

## **KEUNIKAN BUDAYA BERNIAGA WANITA KELANTAN DI BANDAR KOTA BHARU**

*(Unique Culture of Trading among Kelantan Women in The City of Kota Bharu)*

Norshabiha Ibrahim & Sharifah Rohayah Sheikh Dawood

### **ABSTRAK**

Institusi pasar bukan sahaja berfungsi sebagai premis kegiatan ekonomi utama kaum wanita di Kota Bharu, Kelantan malah merupakan satu manifestasi keunikan budaya yang dimiliki oleh penduduk tempatan negeri tersebut berbanding negeri-negeri lain. Budaya perniagaan adalah sangat penting dalam melestarikan sesebuah ekosistem perniagaan kerana merupakan sumber pendapatan utama golongan wanita sejak turun temurun. Objektif kajian ini adalah untuk mengkaji keunikan budaya perniagaan wanita di Kota Bharu Kelantan sebagai pengusaha produk Perusahaan Kecil dan Sederhana (PKS). Keunikan budaya yang dipamerkan oleh perniagaan wanita Kelantan adalah tarikan semulajadi kepada pelanggan sama ada dari dalam atau pun luar negara di mana ia memaparkan satu kelainan dari segi budaya berniaga. Kajian ini menggunakan kaedah kuantitatif melalui instrument soal selidik ke atas 100 orang responden yang terdiri daripada peniaga Pasar. Di samping itu kaedah kualitatif melibatkan 10 orang informan yang ditemubual secara mendalam turut dilaksanakan dengan menggunakan persampelan secara bertujuan melibatkan peniaga pasar, agensi Kerajaan dan swasta seperti Majlis Amanah Rakyat (MARA), Kelab Keusahawanan Wanita Kelantan (KUWAK), Tabung Ekonomi Kumpulan Usahawan Niaga (TEKUN), dan usahawan yang berjaya. Kajian mendapati terdapat dua perbezaan iaitu dari segi keindahan fizikal pasar dan perbezaan dari segi budaya perniagaan yang ditonjolkan oleh peniaga wanita Kelantan sejak turun temurun. Perbezaan tersebut menjadi keunikan budaya wanita Kelantan dan seterusnya dapat melestarikan perniagaan mereka sehingga kini walaupun dihimpit pelbagai masalah ekonomi.

**Kata kunci:** Keunikan Budaya Perniagaan, Keusahawanan, Wanita, Pasar Siti Khadijah.

### **ABSTRACT**

The market institution not only serves as the premise for main economic activities of women in Kota Bharu, Kelantan but also as a manifestation of the unique culture possessed by the local people here as compared to other states. Business culture is very important in preserving the business ecosystem as it has been the main source of income for women throughout the generation. The objective of this study is to examine the uniqueness of the business culture of women in Kota Bharu, Kelantan as Small and Medium Sized Enterprises (SMEs) product entrepreneurs. The cultural uniqueness exhibited by the Kelantanese women's business is a natural attraction to customers both domestically and abroad where it presents a different way of doing business. The study used quantitative methods from questionnaire as an instrument of analysis on 100

respondents among the market traders/entrepreneurs. In addition, a qualitative method involving 10 informants were interviewed in-depth using purposive sampling. These interviews were targeted to market traders, government and private agencies such as the Majlis Amanah Rakyat (MARA), the Kelantan Women's Entrepreneurship Club (KUWAK), the Entrepreneur Group Economic Fund (TEKUN) and other successful entrepreneurs. The study found that there are two differences in terms of the physical grandeur of the market and differences in terms of business culture that features a prominent attribute for the Kelantanese women traders from generation to generation. Those differences have become the uniqueness of the Kelantanese women's culture and has enabled them to sustain their own business to this day despite various economic pressures.

## **PENGENALAN**

Dalam Rancangan Malaysia Kesebelas (RMKe-11), keusahawanan dikenal pasti sebagai salah satu bidang keutamaan nasional menjelang Wawasan 2020. Bidang keusahawanan merupakan bidang strategik yang sentiasa menjadi perhatian dari semasa ke semasa dan sentiasa berubah mengikut peredaran zaman. Kini, Malaysia telah beranjak kepada dunia digital di mana terdapat banyak kemudahan yang disediakan kepada para usahawan untuk terus bergiat dalam bidang keusahawanan seperti kemudahan internet dan kemudahan media sosial (Faradillah Iqmal, 2017)

Pelbagai program telah dilaksanakan oleh agensi Kerajaan dan swasta dalam memastikan perkembangan bidang keusahawanan terus menjadi bidang keutamaan negara (Tam Ying Ling Adeline, 2014). Buktinya dapat dilihat daripada ucapan Perdana Menteri Tun Dr Mahathir Mohamad ketika merasmikan Dasar Keusahawanan Nasional pada Julai 2019. Dasar Keusahawanan Nasional memperlihatkan komitmen Kerajaan untuk mempertingkatkan semangat keusahawanan dalam kalangan rakyat serta semangat keusahawanan tersebut turut dijadikan satu budaya dalam kalangan rakyat Malaysia (Laman Web Jabatan Perdana Menteri, 2019). Bidang keusahawanan bukan sahaja diceburi oleh golongan lelaki, malah lebih giat diceburi oleh golongan wanita.

Di Malaysia, wanita menjadi pemangkin kepada pertumbuhan bagi Perusahaan Kecil Sederhana (PKS). Perusahaan Kecil dan Sederhana (PKS) memainkan peranan yang semakin penting dalam mengekalkan pertumbuhan ekonomi, serta memberi peluang pekerjaan kepada setiap individu sebagai usahawan di Malaysia. Bidang keusahawanan amat bergantung kepada pembentukan keupayaan individu dalam perniagaan yang diusahakan (Alauddin, 2014). Pembentukan keupayaan individu merupakan satu proses yang dapat meningkatkan kemampuan dan kredibiliti seseorang usahawan bagi menyelesaikan masalah dan mencapai matlamat dalam perniagaan serta dapat menentukan kejayaan sesebuah perniagaan. Kajian Norsidah Ahmad et. (2006) menyatakan usahawan wanita mempunyai motivasi diri yang tinggi untuk membangunkan perniagaan. Di Malaysia, golongan wanita merupakan sebahagian besar daripada populasi masyarakat iaitu sebanyak 15.7 juta pada tahun 2018 orang dan menyumbang kepada pembangunan ekonomi negara (Jabatan Perangkaan Malaysia, 2018). Ramai usahawan wanita yang telah mencipta nama di persada Malaysia mahupun ke peringkat antarabangsa seperti Che Minah Songket dan Batik, Dnars Kosmetik, Qu Puteh, Kartika Kiara Batik, Faiza dan lain-lain (Pegawai MARA, 2019).

