



Faktor penentu kejayaan usahawan kuih tradisional di Daerah Papar, Sabah

Johan Johnes, Nur Faraein Zainal Abidin, Jabil Mapjabil, Nur Izzah Nabilah Haron, Siti Hairah Taba,
Corina Claire Alexander

Program Geografi, Fakulti Kemanusiaan, Seni dan Warisan, Universiti Malaysia Sabah.

Correspondence: Jabil Mapjabil (email: jabil@ums.edu.my)

Abstrak

Keusahawanan tempatan adalah pemangkin terhadap pembangunan komuniti di sesebuah kawasan. Daerah Papar adalah sinonim dengan salah satu keusahawanan tempatan di Sabah iaitu penghasilan kuih tradisional. Populariti keusahawanan kuih tradisional yang berjaya sehingga ke peringkat pasaran antarabangsa mendorong pengkaji untuk meneliti faktor penentu kejayaan usahawan kuih tradisional di daerah berkenaan. Objektif utama kajian ini adalah untuk meneliti faktor dalaman dan faktor luaran yang mempengaruhi kejayaan mereka dalam keusahawanan kuih tradisional. Kajian ini menggunakan kaedah kualitatif iaitu teknik temu bual tidak langsung, temu bual mendalam, penglibatan ikut serta dan pemerhatian di lapangan. Sehubungan itu, seramai 11 orang informan terlibat dalam kajian ini. Berdasarkan hasil analisis SWOT, kajian ini berjaya menentukan faktor dalaman dan faktor luaran kejayaan usahawan kuih tradisional di daerah Papar. Untuk aspek kekuatan (S), faktor yang dikenal pasti adalah tahap pengetahuan, sikap berniaga, resipi, modal perniagaan dan kemahiran berkomunikasi. Untuk kelemahan (W) pula, faktor seperti asas keusahawanan yang lemah, kekangan modal perniagaan, sikap negatif dalam berniaga, kurang kemahiran berkomunikasi dan kelemahan pengurusan adalah faktor yang menghalang kejayaan usahawan. Analisis peluang (O) menunjukkan aspek bantuan modal perniagaan, penggunaan media sosial, kursus keusahawanan, permintaan pelanggan dan sasaran pasaran mempengaruhi faktor kejayaan usahawan kuih tradisional di Papar. Analisis ancaman (T) mendapati aspek persaingan produk, dominasi syarikat besar, kualiti produk, kos pengeluaran dan kekurangan sumber adalah halangan yang dikenal pasti. Hasil kajian ini adalah relevan khususnya kepada pihak pemegang taruh kerana boleh dijadikan sebagai panduan pelan strategik untuk membangunkan sektor keusahawanan Perusahaan Kecil dan Sederhana yang berdaya saing dan bertaraf global.

Kata kunci: faktor penentu kejayaan, keusahawanan tempatan, kuih tradisional, Papar, Perusahaan Kecil dan Sederhana, usahawan

Determinant Factors for the Success of Traditional Cookies Entrepreneurs in Papar District, Sabah

Abstract

Local entrepreneurship is the catalyst for community development in some region. The Papar District is synonymous with one of the local entrepreneurship in Sabah which is the production of traditional cookies. The popularity of traditional cookies have brought the businesses into the international market and it has encouraged researchers to look at the factors that determine the success of traditional cookies entrepreneurs in Papar, Sabah. The main objective of this study is to examine the internal factors and external factors that have influenced the success in traditional cookies entrepreneurship. This study uses qualitative methods of informal interviews, in-depth interviews, participating involvement and observations. In this regard, 11 informants were involved in this study. Based on SWOT analysis results, this study has successfully determined the internal factors and external factors that contributes to the success of traditional cookies entrepreneurs in the Papar district. For the strength (S) aspect, the factors involved are the level of knowledge, business attitude, recipes, and business financial capital and communication skills. For weaknesses (W), factors such as weak in basic entrepreneurship, business capital constraints, negative attitudes in business, lack of communication skills and weak in management are the factors that affect the success of local entrepreneurs. Opportunities (O) analysis shows the aspects of financial assistance, the use of social media, entrepreneurship programs, customer demand and target markets have influenced the success factors of traditional cookies entrepreneurs in Papar, Sabah. Analysis of the threats (T) found that the aspects in product competition, large company domination, product quality, and production cost and resource shortage were identified as the threats factors. The results of this study are relevant especially to the stakeholders as it can be used as a strategic plan guide to develop a competitive small medium entrepreneur nationally and globally.

Keywords: success determinant factors, local entrepreneurship, traditional cookies, Papar, Small and Medium Enterprise, entrepreneur

Pengenalan

Keusahawanan tempatan diperlukan bagi mencipta dan mengekalkan ekonomi yang berdaya saing kerana sektor ini mampu mencipta peluang pekerjaan baharu, menambah keupayaan eksport dan pertumbuhan ekonomi sesebuah negara. Ramai penyelidik terdahulu bersetuju bahawa nilai keusahawanan adalah penting dalam pertumbuhan dan pembangunan sesebuah masyarakat. Kerencaman sistem perniagaan dan ekonomi pada hari ini menyebabkan wujudnya variasi capaian dalam memasarkan mahupun mendapatkan sesuatu barangan. Realitinya, walaupun sesetengah usahawan hanya meletakkan sasaran pasaran mereka pada peringkat pasaran tempatan, persaingan yang diterima di pasaran tempatan tersebut boleh datang daripada mana-mana sahaja (Dawar & Frost, 1999). Hal ini disebabkan berlakunya pengaruh globalisasi dalam akses penawaran dan perolehan sesuatu barangan.

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: Perbadanan Perusahaan Kecil dan Sederhana Malaysia, 2018.

Sejajar dengan itu, PKS dalam bentuk pengeluaran produk makanan didapati semakin mendapat permintaan. Antara produk makanan yang menjadi produk komersial adalah kuih tradisional. Idealnya, permintaan terhadap kuih tradisional adalah tinggi berikutan perkembangan dunia pemasaran dan promosi produk yang boleh dijalankan secara maya di media sosial seperti *Facebook*, *Instagram* dan *Whatsapp*. Namun demikian, keusahawanan dalam pembuatan kuih tradisional di kawasan kajian masih kurang diketahui oleh masyarakat luar. Oleh itu, kajian ini dilakukan untuk meneneliti faktor penentu kejayaan usahawan produk kuih tradisional yang terdapat di daerah Papar, Sabah.

