

18.0 KAJIAN IMPAK PEMBANGUNAN USAHAWAN MARDI DALAM RANCANGAN MALAYSIA KE-11 (RMKe-11)

Ahmad Zairy Zainol Abidin*, Nik Rahimah Nik Omar*, Noor Amna A'liah Mohammad Nor*, Noorhayati Suratman*, Bashah Ahmad* dan Nurul Huda Sulaiman*

*Pusat Penyelidikan Sosio Ekonomi, Risikan Pasaran dan Agribisnes

18.1 PENDAHULUAN

Pemprosesan makanan merupakan diantara industri utama yang dijalankan oleh usahawan mikro dan kecil di Malaysia. Dengan lebih 95% merupakan usahawan mikro, kecil dan sederhana (IKS), pembangunan oleh agensi-agensi kerajaan terhadap golongan ini amatlah dialu-alukan. Pada 2017 sahaja, sumbangan IKS kepada KDNK adalah sebanyak 37.1% dengan nilai berjumlah RM436.6 bilion.

MARDI juga sebagai salah satu agensi kerajaan yang ada turut serta dalam membantu pembangunan usahawan di Malaysia semenjak 1975 lagi. MARDI telah memberikan khidmat kepakaran dan bimbingan dalam industri IKS ini kepada hampir 4,359 usahawan meliputi pelbagai bidang iaitu sama ada teknologi makanan, tanaman, ternakan dan khidmat nasihat.

Secara purata, usahawan-usahawan ini telah diberikan perkhidmatan yang menyeluruh daripada MARDI daripada khidmat nasihat lisan kepada khidmat teknikal seperti peningkatan teknologi pemprosesan, peningkatan kualiti produk, pembangunan produk baru sehingga ke susun atur kilang dan pembangunan kilang.

18.2 LATAR BELAKANG

Program Pembangunan Usahawan MARDI kini diterajui oleh Pusat Pemindahan Teknologi dan Pembangunan Usahawan menawarkan perkhidmatan khidmat nasihat dan bimbingan kepada usahawan-usahawan yang hadir sama ada yang berdaftar atau tidak dengan MARDI. Pihak MARDI menawarkan khidmat nasihat secara '*one-off*', usahawan bimbingan, Agroprenuer MARDI melalui program Agroprenuer MOA, dan perkhidmatan teknikal kepada para usahawan. Selain daripada itu, penggunaan kemudahan MARDI seperti inkubator, test-bed dan ladang contoh juga disediakan kepada para usahawan.

Dalam Rancangan Malaysia ke-11, MARDI telah menerima peruntukan sebanyak RM15 juta untuk membantu para usahawan dalam pelbagai aspek pembangunan usahawan daripada khidmat tunjuk ajar, latihan sangkut, perantis dan juga susun atur kilang. Peruntukan ini diberikan untuk membantu para usahawan meningkatkan pengetahuan, peningkatan produk, juga kilang mereka dalam konteks untuk meningkatkan kualiti produk, peningkatan pengeluaran dan penambah baikkan kilang usahawan.

Kajian Impak Pembangunan Usahawan MARDI pula dijalankan untuk melihat kesan di atas segala usaha dan bantuan yang telah diberikan kepada MARDI dalam meningkatkan pendapatan dan kualiti produk usahawan. Objektif kajian ini adalah untuk melihat apakah impak atau faedah yang diterima dan kesannya kepada para usahawan dan juga kepada perusahaan mereka selain melihat hubungan faktor sosioekonomi yang mempengaruhi kejayaan mereka.

18.3 METODOLOGI

Untuk mencapai objektif kajian, penilaian akan di buat secara empirikal. Data-data sekunder dan primer di kumpul dan dianalisis menggunakan kaedah analisis kuantitatif dan kualitatif.

18.3.1 Sumber data

18.3.1.1 Data sekunder

Data dan maklumat sekunder berkaitan populasi Program Pembangunan Usahawan MARDI di dalam Rancangan Malaysia ke-11 diperoleh untuk dijadikan asas kepada sampel kajian ini. Maklumat-maklumat yang diambil adalah mereka yang mendapatkan khidmat nasihat, bantuan dan kesemua servis-servis yang ditawarkan kepada Program Usahawan Bimbingan MARDI, Agropenuar MARDI dan lain-lain.

18.3.1.2 Data primer

Setelah mengenal pasti populasi dan bidang keusahawanan yang wujud di bawah Program Pembangunan Usahawan MARDI di dalam Rancangan Malaysia ke-11, maklumat sekunder yang diperoleh digunakan untuk sampel bancian (survei) dengan menggunakan kaedah pensampelan berstrata (*stratified sampling*) mengikut zon di Malaysia. Survei telah dijalankan terhadap kesemua usahawan melalui temu bual bersemuka menggunakan borang soal selidik berstruktur bagi mendapatkan data dan soalan kajian disediakan meliputi 7 bahagian seperti berikut:

Bahagian A = Latar belakang usahawan

Bahagian B = Program usahawan MARDI

Bahagian C = Impak Program Pembangunan Usahawan MARDI

Bahagian D = Impak bantuan teknologi

Bahagian E = Pembimbing Program Pembangunan Usahawan MARDI

Bahagian F = Khidmat nasihat agensi selain MARDI

Bahagian G = Masalah dan cadangan berkaitan dengan perusahaan

18.3.2 Analisis data

18.3.2.1 Analisis statistik deskriptif

Data-data dianalisis menggunakan kaedah statistik deskriptif dengan memberi tumpuan kepada penggunaan frekuensi dan peratusan. Analisis ini bagi mendapatkan kekerapan pilihan jawapan usahawan dalam menggambarkan keupayaan Program Pembangunan Usahawan MARDI. Maklumat ini kemudian dijadualkan dan digrafkan untuk memberikan gambaran yang lebih menyeluruh.

18.3.2.2 Analisis regresi berbilang

Analisis ini akan mengkaji kesan atau pengaruh pemboleh ubah bebas seperti faktor sosioekonomi, faktor perniagaan, latihan dan bimbingan oleh agensi kerajaan terhadap pemboleh ubah bersandar yang menunjukkan peningkatan kemajuan perniagaan yang dijalankan oleh usahawan.

18.4 DAPATAN KAJIAN

Seramai 196 usahawan bimbingan MARDI telah dikaji daripada sasaran seramai 353 usahawan. Kekurangan usahawan yang dapat di kaji adalah kerana kekangan masa dikalangan usahawan dalam membantu menjalankan kajian ini di waktu pelaksanaan kajian di negeri-negeri yang di tetapkan. Namun begitu, jumlah usahawan mewakili 56% (*Jadual 18.1*) daripada keseluruhan sasaran masih boleh diterima dan dilaksanakan analisis untuk tujuan kajian.