Dunia perniagaan bukan satu bidang yang asing bagi penduduk negeri Kelantan. Kebanyakan anak kelahiran Kelantan yang merantau ke negeri-negeri lain, mereka juga cenderung untuk berniaga walaupun sebagai sampingan (Kelab Keusahawanan Wanita Kelantan, 2019).

Minat yang mendalam dalam dunia perniagaan disebabkan oleh pelbagai faktor. Salah satu daripadanya adalah budaya. Budaya merupakan suatu cara hidup yang berkembang dan dimiliki bersama oleh sesebuah kelompok manusia dan diwariskan dari generasi ke generasi akan datang. Setiap negeri mempunyai keunikan budaya tersendiri, begitu juga dengan Kelantan. Kelantan mempunyai perbagai kelainan dari segi adat dan budaya termasuklah budaya perniagaan. Budaya perniagaan wanita Kelantan mempunyai keunikan yang tersendiri yang jarang dimiliki oleh peniaga wanita negeri lain (Pegawai Pelancongan Negeri Kelantan, 2019). Oleh itu, kajian ini mengkaji keunikan budaya peniaga wanita Kelantan dalam melestarikan perniagaan mereka sejak turun temurun. Keunikan budaya yang berbeza merangkumi sikap, cara berniaga, dan aspek-aspek yang dititik beratkan dalam perniagaan sehingga mampu bertahan walaupun dihipit pelbagai masalah ekonomi negara.

## **USAHAWAN DAN KEUSAHAWANAN**

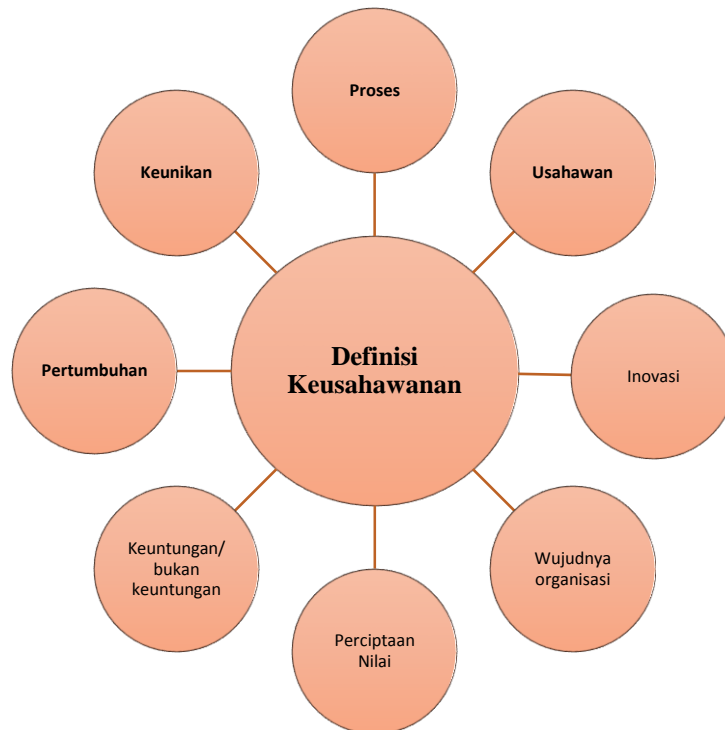
Usahawan adalah seseorang yang mengambil risiko semasa memulakan atau menubuhkan perniagaan atau perusahaan (Farhana, 2013) dalam Zaimah R (2017). Abdul Aziz et al. (2011) mendefinisikan usahawan sebagai individu yang mempunyai kebolehan, kecenderungan dan kemampuan untuk membuat pembaharuan, mencari peluang perniagaan serta dapat melakukan perniagaan yang boleh memberi faedah kepada diri sendiri dan masyarakat. Keusahawanan didefinisikan sebagai proses mengenalpasti peluang dalam pasaran, menyusun sumber-sumber untuk mencapai objektif dan tindakan, seterusnya mengeksploitasi keperluan sumber-sumber bagi kepentingan peribadi dalam jangka masa panjang. Keusahawanan telah bermula semenjak manusia tahu kewujudan dan kepentingan hidup bermasyarakat dan telah berkembang sepanjang zaman bersama-sama dengan teori keusahawanan itu sendiri (Norita, 2010).

Elemen penting yang membentuk konsep keusahawanan ialah pemerolehan ganjaran atau untung menerusi usaha penciptaan pembaharuan yang bernilai. Hisrich dan Peters (2002) mendefinisikan keusahawanan sebagai satu proses penciptaan sesuatu yang baru ditambah nilai serta keperluan usaha dan masa, mengendalikan keewangan, psikik, dan risiko sosial serta menerima anugerah dalam bentuk wang dan kepuasan peribadi dan kebebasan. Manakala usahawan adalah penemu yang merevolusikan corak terkini melalui penemuan simbeer atau outlet baru, mengorganisasikan industri baru atau pengambilalihan sesetengah aktiviti inovatif.

