

USAHAWAN MIKRO KREDIT: FAKTOR-FAKTOR DALAMAN YANG MENDORONG KEJAYAAN PERNIAGAAN

**Muhammad Rafiq Abdullah Husmin, Safura Ahmad Sabri,
Hazlin Falina Rosli, Nurzakira Afnee Zakaria,
Mohammad Aizham Mohammad Kassim, &
Ahmad Fatin Mohamad Suhaimi**

Fakulti Pengurusan & Muamalah,
Kolej Universiti Islam Antarabangsa Selangor
muhammadrafiq900225@gmail.com, safura@kuis.edu.my,
hazlinfalina@kuis.edu.my, nurzakira@kuis.edu.my,
aizham@kuis.edu.my, ahmadfatin@kuis.edu.my

ABSTRAK

Pembiayaan mikro merupakan antara teras dan fokus kerajaan pada masa kini yang bertujuan untuk membela nasib semua golongan rakyat yang memerlukan bantuan agar mereka dapat bersama-sama menyertai arus pembangunan pesat negara. Malah dalam pembentangan belanjawan 2012, pihak kerajaan turut memberi perhatian kepada para usahawan kecil dengan meningkatkan jumlah peruntukan pembiayaan mikro kepada golongan ini. Oleh itu, kajian ini dijalankan bertujuan untuk mengenal pasti faktor-faktor dalaman yang mendorong kejayaan usahawan mikro kredit di bawah Yayasan TEKUN Nasional di daerah Sabak Bernam, Selangor. Empat faktor dalaman yang menjadi fokus dalam kajian ini adalah latar belakang keluarga, motivasi, sikap dan kemahiran para usahawan. Data yang diperoleh daripada 100 orang responden, iaitu terdiri daripada usahawan yang telah berjaya mendapatkan suntikan modal tahap kedua daripada pihak TEKUN serta mempunyai rekod pembayaran pinjaman yang baik dianalisis menggunakan ujian ANOVA sehalu bagi menjawab persoalan kajian. Hasil kajian mendapati bahawa terdapat perbezaan yang signifikan di antara keempat-empat faktor dalaman yang dikaji. Justeru, latar belakang keluarga, motivasi, sikap dan kemahiran sememangnya mendorong kejayaan seseorang usahawan dalam bidang perniagaan yang diceburi.

Kata Kunci: *Kejayaan, usahawan, faktor dalaman, mikro kredit, ANOVA*

1. Pengenalan

Dalam mengisi pembangunan negara amnya, dan luar bandar khususnya, usahawan memainkan peranan yang penting. Kepelbagaian peranan yang dimainkan oleh usahawan memerlukan mereka mempunyai sikap dan rangsangan progresif yang baik. Justeru itu, usahawan luar bandar perlu melibatkan diri dalam bidang keusahawanan secara mendalam dan bersikap proaktif sekaligus ini dapat menunjukkan yang mereka berkeupayaan untuk menguruskan perusahaan mikro. Ini kerana hasil kajian Bokemeir dan Garkovich (1987) menunjukkan bahawa usahawan kecil bukan sahaja penyumbang tetapi penentu kepada peningkatan ekonomi dan kehidupan sosial keluarga. Malah, menurut Norhashim (1994) perniagaan kecil di Malaysia telah meningkatkan jumlah peluang pekerjaan dan pembangunan usahawan. Menyedari akan kepentingan tersebut, pelbagai langkah telah diambil oleh pihak kerajaan bagi mendorong dan menggalakkan kaum Bumiputera supaya melibatkan diri dalam bidang keusahawanan, terutamanya perusahaan kecil dan sederhana (PKS). Walaubagaimanapun, menurut Norasmah (2002), peningkatan pendapatan kaum Bumiputera masih belum memuaskan kerana ia masih agak ketinggalan berbanding kaum lain di Malaysia.

Perusahaan Kecil dan Sederhana atau lebih dikenali sebagai PKS merupakan antara item terpenting dalam ekonomi Malaysia. PKS dilihat mampu memberi impak yang besar malah ianya menjadi suatu item terpenting yang perlu dititikberatkan dalam merangka polisi-polisi pembangunan ekonomi di pelbagai negara (Azizi & Syed Mazlan, 2011). Hal ini dapat dilihat melalui peranan PKS dalam membantu meningkatkan KDNK Malaysia daripada 28.1% pada tahun 2003 kepada 31.9% pada tahun 2010 dan 32% pada tahun 2012 (Rosli et al., 2014). Malah berdasarkan pembentangan bajet 2016 oleh Perdana Menteri Malaysia, Dato' Seri Mohd Najib Tun Abdul Razak mengatakan bahawa jangkauan sumbangan oleh PKS kepada KDNK negara adalah sebanyak 41% menjelang 2020. Tambahan lagi, kepentingan PKS dapat dilihat berdasarkan jumlah peratusan yang diwakili, iaitu sebanyak 99.2% daripada jumlah keseluruhan perniagaan di Malaysia serta menyediakan hampir 5.6% peluang pekerjaan keusahawanan kepada bumiputera (Sharina et al., 2013). Oleh itu, galakan kepada kaum bumiputera untuk terlibat dalam sektor ini perlu dijalankan. Walaubagaimanapun, usahawan-usahawan PKS pada awalnya berdepan dengan kesukaran dalam menyediakan modal perniagaan kesan daripada tiadanya sumber pendapatan atau kesulitan mendapatkan pinjaman daripada bank.