Jadual 18.1. Taburan responden kajian

NEGERI	USAHAWAN BIMBINGAN 2016 – 2018		AGROPRENEUR MUDA 2016 – 2018 (Sub Projek C dan Geran)		INKUBATOR (Inkubati) dan TEST BED (Perantis) 2016 – 2018		Jumlah Besar	
	Sasaran	Capai	Sasaran	Capai	Sasaran	Capai	Sasaran	Capai
Selangor / KL / Putrajaya	51	10	26	4	-	0	77	14
Melaka	9	8	6	7	-	0	15	15
N. Sembilan	9	7	6	6	-	0	15	13
Johor	5	9	2	4	8	0	15	13
Perak	18	12	13	3	2	0	33	15
Pulau Pinang	10	9	5	6	9	0	24	15
Kedah	8	6	6	4	29	6	43	16
Perlis	7	7	3	3	-	0	10	10
Kelantan	17	15	8	4	14	6	39	25
Terengganu	17	15	11	16	18	1	46	32
Pahang	12	3	2	1	-	2	14	6
Sabah	3	1	1	3	5	8	9	12
Sarawak	1	2	11	8	1	0	13	10
Jumlah	167	104	100	69	86	23	353	196
	62%		69%		27%		56%	

Hasil dapatan dipecahkan kepada 4 bahagian iaitu demografi peserta, pembangunan usahawan MARDI, impak pembangunan usahawan MARDI dan hubungan faktor-faktor sosioekonomi di atas kejayaan usahawan MARDI.

18.4.1 Demografi peserta

Majoriti usahawan yang berdaftar dengan MARDI merupakan usahawan lelaki seramai 53%. Usahawan-usahawan ini berada di dalam lingkungan umur 31 – 40 tahun (41%) dan 20 – 30 tahun (23%) dengan tahap pendidikan asas iaitu sekurang-kurangnya sekolah rendah (2%) sehingga mereka yang memiliki ijazah dan ke atas (35%). Mereka yang berada di dalam lingkungan 20 – 40 tahun ini adalah terdiri daripada usahawan belia yang sememangnya di galakkan dalam sektor usahawan. Penglibatan dalam lingkungan usia belia selari dengan tahap pengalaman yang dimiliki adalah agak rendah dengan majoriti adalah di bawah 10 tahun (74.7%) dan memiliki entiti perniagaan secara Enterprise (71%). Kebanyakan daripada mereka menyertai MARDI untuk mendapatkan khidmat nasihat dan bimbingan adalah sewaktu dua Rancangan Malaysia iaitu Rancangan Malaysia ke-10 (26.2%) dan Rancangan Malaysia ke-11 (67.5%).

Jadual 18.2. Demografi responden kajian

Perkara	n	%	Perkara	n	%
Jantina			Entiti perniagaan		
Lelaki	103	53%	Enterprise	139	71%
Wanita	93	47%	Syarikat Sdn. Bhd.	45	23%
	196		Tidak berdaftar	12	6%
				196	
Umur			Pengalaman		
20 – 30 tahun	42	23%	< 10 tahun	142	74.7%
31 – 40 tahun	74	41%	10 – 20 tahun	39	20.5%
41 – 50 tahun	41	23%	20 – 30 tahun	8	4.2%
51 – 60 tahun	20	11%	30 – 40 tahun	1	0.5%
>= 61 tahun	5	3%		190*	
	182*				
Tahap pendidikan			Tahun menyertai MARDI		
Sekolah Rendah	4	2%	RMKe-5 (1986 –1990)	2	1.0%
Sekolah Menengah	61	31%	RMKe-8 (2001 –2005)	1	0.5%
Diploma/STPM/Sijil	57	29%	RMKe-9 (2006 –2010)	9	4.7%
Ijazah Dan Keatas	68	35%	RMKe-10 (2011 –2015)	50	26.2%
Lain-Lain	6	3%	RMK-11 (2016 –2020)	129	67.5%
	196			191*	

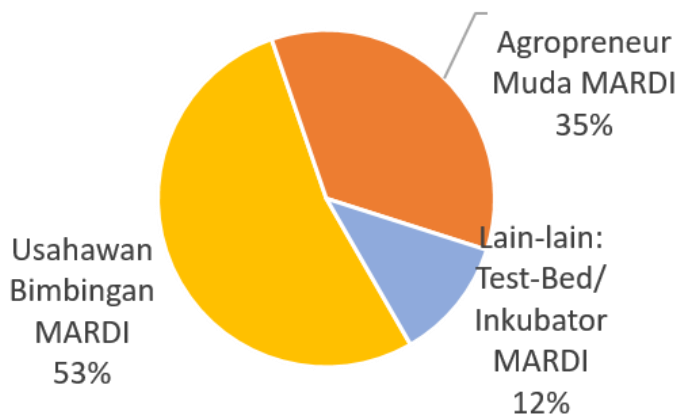
*Jumlah tidak mencapai 196 kerana usahawan tidak menjawab soalan berkaitan.

18.4.2 Pembangunan Usahawan MARDI

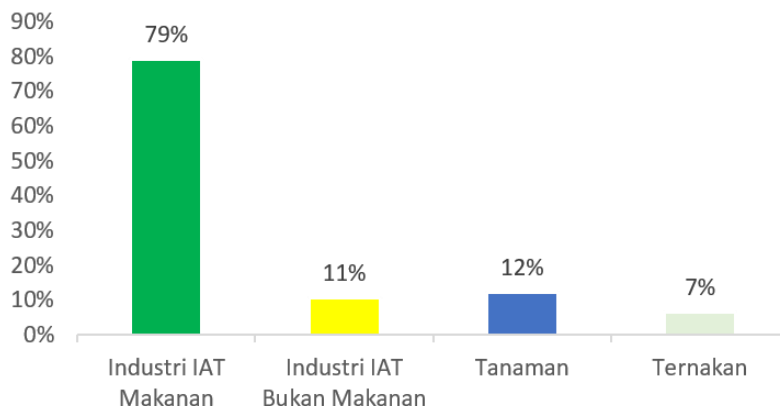
Di bawah Pembangunan Usahawan MARDI, usahawan-usahawan yang terlibat di kategorikan kepada 2 kategori utama iaitu Usahawan Bimbingan MARDI (UBM) dan Agroprenuer Muda MARDI (AMM). Lain-lain perkhidmatan yang diberikan kepada usahawan adalah penggunaan Test-Bed dan juga Inkubator MARDI. Kesemua kategori usahawan itu, kajian ini menerima 53% daripada Usahawan Bimbingan MARDI, 35% Agroprenuer Muda MARDI dan 12% daripada pengguna Test-Bed dan Inkubator MARDI

(Rajah 18.1). 79% daripada mereka terlibat dalam kluster Industri Asas Tani (IAT) Makanan, 12% Tanaman, 11% IAT Bukan Makanan dan 75 Ternakan (Rajah 18.2).

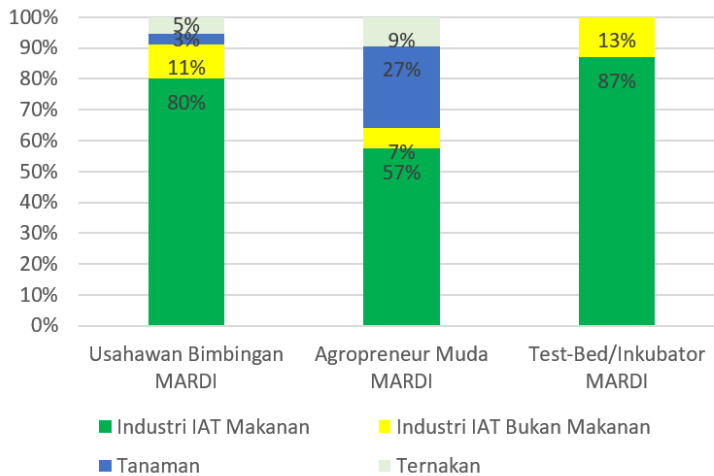
Analisis silang yang dilakukan menunjukkan bahawa bagi UBM, 80% daripada mereka adalah yang terlibat dengan IAT Makanan, 11% IAT Bukan Makanan, 5% Ternakan dan 3% Tanaman. Berbanding dengan AMM, 57% terlibat dalam IAT Makanan, 27% Tanaman, 95 Ternakan dan 7% IAT Bukan Makanan. Manakala bagi pengguna Test-Bed dan Inkubator MARDI pula, 87% adalah IAT Makanan dan 13% IAT Bukan Makanan (Rajah 18.3).