Sebaliknya, Coulter (2002) dalam Rosli Mahmood (2010) usahawan sebagai satu proses dimana individu atau kumpulan menggunakan usaha-usaha dan perantara untuk mencari peluang mencipta nilai dan pertumbuhan melalui memenuhi keperluan dan kehendak. Ianya perlu melalui inovasi dan keunikan tidak kira apa jua sumber kawalan yang digunakan. Manakala usahawan ialah seseorang yang mencipta dan menoperasikan perniagaan secara aktif. Kamus Webster's New World mendefinisikan usahawan ialah seseorang yang mengorganisasikan dan mengurus pengambilalihan, mengendalikan risiko demi keuntungan. Hull, Bosley dan Udel (1980) dalam Rosli Mahmood (2010) menyatakan usahawan ialah individu-individu yang membeli atau mewarisi perniagaan sedia ada dengan niat dan usaha yang berterusan meluaskannya. Rosmah Mansor (2011) dalam Mustafa Dakian (2014) keusahawanan merupakan faktor penting untuk meningkatkan peluang ekonomi mampan bagi wanita serta memudahkan sumbangan mereka kepada ekonomi negara. Kajian oleh Suaibah et al., (2005) mendapati majoriti usahawan wanita bergiat dalam bidang keusahawanan seperti makanan dan minuman, pakaian dan peruncitan.

Berdasarkan definisi-definisi tersebut dapat dirumuskan terdapat ciri-ciri yang diperolehi dalam definisi usahawan dan keusahawan adalah seperti rajah 1.1. di bawah.

**Rajah 1.1 : Ciri-ciri yang diperolehi dalam definisi keusahawan**



**Sumber:** Gartner, W.B (1990). What Are We Talking About When We Talk About Entrepreneurship? *Journal of Business Venturing*, 5, 15-28

## **BUDAYA KEUSAHAWANAN DAN CIRI USAHAWAN BERJAYA**

Budaya ialah corak perilaku harian yang diamalkan oleh individu atau kumpulan dalam menguruskan hal-hal kehidupan mereka. Budaya yang murni selalunya dipengaruhi oleh corak perilaku individu kearah yang dikehendaki dan diterima oleh kumpulan masyarakat setempat (Mohd Taib Dora, 2013). Budaya keusahawan didefinisikan sebagai corak perilaku individu dan kumpulan individu dalam sesebuah masyarakat yang mana ia cenderung kearah melakukan kegiatan-kegiatan yang berkaitan dengan perniagaan. Budaya keusahawan dipengaruhi oleh ciri-ciri serta pendorong penyertaan individu dalam bidang keusahawan. Sehingga kini banyak kajian yang dilaksanakan oleh ahli ekonomi dan psikologi dalam meneliti dan memahami ciri-ciri seseorang usahawan. Banyak kajian yang mengaitkan ciri-ciri usahawan dan kejayaan usahawan. Antara kajian yang popular sehingga sekarang ialah kajian tentang ciri-ciri dan personaliti usahawan yang berjaya oleh McClelland (1961, 1965, 1985), Brockhause (1982), Rotter (1996) dan Bird (1989).

Menurut kajian Koa (1991), terdapat sebelas ciri utama yang perlu ada dalam diri usahawan iaitu komitmen keazaman dan ketabahan, dorongan untuk berjaya dan berkembang maju, orientasi

kepada peluang dan matlamat, mengambil inisiatif dan tanggungjawab peribadi, penyelesaian masalah secara berterusan, realistik, mencari dan menggunakan maklumat balas, lokus kawalan dalaman, mengambil risiko yang diperhitungkan, dorongan rendah keatas kuasa dan status, intergriti dan boleh dipercayai. Kajian oleh Zaidatul Akmaliah dan Habibah (2004) menyatakan terdapat beberapa ciri tiggah laku yang pentig agar usahawan mempunyai sikap yang positif dan bermotivasi, pencapaian yang tinggi iaitu tekun bekerja, raji dan gigih, tabah hati, menetapkan standart pencapaian untuk berjaya, tumpuan pada masa depan, tidak bergantung pada nasib dan bertanggungjawab. Selain itu kajian yang dilakukan oleh Buerah & Hussin (2014) usahawan Bumiputera perlu memupuk sikap positif terhadap perniagaan dan perindustrian seperti kreatif, sabar, gigih, jujur, cekal dan istiqamah sebagai satu persediaan amat penting ke arah proses pembangunan manusia yang seimbang antara roh dan jasad. Kajian oleh Azmi Abdul Manaf, Nik Hairi Omar & Lee Kuan Yee (2102) menunjukkan kejayaan keusahawanan lebih disumbangkan oleh faktor usia semasa memulakan perniagaan, cara pengurusan rekod dan kawalan kewangan, kemahiran perancangan, kemahiran pemasaran dan tahap pendidikan usahawan itu sendiri. bahawa usahawan wanita yang berani berhadapan dengan risiko, berinovasi serta kerap berkomunikasi.

Kajian oleh So Ji Min (1999) terdapat sepuluh ciri dan profil usahawan pada abad 21 iaitu dapat melihat dan mengambil peluang, mempunyai maklumat, kreatif dan inovatif, mempunyai visi, berdaya maju, optimistik, bertindak sebagai inovator, mengambil risiko yang diperhitungkan dan sifat kepimpinan. Manakala Ab. Aziz Yusof (2010) mengemukakan nilai-nilai murni yang menjadi kompas usahawan mengejar kejayaan seperti berani mencuba, penentapan maklumat, jangkauan diri, kecekalan, yakin diri, ketegasan diri, inisiatif diri, bertanggungjawab, belajar daripada maklum balas, mewujudkan hubungan dengan individu yang boleh membantu, kesediaan menerima nasihat. Kajian yang dilakukan oleh Novel Lyndon, Lim Jie Wei & Mohd Helmi Abdul Rahim (2014) jenis jaringan sosial yang digunakan oleh petani Cina dalam memasarkan hasil pertanian boleh dibahagikan kepada lapan jenis iaitu rakan-rakan, keluarga, persekitaran sosial, dialek, nilai murni, pengalaman, bantuan kerajaan dan pemborong. Kajian oleh Jayanty et al. (2010) mendapati Kepimpinan peribadi usahawan juga mempengaruhi tingkah laku pemimpin yang baik, berwibawa dan berfikiran jauh serta mampu untuk mengembangkan lagi perniagaan yang diusahakan.