Justeru, Malaysia sebagai sebuah negara yang pesat membangun, telah menjalankan pelbagai pelan tindakan dan strategi bagi meningkatkan bilangan usahawan bumiputera yang berjaya dengan matlamat untuk meningkatkan taraf kehidupan dan ekonomi rakyatnya. Agensi-agensi seperti Kementerian Pembangunan Usahawan dan Koperasi (MECD), Institut Standard dan Penyelidikan Malaysia (SIRIM), Pusat Pembangunan Usahawan Malaysia (MEDEC), Institut Penyelidikan dan Pembangunan Pertanian Malaysia (MARDI) serta Perbadanan Pembangunan Industri Kecil dan Sederhana (SMIDEC) ditubuhkan bagi melaksanakan pelbagai program termasuk program latihan untuk meningkatkan bilangan usahawan bumiputera. Bantuan daripada segi kewangan juga turut disediakan untuk membantu usahawan bumiputera tersebut memulakan perniagaan atau mengembangkan perniagaan mereka.

Terdapat lebih daripada 36 buah dana PKS dikendalikan oleh pelbagai kementerian dan agensi kerajaan yang ditugaskan untuk membantu PKS yang baru dan ingin berkembang. Bank Pembangunan atau lebih dikenali sebagai Bank SME turut memberikan pinjaman kepada PKS tetapi mereka lebih tertumpu kepada projek berskala sederhana dan besar, serta kurang memberi tumpuan kepada projek perniagaan kecil atau mikro. Namun begitu, tidak dapat dinafikan bahawa peranan perusahaan kecil dan mikro amat penting bagi pertumbuhan ekonomi sesebuah negara (Norbaiti, 2010). Oleh itu, kewujudan badan seperti Yayasan TEKUN Nasional (YTN) yang diamanahkan untuk membantu peniaga kecil dengan memberikan modal tambahan kepada mereka dilihat sebagai sesuatu yang positif.

YTN telah menubuhkan Tabung Ekonomi Kumpulan Usaha Niaga atau lebih dikenali sebagai TEKUN. Tujuan penubuhannya adalah untuk mewujudkan masyarakat perdagangan dan perindustrian bumiputera melalui skim peniaga-peniaga kecil bumiputera. Penubuhan TEKUN adalah untuk menawarkan modal tambahan dengan mudah, cepat dan tidak membebankan. Jenis perniagaan yang layak untuk memohon skim ini ialah gerai tetap, gerai bergerak, kedai tetap, perniagaan perkhidmatan, pengangkutan, dan pembuatan. Menurut Pengarah Urusan dan Ketua Pegawai Eksekutif Tekun Nasional, Datuk Baharom Embi, pihak TEKUN mensasarkan untuk melahirkan lebih 300,000 usahawan baru Bumiputera bagi tahun 2016. Menurut beliau lagi, kadar pinjaman tidak berbayar bagi pinjaman TEKUN ketika ini di tahap terkawal dengan anggaran jumlah RM400 juta (Nurulhana, 2016). Walaupun kadar pinjaman tidak berbayar tersebut dilihat masih berada di tahap yang terkawal, namun isu tersebut masih perlu diberi perhatian bagi memastikan pusingan modal adalah mencukupi untuk diberikan kepada pemohon yang lain serta untuk mengelakkan timbulnya sebarang masalah di masa hadapan. Pihak TEKUN juga sebelum ini dilaporkan mengambil inisiatif menyediakan direktori usahawan TEKUN yang berjaya di seluruh negara bagi memotivasikan usahawan baru yang mahu membuat pinjaman (Utusan Online, 2012).

2. Objektif

Objektif kajian ini adalah untuk mengenal pasti faktor-faktor dalaman yang mendorong kejayaan usahawan mikro kredit di bawah Yayasan TEKUN Nasional di daerah Sabak Bernam, Selangor. Aspek-aspek yang dikaji adalah latar belakang keluarga, motivasi, sikap dan kemahiran usahawan bumiputera.

3. Usahawan dan Keusahawanan

Menurut kajian Shane dan Venkataraman (2000), keusahawanan dapat didefinisikan sebagai satu penemuan, penilaian dan eksploitasi peluang, dalam erti kata lain, penghasilan produk baru, perkhidmatan atau proses pengeluaran. Ia merangkumi strategi baru, organisasi dan pasaran baru untuk produk dan input yang tidak pernah wujud. Peluang keusahawanan adalah satu peluang ekonomi yang tidak dijangka dan merupakan peluang ekonomi yang tidak ternilai.

