

## Daya saing usahawan wanita Melayu menghadapi cabaran globalisasi

Nor Aini Idris

Jabatan Ekonomi Pembangunan  
Fakulti Ekonomi (UKM)  
[noraini@pkriscc.cc.ukm.my](mailto:noraini@pkriscc.cc.ukm.my)

### Pengenalan

Dunia memasuki alaf baru diiringi oleh kepesatan arus globalisasi. Ini merupakan cabaran utama yang perlu dihadapi dan ditangani bersama oleh semua negara di dunia. Fenomena yang dicetuskan oleh arus globalisasi menuntut kepada kegiatan yang mempunyai aktiviti nilai tambah yang tinggi dan berorientasikan pengetahuan. Bagi wanita, abad ke 21 bukan sahaja menjanjikan peluang yang lebih banyak, tetapi juga menimbulkan cabaran yang belum pasti dapat diatasi. Liberalisasi dan globalisasi walaupun menjanjikan peluang kepada para usahawan namun ia juga menuntut kepada perubahan yang drastik bagi memastikan mereka dapat bersaing dalam pasaran ekonomi global. Usahawan yang ingin bersaing dalam pasaran ini perlu melengkapkan diri secukupnya dari segi pengetahuan, kekuatan mental dan keupayaan pengurusan yang tinggi.

Kelahiran Pertubuhan Perdagangan Dunia (WTO) hasil dari Pusingan Uruguay yang dipersetujui oleh majoriti negara di dunia dijangka akan dilaksanakan pada 2010. Bermula dari tarikh ini, semua sekatan perdagangan bukan tariff seperti subsidi, campurtangan langsung dan tidak langsung kerajaan, dasar-dasar pertindungan dan imbuhan tidak langsung tidak boleh lagi diberi kepada mana-mana industri tempatan oleh negara-negara yang menjadi ahli. Malaysia kini menjadi negara dagangan dunia ke-17 terpenting. Namun kita dapati masih banyak industri dan pasaran tempatan yang masih dilindungi oleh kerajaan memandangkan majoriti industri dikategorikan sebagai perusahaan kecil dan sederhana (PKS). Malah kebanyakan wanita yang terlibat dalam perniagaan juga tertumpu dalam industri ini.

Kertas kerja ini cuba memfokus kepada usahawan wanita Melayu yang terlibat dalam sektor-sektor pembuatan dan perkhidmatan. Perbincangan adalah berasaskan kepada hasil penemuan kajian yang dilakukan pada 2001/2002 yang menyentuh isu-isu berkaitan dengan tuntutan globalisasi dari beberapa aspek termasuk teknologi, pemasaran, keupayaan mengeksport serta pengetahuan mengenai isu-isu berkait dengan globalisasi. Aspek-aspek ini dianggap amat penting sekali untuk dikupas memandangkan

ianya akan menjadi penentu utama dalam mengukur keupayaan daya saing usahawan wanita dalam menghadapi cabaran globalisasi.

### **Wanita dan perniagaan**

Peranan tradisi wanita adalah sebagai isteri dan suri rumah. Namun dalam setengah masyarakat, wanita turut menyumbang dalam aktiviti pengeluaran terutama makanan untuk kegunaan keluarga. Mengikut Boserup (1970), tahap penglibatan wanita dalam sistem pertanian keluarga adalah bergantung kepada siapa yang lebih menguasai sektor pertanian. Sekiranya proses pengeluaran makanan banyak dilakukan oleh wanita dengan sedikit bantuan lelaki, penglibatan wanita adalah tinggi. Apabila wang telah digunakan sebagai pertukaran, petani wanita mula memasarkan lebih pertanian. Sektor perniagaan telah, memberi peluang kepada wanita untuk mencari sumber pendapatan wang.

Tradisi wanita yang melibatkan diri dalam perniagaan banyak berlaku di negara-negara Asia Tenggara dan Afrika. Di Asia Tenggara, perniagaan banyak dikuasai oleh wanita sehingga mewujudkan satu pola perniagaan wanita. Kewujudan lebih dari peta subsisten menjadi faktor utama yang menentukan penglibatan mereka dalam perniagaan yang banyak bermula di pasar. Sejarah awal penglibatan wanita Kelantan seumpamanya: bermula dalam bentuk unit ekonomi asas yang dikenal sebagai keluarga tani yang wujud dalam pertanian subsisten. Apabila wujud lebih, ianya akan dijual di pasar (lihat Abdullah Munshi 1968). Peranan secara tradisi ini berterusan hingga ke hari ini. Penglibatan aktif wanita Kelantan dalam aktiviti ekonomi amnya dan perdagangan khususnya menyebabkan mereka dipandang tinggi kerana kebolehan memikul tanggungjawab keluarga bukan sekadar membantu tetapi sebagai ketua dalam rumahtangga (Nik Zainab 1985, 215). Namun kini kebanyakan wanita terutama di negara membangun menjadikan aktiviti berniaga sebagai peluang untuk mendapatkan pendapatan tambahan. Bagi yang berminat, akan mengambil langkah untuk berhenti kerja dan memilih berniaga sebagai satu kerjaya. Sementara bagi setengah wanita pula, berniaga dijadikan sebagai sumber pendapatan sampingan sahaja.