## **METODOLOGI KAJIAN**

Kelantan merupakan salah satu negeri di Malaysia yang mempunyai kepadatan penduduk yang tinggi, dianggarkan seramai 1.6 juta penduduk di mana majoriti penduduknya terdiri daripada mereka yang berbangsa Melayu, diikuti oleh Cina, India, Siam dan Orang Asli. Kajian ini di memberi tumpuan kepada kawasan perniagaan di bandar Kota Bharu iaitu Pasar Siti Khadijah, Bazar Tok Guru, Bazar Tengku Anis dan Bazar Buluh Kubu. Kota Bharu ialah ibu negeri Kelantan yang mempunyai pelbagaikan dan seni budaya yang tersendiri. Sampel dalam kajian ini terdiri daripada golongan peniaga-peniaga yang menjalankan aktiviti perniagaan iaitu melibatkan 100 orang responden dengan persampelan secara bertujuan dan menggunakan instrumen soal selidik. Hampir 95 % responden terdiri daripada usahawan yang menjalankan perniagaan di Pasar Siti Khadijah. Kajian juga menemubual secara mendalam kepada peniaga-peniaga pasar, pegawai MARA, TEKUN, KUWAK dan usahawan yang berjaya bagi mendapatkan maklum balas yang lebih baik dan mendalam. Analisis kajian ini menggunakan teknik analisis kandungan bagi hasil



temubual mendalam serta analisis tabulasi dan frekuensi bagi data yang melibatkan soal selidik dengan menggunakan perisian SPSS 24.0.

## **PERBINCANGAN HASIL KAJIAN**

Hasil kajian mendapati seramai 95 % adalah usahawan wanita yang terdiri daripada 98 % adalah bangsa Melayu. Rata-rata usahawan yang ditemui berumur 51 tahun ke atas adalah 26 % dan diikuti oleh golongan muda yang berumur 21-30 tahun (25 %) serta golongan yang berumur 31-40 tahun sebanyak 24 %. Bagi taraf pendidikan, rata-rata usahawan mendapat pendidikan sekolah menengah tinggi (Ting 4-6) dengan nilai peratusan sebanyak 51.0 % dan majoriti mempunyai kelulusan SPM iaitu sebanyak 38 %. Namun begitu, 8 orang usahawan turut mempunyai kelulusan professional seperti diploma dan ijazah namun memilih untuk melibatkan diri dalam perniagaan.

## **KELAINAN BUDAYA PERNIAGAAN WANITA KELANTAN**

### **Keunikan bentuk dan lokasi perniagaan**

Kajian mendapati Pasar Siti Khatijah menjadi tumpuan utama pelancong tempatan ataupun pelancong antarabangsa. Dari segi keunikan bentuknya, Pasar Siti Khatijah mempunyai empat tingkat dan berbentuk segi lapan serta merupakan tempat pengumpulan semua barangan keperluan harian masyarakat daripada barangan murah dan sehingga barangan mencecah ribuan ringgit. (Pegawai Tekun, 2019). Gambar 1 di bawah menunjukkan permandangan atas di Pasar Siti Khadijah



Sumber: Kajian Lapangan, 2019

Kajian mendapati, Tingkat bawah di khususkan untuk barangan yang basah seperti ikan, sayur-sayuran, ayam, daging dan hasil laut lain. Di tengah-tengah pasar ini merupakan simbolik penting kepada kewujudan pasar ini kerana aktiviti perniagaan disitu mirip dengan perniagaan seperti aktiviti perdagangan dahulu iaitu perniaga duduk secara bersila dan diatur dengan pelbagai jenis

barangan jualan dimana pelanggan datang secara berhadapan untuk membeli (Pegawai Penerangan Pelancongan, 2019). Berikut peniaga duduk secara bersila.



Sumber: Kajian Lapangan, 2019

Kajian mendapati di Tingkat 1, terdapat kedai aneka kuih tradisional Kelantan seperti kuih tahi itik, akok, jala mas, buah tanjung, serabe, tepung pelita, dan pelbagai lagi kuih lain yang juga dijual di sini di mana tidak terdapat di negeri lain.



Sumber : Kajian lapangan, 2019

Selain itu, terdapat kedai makan yang menjual pelbagai aneka lauk-lauk-pauk masakan tradisional Kelantan yang terkenal seperti ayam percik, ikan percik, nasi kerabu, nasi berlauk, nasi dagang, laksam dan somtam yang merupakan antara makanan yang tersohor di negeri Kelantan.

Tingkat 2 adalah kawasan menjual barangan runcit serta barangan makanan seperti serunding, keropok, dodol, asam dan produk-produk yang diimport daripada Thailand.





Sumber: Kajian lapangan, 2019

Tingkat 3 dan 4 pula merupakan tempat menjual pakaian seperti batik, sutera, tudung, telekung yang mempunyai corak dan motif yang tersendiri. Selain itu, terdapat juga barangan seperti barangan kraftangan, periuk dan tembaga yang diperbuat sendiri oleh penduduk Kelantan.



Sumber: Kajian lapangan, 2019

### **Wanita sebagai peniaga utama di Pasar siti Khatijah**

Keunikan budaya berniaga wanita Kelantan ini menjadi satu produk yang dipromosikan sehingga ke peringkat antarabangsa kerana ia berbeza dengan negeri-negeri lain di samping mempunyai nilai sejarahnya yang tersendiri. Pasar Siti Khadijah dahulunya dikenali sebagai Pasar Besar Buluh Kubu dan diubah oleh Y.A.B Tuan Guru Dato' Haji Nik Abdul Aziz Nik Mat sebagai tanda penghormatan kepada sumbangan wanita dalam ekonomi Kelantan (<https://ms.wikipedia.org>, 2019). Hasil kajian turut menunjukkan, majoriti peniaga adalah wanita iaitu mencatat sebanyak 95% dan selebihnya lelaki iaitu 5%. Walaupun begitu, menurut temubual :

Responden 1:

*“Walaupun adik tengok ada juga ore lelaki dalam Pasar ini, cuba adik perhati, bini dia mesti ada skali jugak. Tu bermaksud, dia berniaga bersama wanita juga. So, bagi pendapat kak lah, meme ore puan hok meniaga sini. Lelaki just tulong-tulong jah. Asalnya meme (memang) isteri dia”*

(Peniaga menjual batik, wanita 40 an)