Peluang perniagaan ialah suatu keadaan atau situasi dalam perniagaan yang memberi kesempatan kepada seseorang individu untuk mendapatkan sesuatu manfaat. Peluang perniagaan wujud dan boleh dicari jika usahawan peka dan bertindak dengan segera. Sekiranya lambat bertindak maka peluang tersebut akan terlepas. Peluang perniagaan bermula apabila wujudnya permintaan terhadap sesuatu barang atau perkhidmatan. Oleh itu untuk menentukan serta mengenal pasti peluang-peluang perniagaan yang bersesuaian, kita perlu memadamkan peluang-peluang tersebut dengan kebolehan dan kemampuan diri serta sumber-sumber yang ada pada diri kita. Selain itu, peluang keusahawanan wujud kerana peniaga-peniaga mempunyai idea-idea yang berbeza dari aspek nilai relatif sumber atau apabila sumber akan bertukar dari input menjadi output (Alvarez & Busenitz, 2001).

Penciptaan dan pembaharuan juga merupakan kemahiran penting yang harus dimiliki oleh usahawan untuk menghasilkan peluang-peluang perniagaan. Walaubagaimanapun bukan semua pencipta adalah usahawan. Pencipta mungkin mempunyai kebolehan menghasilkan idea penciptaan tetapi tidak mempunyai kemahiran keusahawanan dan pengurusan. Sebaliknya orang lain yang mempunyai kemahiran keusahawanan menguruskan idea penciptaan tersebut. Oleh itu, gabungan antara kemahiran teknikal dengan kemahiran keusahawanan untuk menghasilkan ciptaan baru akan melahirkan satu peluang perniagaan yang menguntungkan.

Berdasarkan kemajuan masa kini, usahawan mikro kredit tidak boleh lari daripada menghadapi persekitaran yang semakin tidak menentu dengan perubahan dalam ekonomi dan teknologi semasa. Tidak seperti usahawan yang sudah mempunyai perniagaan yang besar dan stabil, usahawan kecil dilihat memerlukan 'teknik dan kepakaran' untuk menjadi produktif (Shrader, Mulford & Blackman, 1989).

Walaubagaimanapun bagi seorang usahawan yang kreatif dan inovatif, peluang-peluang perniagaan akan wujud jika kebolehan semulajadi yang ada pada dirinya digunakan dengan sebaik mungkin dan menyiapkan kaedah menyediakan rancangan perniagaan dengan terlebih dahulu. Oleh yang demikian, sesuatu perniagaan yang hendak dijalankan memerlukan perancangan yang strategik, yang mampu memberi kesan kejayaan dalam sesebuah perniagaan. Perancangan dan produktiviti merupakan pemangkin kepada pertumbuhan perniagaan kecil. Salah satu sebab utama sesuatu perniagaan gagal adalah kerana kekurangan motivasi dan sikap peniaga (Meers & Robinson, 2007).

Menurut Arendarski, Mroczkowski dan Sood (1994) usahawan kecil yang terlibat dalam perusahaan mikro mempunyai matlamat yang tersendiri terutamanya untuk meningkatkan pendapatan dan memperbaiki tahap hidup keluarga. Hasil kajian mereka mendapati matlamat usahawan kecil adalah untuk menjadi pemilik bagi perusahaan mereka (71%) dan meningkatkan pendapatan personal (64%).

4. Kejayaan Usahawan

Prestasi perniagaan usahawan melayu perusahaan kecil dan sederhana (PKS) boleh diukur melihat kepada penambahan modal syarikat, penambahan bilangan pekerja, pendapatan kasar perniagaan ataupun melalui kuantiti pengeluaran produk yang dipasarkan (Muhamad Asri & Zaimah, 2012). Penambahan ini mampu meningkatkan lagi kualiti dan kuantiti bagi produk yang dipasarkan sekaligus mampu meningkatkan keuntungan perniagaan. Menurut

Lussier (1995), pengukuran umum bagi kejayaan seorang usahawan dalam perniagaan ialah tahap keuntungan perniagaan yang diperolehi iaitu sama ada ia lebih rendah daripada purata industri atau lebih tinggi daripada purata industri. Di sini boleh disimpulkan bahawa peningkatan keuntungan dalam perniagaan menjadi satu kayu ukur kepada kejayaan para usahawan.

Melihat kepada kajian Rozell et al. (2010) di Brazil, Chile dan Ecuador, beliau mengaitkan faktor kejayaan dan kegagalan usahawan di negara berkenaan dengan beberapa elemen seperti sumber mentah, motivasi pengusaha, pengetahuan industri, teknologi, kemahiran perancangan, kemahiran komunikasi, kemahiran interpersonal dan pengambilan risiko. Kesemua elemen ini amat mempengaruhi kejayaan dan kegagalan seseorang usahawan. Manakala merujuk kepada kajian yang dilakukan oleh Radiah et al. (2009) ke atas usahawan di kawasan luar bandar di Malaysia di bawah program ‘One-District-One-Industry’ (ODOI), kajian tersebut hanya menekankan persoalan berjaya atau gagal usahawan berasaskan perkara seperti bantuan latihan, kualiti diri, persekitaran luar, polisi kerajaan, pembekal bahan mentah, sokongan pasaran oleh kerajaan, kesampaian pasaran, jaringan sosial, perkhidmatan dan tenaga kerja. Secara umumnya, kesemua faktor dan elemen ini menjadi perkara utama dalam setiap kajian yang dijalankan oleh penyelidik untuk menentukan kejayaan dan kegagalan seseorang usahawan.