Rajah 18.1. Kategori usahawan

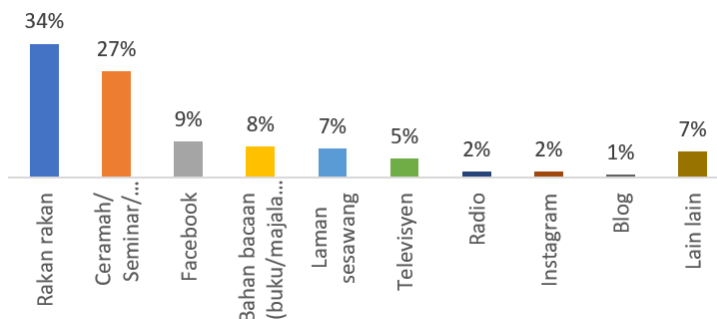


Rajah 18.2. Penglibatan dalam kluster

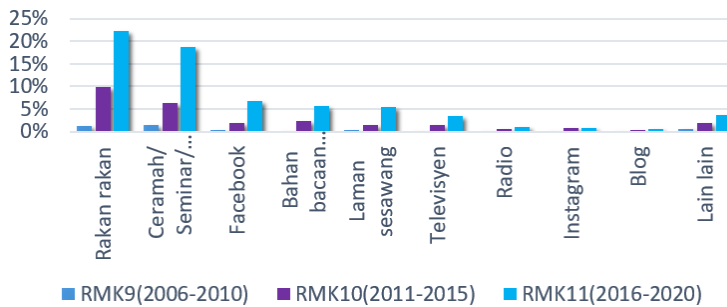


Rajah 18.3. Kategori Usahawan MARDI dengan kluster

Usahawan-usahawan ini didapati mendapatkan sumber maklumat berkaitan adanya program-program seperti UBM dan AMM di MARDI daripada rakan-rakan (34%), ceramah, seminar dan pameran (27%), Facebook (9%), bahan bacaan termasuk buku dan majalah (8%) dan laman sesawang (7%). Sumber-sumber ini dilihat sebagai sumber penyampaian yang relevan kerana sepanjang RMKe-9 sehingga RMKe-11, trend hebahan ini telah meningkat sepanjang RMK. Ini menunjukkan bahawa sumber-sumber hebahan ini boleh digunakan oleh pihak MARDI mengetengahkan maklumat dan hebahan yang berkaitan latihan dan juga maklumat teknologi yang ada di MARDI kepada masyarakat.

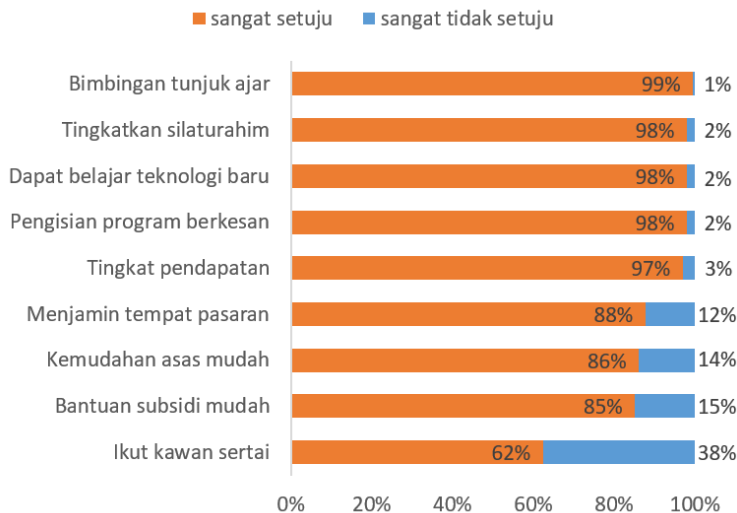


Rajah 18.4. Sumber maklumat berkenaan MARDI



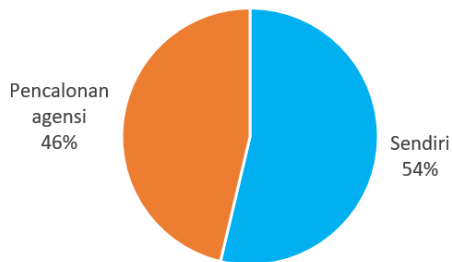
Rajah 18.5. Trend sumber maklumat berkenaan MARDI mengikut RMK

Selain daripada sumber maklumat meluas daripada sumber-sumber yang pelbagai, para usahawan juga berminat untuk menyertai program daripada MARDI kerana yakin akan bimbingan dan tunjuk ajar yang diberikan (99% bersetuju), dapat belajar teknologi baru (98% bersetuju) dan pengisian program yang ditawarkan adalah berkesan kepada mereka (98% bersetuju). Selain itu, mereka juga ingin menjalinkan hubungan perniagaan melalui program-program MARDI (98% bersetuju) dan berupaya meningkatkan pendapatan daripada tunjuk ajar yang diberikan (97% bersetuju).

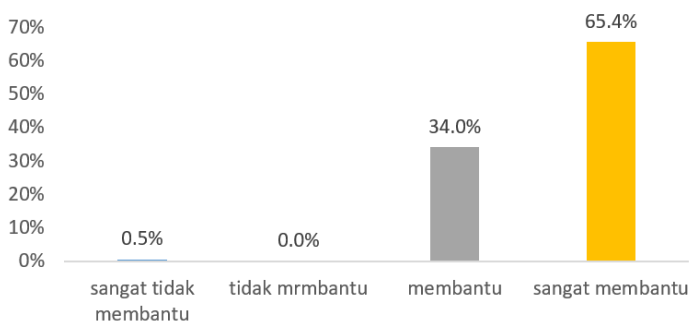


Rajah 18.6. Tujuan menyertai program MARDI

Kebanyakan usahawan-usahawan ini hadir menyertai program-program MARDI daripada penyertaan mereka sendiri (54%) dan ada yang dicalonkan oleh agensi-agensi (46%) untuk meningkatkan pengetahuan dan maklumat berkaitan teknologi dan juga operasi mereka. Majoriti daripada mereka berpendapat bahawa kursus-kursus ini membantu (34%) dan sangat membantu (65.4%).