Kajian mendapati walaupun terdapat segelintir lelaki yang berniaga di pasar sebanyak 5 peratus, namun disebalik perniagaan tersebut wanita sebagai pendorong dan semangat dalam menguruskan perniagaan bersama. Hasil kajian ini juga bertepatan dengan pendapat usahawan yang telah berjaya iaitu Pemilik Kartika Batik Sdn Bhd, di mana peguasahnya memberitahu bahawa:

*“insan yang mengerakkan Pak cik untuk menjadi usahawan adalah disebabkan oleh minat dan semangat isteri Pak Cik yang juga sebagai akauntan di syarikat ini. Tanpa isteri Pak cik, Pak cik mungkin tidak mampu untuk melakukannya kerana kita sama-sama berusaha membina perniagaan ini sejak dahulu sehingga sekarang. Pencapaian Pak cik sangat memberangsangkan sehingga Pak cik mampu berkongsi rezeki dengan orang yang memerlukan”*

(Pengurus Kartika Batik, lelaki, 50 an)

Berdasarkan temubual diatas, jelaslah menunjukkan wanita Kelantan sememangnya mempunyai minat yang sangat mendalam dalam bidang keusahawan. Keadaan ini bukanlah satu fenomena yang baru tetapi telah berlaku sejak dahulu lagi dan masih berterusan sehingga kini. Dapatan ini bertepatan dengan kajian Norsidah (2006) yang menyatakan usahawan wanita mempunyai motivasi diri yang tinggi untuk membangunkan perniagaan sendiri.

### **Membudayakan sikap tidak berhutang**

Kerajaan banyak membuka peluang kepada para peniaga untuk memulakan perniagaan seperti TEKUN, MARA, AMANAH IKHTIAR, SME BANK, SKM, PNB dan lain-lain bagi mengerakkan perniagaan (Rosli Mahmood, 2010). Namun, kajian mendapati budaya yang unik ditonjolkan oleh peniaga wanita Kelantan iaitu berpegang teguh pada budaya tidak berhutang iaitu 80 peratus yang bermodalkan kewangan sendiri untuk memulakan perniagaan walaupun secara skala kecil pada permulaan.

*“Kak tidak suka berhutang, rugi berhutang sebab nanti ada interst dik. Lebih baik kak buat sikit-sikit. Bila dapat untung, kak akan tambah la barang-barang yang mana perlu, dan mendapat sambutan. Dulu kedai kak satu pintu sahaja, sekarang dah dua pintu. Lagipun, payah nak wat pinjaman, banyak karo (perkara) nak kena pikir. Baik tak payah hutang. Jimat duit, jimat masa”. Lagipun, keluarga kak memang keluarga bisnes. So sama-sama tolonglah kalau tok cukup duit untuk buat modal. Tapi alhamdulillah, setakat ini bisnes kak ni boleh la untuk tampung keluarga. Anak-anak pun sangat membantu, Dia orang juga bawa jualan kak seperti keropok, dodol untuk dijual di sekolah dan sekarang pun telah masuk university. Mereka jual kat sana pula. So secara tak lansung, anak kak pun boleh cari duit sendiri. Tak perlu nak berhutang dengan siapa-siapa. Rezeki Allah bagi untuk kak dan kak tak perlu berhutang”.*

(Peniaga produk IKS, wanita 50 an)

Berdasarkan tembual, jelas menunjukkan bahawa budaya tidak berhutang satu budaya yang unik dalam kalangan peniaga wanita kerana dapat melestarikan perniagaan mereka bermula daripada bawah sehingga berjaya dalam kedua bidang iaitu pekerjaan dan menguruskan rumahtangga. Buktinya, melalui perniagaan secara kecil-kecil mampu menjana pendapatan serta dapat membesarkan anak sehingga masuk universiti dengan cara tersendiri. Perkara ini juga diperkukuhkan lagi dengan hasil tembual bersama Pegawai TEKUN Kota Bharu bahawa Kelantan

merupakan negeri keseluruhan di Malaysia yang menduduki tempat pertama dari segi hutang yang paling rendah (Pegawai TEKUN, 2019).

### **Budaya Simpanan Emas sebagai Aset jangka panjang**

Emas merupakan salah satu bentuk nilai pertukaran yang diiktiraf bukan sahaja di negara kita bahkan di seluruh dunia dimana ia merupakan barang yang mudah untuk dijadikan mata wang ataupun barang kemas bergantung kepada kualitinya, ketumpatannya dan sifatnya tersendiri (Mohd Fathuallah, 2014). Hasil kajian menunjukkan majoriti peniaga wanita di Kota Bharu memakai barangan kemas iaitu hampir 95 peratus. Menurut Syukor Hashim (2015) emas merupakan simbol kekayaan, kekuasaan, kejayaan dan kecantikan bagi seseorang. Bagi peniaga wanita Kelantan, pembelian barangan emas tidak dianggap suatu pembaziran namun merupakan pelaburan jangka panjang untuk kelangsungan perniagaan mereka sekiranya aktiviti perniagaan mereka agak perlahan. Rata-rata wanita Kelantan sanggup menghabiskan wang puluhan ribu ringgit semata-mata untuk membeli barangan kemas. Wanita Kelantan wajib memakai sekurang-kurangnya sebutuk cincin emas bertujuan untuk meningkatkan keyakinan diri semasa berurusan dengan pelanggan (Komso online, 2018).