### **Tuntutan dan cabaran globalisasi**

Globalisasi dan liberalisasi walaupun membawa kesan negatif kepada sesetengah negara, namun ia juga memberi kesan positif dilihat dari sudut peningkatan peluang baru. Tetapi tidak semua pengusaha wanita mampu merebut peluang ini disebabkan kekurangan yang dimiliki oleh wanita dari segi akses untuk kredit, latihan, teknologi serta informasi yang diperlukan bagi merebut peluang dari liberalisasi perdagangan. Globalisasi perdagangan dihubungkan dengan liberalisasi dasar dagangan yang telah mengubah cara kerja, pemikiran, penggunaan dan mengurangkan halangan terhadap

perdagangan bebas. Kapitalisme merupakan alat atau mekanisme utama kepada globalisasi ekonomi. Menurut waters (1995), hubungan ekonomi global dibentuk melalui perdagangan, pelaburan pengeluaran, pertukaran, kewangan, migrasi buruh, amalan organisasi dan kerjasama antarabangsa.

Oleh itu globalisasi dan liberalisasi penghapusan sekatan perdagangan antarabangsa dan kebebasan pergerakan modal dengan tujuan mewujudkan pasaran global. Ini membolehkan modal bergerak dengan mudah antara negara, syarikat berupaya mengurus pengeluaran secara berskala global dalam mencari sumber pada kos yang murah dan untung yang tinggi melampaui sempadan negara. Menghadapi fenomena ini, setiap pengusaha atau perlu membuat persiapan yang rapi khususnya dari segi teknologi maklumat, pengurusan strategik dan penyelidikan dan pembangunan demi untuk bersaing dalam dunia perniagaan. Syarikat-syarikat terpaksa meningkatkan kecekapan kos serta meningkatkan kualiti dan sentiasa menggalakkan inovasi demi ketahanan dalam arus persaingan. Pasaran global dipacu oleh ilmu pengetahuan, kemahiran dan inovasi yang berterusan.

Persaingan di peringkat antarabangsa menuntut kepada peningkatan kualiti produk, keberkesanan kos, strategi pemasaran yang berkesan, penguasaan teknologi maklumat, pembangunan sumber manusia yang berterusan kualiti melalui pendidikan dan kemahiran serta ekonomi yang berteraskan pengetahuan. Selain itu, mereka perlu bijak mengatur strategi-strategi perancangan pasaran, perletakan harga, promosi dan pengagihan. Justeru, terdapat beberapa prinsip yang perlu diikuti dalam memenuhi tuntutan perubahan dalam era globalisasi. Oleh kerana masa berubah, peniaga perlu melakukan perubahan dengan melihat dunia pengurusan perniagaan secara lebih dinamik bersesuaian dengan tuntutan masa. Dalam menghadapi tuntutan perubahan masa, tidak ada organisasi dan syarikat besar atau kecil, baik lama atau baru yang tidak dapat ditewaskan. Syarikat yang dapat kekal kedudukannya dalam pasaran ialah syarikat yang mampu mengatasi tuntutan perubahan secara bersepadu. Organisasi juga tidak harus terlalu yakin dengan kekuatan yang ada dan kejayaan yang dicapai pada masa lampau kerana kekuatan saya saing itu sentiasa berubah mengikut keperluan masa. Sesebuah organisasi juga berubah kerana anggota organisasi terbabit berubah.

### **Usahawan wanita dan cabaran ekonomi global**

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

(Affluddin 1996). Seorang usahawan perlu ada motivasi pencapaian iaitu dorongan untuk melakukan atau mencapai sesuatu. Orang yang mempunyai motivasi keusahawanan tidak akan menjawat jawatan yang bergaji tetap walaupun ditawarkan pendapatan yang lumayan.

Dalam konteks usahawan wanita, apa yang perlu dijelaskan ialah sekiranya usahawan didefinisikan secara sempit iaitu mereka yang berkemampuan berkecimpung dalam aktiviti perniagaan bersaiz kecil, jumlah mereka di Malaysia memang ramai. Sebaliknya, jika keusahawanan ditakrif sebagai kebolehan untuk mencari peluang dalam bidang perniagaan dan perindustrian yang besar, kebolehan melakukan inovasi dan mengurus sumber, menggunakan teknologi tinggi dan mengembangkan pasaran ekaport untuk mendapat keuntungan jangka panjang. Bilangan mereka di Malaysia masih lagi terhad.

Di Malaysia, tumpuan peniaga wanita lebih kepada jenis perniagaan yang tidak mempunyai risiko yang tinggi. Walau bagaimanapun, aktiviti berniaga dijadikan sebagai salah satu aktiviti utama oleh pihak kerajaan dalam usaha pembasmian kemiskinan di kalangan wanita.

Dari perspektif sejarah dan tradisi, wanita Malaysia sudah lama menceburkan diri dalam dunia perniagaan. Walaupun peratus mereka dalam sektor ini masih lagi kecil berbanding lelaki namun bidang ini membuka satu lagi peluang kepada wanita untuk mencari sumber pendapatan di luar rumah. Setakat ini tidak ada data lengkap yang terkumpul bersabit dengan penglibatan mereka. Malah penyelidikan tentang wanita juga tidak banyak yang dilakukan. Namun yang pasti, jumlah wanita yang terlibat dalam perniagaan semakin meningkat. Dekad 1990-an dianggap sebagai dekad yang membawa lebih ramai wanita menceburi bidang ini.