Siriwan et al. (2013) pula menjalankan kajian empirikal ke atas usahawan dan mendapati bahawa usahawan dan pemilik perusahaan kecil dan sederhana perlu peka dengan kepentingan operasi perniagaan yang memberi kejayaan kepada perniagaan mereka. Terdapat empat perspektif yang perlu difokuskan iaitu perspektif kewangan, perspektif pelanggan, perspektif proses dalaman dan prespektif pembelajaran. Manakala M. Ha et al. (2014) menyatakan bahawa usahawan kecil dan sederhana perlu mengambil kira empat faktor yang memberi kesan kepada kejayaan usahawan iaitu keseluruhan usahawan perniagaan; kesihatan usahawan; pelaburan, keuntungan dan kestabilan usahawan; serta reputasi, imej dan penjenamaan usahawan. Keempat-empat faktor ini amat penting dalam menentukan kejayaan dalam bidang perniagaan.

Faktor Latar Belakang

Latar belakang memainkan peranan penting dalam kejayaan setiap usahawan. Latar belakang keluarga yang sememangnya menceburi bidang perniagaan menjadi faktor utama seseorang usahawan itu berjaya. Hal ini disusuli oleh kajian Norashidah Hashim, Norasmah Othman dan Noraishah Buang (2008) mengenai konsep kesediaan keusahawanan berdasarkan kajian kes usahawan IKS di Malaysia mendapati kebanyakan usahawan yang berjaya mempunyai latar belakang keluarga yang masih atau pernah terlibat dalam perniagaan. Sejajar dengan itu, situasi positif yang menjadi faktor penarik kepada aktiviti keusahawanan adalah seperti rangsangan dan sokongan daripada keluarga, mentor, rakan serta ditawarkan sebagai rakan kongsi perniagaan oleh seseorang dan juga pelanggan (Norasmah & Nor Hafiza, 2012). Sokongan dan dorongan yang tinggi dan sentiasa berterusan mampu mewujudkan minda yang positif dalam kalangan usahawan dan ia secara tidak langsung membantu usahawan untuk meneruskan perniagaan dengan lebih bersemangat.

Faktor Motivasi

Kamus Dewan Bahasa (2005) telah mendefinisikan motivasi sebagai keinginan yang keras pada diri seseorang yang mendorongnya untuk berusaha atau melakukan sesuatu dengan tujuan untuk mencapai kejayaan. Syed Shah Alam, Mohd Fauzi Mohd Jani dan Nor Asiah Omar (2011), dalam kajian mereka menyatakan bahawa sokongan keluarga, hubungan sosial dan motivasi dalaman memberi kesan positif serta signifikan kepada kejayaan usahawan wanita dalam perniagaan kecil kecuali sokongan Teknologi Maklumat dan Komunikasi (ICT). Sokongan yang berterusan dan pergaulan yang lebih meluas, menjadikan seseorang usahawan itu lebih bermotivasi dan sentiasa berusaha untuk terus maju ke hadapan.

Selain itu juga, dalam kajian yang dibuat oleh Swierczek dan Ha (2003), mereka menyatakan bahawa pemilik perniagaan kecil Vietnam mendapati bahawa cabaran dan pencapaian merupakan motivasi yang lebih penting daripada keperluan dan keselamatan. Setiap perniagaan mempunyai cabaran yang tersendiri yang perlu dihadapi oleh setiap usahawan, maka cabaran tersebutlah menjadi suatu motivasi kepada usahawan di Vietnam untuk terus berjaya. Manakala usahawan di India pula didorong oleh keinginan yang kuat untuk meningkatkan pendapatan mereka (Benzing et al., 2005). Ia dilihat sebagai satu motivasi kepada usahawan India untuk terus mengembangkan perniagaan dan meningkatkan keuntungan yang lebih daripada biasa.

Faktor Sikap

Sikap adalah suatu tingkah laku yang mempengaruhi dalam kehidupan seharian manusia. Sikap yang terdapat pada setiap individu yang memberi warna kepada kehidupan mereka sama ada secara positif atau negatif. Nor Aishah Buang (2002) menyatakan bahawa sikap keusahawanan atau kecenderungan ke arah keusahawanan banyak dipengaruhi oleh nilai-nilai hidup seseorang itu. Nilai-nilai yang positif akan membantu para usahawan untuk terus berniaga dan meluaskan perniagaan mereka. Manakala Mohammad Hassan (2007) mendapati dalam kajiannya bahawa sikap-sikap keusahawanan telah mempengaruhi tindakan keusahawanan dan memainkan peranan penting di dalam apa jua tuntutan keusahawanan yang dilakukan oleh individu tersebut. Oleh itu, sikap-sikap yang terdapat pada seorang usahawan dilihat banyak mempengaruhi kejayaan dalam perniagaan yang diceburi.