Kajian mendapati hampir 100 peratus peniaga di Pasar Kota Bharu mengalami kemerosotan daripada segi penurunan pendapatan disebabkan oleh ekonomi kini. Perkara ini disebabkan oleh servis-servis caj yang dikenakan kepada pengusaha yang mengusahakan perniagaan mereka secara besaran seperti batik, songket dan hasil kraftangan. Walau bagaimanapun, mereka masih mampu bertahan dan meneruskan perniagaan mereka disebabkan oleh aset yang dimiliki seperti emas. Menurut temubual responden, beliau berpendapat:

*“Kita wanita Kelate ni, memang suka membeli emas. Boleh dikatakan wajib pakai emas. Memang suka pakai emas. Sebab emas merupakan pelaburan jangka panjang. Kalau tak dok (tiada) duit, emas boleh jual. Kalau beli benda lain, tok leh jual dik. Emas ini lain. Emas ni memang sangat membantu lah di saat kita perlukan modal. Boleh dipajak atau dijual bila harga dia tinggi. So, kita boleh terus berniaga lah walaupun ekonomi sekarang agak teruk”.*

(Peniaga Barangan IKS, wanita 40 an)

Jelas menunjukkan peniaga wanita Kelantan sangat berpegang pada budaya menyimpan emas sejak turun temurun. Wanita Kelantan dengan budaya pengumpulan emas adalah usaha yang sangat unik kerana sekecil-kecil perniagaan, pasti mempunyai barangan kemas yang tinggi nilainya di tangan dan leher mereka. Contohnya dapat dilihat di gambar di bawah. Walaupun hanya menjual sayur, tetapi peniaga ini tetap mempunyai aset barangan kemas yang dijadikan aset dalam kehidupan.



Sumber: Kajian lapangan, 2019

### **Ekosistem perniagaan yang lestari dengan membudayakan permainan kutu sebagai simpanan**

Budaya bermain kutu sinonim dalam kalangan penduduk Kelantan bagi memudahkan mereka untuk membeli barangan keperluan dengan mudah dan cepat tanpa ada bayaran tambahan. Hasil kajian mendapati hampir 70 peratus daripada perniaga wanita di Kelantan menggunakan medium ini untuk mendapatkan modal bagi menampung perniagaan mereka. Hasil kajian mendapati budaya bermain kutu sebagai simpanan sangat popular dalam kalangan wanita Kelantan terutamanya bagi peniaga-peniaga wanita di Kelantan. Berikut adalah temubual bersama responden:

*“Kak main kutu ni daripada zaman kak kecil lagi. Bila kita main kutu, kita akan dapat duit yang banyak dengan komitmen yang mampu kita bayar la. Macam kak, kak mampu main kutu sebanyak RM 300 sehingga RM 1000 sebulan. Ia bergantung pada kemampuan kumpulan untuk menyimpan komitmen sebanyak berapa. So kalau 1000 sebulan, kali dengan 20 orang, kira lah dapat berapa. Duit tu lah kak boleh maintain perniagaan kak. Boleh tambah mana yang kurang. Boleh buat simpanan. Ekonomi tak stabil dik. Tengok lah sekarang ini, pelanggan makin kurang. Kalau tak ada simpanan, macam mana kak nak teruskan meniaga?? So, itu lah bagusnya main kutu ini” Boleh kata adat dan budaya puak-puak berniaga ini akan main kutu”*

Berdasarkan temubual, responden berpendapat bahawa hasil bermain kutu secara berterusan adalah salah satu medium untuk menyimpan wang, serta menjamin kelangsungan perniagaan mereka dari semasa ke semasa dari segi kewangan dan modal.

### **Budaya berdikari dalam perniagaan sejak terun temurun**

Hasil kajian mendapati keunikan budaya peniaga wanita Kelantan ialah berdikari iaitu suka mencari duit sendiri walaupun masih di alam persekolahan. Kajian mendapati, peniaga wanita Kelantan tidak bergantung sepenuhnya kepada suami dan ahli keluarga. Melalui temubual responden:

*“Kak memang daripada kecil lagi suka cari duit sendiri. Kalau dulu masa sekolah, suka jual-jual sikit-sikit. Jual kacang, jual coklat, jual stem. Kak memang suka berniaga. Daripada kak kecil lagi, kak suka berniaga. Minat tu timbul apabila kak mula tolong ibu*

*kak jual kuih. Ibu kak suri rumah ja pada masa tu. Tapi suri rumah pun, dia tetap juga jual kuih, pagi-pagi akan hantar kuih ke sekolah dan kedai-kedai. So, di situ juga dapat pendapatan sambil-sambil duduk saja kat umah.”*

*“Lagipun, Kak tak suka menyusahkan suami kak. Kak lebih suka ada duit sendiri daripada bergantung harap pada suami. Suami pun tak pernah halang minat kak. Bila kita ada duit sendiri, kita boleh buat macam-macam. Tu untung nya niaga dik. Wanita Kelantan ni memang bijak. Duk sajo, duit masuk”*

(Peniaga barangan IKS, wanita 40 an)

Berdasarkan tembual, kegigihan peniaga wanita Kelantan suka berniaga kerana ingin mempunyai pendapatan sendiri tanpa menyusahkan orang lain. Budaya berdikari ini telah sebatu dalam diri peniaga wanita kerana kebanyakan daripada mereka mempunyai perniagaan secara turun temurun.

### **i) Mempunyai budaya berniaga yang kental (daya tahan) yang kukuh**

Daya tahan ialah keupayaan untuk bertindak tanpa mengira apa jua keadaan yang menimpa seseorang usahawan. Budaya berniaga sampai menjadi ialah sikap kegigihan, ketekunan dan semangat yang tinggi dalam kalangan peniaga wanita Kelantan. Buktinya dapat dilihat daripada hasil temubual bersama peniaga yang mampu memiliki enam buah kedai dalam Pasar Siti Khadijah.

#### **Responden 1 :**

*“Jatuh bangun dalam perniagaan adalah perkara biasa bagi semua usahawan tidak kira usahawan apa sekalipun, yang penting bagi Kak Tie ialah semangat nak berjaya tu mesti ada. Tidak putus asa. Tidak mudah mengalah. Nak berjaya ini, kalau kita takut, kita tak akan kemana. Tapi kalau kita tengok kan, rata-rata anak muda Kelantan lani, memang suko nego. Tak kira lah dia kerja ke, dia belajar ke, dia akan nego ambil barang-barang nga Kak Tie. Bermula dengan satu kedai, sekarang alhamdulillah la dik. Boleh buka sampai enam. Rahsia nya, kalau kita nak start sesuatu benda, kita jangan berhenti sehingga benda itu menjadi. Jangan bimbang pada kegagalan. Nak berjaya, gagal tu mesti pernah. Kena sobar la”*

(Responden menjual batik, umur 50 an)