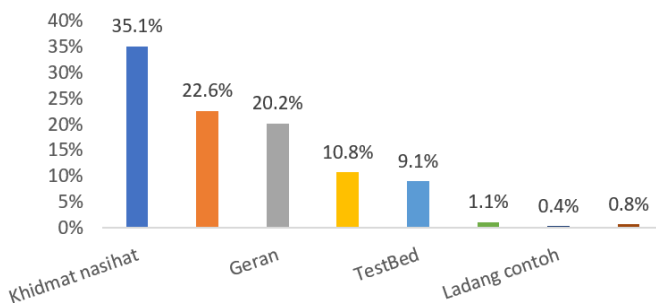
Rajah 18.7. Kaedah pencalonan penyertaan kursus bersama MARDI



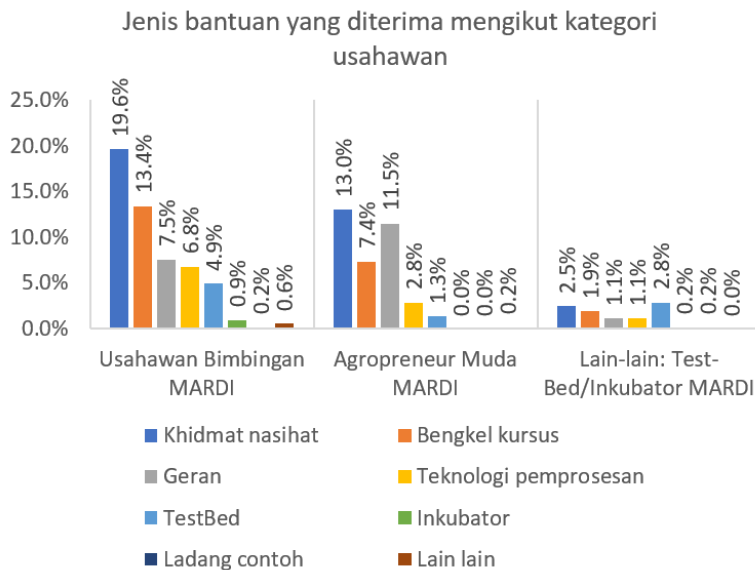
Rajah 18.8. Pandangan terhadap kursus yang disertai bersama MARDI

Selepas menghadiri kursus-kursus yang ada ini, para usahawan akan dibantu daripada beberapa aspek untuk meningkatkan dan memajukan perusahaan mereka. Jenis-jenis bantuan yang sangat kerap diterima oleh usahawan-usahawan ini adalah khidmat nasihat (35.1%), bengkel dan kursus (22.6%), bantuan berkaitan geran (20.2%) dan teknologi pemprosesan (10.8%).

Jika dilihat daripada kategori usahawan pula, bagi UBM, khidmat nasihat, bengkel dan kursus dan bantuan berkaitan geran merupakan jenis bantuan yang tertinggi diterima oleh usahawan di bawah program UBM ini. Manakala bagi AMM pula, khidmat nasihat, bantuan berkaitan geran dan bengkel dan kursus merupakan bantuan utama yang diterima oleh mereka.



Rajah 18.9. Jenis bantuan yang diterima daripada MARDI

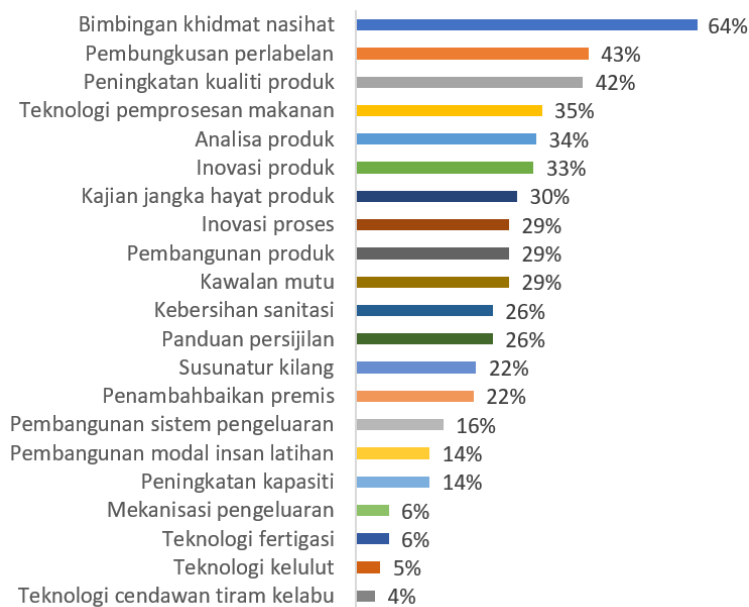


Rajah 18.10. Jenis bantuan yang diterima daripada MARDI mengikut kategori usahawan

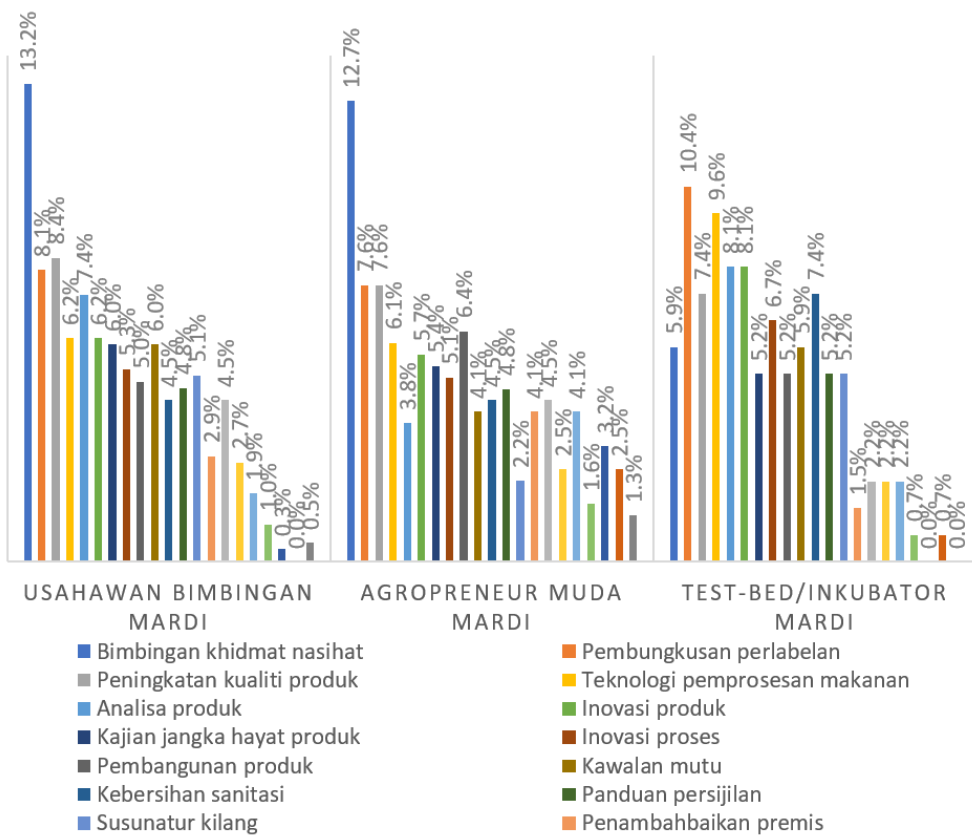
Bantuan-bantuan ini jika dilihat dengan lebih mendalam, terdapat pecahan bantuan yang lebih khusus diberikan oleh kepada usahawan ini. Bimbingan khidmat nasihat merupakan teknologi/khidmat yang paling tinggi diberikan kepada usahawan iaitu sebanyak 64% daripada 196 orang usahawan yang dikaji. Kedua tertinggi adalah pembungkusan pelabelan (43%), ketiga adalah peningkatan kualiti produk (42%), keempat pula teknologi pemprosesan makanan (35%) dan kelima tertinggi adalah analisis produk (34%).