Kajian literatur

Keusahawanan, usahawan dan kuih tradisional

Keusahawanan adalah suatu unsur penting dalam PKS kerana elemen ini memberi ‘nyawa’ terhadap perniagaan. Menurut Perbadanan Perusahaan Kecil dan Sederhana Malaysia (2016), konsep keusahawanan ditakrifkan sebagai kemahiran mengenal pasti, menilai daya maju serta mengeksploitasi dan mengembangkan peluang untuk mewujudkan produk dan perkhidmatan baharu. Hal ini bertujuan untuk mewujudkan strategi perniagaan yang membawa keuntungan serta mampu berdaya tahan terhadap kesukaran dan kegagalan. Kuratko dan Hodgetts (2007) mendefinisikan keusahawanan sebagai suatu proses inovasi dan penciptaan melalui empat dimensi iaitu individu, organisasi, alam sekitar serta proses kerjasama rangkaian dalam kerajaan, pendidikan dan perlembagaan. Keusahawanan bermaksud menjalankan kombinasi baharu dalam organisasi firma seperti produk atau servis baharu, sumber baharu bahan mentah, kaedah pengeluaran yang baharu, pasaran baharu dan bentuk organisasi baharu (Schumpeter, 1934).

Sehingga hari ini, tiada definisi yang benar-benar tepat dan boleh diterima pakai berkaitan dengan konsep usahawan. Perkataan usahawan berkembang seiring dengan perkembangan teori keusahawanan. McClelland (1961) mentakrifkan usahawan sebagai seorang yang energetik dan

penanggung risiko yang sederhana. Drucker (1964) pula berpendapat usahawan adalah individu yang suka memaksimumkan peluang. Zaidatul Akmaliah (2007) mendefinisikan usahawan sebagai individu yang memula dan menguruskan perniagaan dengan mengambil kira risiko untuk mendapat keuntungan dan memajukan perniagaan dengan mengenal pasti peluang yang wujud.

Kuih tradisional pula didefinisikan sebagai kuih tempatan yang dihasilkan mengikut resepi asal yang diwarisi secara turun-temurun. Secara umumnya, kuih tradisional ialah kuih yang diusahakan oleh penduduk tempatan dengan diusahakan secara tradisional. Produk makanan tradisional adalah produk yang sering dimakan atau dikaitkan dengan perayaan atau musim tertentu, biasanya disampaikan dari generasi ke generasi dengan cara tertentu mengikut warisan makanan, sama ada proses atau manipulasi yang sedikit atau sebaliknya. Hal ini dibezakan dengan berdasarkan sifat dan rasa serta dikaitkan dengan kawasan setempat, wilayah atau negara (Guerrero et al., 2009). Makanan tradisi seperti kuih tradisional adalah ciri penting dalam budaya, sejarah, identiti, warisan dan ekonomi tempatan di sesebuah negara. Malahan, ia merupakan elemen penting untuk corak pemakanan setiap negara. Dengan kata lain, makanan ini lazimnya dilihat sebagai sesuatu yang dimakan secara tempatan atau secara serantau untuk masa yang lama dan kaedah penyediaan makanan sedemikian telah diamalkan dari generasi ke generasi (Trichopoulou et al., 2007).

Model pertumbuhan perniagaan kecil

Secara umumnya, sesebuah keusahawanan atau perniagaan melalui beberapa tahap kemajuan sepanjang operasinya. Menurut Lewis, Virginia L. and Churchill, Neil C., (1983), terdapat lima peringkat dalam pertumbuhan perniagaan kecil, iaitu;

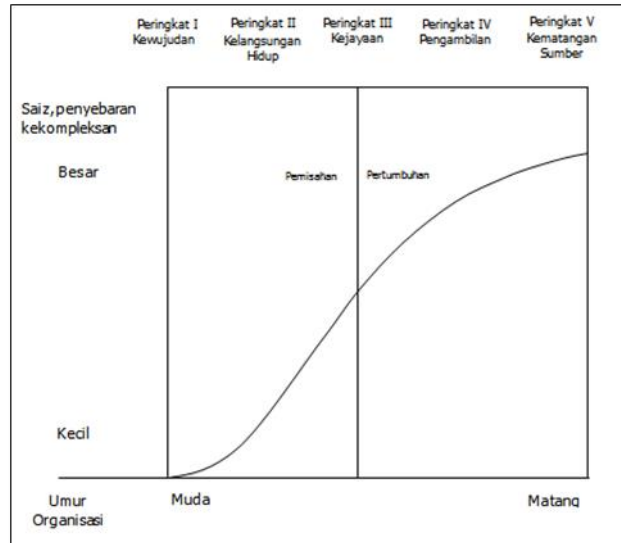
- i. Kewujudan
- ii. Kelangsungan hidup
- iii. Kejayaan
- iv. Pengambilan
- v. Kematangan sumber

Peringkat I: Kewujudan

Pada tahap ini, pemilik perniagaan terdedah dengan pelbagai cabaran kerana mereka sendiri terpaksa melakukan hampir kesemua kerja dalam perniagaannya. Perkara yang paling mencabar adalah mendapatkan pelanggan serta dalam usaha untuk menyampaikan maklumat berkenaan perkhidmatan atau produk yang dikomersialkan. Perniagaan baharu perlu mencari pelanggan untuk meneruskan perniagaan.

Peringkat II: Kelangsungan hidup

Pada peringkat ini, perniagaan yang dibina menjadi lebih cekap dengan memperoleh beberapa keuntungan. Usahawan ataupun peniaga akan berusaha sedaya upaya untuk mendapat keuntungan yang berterusan dan kekal. Selain itu, peniaga lebih cenderung untuk mencari pelanggan tetap dan melihat pulangan pelaburan. Perniagaan pada peringkat ini akan memastikan pulangan modal berkekalan dan berkembang dengan menubuhkan sistem serta melaksanakan proses yang berkaitan dengan perniagaan.