Faktor Kemahiran

Menurut Kamus Dewan Bahasa (2005), kemahiran didefinisikan sebagai kecekapan dan kepandaian seseorang dalam bidang tertentu. Kemahiran yang terdapat pada seseorang individu tersebut menjadi suatu kelebihan dalam bidang yang diceburi. Ab. Aziz (2003) menggariskan empat kemahiran yang perlu ada bagi memastikan kejayaan seseorang usahawan iaitu, kemahiran kognitif, kemahiran interpersonal, kemahiran konseptual dan kemahiran komunikasi iaitu memindahkan idea kepada realiti, dimana kemahiran ini mampu meyakinkan pihak lain untuk turut sama terlibat dalam aktiviti keusahawanan. Ia

secara tidak langsung membantu meyakinkan pembekal supaya memanjangkan tempoh kredit dan meyakinkan pelanggan dengan produk atau perkhidmatan yang diberikan serta kebolehan untuk mencungkil minat yang ada pada seseorang. Sehubungan dengan itu, kemahiran menjadi salah satu bahagian utama yang perlu ada pada diri usahawan kerana kemahiran tersebut sangat membantu usahawan untuk terus yakin dan dipercayai oleh pelanggan.

5. Metodologi Kajian

Sebanyak 110 set borang soal selidik telah diedarkan kepada responden yang terdiri daripada usahawan mikro kredit TEKUN Nasional di daerah Sabak Bernam, Selangor. Walaubagaimanapun, terdapat 10 borang soal selidik yang tidak boleh digunakan kerana responden merupakan usahawan baru dan belum layak menerima pinjaman peringkat kedua dan seterusnya. Justeru, jumlah sebenar responden yang terlibat dalam kajian ini adalah seramai 100 orang.

Borang soal selidik yang diedarkan terdiri daripada 3 bahagian iaitu bahagian A, B dan C. Bahagian A terdiri daripada beberapa soalan tapisan yang bertujuan untuk melihat sama ada responden merupakan individu yang layak untuk dianalisis atau tidak. Responden yang dipilih mestilah memenuhi syarat tertentu iaitu mereka merupakan usahawan yang telah berjaya mendapatkan suntikan modal tahap kedua daripada pihak TEKUN serta mempunyai rekod pembayaran pinjaman yang baik. Bahagian B terdiri daripada 4 pecahan kumpulan soalan yang mewakili faktor-faktor dalaman yang mendorong kejayaan usahawan mikro kredit iaitu faktor latar belakang keluarga, motivasi, sikap dan kemahiran para usahawan. Sementara itu, bahagian C pula terdiri daripada soalan berkaitan demografi responden. Data yang diperolehi kemudiannya dianalisis menggunakan perisian SPSS versi 20 dengan menjalankan Analisis Varian (ANOVA) Satu Hala bagi menjawab persoalan kajian.

Walaubagaimanapun, sebelum sesuatu kajian sebenar dijalankan, lazimnya kajian rintis akan dijalankan untuk mengetahui tahap kesahan dan kebolehpercayaan borang soal selidik dalam mengukur pembolehubah kajian secara konsisten setiap kali ia digunakan pada masa, tempat dan sampel yang berlainan (Mohd Salleh dan Zaidatun, 2001). Ia juga akan memberi peluang kepada responden untuk memberikan komen terhadap kekurangan, kekeliruan dan kekaburan bahasa instrumen (Wiersma, 1995). Menurut Sekaran (2003), jika nilai Alpha Cronbach yang diperolehi adalah kurang daripada 0.6 dan menghampiri skor 0, maka soal selidik dianggap tidak sah dan kebolehpercayaan terhadap item yang dibina adalah rendah. Sebaliknya jika skor Alpha Cronbach melebihi 0.6 dan menghampiri 1.0, ia boleh dianggap sebagai skor yang tinggi dan item yang terkandung dalam soal selidik adalah boleh dipercayai.

Jadual 1 menunjukkan nilai Alpha Cronbach yang diperolehi bagi setiap pembolehubah dalam borang soal selidik. Kesemua bahagian mencatatkan nilai Alpha Cronbach yang melebihi 0.6. Oleh itu, soal selidik dianggap baik serta boleh digunakan bagi mendapatkan data sebenar.

Jadual 1. Statistik Kebolehpercayaan Mengikut Pembolehubah Kajian

Bahagian (Faktor)	Alpha Cronbach	Bilangan Item
Latar belakang keluarga	0.812	10
Motivasi	0.811	10
Sikap	0.784	10
Kemahiran	0.803	10

6. Analisis Data dan Dapatan Kajian

Jadual 2 di bawah menunjukkan ciri-ciri demografi responden yang dikaji.