Di kebanyakan negara, wanita selalunya kurang bernasib baik berbanding dengan lelaki. Keadaan ini terpaksa juga dihadapi oleh wanita yang menceburi bidang keusahawanan. El Namaki (1990) cuba mengenalpasti halangan-halangan umum yang terpaksa dihadapi oleh wanita yang menceburi bidang perniagaan. Halangan tersebut dibahagi kepada dua kategori iaitu halangan pada peringkat kemasukan dan halangan pada peringkat ketahanan. Di peringkat kemasukan, wanita terpaksa berhadapan dengan halangan-halangan yang berkaitan dengan kebudayaan, perwatakan, keupayaan dalam memenuhi fungsi keusahawanan, keupayaan merebut peluang, kesediaan menghadapi risiko dan keupayaan untuk mendapatkan sumber terutama modal. Di peringkat ketahanan pula, pengusaha wanita cenderung berhadapan dengan halangan-halangan

dari segi keupayaan mengurus dan mewujudkan rangkaian, tahap wawasan dan pengalaman yang dimiliki, tekanan persaingan, masalah modal dan tahap budaya korporat yang dimiliki.

Halangan-halangan di peringkat kemasukan dan ketahanan tersebut telah memberi implikasi negatif terhadap keupayaan wanita apabila menceburi bidang keusahawanan. Usahawan wanita dikatakan tidak dapat mempamerkan kebolehan pengurusan dan kurang yakin serta tidak berpandangan jauh. Mereka cenderung memilih jenis perniagaan yang mempunyai kurang risiko yang sudah pasti menghasilkan pendapatan yang sedikit. Kesannya, perniagaan tidak dapat berkembang ke pasaran eksport. Sikap kurang yakin pembekal sumber kredit dan kekurangan pengetahuan pengurusan telah menghalang cita-cita usahawan wanita dan mereka selalu kehilangan peluang serta pertimbangan untuk mendapatkan modal permulaan.

Halangan di peringkat ketahanan pula menyebabkan usahawan wanita tidak mempunyai arah tuju dalam perniagaan yang dijalankan dan kurang mempunyai hubungan rangkaian dengan ahli perniagaan lain sama ada lelaki atau usahawan wanita sendiri. Wanita juga memasuki bidang perniagaan tanpa pengetahuan asas perniagaan seperti pengetahuan mengenai volum pasaran, penyerapan pasaran dan saiz perniagaan optimum. Kesannya, mereka gagal bersaing dan perniagaan tidak berkembang. Setengah wanita tidak dapat menghadapi tekanan persaingan kerana saiz perniagaan yang kecil dan kuasa tawar-menawar yang lemah. Mereka juga mudah terdedah kepada ancaman yang boleh menggugat perniagaan mereka.

Apa yang lebih penting ialah wanita dikatakan lambat memasukkan budaya korporat dalam aktiviti perniagaan mereka sebagaimana yang diamalkan oleh usahawan lelaki. Jadi tidak menghairankan jika usahawan wanita selalunya gagal untuk maju ke hadapan dan kekal dalam perniagaan. Penemuan El Namaki adalah berasaskan kajian yang dilakukan oleh beliau di beberapa negara membangun dan maju. Persoalan yang timbul sekarang ialah jika ciri-ciri negatif yang dimiliki oleh wanita ini tidak diatasi, mampukah usahawan wanita berhadapan dengan cabaran globalisasi dan adakah ruang yang tersedia untuk mereka dalam merebut peluang yang dicetuskan oleh arus ekonomi global? Penemuan kajian terhadap usahawan wanita bumiputera boleh memberi jawapan terhadap persoalan ini.

### **Penemuan kajian**

Sebahagian ini akan membincangkan hasil penemuan kajian yang dilakukan terhadap 92 usahawan wanita Melayu di empat buah negeri iaitu Kelantan mewakili zon timur, Pulau Pinang mewakili zon utara, Selangor dan Wilayah Persekutuan mewakili zon tengah dan Melaka serta Negeri Sembilan mewakili zon selatan.

#### Latar diri responden

Majoriti peniaga yang ditemubual berada dalam lingkungan umur produktif iaitu 31 hingga 50 tahun. Daripada 92 responden, 73 sudah berkahwin, 10 janda dan 9 bujang. 42.0 % tidak mempunyai sebarang pengalaman berniaga sebelum menceburi bidang ini. Mereka menceburi bidang ini kerana faktor minat dan kebanyakan daripada peniaga ini mempunyai adik-beradik lain yang menjadi usahawan. Dari segi pendidikan, didapati 47.0 peratus berpendidikan seta kat SPM, berpedidikan diploma 12.0 peratus, ijazah 12.0 peratus, sekolah rendah 9.0%, SRP 9.0% dan STPM 7.0%. Kajian mendapati lebih daripada 50.0 % mempunyai pengalaman berniaga antara 5 hingga 10 tahun.