Sumber: Churchill & Lewis (1983).

Rajah 1. Model Pertumbuhan Perniagaan Kecil

Peringkat III: Kejayaan

Perniagaan kecil berjaya apabila sistem yang ditubuhkan dapat memastikan keuntungan yang konsisten. Pilihan yang dilakukan mendorong perkembangan dan kejayaan yang diraih dapat dikekalkan. Pada tahap ini, pemilik perniagaan tidak campur tangan dalam melakukan sebahagian besar kerja dalam perniagaan. Perkara ini adalah untuk mengurangkan peranan pemilik dalam melakukan tugas utama supaya dapat mengekalkan pertumbuhan perniagaan yang berterusan.

Peringkat IV: Pengambilan

Di peringkat ini, peningkatan modal diperlukan bagi perniagaan kecil kerana perlu menampung jumlah pelanggan yang makin bertambah. Oleh itu, pekerja, peralatan dan bahan mentah yang banyak diperlukan untuk menghasilkan produktiviti yang lebih tinggi. Ia melibatkan usaha membuka peluang perniagaan kecil untuk menjadi sebuah syarikat yang besar. Walaupun begitu, sekiranya urus tadbir perniagaan kecil itu lemah, ia akan menyebabkan perniagaan kecil gagal akibat daripada masalah pengurusan tersebut.

Peringkat V: Kematangan sumber

Pada peringkat ini, perniagaan kecil telah mencapai kematangan apabila sumber yang diperlukan mencukupi keperluan perniagaan. Kini, syarikat besar akan bergerak pada kadar yang perlahan. Meskipun begitu, syarikat yang matang tetap akan bertindak balas terhadap perubahan pasaran. Oleh itu, kepelbagaian produk diperlukan dan alternatif produk lain yang berkaitan harus disediakan bagi mengembangkan lagi pangkalan perniagaan yang sedia ada.

Keusahawanan tempatan dan perusahaan kecil dan sederhana

Terdapat beberapa kajian yang berkaitan dengan keusahawanan tempatan dan PKS. Kajian tentang aspek keusahawanan oleh Kerosi et al. (2011) mendapati kemahiran keusahawanan adalah terhad terutamanya dari segi pengiktirafan peluang perniagaan, menjadi inovatif dan berkomunikasi dengan berkesan dalam urus tadbir perniagaan. Manakala dalam kajian Siti Khalilah (2013) mendapati prosedur pensijilan halal Malaysia, identiti diri dan sikap didapati mempunyai hubungan yang signifikan dengan faktor pertumbuhan keusahawanan yang positif.

Kajian faktor penentu dalam bidang keusahawanan diteliti oleh Danabakyam et al. (2012) mendapati aspek pendidikan, pengalaman, insentif dan bantuan kerajaan adalah faktor motivasi utama usahawan wanita untuk berjaya. Menurut Mori et al. (2009), faktor penentu kejayaan usahawan adalah lebih terhadap kemudahan pembiayaan kewangan sama ada jangka pendek mahupun jangka panjang oleh pihak kerajaan.

Mohammed et al. (2014) menegaskan kejayaan usahawan di Nigeria adalah dipengaruhi oleh faktor kemahiran keusahawanan, penyimpanan rekod yang betul, akses terhadap pembiayaan, cukai konsesi, tempoh operasi yang lebih lama dan dasar yang konsisten. Berbeza dengan kajian yang dijalankan oleh Norashidah (2009) yang mendapati faktor yang membantu usahawan berjaya di Malaysia adalah memiliki latar belakang keluarga yang terlibat dalam perniagaan, memiliki kemahiran dan pengetahuan dalam perniagaan yang diperolehi sama ada secara formal atau melalui pengalaman bekerja sebelum menjadi seorang usahawan.

Kajian Wang (2013) menjelaskan implikasi kepentingan permintaan yang lebih besar untuk pembiayaan perniagaan mikro kerana sebahagian besar PKS di Taiwan dipengaruhi oleh tahap produktiviti dan pendapatan yang rendah. Manakala hasil kajian Norsela dan Nurul Ilyana (2016) pula mendapati kesan penyertaan latihan dan hasil pembelajaran yang diperolehi secara tidak langsung dapat meningkatkan ekonomi bagi PKS. Hal ini jelas terbukti dengan penyertaan sebanyak 53.3 peratus usahawan PKS dalam latihan yang dianjurkan oleh agensi kerajaan. Latihan yang diperolehi oleh usahawan ini dapat memberikan impak yang signifikan terhadap PKS dalam memperkembangkan lagi pasaran produk ke peringkat antarabangsa.

