) pekerja merupakan peranan utama dalam membantu perniagaan mencapai prestasi perniagaan. Pekerja juga merupakan salah satu strategi yang dapat membantu peniaga kecil dalam melaksanakan operasi perniagaan supaya lebih lancar dan pantas. Menurut Wu (2007), pekerja berkemungkinan memainkan peranan penting terhadap kepuasan pelanggan. Penglibatan dan interaksi antara mereka dengan pelanggan dalam perkhidmatan sangat penting untuk memuaskan hati pelanggan (Christina & Dogan, 2009). Pertambahan pekerja akan meningkatkan jualan harian dan memberi persekitaran kerja yang baik dari segi fizikal dan mental. Oleh itu, pekerja banyak memberi sumbangan dalam menjayakan prestasi perniagaan. Kajian ini dapat dilihat bahawa agensi pembimbing adalah penting bagi peniaga kecil yang ingin meningkatkan prestasi perniagaan. Bimbingan agensi juga dapat menerima pelbagai sudut pemikiran dan cadangan daripada peniaga. Sehubungan itu, agensi dapat meneroka dan menyelesaikan masalah yang dibelenggu oleh peniaga kecil. Setiap agensi pembimbing mempunyai kelebihan masing-masing yang dapat membantu peniaga dalam meningkatkan prestasi perniagaan.

Kesimpulan

Terdapat tiga agensi pembimbing di Malaysia yang dikaji dalam kajian ini iaitu MARA, INSKEN dan SME Corp. Agensi ini merupakan ahli berkepentingan yang diberi tanggungjawab untuk membantu peniaga-peniaga dalam keusahawan. Walaupun peniaga telah lama menceburi dalam bidang usahawan, namun pengalaman mereka tidak memadai dalam meningkatkan pengetahuan usahawan. Ini terbukti apabila peniaga daripada program di bawah bimbingan agensi dapat meningkatkan prestasi mereka selepas mereka menyertai program keusahawanan. Malahan, keberkesanan agensi yang menyediakan program keusahawanan juga perlu dikemaskini dan dinilai.

Kajian ini merumuskan terdapat beberapa kelebihan daripada peniaga-peniaga kecil yang menyertai program di bawah bimbingan agensi mempunyai kebolehan berbanding dengan peniaga kecil yang tidak terlibat dalam mana-mana program keusahawanan. Hal ini demikian kerana dengan adanya kemahiran keusahawanan, peniaga kecil dapat ilmu pengetahuan dan proses yang perlu dibuat untuk mengembangkan perniagaan mereka dan juga prestasi mereka. Pertama, peniaga akan diberikan praktikal secara terus oleh agensi. Agensi akan memberikan pengalaman kepada peniaga cara untuk mengurus perniagaan dengan betul dan diajar satu per satu daripada agensi. Hal ini dapat dilihat daripada agensi yang terlibat khususnya INSKEN, yang mana agensi akan memberikan pengalaman selama 4 bulan kepada peniaga dalam menimba ilmu seperti kursus perniagaan, kewangan dan praktikal. Kedua, peniaga akan diberikan mentor atau pakar konsultan dalam bahagian perniagaan yang mana mentor ini mempunyai pengalaman yang lebih lama dan mengetahui lebih mendalam tentang perniagaan. Hal ini dapat dilihat daripada agensi MARA dan INSKEN di mana agensi memberikan bimbingan dan memantau pergerakan prestasi mereka selama beberapa bulan. Ketiga, agensi akan memberikan dana dalam bentuk mata wang (modal) atau peralatan atau menyediakan tempat perniagaan. Hal ini dapat dilihat daripada MARA dan SME Corp yang menyediakan modal kepada peniaga kecil supaya peniaga dapat memulakan perniagaan baru mereka.

Secara amnya, agensi pembimbing sentiasa berusaha untuk meningkatkan peranan mereka dalam menyokong dan meningkatkan nilai perkhidmatan mereka yang diberikan kepada peniaga. Kepentingan agensi pembimbing adalah memberi tumpuan kepada perkhidmatan pentadbiran dan teknikal yang mereka sediakan untuk program perniagaan. Program ini yang akan menyumbang dan meningkatkan peluang kerjaya dan prestasi perniagaan peniaga. Hal ini dapat disimpulkan bahawa agensi pembimbing memainkan peranan yang penting kepada prestasi perniagaan pada masa depan.

Penghargaan: Penghargaan diberikan kepada Skim Geran Penyelidikan Fundamental (FRGS) di bawah kod projek FRGS/1/2020/SS02/UKM/02/4 bagi projek berkaitan pemberdayaan prestasi usahawan.

Konflik kepentingan: Pengkaji tidak mempunyai konflik kepentingan antara semua pihak yang telah terlibat dalam kajian ini.

Persetujuan Termaklum: Kajian telah mendapat persetujuan daripada semua responden yang terlibat dalam kajian.