#### Latar belakang perniagaan

Jadual 1 menunjukkan subsektor pembuatan dan perkhidmatan yang diceburi oleh responden. Dalam sektor pembuatan, terdapat empat subsektor utama yang menjadi tumpuan iaitu makanan, minuman dan tembakau, tekstil, pakaian dan kulit, kayu dan keluaran kayu dan kertas dan keluaran kertas dan penerbitan dan percetakan. Manakala dalam sektor perkhidmatan pula, tumpuan adalah di subsektor perniagaan borong dan runcit, hotel dan restoren dan pengangkutan, penyimpanan dan perhubungan.

Kajian juga mendapati lebih daripada 90.0% syarikat yang ditemui merupakan syarikat induk dengan status perniagaan sama ada sebagai pemilik tunggal atau syarikat sendirian berhad. Majoriti memulakan perniagaan dengan menggunakan modal sendiri sebagai modal permulaan. Sekiranya tidak mencukupi, mereka menggunakan sumber modal yang lain termasuk saudara mara, ahli keluarga, rakan, pertubuhan, institusi kewangan dan juga kerajaan. Walau bagaimanapun, jumlah modal daripada sumber tersebut adalah kecil sahaja iaitu kurang daripada 25.0%.

#### Prestasi syarikat

Menggunakan modal permulaan perniagaan yang majoritinya dari sumber sendiri, usahawan wanita yang dikaji berjaya menguruskan perniagaan mereka. Nilai pengeluaran syarikat di sektor pembuatan dan perolehan syarikat di sektor perkhidmatan ditunjukkan dalam Jadual 2. Daripada jadual dapat diperhatikan bahawa kebanyakan syarikat yang diceburi oleh

wanita mempunyai nilai pengeluaran atau perolehan dalam lingkungan kurang daripada RM50 ribu hingga RM500 ribu. Kita dapati juga di sektor pembuatan, tidak terdapat sebuah pun syarikat yang mempunyai nilai pengeluaran melebihi 10 juta berbanding dengan satu di sektor perkhidmatan. Walau bagaimanapun, kedua-dua sektor mempunyai sebuah syarikat yang mempunyai nilai pengeluaran dan perolehan sebanyak RM5 hingga RM10 juta. Ini membuktikan wanita juga mampu menjalankan operasi perniagaan mereka dengan baik.

Jadual 1 : Subsektor pembuatan dan perkhidmatan

<b>Subsektor Pembuatan</b>	<b>Bilangan</b>	<b>Peratus</b>
Makanan, minuman & tembakau	6	19.4
Tekstil, pakaian & kulit	6	19.4
Kayu & keluaran kayu, kertas & keluaran kertas	6	19.4
Penerbitan & percetakan	5	16.1
Kimia, petroleum, arang batu, getah & plastik	3	9.7
Keluaran bukan logam, kaca & tembikar	1	3.3
Keluaran logam asas, besi & keluli	2	6.5
Industri pembuatan lain ( batu bata & kontraktor)	2	6.5
Jumlah	31	100.0
<b>Subsektor Perkhidmatan</b>	<b>Bilangan</b>	<b>Peratus</b>
Elektrik, gas & air	5	8.2
Pengangkutan, penyimpanan & perhubungan	11	18.0
Perniagaan borong & runcit, hotel & restoren	34	55.7
Kewangan & insurans, hartanah & perdagangan	6	9.8
Perkhidmatan lain (dobi, kedai gambar, kedai jahit & salon)	5	8.2
Jumlah	61	100.0

Sumber: Kaji selidik 2001/2002

Jadual 2 : Nilai pengeluaran syarikat / perolehan syarikat(RM)

Nilai( RM)	Sektor Pembuatan		Sektor Perkhidmatan	
	Bilangan	Peratus	Bilangan	Peratus
<50 ribu	7	22.6	22	36.1
50 ribu-99999	4	12.9	13	21.3
100 ribu-499999	6	19.4	18	29.5
500 ribu-999999	3	9.7	3	4.9
1 iuta-4999999	10	32.3	3	4.9
5 juta-1 0 juta	1	3.2	1	1.6
> 10 juta	--	---	1	1.6
Jumlah	31	100.0	61	100.0

Sumber: Kaji selidik 2001/2002

#### Teknologi dan keupavaan mengeksport

Dari segi teknologi, kajian mendapati disektor perkhidmatan, 63.9% masih menggunakan sistem manual, 6.6% menggunakan sistem komputer sepenuhnya, manakala 29.5% menggunakan gabungan kedua-dua sistem iaitu manual dan komputer. Data untuk sektor pembuatan ialah 41.9% secara manual, 54.8% separuh automatik dan 3.2% automatik sepenuhnya. Ini menunjukkan bahawa tahap penggunaan komputer di sektor perkhidmatan masih lagi rendah dan majoriti syarikat di kedua-dua sektor memiliki jumlah komputer kurang daripada 10 buah untuk menguruskan perniagaan. Di samping itu, kajian juga mendapati kebanyakan produk dikeluarkan untuk kegunaan pasaran tempatan. Nilai produk yang di eksport dari kedua-dua sektor adalah kurang daripada 25.0%.