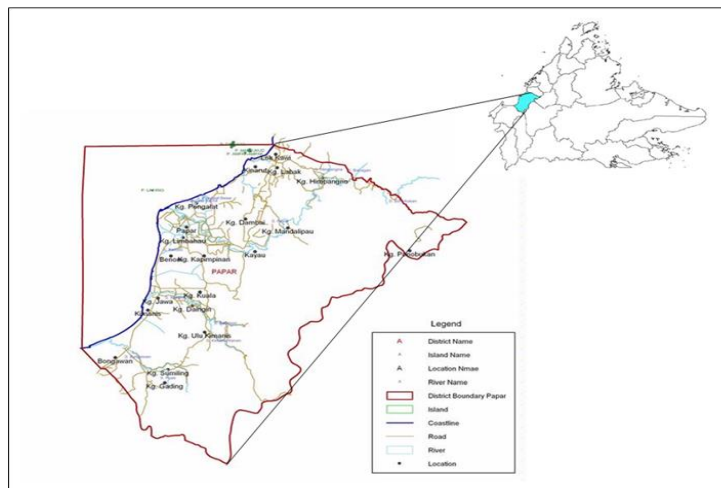
Metod dan kawasan kajian

Penyelidikan ini menggunakan reka bentuk kajian penerokaan. Burn dan Holden (1995) menegaskan penyelidikan penerokaan adalah kaedah penyelidikan yang berfungsi untuk mendapatkan pemahaman baharu, idea baharu dan meningkatkan pengetahuan terhadap fenomena yang dikaji. Kaedah penyelidikan yang digunakan dalam kajian ini adalah pendekatan kualitatif. Kaedah kualitatif adalah bertujuan untuk memahami sesuatu fenomena dan memberi peluang kepada responden untuk memberikan maklumat secara perspektif mereka sendiri tanpa terikat dengan sebarang bentuk jawapan (Keng Leng, 2000). Pendekatan kualitatif adalah berbentuk deskriptif, berupa kata-kata lisan atau tulisan tentang tingkah laku manusia yang diamati (Taylor dan Bogdan, 1984). Maklumat yang diperolehi daripada responden adalah daripada perspektif dan pengalaman mereka sendiri tanpa dipengaruhi oleh orang lain. Penggunaan kaedah kualitatif ini turut memudahkan pengkaji untuk mengumpul data kerana responden yang diperlukan tidak melebihi daripada 20 orang. Kaedah kualitatif yang digunakan dalam kajian ini adalah temu bual menggunakan panduan temu bual (8 informan), temu bual

mendalam (3 informan), pengalaman ikut serta dan pemerhatian di samping rujukan pelbagai sumber sekunder.

Kajian ini menggunakan analisis SWOT untuk meneliti faktor penentu kejayaan usahawan kuih tradisional di daerah Papar Sabah. Matlamat penciptaan analisis ini adalah untuk mengenal pasti sebab perancangan sesebuah syarikat perniagaan itu gagal (Hill, T. dan Westbrook, R. 1997). Menurut Rangkuti, F. (2000), analisis SWOT adalah suatu proses untuk mengenal pasti faktor dalaman dan faktor luaran yang mempengaruhi sesuatu tindakan atau pelaksanaan suatu strategi yang akan dilakukan oleh sesebuah organisasi dalam mencapai matlamat, visi dan misi organisasi. Analisis SWOT didapati berguna untuk memahami dan membuat keputusan untuk semua jenis situasi dalam perniagaan.

Dari segi kawasan kajian, Daerah Papar terletak dalam zon Pantai Barat Negeri Sabah dengan keluasan 124,320 hektar atau 480 batu persegi. Pekan Papar dihubungkan sejauh 38 kilometer dari bandaraya Kota Kinabalu, 50 kilometer dari pekan Beaufort dan 73 kilometer dari pekan Keningau. Pekan Papar turut dihubungkan dengan jalan kereta api iaitu dari stesen Kereta Api Tanjung Aru, Beaufort dan seterusnya ke pekan Tenom. Jumlah penduduk di daerah Papar adalah seramai 124,420 orang (Banci Penduduk dan Perumahan Malaysia, 2010). Majoriti etnik yang terdapat di daerah Papar adalah Melayu Brunei diikuti dengan suku kaum Kadazan Dusun serta etnik lain seperti Bajau, Murut dan Cina.



Sumber: Diubah suai daripada Jabatan Tanah dan Ukur Negeri Sabah, 2017;
Jabatan Pengairan dan Saliran Negeri Sabah, 2017.

Rajah 2. Peta Daerah Papar

Hasil kajian

Jenis kuih tradisional

Kuih tradisional yang dikomersialkan di daerah Papar terbahagi kepada dua jenis yang utama iaitu kuih kering dan kuih basah. Jadual 2 menunjukkan jenis kuih tradisional yang dijual oleh usahawan di daerah Papar.

Jadual 2. Senarai jenis kuih tradisional yang dijual oleh usahawan di Daerah Papar.

Kuih kering	Kuih basah
Kuih Cacap	Lepat Pisang
Kuih Cincin	Penjaram
Kuih Lidah	Kelupis
Kuih Sapit	Lepat Jagung
Bahulu	Wajik
Rempeyek	Apam
Popia Sambal	Kuih Lapis
Batang buruk	Ketayap
Kuih Jala	Seri Muka

Faktor penentu kejayaan usahawan kuih tradisional

Analisis SWOT dilakukan bagi meneliti faktor yang menjadi penentu kejayaan dalam keusahawanan kuih tradisional di daerah Papar, Sabah. Sehubungan dengan itu, beberapa faktor dalaman dan luaran dikenal pasti sebagai penentu kejayaan seseorang usahawan. Temu bual dilakukan bersama informan yang terdiri daripada kalangan usahawan kuih tradisional tempatan dan Pegawai FAMA di daerah Papar, Sabah.

Faktor dalaman

a. Kekuatan

Untuk aspek kekuatan, terdapat beberapa elemen yang penting dalam menentukan kejayaan seseorang usahawan kuih tradisional di daerah Papar. Sumber modal perniagaan adalah mustahak bukan sahaja pada peringkat awal perniagaan tetapi diperlukan untuk perniagaan itu terus kekal beroperasi. Antara sumber modal awal yang diperolehi oleh usahawan kuih tradisional di kawasan kajian adalah modal persendirian, perkongsian modal dengan beberapa orang rakan serta pinjaman TEKUN. Sikap berniaga turut memainkan peranan penting sebagai satu elemen kekuatan dalam menentukan kejayaan seseorang usahawan. Menurut informan yang ditemu bual, antara sikap berniaga yang diamalkan adalah sentiasa positif dalam perniagaan, rajin berusaha, bersungguh-sungguh, peramah, sabar, jujur dalam berniaga dan mempunyai kerjasama berkumpulan antara pekerja dalam proses pengeluaran kuih tradisional.