Walaupun teknologi/khidmat nasihat yang diberikan adalah 5 pecahan bantuan secara keseluruhan, jika dilihat daripada program pula, terdapat beberapa perbezaan yang dikenal pasti. Bagi UBM, 5 pecahan bantuan yang dikenal pasti adalah bimbingan khidmat nasihat, peningkatan kualiti produk, pembungkusan pelabelan, analisis produk dan teknologi pemprosesan makanan dan inovasi produk. Manakala bagi AMM pula, 5 pecahan bantuan yang tertinggi adalah bimbingan khidmat nasihat, pembungkusan pelabelan dan peningkatan kualiti produk, pembangunan produk, teknologi pemprosesan produk dan inovasi produk. Bagi usahawan yang menggunakan Test-Bed dan Inkubator MARDI pula, 5 pecahan bantuan yang diterima pula adalah pembungkusan pelabelan, teknologi pemprosesan makanan, analisis dan inovasi produk, peningkatan kualiti produk dan panduan persijilan dan inovasi proses.

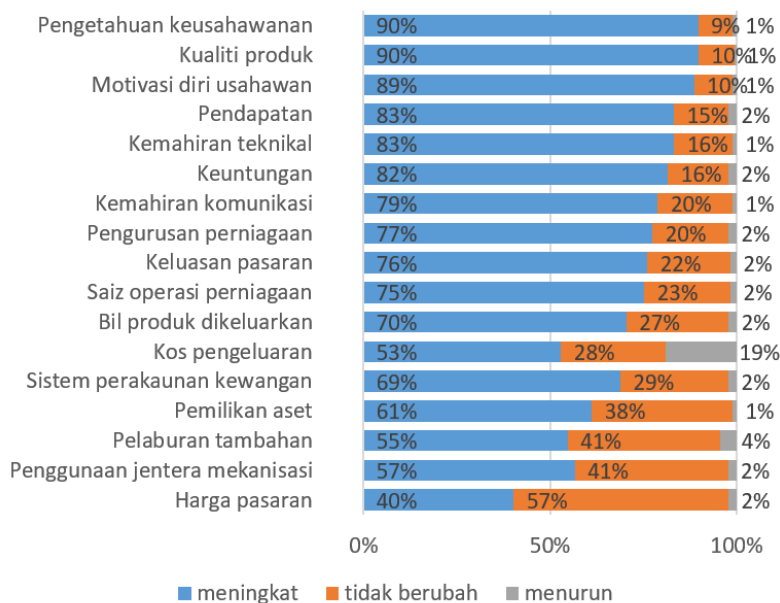
Kesan nyata daripada bantuan dan khidmat nasihat yang diberikan ini rata-rata usahawan menyatakan bahawa terdapat peningkatan daripada aspek pengetahuan keusahawanan, kualiti produk, motivasi diri usahawan, pendapatan dan kemahiran teknikal. Peningkatan-peningkatan ini secara tidak langsung menunjukkan bahawa melalui bantuan dan khidmat nasihat yang diberikan oleh MARDI, para usahawan berjaya meningkatkan kualiti keusahawanan dan juga memajukan perusahaan mereka.



Rajah 18.11. Teknologi/khidmat nasihat yang diterima daripada MARDI



Rajah 18.12. Teknologi/khidmat nasihat yang diterima daripada MARDI mengikut kategori usahawan

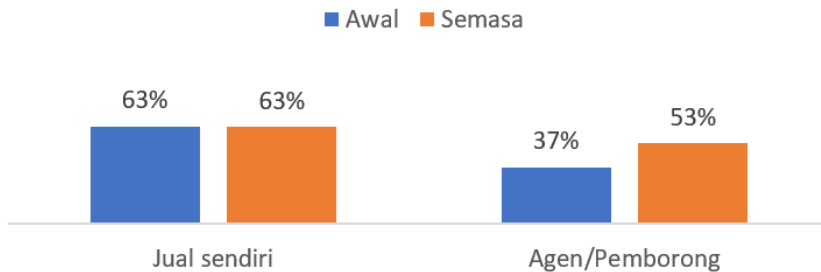


Rajah 18.13. Kesan nyata selepas mendapat khidmat nasihat daripada MARDI

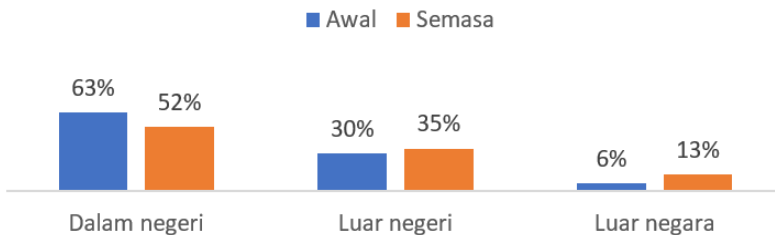
Melalui khidmat nasihat dan juga pengenalan teknologi yang ada ini, kajian mendapati terdapat kesan-kesan kemajuan yang nyata terutama dari aspek kaedah jualan, liputan jualan dan persijilan para usahawan ini. Perubahan daripada aspek kaedah jualan menunjukkan ada peningkatan dari penggunaan agen/pemborong dalam membantu usahawan-usahawan ini berbanding sebelum menyertai MARDI. Kaedah jualan yang memerlukan peningkatan agen/pemborong ini secara tidak langsung menunjukkan bahawa adanya peningkatan kuantiti jualan dan juga sebaran jualan yang memerlukan pengembangan kaedah jualan berbanding hanya menjual sendiri dikalangan usahawan ini.

Liputan jualan yang meningkat di pasaran luar negeri dan luar negara juga menunjukkan bahawa sebaran jualan mereka telah keluar daripada jualan dalam negeri sahaja. Pengurangan liputan jualan dalam negeri dan peningkatan bagi liputan luar negeri dan luar negara ini juga merupakan kesan tidak langsung daripada khidmat nasihat yang diberikan oleh MARDI kepada usahawan dalam usaha membantu usahawan meluaskan pasaran mereka.

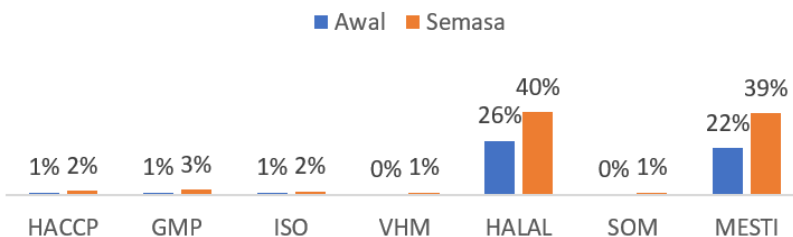
Peningkatan daripada aspek akreditasi seperti sijil Halal dan sijil MESTI juga menunjukkan bahawa usahawan-usahawan ini berjaya memenuhi keperluan standard pasaran yang membolehkan mereka menjual produk-produk mereka ke pasaran luar yang meyakinkan pelanggan mereka untuk membelinya.