#### Teknik pemasaran

Dalam perniagaan, aspek pemasaran adalah penting dan ia menentukan jatuh bangun sesebuah perniagaan. Seorang pengusaha yang bijak ialah mereka yang mampu merebut peluang ekonomi, mengenalpasti potensi prouduk, menganalisis potensi pasar dan pelanggan dan faham dengan kehendak dan citarasa pelanggan. Ini hanya dapat diperolehi melalui kemahiran dan pengalaman. Dalam era ekonomi global, aspek ini menjadi semakin penting kerana faktor persaingan yang semakin sengit. Kajian mendapati terdapat pelbagai teknik yang digunakan oleh usahawan wanita untuk memasarkan produk mereka seperti ditunjukkan dalam Jadual 3. Tetapi teknik yang paling popular adalah melalui media cetak dan lain-lain teknik iaitu memasang banner, promosi setempat, jualan terus kepada pelanggan, lawatan pameran dan melalui tender atau kontrak. Daripada jadual, dapat diperhatikan bahawa jualan melalui internet banyak dilakukan oleh syarikat dalam sektor pembuatan berbanding sektor perkhidmatan. Ini mungkin disebabkan faktor kesesuaian produk itu sendiri.

Jadual3 : Teknik pemasaran (%) Sektor Pembuatan

Teknik Pemasaran	Sektor Pembuatan	Sektor Perkhidmatan
Media cetak	29.0	31.1
Media elektronik	3.2	9.8
Internet	16.1	6.6
Promosi dipusat membeli belah utama	12.9	8.2
Lain-lain teknik	29.0	21.3

Sumber: Kaji selidik 2001/2002

#### Masalah perniagaan

Dalam dunia perniagaan, wanita terpaksa bersaing dengan peniaga lelaki. Dalam keadaan tertentu, wanita kadang kala di diskriminasi oleh institusi kewangan yang tidak begitu yakin dengan kebolehan wanita. Dalam dunia ekonomi global, persaingan yang terpaksa dihadapi oleh wanita bukan sahaja daripada peniaga tempatan, tetapi juga dari peniaga luar negeri. Keadaan ini memang dirasai oleh usahawan wanita yang ditemubual apabila majoriti meletakkan masalah persaingan sebagai masalah utama yang terpaksa dihadapi oleh mereka. Kedudukan masalah-masalah lain mengikut keutamaan dapat dilihat dari Jadual 4.

Jadual4 : Masalah perniagaan wanita

Masalah Perniagaan	Sektor Pembuatan	Sektor Perkhidmatan
Persaingan	71.0	62.3
Pemasaran	67.3	41.0
Kewangan	54.8	41.0
Teknologi	51.6	34.4
Pekerja	48.4	31.1
Bahan mentah	45.2	-
Sokongan moral	25.8	32.8
Lokasi	22.6	16.4

Sumber: Kaji selidik 2001/2002

Terdapat pelbagai faktor yang menimbulkan masalah-masalah di atas. Jika dilihat dari aspek persaingan, pengusaha mengemukakan empat sebab yang menimbulkan masalah dari segi persaingan, iaitu harga keluaran dan kos pengeluaran yang lebih tinggi berbanding dengan firma lain, kecekapan yang rendah, kualiti produk yang rendah dan masalah-masalah lain. Manakala sebab utama yang menimbulkan masalah pemasaran ialah berlaku perubahan dalam permintaan, harga jualan yang tidak memuaskan, pasaran terhad dan kurang mahir mengenai strategi pemasaran. Masalah kewangan berlaku

kerana kebanyakan pengusaha tidak mempunyai tabungan yang cukup, sukar mendapat bantuan, kadar bunga pinjaman yang tinggi, tempoh bayaran balik pinjaman yang singkat disamping lain-lain masalah yang terpaksa dihadapi.

Masalah dari segi teknologi berlaku pengusaha sukar mendapatkan teknologi baru, kurang mahir menggunakan teknologi baru dan teknologi baru tidak sesuai dengan keperluan. Pengusaha juga berhadapan dengan masalah pekeja kerana pekerja selalunya menuntut upah yang tinggi, pusing ganti pekerja mahir yang tinggi dan pekerja dalam bidang yang dikehendaki adalah kurang. Manakala masalah bahan mentah timbul kerana sukar mendapatkan input secara kredit, sukar mendapatkan input yang dikehendaki dan pembekal jauh dari firma serta jauh dari firma.

Walaupun peratus pengusaha yang menghadapi masalah dari segi sokongan moral dan lokasi adalah kecil tetapi masalah tersebut boleh mempengaruhi juga prestasi perniagaan. Masalah sokongan moral dikatakan timbul kerana kurang insentif dari kerajaan, tiada maklumat sumber sokongan, tiada bantuan kerajaan dan kurang insentif dari keluarga. Dari segi lokasi pula, masalah lebih berkait dengan kos pengangkutan yang tinggi, masa penghantaran yang lama, jauh dari pengguna dan tidak terletak dalam zon perdagangan bebas.

#### Pemahaman tentang isu-isu berkaitan dengan globalisasi

Dalam usaha merebut peluang perniagaan dan mengenalpasti cabaran yang timbul dalam persaingan ekonomi global, pengusaha perlu mempunyai pengetahuan yang luas mengenai isu-isu yang berkaitan dengan globalisasi. Tetapi ternyata pengusaha wanita yang dikaji tidak memiliki pengetahuan tersebut. 47.5% pengusaha wanita dalam sektor perkhidmatan dan 51.0% di sektor pembuatan tidak faham dengan konsep globalisasi. Hanya selintir pengusaha iaitu lebih kurang 22.0% yang mengaitkan globalisasi dengan dunia tanpa sempadan. Jadi tidak menghairankan apabila majoriti pengusaha di kedua-dua sektor tidak tahu langsung atau kurang faham mengenai pertubuhan-pertubuhan seperti WTO, Kerjasama Ekonomi Asia Pasifik (APEC), Kawasan Perdagangan Bebas ASEAN (AFTA) dan Kawasan Perdagangan Bebas Amerika Utara (NAFTA) walaupun ianya mempunyai kaitan langsung dengan pergolakan perniagaan dalam pasaran global. Pengusaha juga tidak faham dengan maksud e-dagang dan tidak bercadang untuk berniaga melalui kaedah ini kerana faktor belum bersedia atau tidak berminat.