Selain itu, pengetahuan adalah penting sebagai suatu kekuatan dalam menentukan kejayaan seseorang usahawan. Antaranya pengalaman berniaga yang diperolehi daripada keluarga. Seterusnya, kemahiran berkomunikasi, penggunaan *business card* dan risalah dalam mempromosikan produk kuih tradisional mereka. Akhir sekali, aspek kekuatan yang mendorong kejayaan usahawan kuih tradisional di Papar adalah resepi pembuatan kuih tradisional yang diwarisi daripada keluarga sejak turun-temurun.

b. Kelemahan

Untuk aspek kelemahan, terdapat beberapa faktor yang menjadi halangan dalam mencapai kejayaan usahawan kuih tradisional di Papar. Asas keusahawanan yang lemah adalah masalah utama yang dihadapi oleh para usahawan di sini. Kebanyakan mereka berniaga untuk menyara kehidupan harian ahli keluarga dan kurang inisiatif untuk meningkatkan kemahiran dalam berniaga. Kedua, kelemahan yang dikesan adalah dari aspek kemahiran berkomunikasi

terutamanya berniaga secara konvensional sahaja dan menggunakan orang tengah dalam menjalankan urusan jual beli.

Selain itu, faktor kekurangan modal dihadapi oleh sesetengah usahawan kerana takut menghadapi risiko tidak mampu membayar semula pinjaman yang dipohon dari bank atau institusi pinjaman kewangan seperti Amanah Ikhtiar dan Usaha Maju. Ini menyebabkan terdapat peniaga kuih tradisional di kawasan kajian hanya mengusahakan perniagaan mereka secara kecil-kecilan. Ini sepertimana yang dinyatakan oleh salah seorang informan.

Informan 9:

“...Memang betul modal awal tu, saya tidak mengambil banyak risiko dari segi pinjaman dari mana-mana perbankan atau individu lain. Jadi itulah dana permulaan di mana 13 orang itu RM10 satu kepala. Kemudian titik tolak itulah kita buat, maksudnya kalau kurang, pengerusilah tambah”.

Seterusnya, masalah dalam pengurusan perniagaan. Hal ini dialami oleh pihak pengurusan perniagaan yang beroperasi secara perkongsian kerana terdapat sebahagian kecil daripada pekerja mereka kurang produktif dalam penghasilan kuih tradisional. Akhir sekali, kelemahan yang dikenal pasti adalah sikap usahawan dalam berniaga. Sebagai contoh, ada sesetengah usahawan yang marah apabila pelanggan hanya meninjau produk jualan tetapi tidak membelinya.

Faktor luaran

a. Peluang

Dari aspek peluang, elemen yang penting dalam menentukan kejayaan usahawan adalah sasaran pasaran yang luas. Produk kuih tradisional yang dihasilkan berjaya menembusi pasaran dalam mahupun luar negara dan tidak hanya tertumpu di sekitar pekan Papar sahaja. Sehubungan itu, seseorang usahawan yang berpandangan ke hadapan akan menetapkan pasaran mereka untuk melangkah lebih jauh lagi dalam perniagaan yang diceburi seperti yang dinyatakan oleh informan iaitu:

Informan 7:

“...Mungkin saya apa ni teruskan lagi, sebab anty punya produk ni dia sudah luar negara, pergi Singapura, Jakarta, Brunei”.

Menurut responden lain, pasaran sasaran bukanlah terhad dalam satu pasaran sahaja dan perkara itu memerlukan tempoh masa untuk berkembang:

Informan 9:

“...Setakat ini kita paling tertinggi sudah masuk di ASEAN seperti di Singapura, Jakarta, berpusat di Banda Aceh dan kemudian di Brunei..., sedikit masa lagi mungkin kita mengwar-warkan untuk mengikuti beberapa ekspo di negara ASEAN yang lain”.

Kedua, bantuan modal perniagaan. Antara bantuan yang diterima adalah geran daripada pihak kerajaan untuk membina premis kilang pembuatan kuih tradisional, mesin adunan, ketuhar

dan *sealer*. Selain itu, kemudahan ruang perniagaan di Pasar Am Papar dan di tapak Pasar Tani Papar turut disediakan. Sumber bantuan perniagaan yang lain adalah kotak pembungkusan daripada pihak FAMA.

Seterusnya, peluang kursus keusahawanan adalah antara faktor luaran yang menjadi penentu terhadap kejayaan usahawan kuih tradisional di Papar. Kursus keusahawanan yang diberikan adalah seperti latihan keusahawanan oleh Jabatan Pertanian dan TEKUN serta bantuan kursus pasaran atas talian oleh FAMA. Faktor permintaan terhadap kuih tradisional turut menjadi peluang untuk mereka terlibat dalam keusahawanan ini. Permintaan kuih tradisional meningkat semasa majlis kenduri, majlis keraian dan program rasmi serta musim perayaan. Akhir sekali, penggunaan media sosial. Penggunaan blog dan laman rasmi perniagaan di *Facebook* adalah peluang yang terbuka luas dalam mempromosikan produk kuih tradisional secara percuma di atas talian.

Ancaman

Hasil analisis SWOT mendapati wujud beberapa ancaman dalam memajukan keusahawanan kuih tradisional di daerah Papar, antaranya kos pengeluaran kuih tradisional itu sendiri. Peningkatan kos pengeluaran seperti minyak masak dan tepung mempengaruhi jumlah keuntungan dan peningkatan harga jualan kuih tradisional yang dihasilkan. Namun demikian, peningkatan kos pengeluaran menyebabkan kuantiti produk tidak dapat dihasilkan secara maksimum dan menjadi ancaman kepada usahawan kuih tradisional:

Informan 7:

“...Tahun ini, adik-adik pun pahami ekonomi mendadak turun, jadi kita punya apa ni, kos jualan menurun juga, sebab bahan mentah apa kan, bahan mentah dulu murah tahun 2015, ok lagi tapi dua tahun berturut ni K.O kita mau gantung leher kita, kos bayar GST lagi”.

Seterusnya, terdapat persaingan produk kerana jenis kuih yang dijual adalah sama antara peniaga. Ancaman turut dihadapi dengan kewujudan dominasi syarikat besar dalam menghasilkan produk kuih tradisional yang hampir sama dalam kuantiti yang banyak dengan produk kuih tradisional yang dihasilkan oleh usahawan kuih tradisional mikro yang terdapat kawasan kajian.