Jadual 2. Demografi Responden

Perkara		Kekerapan	Peratus (%)
Jantina	Lelaki	59	59.0
	Perempuan	41	41.0
Umur	25 tahun ke bawah	21	21.0
	26 – 30	36	36.0
	31 – 35	27	27.0
	36 – 40	16	16.0
Tahap pendidikan	SPM	45	45.0
	Diploma / setaraf	38	38.0
	Ijazah Sarjana Muda	8	8.0
	Lain-lain	9	9.0
Jenis pemilikan perniagaan	Pemilikan tunggal	55	55.0
	Perkongsian	40	40.0
	Syarikat Sdn. Bhd.	5	5.0
Jenis perniagaan	Gerai tetap	28	28.0
	Gerai bergerak	37	37.0
	Kedai perniagaan perkhidmatan	20	20.0
	Kedai perniagaan pengangkutan	12	12.0
	Kedai aktiviti pengeluaran	3	3.0
Tempoh perniagaan dijalankan	Kurang 1 tahun	2	2.0
	1 – 3 tahun	60	60.0
	4 – 6 tahun	31	31.0
	7 – 9 tahun	7	7.0

Berdasarkan Jadual 2, majoriti responden adalah usahawan lelaki (59%), berumur di antara 26-30 tahun (36%), mempunyai tahap pendidikan peringkat SPM (45%),

menjalankan perniagaan secara milikan tunggal (55%), menceburi perniagaan jenis gerai bergerak (37%) dan telah menjalankan perniagaan dalam tempoh di antara 1 hingga 3 tahun (60%).

Dapatan Hipotesis

Hipotesis yang diuji dalam kajian ini adalah seperti berikut:

$$H_0 : \mu_1 = \mu_2 = \mu_3 = \mu_4$$

(tiada perbezaan yang signifikan di antara min bagi keempat-empat faktor dalaman yang mendorong kejayaan usahawan mikro kredit)

$$H_1 : \mu_1 \neq \mu_2 \neq \mu_3 \neq \mu_4$$

(terdapat perbezaan yang signifikan di antara min bagi keempat-empat faktor dalaman yang mendorong kejayaan usahawan mikro kredit)

Jadual 3. ANOVA

	Jumlah kuasa dua	dk	Min kuasa dua	F	Sig.
Antara kumpulan	20.882	3	6.961	29.058	.000
Dalam kumpulan	94.856	396	.240		
Jumlah	115.738	399			

Berdasarkan Jadual 3, hasil ANOVA Satu Hala menunjukkan nilai signifikan yang kurang daripada $\alpha = 0.05$, iaitu 0.000. Oleh itu, hipotesis nol ditolak dan hipotesis alternatif diterima. Dapatan ini menunjukkan bahawa terdapat perbezaan yang signifikan di antara min bagi keempat-empat faktor dalaman yang dikaji. Justeru, latar belakang keluarga, motivasi, sikap dan kemahiran diterima sebagai faktor dalaman yang mendorong kejayaan usahawan mikro kredit di daerah Sabak Bernam, Selangor.

Dapatan ini adalah sejajar dengan hasil kajian yang dijalankan oleh beberapa orang penyelidik yang lepas. Syed Shah Alam, Mohd Fauzi Mohd Jani dan Nor Asiah Omar (2011) menyatakan bahawa sokongan keluarga, hubungan sosial dan motivasi dalaman memberi kesan positif serta signifikan kepada kejayaan usahawan wanita dalam perniagaan kecil kecuali sokongan Teknologi Maklumat dan Komunikasi (ICT). Selain itu, kajian oleh Zuraini (2000) mengenai faktor yang mempengaruhi kemampuan usahawan bumiputera memajukan perniagaan mereka di Sungai Petani, Kedah mendapati bahawa motivasi diri usahawan untuk berjaya mempengaruhi prestasi perniagaan masing-masing. Mohd Hassan (2007) pula mendapati dalam kajiannya bahawa sikap-sikap keusahawanan telah mempengaruhi tindakan keusahawanan dan memainkan peranan penting di dalam apa jua tuntutan keusahawanan yang dilakukan oleh individu tersebut. Justeru itu, titik permulaan atau asal-usul sikap-sikap keusahawanan ini dapat dikesan di dalam sistem nilai kehidupan seseorang usahawan. Sikap-sikap tersebut adalah sikap berdikari, sikap kecekalan, sikap kreatif, sikap inovasi, sikap suka akan cabaran, sikap berimpian dan cita-cita, sikap melihat dan merebut peluang, sikap yakin terhadap keupayaan diri, sikap bersemangat tinggi dan

bertenaga, sikap rajin dan mempunyai daya inisiatif. Sikap-sikap yang positif ini secara tidak langsung telah mendorong seseorang usahawan untuk mencapai kejayaan dalam perniagaan yang diceburinya. Sementara itu, Ab. Aziz (2003) telah menggariskan empat kemahiran yang perlu ada bagi memastikan kejayaan seseorang usahawan iaitu kemahiran kognitif, kemahiran interpersonal, kemahiran konseptual dan kemahiran komunikasi iaitu memindahkan idea kepada realiti, mampu meyakinkan pihak lain untuk turut sama terlibat dalam aktiviti keusahawanan, meyakinkan pembekal supaya memanjangkan tempoh kredit, meyakinkan pelanggan dengan produk atau servis yang diberikan dan kebolehan untuk mencungkil minat yang ada pada seseorang.