#### **Responden 2 :**

*“Semua perniaga atau usahawan pasti akan ada perasaan bimbang akan gagal. Cuma, nak ke tak nak kita kena buang perasaan itu sebab ramai yang dah berjaya walaupun kita tengak perniagaan mereka biasa-biasa sahaja. Pada mulanya memang YA. Tapi, gagal itu biasa bagi orang berniaga. Kak Na sangat berpuas hati dengan kerjaya Kak Na sekarang sebab lama kelamannya untung nya ada walaupun tidak tinggi. Dengan usaha ini Kak Na boleh besarkan anak Kak Na tanpa ada masalah dari segi keewangan dan masa. Sebab bila berniaga sendiri ini, masa kita dengan anak lebih fleksibel. Sebab kita boss. So, alhamdulillah Kak Na berpuasa hati dengan kerjaya Kak Na sekarang. Kak Na boleh berniaga dengan rasa selesa, sebab anak pun dah besar. Dah masuk belajar. Maksudnya memilih untuk menjadi usahawan ini satu idea yang bagus la bagi Kak Na sebab kita yang mengurus semua nya sendiri tanpa terikat dengan mana-mana orang”*

(Responden Menjual pakaian, wanita, 50 an)



Berdasarkan temubual, dirumuskan bahawa budaya meniaga wanita Kelantan sangat unik dari segi budaya daya tahan yang tidak mudah mengalah menyebabkan mereka berjaya menstabilkan perniagaan mereka walaupun keadaan ekonomi pada masa sekarang agak merungsi. Dapatan ini bersamaan dengan kenyataan Zaimah (2017) yang menyatakan kemampuan seorang usahawan menguruskan perniagaan boleh diukur melalui keupayaan dalaman yang ada dalam diri mereka dan boleh dizahirkan melalui keupayaan kepimpinan peribadi, keupayaan kemahiran pengurusan dan keupayaan proaktif.

### **Budaya mewujudkan rasa kepunyaan dalam kalangan pengguna**

Dalam perniagaan, usahawan melakukan pelbagai usaha bagi memastikan pelanggan mempunyai rasa kepunyaan kepada sesuatu barangan yang dijual. Kajian mendapati budaya ini terdapat pada usahawan wanita Kelantan kerana mereka bijak mewujudkan rasa kepunyaan dalam kalangan pelanggan melalui budaya berkongsi rezeki, membuka peluang kepada orang lain, menghargai pelanggan dan sabar melayan karenah pelanggan menyebabkan mereka senang didekati oleh pelanggan dan seterusnya dapat meningkatkan lagi pendapatan mereka. Berikut adalah hasil temubual bersama responden wanita yang berniaga di Pasar Siti Khadijah:

#### **Responden 1:**

*“Bila kita berniaga ni dik, kita jangan berkira dengan pelanggan. Sebab bila pelanggan suka membeli dengan kita, ada kalanya dia akan ambil barang dengan kita untuk dijual pula kepada orang lain. Contohnya yang tinggal di Kuala Lumpur, dia akan ambil tudung, batik, kain sarung untuk jual sana. Boleh la tambah pendapatan dia. Kak pun untung, dia pun untung. So, kita sama-sama berkongsi rezeki. Kita tolong orang, Allah tolong kita. So, jangan kedekut la kalau dia nak ambil barang sikit-sikit dulu.”*

*“Kemahiran berkomunikasi, mengurus adalah sangat penting. Secara tak langsung juga, kita akan dapat ramai kenalan. Kita akan lebih dikenali. Dan seterusnya perniagaan kita akan lebih maju. Sebab ramai yang akan order dengan kita. Percaya pada kita. Itulah yang kita nak dalam perniagaan ni.”*

*(Peniaga pakaian, Wanita, 50 an)*

Berdasarkan temubual, jelas menunjukkan budaya yang ditonjolkan oleh usahawan wanita Kelantan adalah sangat unik kerana bijak mewujudkan rasa kepunyaan dalam kalangan pengguna dan bijak mencari peluang dengan strategi berkongsi rezeki menyebabkan secara tidak langsung telah mempromosikan perniagaan ke peringkat yang lebih tinggi. Dapatan ini bersamaan dengan pendapat Papulova & Makros yang mana jika seseorang usahawan memandang ringan serta mengabaikan kemahiran pengurusan, maka perniagaan yang dibina itu tidak dapat berkembang dengan pesat (Papulová & Mokros, 2007). Kepimpinan peribadi usahawan mempengaruhi tingkah laku pemimpin yang baik, berwibawa dan berfikiran jauh serta mampu untuk mengembangkan lagi perniagaan yang diusahakan (Jayanty et al., 2010).

### **KESIMPULAN**

Keusahawanan merupakan bidang strategik yang perlu diceburi oleh lebih ramai usahawan di Malaysia. Selain daripada objektif ekonomi, keusahawanan mengandungi nilai-nilai budaya dalam perniagaan yang harus dihayati oleh semua usahawan. Banyak perbezaan dan keunikan yang dapat

dikenalpasti melalui budaya perniagaan berniaga wanita Kelantan yang perlu di contohi. Disebabkan keunikan budaya dan cara mereka melestarikan perniagaan, mereka mampu terus bergiat dalam bidang perniagaan walaupun terdapat cabaran dan halangan. Membudayakan sikap tidak suka berhutang secara turun temurun, bermain kutu sebagai simpanan, menyimpan emas, membudayakan sikap yang kental iaitu mempunyai semangat daya tahan yang tinggi dalam berniaga, berdikari, mewujudkan rasa kepunyaan kepada penguasaan, bijak mengambil peluang serta keunikan tempat berniaga mejadi faktor utama yang mendorong mereka untuk terus bergiat dalam bidang perniagaan. Jika dilihat ekonomi pada hari ini semakin merosot, namun keunikan sikap dan budaya yang ditonjolkan oleh peniaga wanita Kelantan mampu untuk terus berdiri sebagai pengusaha produk, peniaga dan sebagainya. Kelainan serta keunikan yang dimiliki oleh peniaga wanita Kelantan perlu di teruskan dan diperkembangkan lagi pada generasi akan datang dengan kemudahan yang diuarkan dalam era digital ini. Dengan menghayati dan membudayakan nilai-nilai keusahawanan ini, perkara ini mampu meningkatkan lagi taraf sosial dan ekonomi mereka seterusnya dapat menjadikan perniagaan dan keusahawanan sebagai bidang kerjaya pilihan di masa akan datang oleh warga belia.