Rajah 18.14. Kaedah jualan

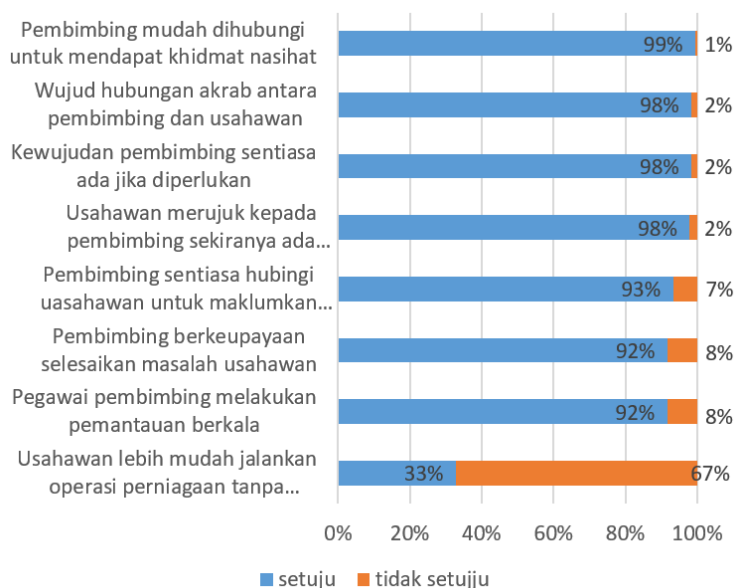


Rajah 18.15. Liputan jualan



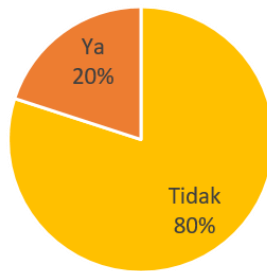
Rajah 18.16. Akreditasi

Para pembimbing usahawan MARDI juga dilihat berupaya memberikan khidmat nasihat dan kepakaran mereka kepada usahawan dengan baik dan penuh dedikasi kerana maklum balas daripada usahawan mengatakan bahawa pegawai pembimbing ini mudah untuk dihubungi dan adanya hubungan akrab diantara usahawan dan pegawai pembimbing MARDI.

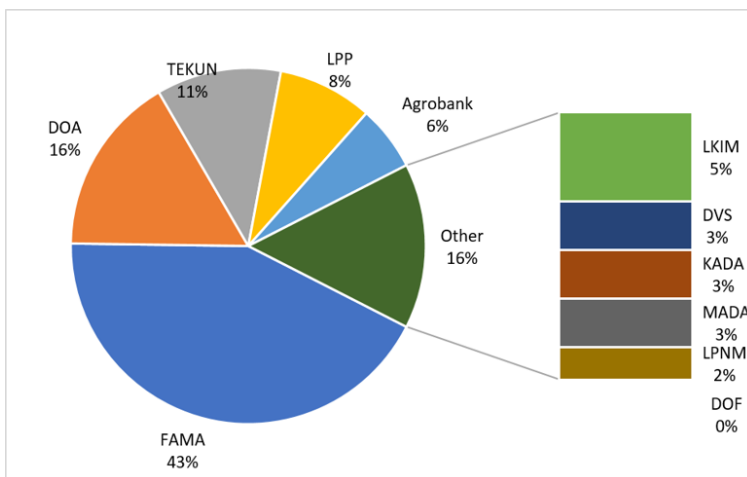


Rajah 18.17. Keupayaan pegawai pembimbing MARDI

Kejayaan usahawan-usahawan pembangunan usahawan MARDI ini tidaklah hanya bergantung kepada MARDI sahaja. Khidmat nasihat dan panduan daripada pelbagai agensi di bawah Kementerian Pertanian dan Industri Asas Tani juga membantu para usahawan dalam memajukan perusahaan mereka. Hasil kajian menunjukkan bahawa hanya 20% sahaja usahawan yang hanya mendapatkan khidmat nasihat dan bimbingan daripada MARDI sahaja dan selebihnya menerima khidmat nasihat dan panduan daripada agensi-agensi kerajaan yang lain (*Rajah 18.18*). *Rajah 18.19* pula menunjukkan antara agensi-agensi yang banyak membantu para usahawan selain MARDI adalah daripada FAMA (43%), Jabatan Pertanian (16%) dan TEKUN (11%).



Rajah 18.18. Pecahan penerimaan khidmat nasihat daripada MARDI dan bukan MARDI



Rajah 18.19. Pecahan agensi yang memberikan khidmat nasihat kepada usahawan selain MARDI

Dalam kalangan para usahawan pembangunan usahawan MARDI ini, terdapat 5 masalah utama yang dihadapi oleh para usahawan iaitu pertama masalah pinjaman kewangan, ke dua berkaitan teknologi, ketiga pekerja, keempat sumber bahan mentah dan kos operasi dan kelima pasaran. Masalah-masalah yang dinyatakan adalah antara masalah yang lazimnya berlaku dikalangan para usahawan terutama bagi mereka yang berskala mikro dan kecil. Kelima-lima masalah ini merupakan masalah yang saling berkait yang boleh menjejaskan perusahaan usahawan sekiranya tidak dapat di uruskan dengan baik. Bagi masalah ke dua iaitu masalah berkaitan teknologi, pihak MARDI boleh memainkan peranan penyampaian dan tunjuk ajar yang lebih baik terutama bagi teknologi yang terkini dan sofistikated.

Jadual 18.3. Analisis faktor terhadap masalah yang sering dihadapi oleh usahawan

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.831
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	1604.756
	df	276
	Sig.	.000

Rotated Component Matrix		
		Component
Masalah pinjaman	Pinjaman sukar diperoleh	.868
	Syarat pinjaman ketat	.809
	Pemprosesan pinjaman yang lambat	.793
	Jumlah pinjaman yang lulus tiak sama yang dimohon	.558
Masalah berkaitan teknologi	Teknologi ketinggalan zaman (<i>out-dated</i>)	.842
	Teknologi sukar difahami	.793
	Teknologi sukar diperoleh	.711
Masalah pekerja	Sukar dapat pekerja	.790
	Pekerja kerap berhenti	.776
	Pekerja kurang latihan/kemahiran	.678
	Kos upah pekerja tinggi	.588
Masalah bahan mentah dan kos operasi	Harga bahan mentah tinggi	.720
	Harga bahan mentah tidak stabil	.712
	Kos operasi terus meningkat	.667
	Bahan mentah sukar diperolehi	.605
Masalah pasaran	Pasaran terhad	.681
	Terlalu banyak persaingan	.653
	Sukar memperoleh maklumat pasaran	.649
	Harga jualan tidak stabil	.526
Extraction Method: Principal Component Analysis.		
Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.		