7. Penutup

Tidak dinafikan usahawan adalah tulang belakang kepada pembangunan ekonomi sesebuah negara. Hal ini kerana usahawan banyak memainkan peranan penting dalam menjana pendapatan di pelbagai sektor. Oleh itu, kajian dalam mengetahui faktor-faktor kejayaan usahawan perlulah dijalankan dari semasa ke semasa kerana ianya dapat membantu kerajaan mengenal pasti serta dapat menyediakan infrastruktur atau perkhidmatan yang bersesuaian untuk membantu para usahawan.

Berdasarkan kajian ini, terdapat empat faktor dalaman yang menyumbang kepada kejayaan perusahaan dikenali, iaitu latar belakang individu usahawan, motivasi pada usahawan, sikap usahawan dalam menguruskan perniagaannya serta kemahiran yang ada pada usahawan. Individu usahawan yang mana keluarganya terlibat dengan perusahaan akan lebih mudah mendapatkan maklumat melalui perkongsian pengalaman serta lebih bersedia dalam menguruskan sesebuah perusahaan. Selain itu, usahawan yang mempunyai motivasi yang lebih tinggi serta mempunyai sikap yang positif dilihat mampu berhadapan dengan situasi perusahaan yang memiliki pelbagai dugaan dan juga cabaran semasa perusahaan dijalankan. Kemahiran yang ada pada individu usahawan juga sangat memainkan peranan penting dalam menggerakkan perusahaan seseorang. Usahawan yang memiliki pengetahuan tinggi akan lebih mampu bertahan lama malah menyumbang kepada kejayaan perusahaan mereka.

Sehubungan dengan itu, beberapa langkah perlulah diambil dalam membantu usahawan mencapai kejayaan berdasarkan faktor-faktor yang telah dikaji. Pihak Yayasan TEKUN Nasional, selaku pihak yang bertanggungjawab perlu menambahbaik dari segi program motivasi serta bengkel kepada usahawan-usahawan bagi meningkatkan lagi kualiti serta kemahiran sedia ada. Malah apa yang lebih penting, usahawan perlulah sentiasa bekerjasama bersama pihak TEKUN dengan menyertai bengkel-bengkel yang diadakan untuk manfaat perniagaan usahawan sendiri. Dalam pada masa yang sama, usahawan juga perlulah lebih bersikap positif serta mempunyai keinginan yang jitu dalam menguruskan sesebuah perusahaan agar perusahaan mereka dapat memberi impak terhadap ekonomi negara.

Rujukan

- Ab. Aziz Yusof. (2003). *Prinsip Keusahawanan*. Prentice Hall: Pearson Malaysia Sdn. Bhd.
- Alvarez, Sharon & Lowell Busenitz. (2001). The Entrepreneurship of Resource-Based Theory. *Journal of Management*.
- Arendarski, Andrzej, Tomasz Mroczkowski & James Sood. (1994). A study of Redevelopment of Private Enterprise in Poland: Conditions and Policies for Country Growth. *Journal of Small Business Management*, 32(3): 40-51.
- Azizi Hj Halipah & Syed Mazlan Syed Mat Dom. (2011). Peranan Kompetensi Peluang dan Struktur Organisasi Terhadap Prestasi PKS di Utara Malaysia. *Academic Journal UiTM Johor*, Vol. 10.
- Benzing, C., Chu, H. M. and Szabo, B. (2005). Hungarian and Romanian Entrepreneurs in Romania – Motivation, Problems and Differences. *Journal of Global Business*, Vol. 16: 77-87.
- Bokemeier, J., & Garkovich, L. (1987). Assessing the influence of farm women's self-identity on task allocation and decision making. *Rural Sociology*, 52(1): 13-36.
- Kamus Dewan Edisi Keempat. (2005). Dewan Bahasa dan Pustaka, Kuala Lumpur.
- Lussier, R. N. (1995). A nonfinancial business success versus failure prediction model for young firms. *Journal of Small Business Management*, 33(1): 8-20.
- M. Ha et al. (2014). Key Factors for Successful Entrepreneurship in Thailand. *Open Journal of Social Sciences*, 2: 116-121.
- Meers, Karen A. & Robertson, Colin. (2007). Strategic Planning Practices in Profitable Small Firms in the United States. *The Business Review. Cambridge. Hollywood: Summer*, Vol. 7, Issue. 1, p302.
- Mohd Hassan Mohd. Osman. (2007). *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kejayaan Usahawan Kredit Mikro di negeri Johor*. Fakulti Pengurusan dan Pembangunan Sumber Manusia, Universiti Teknologi Malaysia.
- Mohd Saleh Abu & Zaidatun Tasir. (2001). *Pengenalan Analisis Data Berkomputer SPSS 10.0 for Window*. Kuala Lumpur: Venton Publishing.
- Muhamad Asri & Zaimah. (2012). Transformasi dan Prestasi Perniagaan Usahawan Melayu Perusahaan Kecil dan Sederhana (PKS) di Johor Bharu. *Prosiding PERKEM VII, JILID 1*: 696 – 708.
- Nor Aishah Buang. (2002). *Asas Keusahawanan*. Fajar Bakti. Polygraphic (M) Sdn. Bhd.
- Norashidah Hashim, Nor Aishah Buang & Norasmah Othman. (2008). Conceptualizing entrepreneurial readiness for Malaysian higher learning institution. *The 2008 International Joint Conference on e-Commerce, e-Administration, e-Society, and e-Education*.
- Norasmah Othman. (2002). *Keberkesanan Program Keusahawanan Remaja Di Sekolah Menengah*. Tesis Doktor Falsafah. Serdang. Universiti Putra Malaysia.
- Norasmah Othman & Nor Hafiza Othman. (2012). Impact of Globalization on Trends in Entrepreneurship Education in Higher Education Institutions. *International Journal of Trade, Economics and Finance (IJTEF)*.