## **RUJUKAN**

- Ab. Aziz Yusof. (2010). *Pengenalan kepada Usahawan dan Keusahawanan*. Kuala Lumpur: ScholarMind Publishing.
- Alauddin Sidal. (2014) Taksonomi keupayaan usahawan wanita Melayu. *Journal of Human Capital Development* 7.
- Azmi Abdul Manaf, Nik Hairi Omar & Lee Kuan Yee (2012). Faktor Kritikal Kejayaan Usahawan Dalam Perniagaan. *Journal of Social Science and Humanities*. Volume 7, Number 1, (2012) 034-045.
- Buerah & Hussin. (2014). Perubahan Sikap Keusahawanan Usahawan Melayu Di Malaysia. *Journal of Social Science and Humanities*. Vol. 9, No. 1 (2014) 098-116.
- Faradillah Iqmal. (2017). Penggunaan Internet dalam Kalangan Usahawan Wanita: Akses, Kemahiran dan Motivasi. *Journal of Communication*
- Gartner, W.B (1990). What Are We Talking About When We Talk About Entrepreneurship? *Journal of Business Venturing*, 5, 15-28
- Jayanty Kuppusamy, Jaya Ganesan, Sarah Aulia Rosada (2010) Leadership styles and Management Techniquen: An analysis of Malaysian women Entrepreneurs daripada <http://www.ibimapublishing.com>. (Diakses pada 18 Ogos 2019)
- Koa, J.J. (1991). *The Entrepreneur*. Englewood Cliffs: Prentice Hall.
- Laman Web Pejabat Perdana Menteri (2019). Ucapan Dasar Keusahawanan Nasional <https://www.pmo.gov.my/ms/2019/07/ucapan-di-majlis-pelancaran-dasar-keusahawanan-nasional> (Diakses pada 20 Ogos 2019)
- Norita Deraman. (2010). Keusahawanan; teori dan praktis. Malaysia: Mc-graw Hill.
- Novel Lyndon, Lim Jie Wei & Mohd Helmi Abdul Rahim. (2014). Jenis Jaringan Sosial Komuniti Cina Dalam Pemasaran Hasil Pertanian. *Journal of Social Science and Humanities*. Vol. 9, No. 1 (2014) 144-157.
- Mohd Fathuallah. (2014). *96 Kod Rahsia Bagaimana untuk Berjaya*. Selangor: TrueWeslth Sdn. Bhd.
- Mohd Taib Dora. (2013). *Idea Perniagaan Mikro*. Melaka: Universiti Teknikal Malaysia
- Mc.Clelland, D.C. (1961). *The Achieving Society*. New York: Van Nostrand.

- Mc.Clelland, D.C. (1965). Achievement and entrepreneurship: A longitudinal study. *Journal of Personality and Social Psychology*, 1(4), 389-392.
- Mc.Clelland, D.C. (1985). Characteristics of successful entrepreneurs. *Journal of Creative Behaviour*, 21, 219-233.
- Mustafa Dakian. (2014). *Model Baharu Ekonomi: Adakah Kita di Landasan yang Betul?*. Terengganu: Universiti Sultan Zainal Abidin.
- Papulova Z, Mokros M. (2007). *Importance of managerial skills and knowledge in management for small entrepreneurs*. E-Leader, Prague, 1-8.
- Rosli Mahmood. (2010). *Prinsip-Prinsip Keusahawan Pendekatan Gunaan*. Singapura: Cengage Learning Asia Pte Ltd.
- Suaibah, A. B., Azlah, M. A., Hishamuddin, M. S., Rozeyta, O., Syaharizatul, N. M., & Rosilla, M. J. (2005). Entrepreneurial activities among single mothers in the state of Johor. University Of Technology Malaysia.
- Syukor Hashim. (2014). Menyingkap Rahsia Pelaburan Emas.  
daripada [http://jutawanemas.com/v1/pdf/Pengenalan\\_kepada\\_pelaburan\\_emas.pdf](http://jutawanemas.com/v1/pdf/Pengenalan_kepada_pelaburan_emas.pdf). (Diakses pada 20 Ogos, 2019 )
- Tam Ying Ling Adeline. (2014). *Asas Keusahawanan*. Selangor: Penerbitan Multimedia Sdn. Bhd.
- Zaidatol Akmaliah Lope Pihie, Habibah Elias, (2004). Keupayaan Usahawan Bumiputra Melaksanakan Kemahiran Keusahawanan: Satu Kajian Kes. *Journal of Social Science and Humanities*, Vol 12, Number 1, 61-70.
- Zaimah R, Sazuani Abdullah (2017) Tahap Keupayaan Usahawan Kecil dan Sederhana di Kuala Terengganu. *Malaysian Journal of Society and Space* 13 issue 4 (117-125).
- Berita Kosmo Online, Julai 2019.
- Temubual bersama Persatuan Kelab Keusahawanan Wanita Kelantan, 2019.
- Temubual Pegawai TEKUN, 2019
- Temubual Pegawai MARA, 2019.
- Temubual Pegawai Penerangan Pelancongan Kelantan, 2019.

## **MAKLUMAT PENULIS**

### **NORSHABIHA IBRAHIM**

Pelajar Ijazah Doktor Falsafah (Geografi)  
Pusat Pengajian Ilmu Kemanusiaan  
Universiti Sains Malaysia (USM)  
[norshabihaibrahim@gmail.com](mailto:norshabihaibrahim@gmail.com)

### **PROF DR. SHARIFAH ROHAYAH SHEIKH DAWOOD**

Pensyarah Kanan Geografi  
Pusat Pengajian Ilmu Kemanusiaan  
Universiti Sains Malaysia (USM)  
[sdawood@usm.my](mailto:sdawood@usm.my)