Di samping itu, kualiti produk kuih tradisional yang dijual didapati menjadi salah satu ancaman dalam menentukan kejayaan seseorang usahawan kuih tradisional di daerah ini. Sebagai contoh, bahan pembungkusan yang tidak menarik dan tanpa pensijilan halal. Akhir sekali, kekurangan sumber dalam menghasilkan produk kuih tradisional. Yang paling ketara adalah kurangnya bekalan bahan mentah seperti minyak masak yang merupakan bahan utama dalam menghasilkan kuih tradisional.

Perbincangan

Berdasarkan hasil kajian, faktor penentu kejayaan usahawan kuih tradisional di daerah Papar adalah dipengaruhi oleh faktor dalaman dan faktor luaran. Hal ini turut berkait rapat dengan perbezaan antara pengusaha peringkat rendah dan peringkat tinggi di daerah ini. Selaras dengan

Model Pertumbuhan Perniagaan Kecil yang dikemukakan oleh Churchill & Lewis (1983), perbezaan dinilai berdasarkan beberapa kriteria yang dapat membezakan ciri-ciri asas sesebuah perniagaan. Sebagai contoh, dalam aspek pembungkusan kuih tradisional, pengusaha tahap rendah di kawasan kajian didapati membungkus produk mereka dengan menggunakan plastik biasa dalam pelbagai saiz dan hanya meletak maklumat produk dalam kertas kecil yang diletakkan dalam bungkusan produk berkenaan. Manakala pengusaha tahap tinggi pula menggunakan strategi pembungkusan produk kuih tradisional yang lebih menarik iaitu dibungkus di dalam kotak dengan maklumat produk yang lengkap.



Foto 1. Pembungkusan kuih tradisional bagi usahawan tahap rendah



Foto 2. Pembungkusan kuih tradisional bagi usahawan tahap tinggi

Menurut Vidales Giovannetti (1995), pembungkusan dapat dijelaskan sebagai satu bekas yang mempunyai hubungan langsung dengan produk itu sendiri, ia memegang, melindungi, menyimpan dan mengenal pasti produk selain untuk memudahkan proses pengurusan dan mengkomersialkan produk. Dari aspek modal perniagaan, pengusaha tahap rendah di daerah Papar menggunakan modal yang kecil untuk memenuhi pengeluaran yang sedikit manakala pengusaha tahap tinggi menggunakan modal yang besar untuk memenuhi pengeluaran produk dalam skala yang besar. Dari segi harga pula, produk yang dijual oleh pengusaha kuih tradisional tahap rendah di daerah ini lebih murah berbanding dengan produk yang dijual oleh pengusaha tahap tinggi. Hal ini kerana kos pengeluaran pengusaha tahap tinggi lebih besar untuk memenuhi kos pembungkusan dan sewa premis perniagaan.

Selaras dengan teori yang digunakan, pada peringkat I, pemilik perniagaan secara perseorangan didapati melakukan banyak kerja untuk memenuhi permintaan kuih tradisional yang tinggi. Sebaliknya, usahawan peringkat IV mempunyai kekuatan kerja berkumpulan yang mantap dalam pengeluaran produk sehingga ke pasaran antarabangsa. Menurut Zaimah dan Sazuan (2017), keupayaan proaktif dicerminkan melalui cara usahawan itu membuat keputusan dalam perniagaan berdasarkan pengetahuan dalam perniagaan, keperluan pengguna, bahan mentah dan mengambil risiko dalam perniagaan. Oleh hal yang demikian, faktor dalaman bagi kerja berkumpulan dalam keusahawanan kuih tradisional di Papar adalah membantu dalam pengurusan perniagaan yang berjaya. Hal ini disokong oleh Alauddin (2003) yang menegaskan kerja berpasukan adalah gabungan kebolehan, kemahiran dan pengalaman yang dilakukan secara bersepadu untuk menghasilkan output kerja yang lebih tinggi dari segi kuantiti dan kualiti berbanding usaha yang dilakukan secara perseorangan. Oleh itu, menerusi kerja berpasukan, organisasi dapat meningkatkan hasil yang maksimum berbanding dengan pertambahan kos yang berlaku.

Selain itu, hasil kajian menunjukkan kelemahan dalam faktor dalaman adalah kurang kemahiran terutamanya aspek komunikasi dalam kalangan usahawan kuih tradisional di Papar. Menurut Rosmiza et al. (2015), kepentingan penyertaan institusi kerajaan mahupun swasta dilihat sangat relevan memandangkan kebanyakan usahawan kekurangan modal dan kemahiran untuk menguasai pasaran. Setiap usahawan haruslah mempunyai kemahiran komunikasi yang baik dalam menjalankan perniagaan. Komunikasi yang baik dapat membantu dalam meneraju suatu perniagaan untuk terus berkembang. Pada peringkat I, usahawan kuih tradisional di daerah ini tidak banyak menggunakan media sosial seperti *Facebook*, laman web dan lain-lain dalam memasarkan produk mereka. Kurangnya penggunaan media sosial seperti ini menyebabkan produk bagi suatu perniagaan itu tidak dapat menembusi pasaran yang lebih luas. Usahawan peringkat IV pula menggunakan media sosial sebagai medium utama dalam mempromosi dan memperkenalkan produk mereka di pasaran. Menurut Cesaroni dan Consoli (2015), penggunaan platform berasaskan ICT dapat mengubah cara perniagaan PKS. Peningkatan penggunaan media sosial dapat membantu strategi PKS dalam mengurangkan harga operasi, mengurangkan harga produk dan perkhidmatan, meningkatkan kesedaran dan sokongan masyarakat serta mengoptimumkan konsep inovasi seperti perkongsian, kolaborasi dan penciptaan bersama.

Seterusnya, faktor luaran turut mempengaruhi kejayaan usahawan kuih tradisional yang terdapat di daerah Papar. Melalui analisis SWOT yang dilakukan, peluang yang paling ketara dalam mempengaruhi kejayaan usahawan kuih tradisional di daerah ini adalah melalui penyertaan mereka dalam ekspo keusahawanan yang dianjurkan di peringkat kebangsaan mahupun antarabangsa. Para usahawan dapat menambah pengetahuan mereka berkenaan dengan prospek pasaran produk yang dikeluarkan serta mendapatkan pasaran baharu bagi produk mereka. Hal ini bertepatan dengan model pertumbuhan perniagaan kecil yang menegaskan usahawan tempatan yang berada pada peringkat lebih tinggi memiliki peluang memasarkan produk mereka ke pasaran antarabangsa yang lebih kompetitif. Ringkasnya, program ekspo keusahawanan dapat merangsang pembangunan PKS yang lebih berdaya tahan dan lestari.