- Norbaiti Tukiman. (2010). *Cabaran dan Faktor Kejayaan Usahawan Wanita Bumiputera Perusahaan Kecil dan Sederhana (PKS) Di Negeri Melaka*. Universiti Teknologi MARA.
- Norhashim Nordin. (1994). Towards Strengthening SMIS. The Bank Pembangunan perspective. *1st National Conference for SMIS, Kuala Lumpur*.
- Nurulhana Ismail. (2016). *TEKUN sasar lahirkan lebih 300,000 usahawan baru Bumiputera pada 2016*. Astro Awani. Diterbitkan pada 4 Januari 2016.
<http://www.astroawani.com/>
- Radiah Abdul Kader, Mohd Rosli Mohamad & Ab. Azid Hj. Che Ibrahim. (2009). Success factors for small rural entrepreneurs under the One-District-One Industry programme in Malaysia. *Contemporary Management Research*, 5(2), 147-162.
- Rosli Mohd Saad, Abdullah Abd Ghani & Shuhymee Ahmad. (2014). Kesan Sumber Pembiayaan Ekuiti dan Hutang ke atas Prestasi Perniagaan PKS di Malaysia. *Sains Humanik*, 2(1): 151-157.
- Rozell, E. J., Scroggins, W. A., Amorós, J. E., Arteaga, M. E. & Schlemm, M. M. (2010). Entrepreneurship in specific cultural contexts: the role of training and development for entrepreneur-culture fit. *Journal for Global Business Education*, 10: 51-71.
- Scott Shane & S Venkataraman. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research Academy of Management. *The Academy of Management Review*, 25(1): 217.
- Sharina Shamsudin, Zaiha Zeeti Mohamad Yusob, Mohd Nizam Mohd Nizat, Rozhan Abu Dardak, & Che Rohaini Awang. (2013). Khidmat Nasihat Teknikal MARDI Bantu Pembangunan PKS. *Economic and Technology Management Review*, Vol. 8: 153-163.
- Shrader, Charles B., Mulford, Charles L. & Blackburn, Virginia L. (1989). The article Strategic and Operational Planning, Uncertainty, and Performance in Small Firms, by Blackburn. *Journal of Small Business Management*, Vol. 27(4): 45-60.
- Siriwan, U. et al. (2013). The Management of Small and Medium Enterprises to Achieve Competitive Advantages. *Conference of the International Journal of Arts & Sciences*, 6: 154-156.
- Syed Shah Alam, Mohd Fauzi Mohd Jani & Nor Asiah Omar. (2011). An Empirical study of success factors of women entrepreneurs in southern region In Malaysia. *International Journal of Economics and Finance*, Vol 3(2).
- Swierczek, F., Ha, T. T. (2003). Motivation, Entrepreneurship, and Performance of SMEs in Vietnam. *Journal of Enterprise Culture*, Vol. 11(1): 47-68.
- Uma Sekaran. (2003). *Research Methods for Business: A Skill Building Approach*. 4th edition. John Wiley & Sons.
- Utusan Online. (2012). *Lebih 82% usahawan TEKUN bayar balik pinjaman*.
<http://ww1.utusan.com.my/utusan/Pahang>.
- Wiersma, W. (1995). *Research Methods in Education: An Introduction*. Boston: Allyn and Bacon.
- Zuraini Zakaria. (2000). *Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kemampuan Usahawan Bumiputera di Kawasan Sungai Petani, Kedah Dalam Memajukan Perniagaan Mereka*. Universiti Teknologi Malaysia. Projek Sarjana Muda.