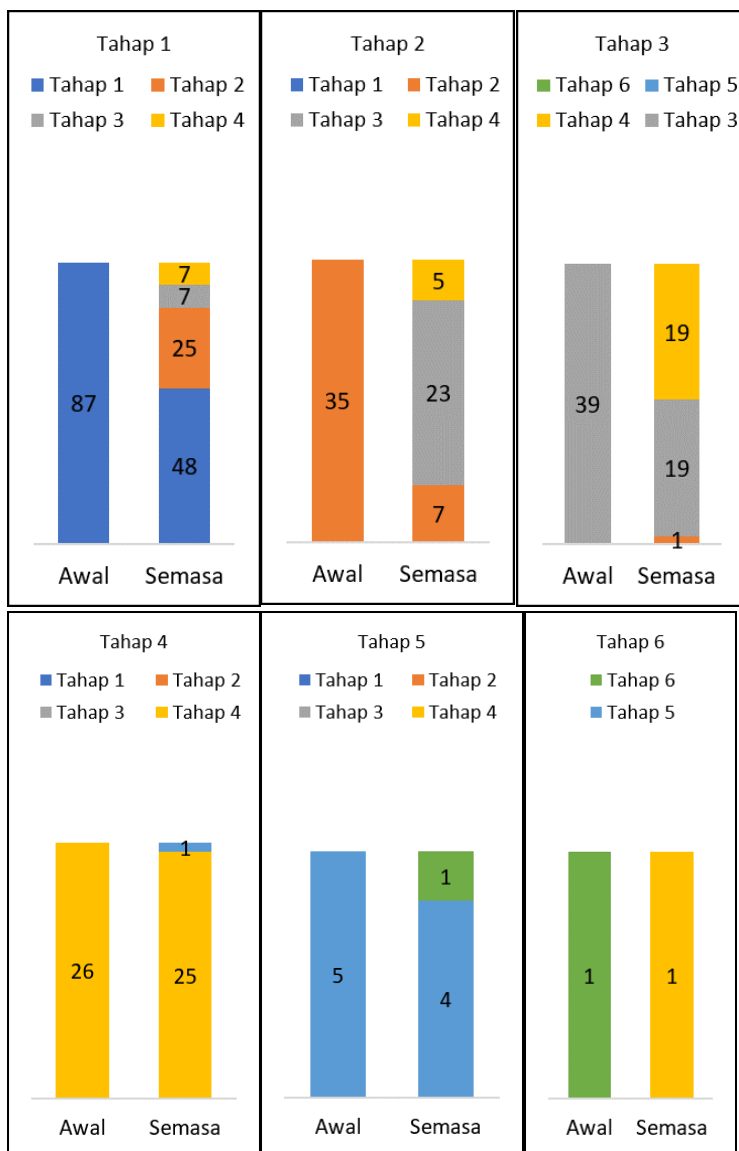
18.4.3 Impak pembangunan usahawan MARDI

Pembangunan usahawan MARDI semestinya harus memberikan impak yang signifikan kepada para usahawan terutama dalam membantu para usahawan untuk meningkatkan pendapatan mereka. Hasil kajian menunjukkan bahawa terdapat peningkatan yang signifikan bagi setiap peningkatan pendapatan di mana di awal kemasukan mereka dalam program kelolaan MARDI, mereka berjaya meningkatkan pendapatan mereka samada kekal di tahap yang sama atau ke tahap yang seterusnya (*Jadual 18.4*).

Jadual 18.4. Analisis T berpasangan terhadap nilai jualan sebelum dan selepas menyertai bimbingan MARDI

Jualan awal N		Paired Differences					t	df	Sig. (2-tailed)
		Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	95% Confidence Interval of the Difference				
					Lower	Upper			
Tahap 1	Jualan semasa - Jualan awal	99,328.90	362719.57	38887.62	22022.87	176634.93	2.554	86	0.012
Tahap 2	Jualan semasa - Jualan awal	154,005.83	277573.73	46918.52	58655.92	249355.74	3.282	34	0.002
Tahap 3	Jualan semasa - Jualan awal	404,061.33	778073.99	124591.55	151838.92	656283.74	3.243	38	0.002
Tahap 4	Jualan semasa - Jualan awal	289,299.80	498893.75	97841.11	87792.26	490807.35	2.957	25	0.007
Tahap 5	Jualan semasa - Jualan awal	2,499,600.00	2276466.74	1018066.87	-327006.79	5326206.79	2.455	4	0.070

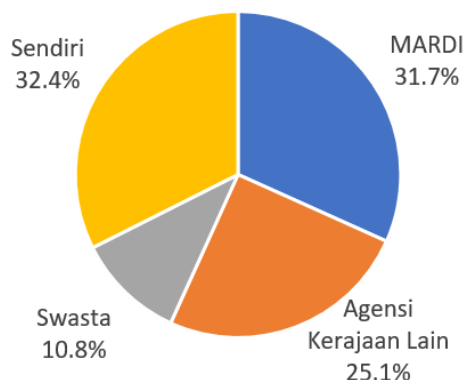
Rajah 18.20 menunjukkan peningkatan yang dikatakan di mana bagi setiap usahawan, mereka diletakkan di tahap 1- tahap 6 berdasarkan nilai jualan sewaktu awal kemasukan dan dilihat peningkatan pendapatan mereka pada masa semasa. Bagi usahawan yang berdaftar di peringkat awal berada di tahap 1 (87 usahawan), didapati 25 usahawan berjaya naik ke tahap 2, dan 7 usahawan berjaya ke tahap 3 dan tahap 4 manakala 48 masih berada di tahap yang sama. Usahawan yang berada pada tahap 2 pula (35 usahawan), seramai 23 telah berjaya meningkat ke tahap 3 dan 5 usahawan ke tahap 4 dan 7 usahawan masih kekal di tahap 2. Begitu juga bagi usahawan yang berada di tahap 3 (39 usahawan), 19 daripada mereka berjaya meningkat ke tahap 4 manakala 19 lagi masih berada di tahap 3. Namun begitu, terdapat juga seorang usahawan yang nilai jualannya turun ke tahap 2.



Rajah 18.20. Perubahan tahap usahawan mengikut tahap 1 – 6 (bilangan usahawan)

Kejayaan yang diperoleh oleh para usahawan diakui tidak bergantung kepada hasil khidmat nasihat dan tunjuk ajar daripada MARDI sahaja, penglibatan daripada pihak agensi kerajaan yang lain juga di akui turut sama membantu menjayakan usahawan-usahawan ini. Sumbangan yang diberikan adalah tidak hanya kepada agensi kerajaan malah daripada pihak swasta juga terlibat sama. Daripada hasil kajian menunjukkan bahawa MARDI telah menyumbang secara purata sebanyak 31.7% sumbangan ke atas kejayaan usahawan-usahawan ini berdasarkan pecahan sumbangan yang di terima oleh usahawan secara umumnya (Rajah 18.21). Jika peratusan sumbangan ini berikan nilai, khidmat nasihat dan tunjuk ajar

MARDI telah menyumbang sebanyak RM41.6 juta daripada keseluruhan jumlah jualan usahawan iaitu RM131.1 juta (*Jadual 18.5*).



Rajah 18.21. Pecahan sumbangan kepada perusahaan usahawan

Jadual 18.5. Pecahan nilai sumbangan berdasarkan pecahan sumbangan daripada keseluruhan nilai jualan usahawan dikaji

Perkara	%	RM
Sendiri	32.4%	RM42.5 juta
MARDI	31.7%	RM41.6 juta
Agensi kerajaan lain	25.1%	RM32.9 juta
Swasta	10.8%	RM14.2 juta
Keseluruhan	100.0%	RM131.1 juta

18.4.4 Hubungan faktor-faktor sosioekonomi di atas kejayaan usahawan MARDI

Selain daripada faktor khidmat nasihat, peralatan, mesin dan agensi, peranan usahawan itu sendiri juga merupakan faktor penyumbang kepada kejayaan dalam kejayaan perusahaan mereka. Analisis sosioekonomi dengan mengambil kira faktor-faktor umur, tahap pendidikan, tempoh pengalaman dalam melaksanakan perusahaan, kategori usahawan, tempoh bersama dengan MARDI, bilangan pekerja, jumlah bantuan geran yang diterima dan kehadiran kursus telah di jadikan sebagai pemboleh ubah untuk mengukur faktor-faktor yang mempengaruhi jualan perusahaan mereka.

Analisis korelasi dilakukan untuk melihat hubungan di antara faktor jualan dengan faktor-faktor sosioekonomi yang saling mempengaruhi di antara satu sama lain. 8 faktor sosioekonomi yang di analisis bersama adalah faktor umur, tahap pendidikan, tempoh pengalaman, kategori usahawan, tempoh menyertai MARDI, bilangan pekerja, jumlah bantuan geran yang pernah diterima dan bilangan kehadiran kursus. Daripada kelapan-lapan faktor tersebut, hanya 6 sahaja yang mempunyai hubungan signifikan dengan faktor jualan iaitu umur, tempoh pengalaman dalam melaksanakan perusahaan, kategori usahawan, tempoh bersama dengan MARDI, bilangan pekerja, dan jumlah bantuan geran yang diterima.