Akhir sekali, faktor luaran turut mempengaruhi kejayaan seseorang usahawan tersebut. Melalui analisis SWOT, ancaman penjualan produk kuih tradisional yang dibungkus semula menjadi kerisauan kepada usahawan yang telah menjenamakan produk mereka di pasaran. Hal ini kurang berlaku terhadap usahawan peringkat I kerana kualiti produk yang dijual adalah sederhana. Manakala bagi usahawan peringkat IV, mereka mengalami ancaman yang tinggi kerana produk mereka boleh sahaja dibungkus semula dan dijual kembali oleh pihak yang tidak

bertanggungjawab untuk mengaut keuntungan yang lebih. Menurut Vithlani (1997), cabaran usahawan adalah terhadap kewujudan beberapa syarikat yang mengusahakan produk tiruan kerana ia melibatkan kos sosial, antaranya kesan ketidakadilan terhadap pengguna yang tidak mendapat kualiti yang setimpal dengan produk yang asli.

Implikasi dasar

Daripada perbincangan hasil kajian, terdapat beberapa strategi yang boleh dilaksanakan untuk meningkatkan daya saing usahawan kuih tradisional di Papar. Antara strategi tersebut adalah dari aspek meningkatkan promosi, menubuhkan koperasi, memperkasakan kemahiran keusahawanan dan mengaplikasikan teknologi semasa dalam pengurusan keusahawanan.

Mempromosikan produk kuih tradisional secara sistematik, berterusan dan bersepadu

Hasil kajian menunjukkan kelestarian produk kuih tradisional masih terlalu bergantung dengan kaedah promosi secara manual tanpa menggunakan cara promosi yang sistematik. Keperluan terhadap promosi produk secara sistematik, berterusan dan bersepadu adalah penting bagi memberi pendapatan yang berterusan kepada para usahawan kuih tradisional. Hal ini kerana terdapat sebilangan besar pengeluaran produk hanya dikeluarkan mengikut musim tertentu sahaja dan menyebabkan pendapatan yang tidak konsisten diraih oleh para usahawan kuih tradisional di daerah Papar.

Menubuhkan koperasi untuk menjana modal, menjaga kebajikan dan menyelaras logistik produk kuih tradisional

Hasil kajian menunjukkan tahap penerimaan terhadap rancangan pelaksanaan pembangunan usahawan kuih tradisional di kawasan kajian mendapat maklum balas positif daripada responden. Namun begitu, terdapat kekangan yang dihadapi oleh penduduk tempatan untuk melaksanakan pembangunan usahawan kuih tradisional di daerah Papar. Antaranya adalah isu kekurangan modal, mesin dan bengkel. Oleh itu, langkah yang boleh digunakan untuk menyelesaikan isu tersebut adalah dengan cara menubuhkan koperasi pembangunan usahawan kuih tradisional yang diurus dan dimiliki oleh penduduk tempatan. Kebaikan penubuhan koperasi ini adalah untuk menjana dana secara sistematik bagi meningkatkan kemahiran modal insan dan menjaga kebajikan peserta. Ia turut berperanan dalam menganjurkan pelbagai kursus untuk meningkatkan pengetahuan dan kemahiran komuniti dalam bidang keusahawanan kuih tradisional. Selain itu, koperasi boleh membantu dalam menyelia dan menyelaras logistik produk kuih tradisional di peringkat yang lebih tinggi seperti diekspor ke negara jiran.

Menyedia dan meningkatkan kemahiran keusahawanan dan pengurusan perniagaan kuih tradisional

Untuk memastikan keusahawanan kuih tradisional di daerah Papar boleh dijadikan sebagai tarikan dan menjadi sumber ekonomi utama bagi penduduk, beberapa keperluan asas mesti dipenuhi terutamanya modal, pengetahuan dan kemahiran yang berkaitan dengan keusahawanan. Sehubungan itu, dalam memastikan penduduk daerah ini lebih berdaya saing dalam pasaran kuih

tradisional, langkah menyedia dan meningkatkan pengetahuan dan kemahiran dalam keusahawanan dan pengurusan perniagaan secara fasa demi fasa perlu dilaksanakan. Tambahan lagi, latar belakang pendidikan usahawan kuih tradisional di sini yang umumnya adalah rendah, maka langkah dan strategi meningkatkan kualiti modal insan ini perlu lebih praktikal.

Mengaplikasi kecanggihan media dan teknologi untuk mempromosi dan menyelaraskan produk kuih tradisional sebagai tarikan di daerah Papar

Pada umumnya, apa sahaja jenis keusahawanan akan menggunakan semua medium secara optimum untuk mempromosikan sesuatu produk di peringkat awal. Kemajuan teknologi masa ini perlu dimanfaatkan dalam mempromosikan satu-satu produk yang ingin dikomersialkan. Dengan kata lain, penduduk tempatan seharusnya bijak menggunakan kecanggihan media sosial dalam mempromosikan kuih tradisional sebagai produk makanan dari daerah Papar. Sehubungan itu, penggunaan video blog (Vlog) semakin popular untuk memperkenalkan sesebuah produk makanan ataupun sesuatu jenis kuih tradisional itu. Oleh itu, inisiatif perlu dilaksanakan dengan bantuan pihak pemegang taruh sedia ada di daerah ini termasuk penglibatan universiti tempatan dan pakar teknologi maklumat untuk membantu komuniti dalam mengintegrasikan produk keusahawanan mereka secara lebih canggih dan komersial.