Walaupun bagaimanapun, terdapat juga 38.7% pengusaha di sektor pembuatan dan 47.5% di sektor perkhidmatan yang bercadang untuk berniaga melalui e-dagang. Terdapat pelbagai persediaan yang dilakukan dalam merealisasikan matlamat ini iaitu termasuk meningkatkan kemahiran diri dan pekerja dalam pengkomputeran, hantar pekerja ke bengkel atau seminar e-dagang dan IT, belajar membina web dan mengumpul modal untuk membiayai kos membina laman web. Walaupun kurang daripada 50.0 peratus pengusaha bercadang untuk mengeksport produk mereka, usaha terus dilakukan oleh mereka untuk mencapai matlamat ini. Di antaranya termasuk meningkatkan pengetahuan tentang perdagangan antarabangsa, mengukuhkan kedudukan kewangan, meningkatkan daya saing dan kemahiran diri serta pekerja mengambil bahagian dalam ekspo perdagangan dan meningkatkan kualiti produk serta kemahiran teknikal.

#### Ciri-ciri positif

Walaupun wujud ciri-ciri negatif yang bertentangan dengan tuntutan ekonomi global, namun usahawan wanita juga berusaha untuk memperbaiki prestasi syarikat atau perniagaan mereka. Didapati 71.0% pengusaha di sektor pembuatan dan 63.9% di sektor perkhidmatan bercadang untuk mempelbagai produk dan perkhidmatan mereka. Pengusaha juga mempunyai perancangan masa depan yang khusus, dari aspek-aspek keluaran, pemasaran, pekerja dan teknologi. Perancangan yang dibuat dipaparkan melalui Jadual 5.

Jadual 5 : Perancangan masa depan pengusaha

<b><u>Perancangan Keluaran</u></b>
1. Mempelbagaikan keluaran
2. Meningkatkan kecekapan
3. Meningkatkan kualiti produk
<b><u>Perancangan Pemasaran</u></b>
1. Meluaskan pasaran
2. Mempelbagaikan teknik pemasaran
3. Menyebarakan maklumat kepada pelanggan
<b><u>Perancangan Teknologi</u></b>
1. Meningkatkan kemahiran teknologi
2. Menambah bilangan komputer
3. Menggunakan teknologi terkini
4. Menyediakan taman web
5. Menyediakan latihan industri dan teknikal
<b><u>Perancangan Pekerja</u></b>
1. Menambah bilangan pekerja
2. Melahirkan pekerja yang berkualiti
3. Memberi latihan kemahiran
4. Memberi insentif
5. Mengekalkan pekerja yang ada

Sumber: Kaji selidik 2001/2002

### Penyertaan dalam pertubuhan perniagaan

Kajian mendapati majoriti peniaga wanita yang ditemubual menyertai pertubuhan perniagaan. Ini membuktikan mereka tahu manfaat yang boleh diperolehi daripada penyertaan tersebut. Diantara pertubuhan perniagaan yang disertai termasuk Malaysia International Chamber of Commerce and Industries (2.17%), Federal of Malaysian Manufacturing (4.3%), Dewan Perniagaan Melayu (54.3% ) dan lain-lain pertubuhan perniagaan seperti PENIAGAWATI dan USAHANITA (11.9%). Responden menyatakan mereka mendapat banyak faedah daripada menyertai pertubuhan-pertubuhan tersebut. Di antara faedah-faedah yang dinyatakan termasuklah mendapat latihan; pendedahan kepada industri; mengembangkan jaringan perniagaan; mendapat khidmat nasihat; menyertai lawatan perdagangan; mendapat bantuan kewangan dan yang paling penting mereka mendapat maklumat perniagaan terutama dari segi peluang pasaran.

### **Rumusan dan implikasi dasar**

Kajian terhadap 91 pengusaha wanita bumiputera yang terlibat dalam sektor pembuatan dan perkhidmatan telah mengenalpasti beberapa penemuan:

1. 74.3% pengusaha tertumpu kepada 4 subsektor pembuatan utama iaitu makanan, minuman dan tembakau; tekstil, pakaian dan kulit; kayu & keluaran kayu dan kertas, dan penerbitan dan percetakan. Manakala dalam sektor perkhidmatan, tumpuan adalah kepada sektor perniagaan borong & runcit, restoren dan perhotelan.
2. Prestasi pengusaha wanita boleh dianggap baik berdasarkan kepada nilai perolehan syarikat dan nilai jualan yang ditunjukkan di kedua-dua sektor.
3. Kebanyakan usahawan wanita masih menggunakan cara manual atau separuh automatik dalam proses pengeluaran produk dan kurang sekali menggunakan komputer. Kebanyakan produk hanya untuk pasaran dalam negeri dan peratus yang dieksport adalah terlalu kecil.
4. Sebagai pengusaha, wanita berhadapan dengan pelbagai masalah dalam perniagaan, tetapi majoriti menekankan masalah dari sudut pemasaran dan persaingan.
5. 29.0% pengusaha wanita di sektor pembuatan dan 31.1% di sektor perkhidmatan menggunakan media cetak sebagai teknik pemasaran. Peratus pengusaha yang

berdagang melalui internet masih lagi kecil iaitu 16.1 % dan 6.6% di sektor pembuatan dan sektor perkhidmatan masing-masing.