Rujukan

- Ahmad, N. N., & Jamil, N. N. (2020). Measuring the financial and nonfinancial performance of micro enterprise in Pahang, Malaysia. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 10(10). <https://doi.org/10.6007/ijarbss/v10-i10/8004>
- Ayatse, F. A., Kwahar, N., & Iyortsuun, A. S. (2017). Business incubation process and firm performance: An empirical review. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 7(1). <https://doi.org/10.1186/s40497-016-0059-6>
- Chi, C. G., & Gursoy, D. (2009). Employee satisfaction, customer satisfaction, and financial performance: An empirical examination. *International Journal of Hospitality Management*, 28(2), 245–253. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2008.08.003>
- Deksiso, G. G. (2018). Assessment of the factors affecting the performance of micro and small-scale enterprise: The case of Wolkite town, Guraghe zone, Southern Ethiopia. *Journal of Development and Agricultural Economics*, 10(6), 192–199. <https://doi.org/10.5897/jdae2017.0899>
- Hackett, S. M., & Dilts, D. M. (2004). A real options-driven theory of business incubation. *The Journal of Technology Transfer*, 29(1), 41–54. <https://doi.org/10.1023/b:jott.0000011180.19370.36>
- Indiran, L., Nallaluthan, K., Baskaran, S., & Dalayga, B. (2021). Business incubator: The Genesis, evolution, and innovation invigoration. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 11(7), 342–354. <https://doi.org/10.6007/ijarbss/v11-i7/9940>
- Koys, D. (2003). How the achievement of human-resources goals drives restaurant performance. *The Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 44(1), 17–24. [https://doi.org/10.1016/s0010-8804\(03\)90042-5](https://doi.org/10.1016/s0010-8804(03)90042-5)
- Messeghem, K., Bakkali, C., Sammut, S., & Swalhi, A. (2017). Measuring nonprofit incubator performance: Toward an adapted Balanced Scorecard approach. *Journal of Small Business Management*, 56(4), 658–680. <https://doi.org/10.1111/jsbm.12317>
- Muriithi Samuel, Ndegwa Catherine dan Juma Joy. (2018). Business incubators-the missing link to small business survivors. *The International Journal of Humanities & Social Studies*, 6(10), 1–9. <https://www.internationaljournalcorner.com/index.php/theijhss/article/view/140320>
- Nzumbi, N. E., & Misungwi, L. (2019). Challenges facing growth of small business: A case of Ngongongare village in Arusha, Tanzania. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 9(10), 67–82. <https://doi.org/10.6007/ijarbss/v9-i10/6457>
- Patten, M. L., & Newhart, M. (2017). Simple random and systematic sampling. *Understanding Research Methods*, 92–94. <https://doi.org/10.4324/9781315213033-30>
- Perusahaan Kecil dan Sederhana. (2020). Garis panduan bagi definisi PKS.
- Perusahaan Kecil dan Sederhana. (2020). Laporan tahunan PKS.
- Prieto, I. M., & Revilla, E. (2006). Learning capability and business performance: A non-financial and financial assessment. *The Learning Organization*, 13(2), 166–185. <https://doi.org/10.1108/09696470610645494>
- Sanyal, S., & (Sultanate of Oman), M. W. (2018). The role of business incubators in creating an entrepreneurial ecosystem: A study of the Sultanate of Oman. *Indian Journal of Commerce & Management Studies*, IX(3), 09. <https://doi.org/10.18843/ijcms/v9i3/02>
- Tengku Maaidah Tengku A Razak (2018). Keberkesanan program latihan pembangunan usahawan dalam konteks aplikasi amalam perniagaan peserta menurut perspektif Islam: Satu kajian kes di Bahagian Pembangunan Usahawan (BPU) Majlis Amanah Rakyat (MARA). <http://myto.upm.edu.my/find/Record/.b16643525>

- Tundui, C. S., & Tundui, H. (2012). Survival, growth strategies and performance of women owned micro and small businesses in Tanzania. *International Journal of Business and Management*, 7(8). <https://doi.org/10.5539/ijbm.v7n8p143>
- Mustapa, W., Al Mamun, A., & Ibrahim, M. (2018). Development initiatives, micro-enterprise performance and Sustainability. *International Journal of Financial Studies*, 6(3), 74. <https://doi.org/10.3390/ijfs6030074>
- Wu, C. H. J. (2007). The impact of customer-to-customer interaction and customer homogeneity on customer satisfaction in tourism service—the service encounter prospective. *Tourism Management*, 28(6), 1518–1528. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2007.02.002>
- Zuriyanti, Y. dan Nurul Ilyana, M. A. (2018). Faktor-faktor kejayaan usahawan ikon Majlis Agama Islam Melaka (MAIM). *Journal of Advanced Research in Social and Behaviour Sciences*, 11(1), 82-93. https://www.akademiabaru.com/doc/ARSBSV11_N1_P82_93.pdf