Kesimpulan

Kesimpulannya, faktor penentu kejayaan usahawan kuih tradisional di daerah Papar dipengaruhi oleh faktor dalaman dan faktor luaran. Analisis SWOT adalah mekanisme terbaik dalam menentukan faktor utama kejayaan sesebuah keusahawanan. Usaha untuk memajukan lagi perniagaan kuih tradisional di Papar perlu dipergiat lagi dengan memberikan penekanan terhadap teknik mempromosikan produk kuih tradisional di daerah ini secara lebih sistematik, berterusan dan bersepadu. Strategi membangunkan komuniti yang mengusahakan kuih tradisional di daerah ini secara kolektif agar usahasama seperti penubuhan koperasi kuih tradisional, perkongsian kemahiran dalam menghasilkan produk kuih tradisional serta pengaplikasian media dan teknologi dalam pengurusan keusahawanan di Papar dapat dilaksanakan. Hasil kajian ini adalah relevan khususnya kepada pihak pemegang taruh kerana boleh dijadikan sebagai panduan pelan strategik untuk membangunkan sektor keusahawanan PKS yang berdaya saing dan bertaraf global.

Rujukan

- Alauddin Sidal. (2003). Kerja berpasukan: Strategi ke arah keberkesannya. *Jurnal Pengurusan Awam*, 2 (1).
- Burn, P. & Holden, A. (1995). *Tourism: A new perspective*. New Jersey, Prentice Hall.
- Cesaroni F. M., & Consoli D. (2015). Are small businesses really able to take advantage of social media. *Electronic Journal of Knowledge Management*, 13, 257-268.

- Danabakyam, M., & Swapna, K. (2012). Women entrepreneurship in micro, small and medium enterprises (MSME) in Chennai City. *International Journal of Management and Social Sciences Research*, 8, 2319-4421.
- Dawar N., & Frost T. (1999). Competing with giants: Survival strategies for local companies in emerging markets. *Havard Business Review*, 77 (2), 119-129.
- Guerrero L., Claret, A., Verbeke, W., Enderli, G., Zakowska-Biemans, S., Vanhonacker, F., Issanchou, S., Sajdakowska, M., Granli, B.S., Scalvedi, L., Contel, M., & Hersleth, M. (2010). Perception of traditional food products in six European regions using free world association. *Food Quality and Preference*, 21, 225-233.
- Hema Vithlani. (1997). *ICC Intelligence Bureau, for the industry division of the OECD Directorate for Science, Technology and Industry*. Report.
- Hill, T., & Westbrook, R. (1997) SWOT analysis: It's time for a product recal. *Long Range Planning*, 30, 46-52.
- Jabatan Tanah dan Ukur Negeri Sabah, 2017.
- Jabatan Pengairan dan Saliran Negeri Sabah, 2017.
- Kerosi J.B., & Kayisime, N. (2013). Entrepreneurship skills development and growth of small and medium enterprises in Rwanda (Case Study: "Caplaki") 2007-2011. *International Journal of Information Technology and Business Management*, 17 (1).
- Lewis, V.L., & Churchill, N.C. (1983). The five stages of small business growth. *Harvard Business Review*, 61 (3), 30-50.
- Mori Kogid, Kok Sook Ching, & Mansor Jusoh. (2009). Asian financial crisis: An analysis of the contagion and volatility effects in the case of Malaysia. *International Journal of Business and Management*, 4 (9), 128.
- Norashidah Hashim. (2009). Kesediaan keusahawanan pelajar dan persekitaran dalaman institusi pengajian tinggi awam Malaysia dalam melaksanakan pendidikan keusahawanan. (PhD dissertation). Bangi, Fakulti Pendidikan, Universiti Kebangsaan Malaysia.
- Norsela A. Manaf, & Nurul Ilyana Baharudin. (2016). Keberkesanan latihan terhadap usahawan Industri Kecil dan Sederhana (IKS) Sabak Bernam. Prosiding Persidangan Kebangsaan Pembelajaran Sepanjang Hayat. 27-28 September. Universiti Malaya, Kuala Lumpur.
- Perbadanan Perusahaan Kecil dan Sederhana Malaysia. (2018). *Definisi PKS*. Retrieved from: <http://www.smecorp.gov.my>.
- Rangkuti, F. (2000). *Business plan: Teknik membuat perencanaan bisnis dan analisa kasus*. Jakarta, PT Gramedia Pustaka Utama.
- Rosmiza Mohd Zainol, Amriah Buang, Rosniza Aznie Che Rose, Jabil Mapjabil, & Mazdi Marzuki. (2015). Penilaian faktor institusi dalam menentukan kemampuan usahawan jerami padi. *Malaysian Journal of Society and Space*, 11, 140-151.
- Schumpeter J. A. (1934). *The theory of economic development*. Cambridge Mass, Havard University Press.
- Siti Khalilah Basarud-Din. (2013). Persepsi usahawan industri kecil dan sederhana (IKS) bumiputera terhadap pensijilan halal Malaysia. (Msc. dissertation). Sintok, Universiti Utara Malaysia.
- Taylor, S. J., & R. Bogdan. (1984). *Introduction to qualitative research methods: The search for meanings*. Second Edition. Toronto, John Wiley and Sons.
- Trichopoulou A., Soukara S., & Vasilopoulou, E. (2007). Traditional foods: A science and society perspective. *Trends Food Sci Technol*, 18, 420-427.

- Vidales Giovannetti, M. D. (1995). *El Mundo del Envase. Manual para el Diseno y Produccion de Envases y Embalajes*. Mexico, Gustavo Gili.
- Xitian Wang. (2013). *The impact of microfinance on the development of small and medium enterprises: The case of Taizhou, China*. Baltimore, MD, USA, The Johns Hopkins University.
- Yeap Keng Leng. (2000). Kajian kualitatif: Satu pengenalan. *Jurnal Keningau*, 3.
- Zaimah R., & Sazuani Abdullah. (2017). Tahap keupayaan usahawan dalam Perusahaan Kecil dan Sederhana di Kuala Terengganu. *Malaysian Journal of Society and Space*, 13, 117-125.
- Zaidatol Akmaliah Lope Pihie (2007). *Usahawan dan keusahawanan: Satu perspektif pendidikan*. Serdang, UPM.