6. Kebanyakan pengusaha tidak faham sepenuhnya dengan konsep globalisasi, namun mereka tetap membuat perancangan dari segi keluaran, pemasaran, teknologi dan pekerja untuk mengekalkan prestasi syarikat.
7. Majoriti pengusaha yang dikaji menyertai pertubuhan perniagaan kerana mereka berpandangan bahawa banyak faedah yang diperolehi daripada penyertaan tersebut.

Persaingan perniagaan yang wujud dalam pasaran global sememangnya sengit. Disamping peluang perniagaan yang mungkin dapat direbut, wanita juga terpaksa berhadapan dengan pelbagai cabaran. Kerajaan pada peringkat negeri atau pusat mengambil pelbagai langkah bagi memastikan peniaga wanita tidak terkeluar dari arus persaingan global. Tindakan yang paling terkini ialah pelancaran E-Pasar oleh Majlis Kebangsaan Pertubuhan Wanita Malaysia (NCWO). Ini adalah satu langkah yang bijak dan sesuai dalam era ICT. E-Pasar akan membuka peluang kepada wanita berniaga di pasaran terbuka menerusi infrastruktur teknologi tinggi. Secara umum terdapat tiga manfaat E-Pasar iaitu :

1. Membantu wanita mengendali dan mengusahakan kegiatan perniagaan dengan cekap dan pantas disamping memberi peluang menjalinkan rangkaian kerja dengan pelbagai pihak termasuk pembekal, pengedar dan pelanggan dari dalam dan luar negara.
2. Membolehkan wanita berhubung dengan pusat penyelidikan dan institusi latihan yang berkaitan bagi meningkatkan mutu produk dan perkhidmatan perniagaan mereka.
3. Membuka peluang kepada wanita untuk berkembang terutama dalam usaha meningkatkan perniagaan kerana projek ini akan menghubungkan wanita Malaysia dengan dunia hanya menerusi penggunaan ICT.

Mengikut Timbalan Pengerusi Presiden NWCO, sebagai permulaan E-Pasar mempunyai tiga kategori perkhidmatan iaitu *E-Catalog*, *E-Delivery* dan *E-Payment*. Melalui *E-Catalog*, pengusaha boleh mempamerkan gambar produk dan perkhidmatan yang ditawarkan dengan menyatakan sekali harganya. Sementara *E-Delivery* membolehkan pembeli membuat pilihan dan membeli barang yang dikehendaki menerusi *E-Catalog*. Jumlah kos urusan transaksi dicatat sebagai bayaran penghantaran. *E-Payment* pula membolehkan pembeli memilih cara bayaran yang dikehendaki sama ada secara tunai ketika penghantaran, wang pos, cek atau *on-line* menggunakan kad kredit. Pembelian dihantar dengan cara penghantaran ke pintu. Bagi memastikan produk dan perkhidmatan memenuhi standard yang tinggi, NCWO akan menubuhkan Jawatankuasa Jaminan Kualiti.

Walau bagaimanapun, peniaga wanita di negara ini didapati tidak begitu berminat untuk menceburi bidang perniagaan berteknologi tinggi. Dana yang diperuntukkan oleh pihak kerajaan ternyata tidak dimanfaatkan sepenuhnya oleh mereka. Perbadanan Pembangunan Teknologi Malaysia (MTDC) telah ditugaskan untuk mengurus Dana Perolehan Teknologi Wanita (TAF-W). Namun, mengikut laporan MTDC, daripada RM 10 juta yang diperuntukkan untuk dana tersebut dalam RM Ke-8, hanya RM3.19 juta saja yang telah diluluskan (Berita Harian 2002). Dana yang disalurkan dalam bentuk geran ini sebenarnya diberi kepada usahawan wanita yang layak tanpa memerlukan cagaran dan tidak perlu dibayar balik. Ianya bertujuan menggalakkan usahawan wanita meneroka bidang perniagaan berteknologi tinggi. Antara kegiatan yang layak mendapatkan pembiayaan ini ialah perolehan teknologi, program latihan di luar negara dan bantuan bagi tujuan pemindahan operasi syarikat. Tetapi mengikut laporan tersebut, tiada usahawan wanita yang membuat permohonan pembiayaan bagi perolehan teknologi, perolehan hak paten, prototaip dan reka bentuk, dan pembelian peralatan serta mesin berteknologi tinggi. Walhal aspek ini penting diberi perhatian dalam menghadapi persaingan global.

Di samping itu, dalam Rancangan Malaysia Kelapan, di antara teras strategik yang akan diambil dalam menyesuaikan dengan perubahan persekitaran yang berlaku di dunia ialah mempertingkatkan penglibatan wanita dalam perniagaan. Sehubungan dengan ini, program latihan khusus dalam bidang kemahiran dan keusahawanan telah dilaksanakan bagi membolehkan wanita memajukan diri dan merebut peluang yang ada di pasaran. Langkah juga telah diambil bagi membantu penglibatan wanita dalam perniagaan melalui penyediaan peluang mendapatkan modal dengan lebih mudah. Tabung Usahawan Wanita telah diwujudkan sejak 1998 untuk membantu wanita dari segi modal (Malaysia 2001).

Ini membuktikan kerajaan telah membuka ruang luas sekali kepada wanita untuk menceburi bidang perniagaan. Hasil kajian mendapati wanita yang ditemubual menceburi pelbagai jenis perniagaan sama ada di sektor perkhidmatan atau pembuatan. Walaupun mereka mempunyai ciri-ciri positif yang sepatutnya dimiliki oleh peniaga, namun mereka juga terpaksa berhadapan dengan pelbagai masalah yang perlu diberi perhatian segera. Ini adalah penting bagi memastikan mereka mampu bersaing dalam ekonomi global. Sehubungan itu, beberapa langkah perlu di ambil dalam mewujudkan iklim perniagaan yang baik dan sesuai untuk wanita. Diantaranya termasuk :

1. Menggalakkan lagi peniaga wanita supaya menyertai pertubuhan perniagaan terutama di kalangan wanita yang tinggal di kawasan luar bandar.
2. Memperlengkapkan diri dengan ilmu pengetahuan dan kemahiran ICT dan memupuk ciri-ciri keusahawanan dalam diri melalui aktiviti-aktiviti yang disediakan oleh persatuan perniagaan.
3. Kaedah rakan kongsi peniaga lelaki perlu dijadikan sebagai satu strategi menghadapi cabaran globalisasi, agar faedah dan pengalaman serta kejayaan mereka dapat dikongsi bersama. Aspek ini penting dilihat dari sudut keupayaan mengeksport yang agak rendah di kalangan peniaga wanita.
4. Memandangkan tumpuan wanita di sektor perkhidmatan lebih kepada perniagaan borong dan runcit, kerajaan harus menggalakkan mereka beralih kepada jenis perniagaan lain yang mempunyai potensi untuk dimajukan. Diantaranya termasuk *home-based industries*, pelancongan *home-stay*, *francais* dan industri teknologi tinggi.
5. Berusaha meningkatkan pengetahuan mengenai perkembangan ekonomi global yang berkaitan dengan peluang perniagaan.
6. Memberi tumpuan kepada aktiviti R&D untuk melahirkan produk yang lebih kompetitif.

## Kesimpulan

Bidang pemiagaan adalah peluang yang terbaik untuk diceburi oleh wanita yang berminat menjadi usahawan. Dalam apa jua bidang yang diceburi, wanita terpaksa berhadapan dengan pelbagai masalah. Dalam menghadapi abad ke-21, ternyata cabaran menjadi semakin meningkat. Pada tahap ini, masalah modal dan bentuk-bentuk halangan yang lain tidak boleh lagi dijadikan alasan oleh peniaga wanita untuk tidak turut serta dalam persaingan global. Wanita tidak boleh lagi bergantung kepada kerajaan. Pembukaan pasaran global menuntut para peniaga sentiasa bersikap proaktif dan berusaha meningkatkan kualiti produk dan memasarkannya pada harga yang kompetitif. Matlamat ini hanya dapat dicapai sekiranya wanita berusaha secara bersungguh-sungguh untuk memperbaiki diri dan meningkatkan ilmu pengetahuan dalam memenuhi tuntutan cabaran globalisasi. Justeru perlu wujud satu anjakan ke arah ekonomi berasaskan pengetahuan sekiranya wanita ingin berdaya saing dalam pasaran global. Anjakan sebegini penting kerana ia boleh menghasilkan produk yang bermutu yang sekali gus mencerminkan juga aplikasi ilmu pengetahuan yang dipelajari.

## Rujukan

- Abdullah Munshi. 1968. *Kesah pelayaran Abdullah*. Kuala Lumpur: Oxford University Press.
- Affifudin Omar. 1996. *Usahawanita dalam konteks Rancangan Malaysia Ketujuh*. Kertas kerja dibentangkan di *Konvensyen Wanita : Kerjaya Keusahawanan dan keluarga*, 34 Disember, Kuala Lumpur.
- Berita Harian. 2002. *Cabaran Me/ayu di ambang WTO*. 13 September. Boserup, E. 1970. *Women's role in economic development*. London: G.Allen and Unwin.
- EI Namaki. 1990. *A cross country examination of barriers to women entry and continuity in business and effort aiming at barrier waving*. Kertas kerja dibentangkan di *Seminar Peningkatan Usahawanan Wanita*, anjuran Pusat Daya Keluaran Negara dan Bahagian Hal Ehwal wanita, 25-26 Jun
- Mac.Waters. 1995. *Globalisation*. London: Routledge.
- Nik Zainab Karim. 1979. *Sumbangan wanita dalam bidang pelajaran, ekonomi dan politik ke arah pembangunan negara*. Kertas kerja dibentangkan dalam *Seminar Wanita Malaysia Masa Kini*, Bangi, Selangor,