Jadual 18.6. Analisis korelasi di antara nilai jualan dan faktor sosioekonomi

	Jualan	Umur	Tahap pendidikan	Tempoh Pengalaman	Kategori Usahawan	Tempoh tahun sertai MARDI	Bil. Pekerja	Jumlah bantuan geran diterima	Bilangan hadir kursus
Pearson Correlation	1	.182*	.054	.263**	.386**	.156*	.687**	.474**	-.008
Sig. (2-tailed)		.015	.452	.000	.000	.040	.000	.000	.917
N	193	179	193	187	193	173	188	105	180

Ujian regresi kemudiannya dilakukan untuk melihat bagaimanakah faktor sosioekonomi yang signifikan ini mempengaruhi nilai jualan. Di dapati bahawa hanya faktor pekerja dan jumlah bantuan geran yang diterima sahaja memberikan kesan signifikan terhadap nilai jualan usahawan ini. Kedua-dua faktor ini menerangkan bahawa dengan semakin tinggi nilai jualan, semakin ramai pekerja yang diperlukan dan jumlah bantuan geran yang diterima. Dapatan ini menjelaskan bahawa ramai golongan usahawan yang berada di bawah program MARDI ini berada di tahap nilai jualan mikro iaitu di tahap 1 – 3. Oleh yang demikian, sebarang peningkatan nilai jualan adalah bergantung kepada jumlah yang mampu dikeluarkan dan sekiranya terdapat peningkatan pengeluaran, bilangan pekerja akan meningkat untuk memastikan tahap pengeluaran dapat dicapai. Jumlah bantuan geran yang diterima pula menjelaskan bahawa keperluan mereka mendapatkan bantuan modal kerana dengan peningkatan pengeluaran, modal pusingan juga akan bertambah untuk membiayai kos-kos pengeluaran dan pengurusan seperti kos input bahan asas, gaji, mesin dan sebagainya demi memenuhi permintaan yang meningkat.

Jadual 18.7. Analisis regresi faktor sosioekonomi yang mempengaruhi jualan usahawan

Model Summary						
Model		R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	
1		0.783 ^a	0.613	0.583	0.97879	
a. Predictors: (Constant), Geran, Pengalaman, Kategori, Tahun sertai MARDI, Umur , Pekerja						
ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	119.710	6	19.952	20.826	.000 ^b
	Residual	75.684	79	.958		
	Total	195.394	85			
a. Dependent Variable: Jualan						
b. Predictors: (Constant), Geran , Pengalaman , Kategori , Tahun sertai MARDI , Umur , Pekerja						
Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.950	1.931		3.600	.001
	Umur	.456	.547	.071	.835	.406
	Pengalaman	-.174	.214	-.074	-.814	.418
	Kategori	-.591	.437	-.105	-1.352	.180
	Tahun sertai MARDI	-.019	.209	-.008	-.091	.927
	Pekerja	1.353	.158	.735	8.575	.000
	Geran	.206	.121	.151	1.700	.093
a. Dependent Variable: Jualan						

18.5 RUMUSAN

Kajian Impak Pembangunan Usahawan MARDI telah dijalani dengan jumlah usahawan yang terlibat seramai 196 orang. 67.5% merupakan usahawan yang berdaftar dalam RMKe-11, berpengalaman kurang daripada 10 tahun (74.7%) dan mempunyai perusahaan yang berdaftar (94%). Mereka terdiri daripada Usahawan Bimbingan MARDI (53%), Agroprenuer MARDI (35%) dan lain-lain iaitu pengguna Test-bed dan Inkubator MARDI (12%). Majoriti usahawan terlibat dalam kluster Industri Asas Tani Makanan (79%), Tanaman (12%), Industri Asas Tani Bukan Makanan (11%) dan Ternakan (7%). Tujuan utama mereka bersama MARDI adalah lebih kepada ingin mendapatkan maklumat berkaitan teknologi baru, meningkatkan pendapatan dan pengisian program yang berkesan. Jenis-jenis perkhidmatan yang sering diterima oleh usahawan ini adalah khidmat nasihat (35%), bengkel/kursus (22.6%) dan bantuan berkaitan geran (20.2%).

Melalui Pembangunan Usahawan MARDI, antara impak kepada usahawan MARDI adalah berjaya meningkatkan pendapatan usahawan berbanding sewaktu mula menyertai MARDI, di mana mereka yang berada pada Tahap 1 berjaya meningkat ke Tahap 2 (25%), ke Tahap 3 (8%) dan ke Tahap 4 (8%) dengan purata peningkatan sebanyak RM99,328. Bagi mereka yang awal penyertaan berada pada Tahap 2 pula, 66% berjaya meningkat ke Tahap 3 dan 14% ke Tahap 4 (purata peningkatan RM154,005). Usahawan yang menyertai MARDI pada Tahap 3 pula, 49% daripada mereka berjaya meningkat ke Tahap 4 (purata peningkatan RM404,061). Peningkatan pendapatan mereka ini adalah signifikan pada 5% bagi setiap Tahap peningkatan pendapatan mereka. Selain daripada itu, impak sumbangan MARDI (pandangan usahawan terhadap usaha dan peranan MARDI kepada perusahaan perniagaan mereka) kepada perusahaan usahawan adalah secara puratanya menyumbang kepada 31.7% daripada keseluruhan kejayaan perniagaan mereka atau bersamaan nilai jualan RM41.6 juta daripada keseluruhan nilai jualan usahawan (RM131.1 juta) yang dikaji.

Faktor-faktor sosioekonomi yang menyokong kejayaan usahawan di bawah pembangunan usahawan MARDI adalah faktor pekerja dan bantuan geran. Ini kerana kebanyakan usahawan merupakan usahawan mikro, oleh itu bilangan pekerja sangat memberikan kesan dalam membantu peningkatan pendapatan yang mana semakin maju perusahaan, semakin ramai pekerja diperlukan. Bantuan dalam bentuk geran juga membantu usahawan secara kewangan kerana terdapat usahawan yang sukar mendapatkan pembiayaan, selain menampung kos operasi yang meningkat selari dengan peningkatan skala pengeluaran dan perusahaan mereka.

18.6 SARANAN

Pembangunan usahawan MARDI melalui program Usahawan Bimbingan, Agroprenuer dan bantuan khidmat seperti Test-bed dan Inkubator berjaya membantu usahawan yang berdaftar dengan MARDI untuk meningkatkan pendapatan mereka. Secara kasar, dengan program ini, usahawan berupaya meningkatkan pendapatan mereka sebanyak purata RM100,000. Melalui

khidmat nasihat, bengkel, kursus dan pelbagai pendekatan lain yang digunakan MARDI terbukti membantu usahawan terutama berkaitan bimbingan khidmat nasihat, pembungkusan pelabelan, peningkatan kualiti produk, teknologi pemprosesan makanan dan analisis produk. Oleh itu, perkhidmatan-perkhidmatan yang sedia ada seharusnya dikekalkan. Keupayaan program ini juga dicadangkan untuk diperluaskan lagi dengan melibatkan kerjasama secara terus dengan agensi-agensi kerajaan dan pihak swasta yang berkaitan agar program di bawah pembangunan usahawan MARDI ini lengkap bukan hanya kepada aspek teknikal tetapi meliputi juga maklumat keusahawanan (perakaunan, pentadbiran dan pengurusan perniagaan).

18.7 RUJUKAN

- Mohd Zaffrie Mat Amin (2018). Kajian Impak Geran One-Off Agropreneur Muda MARDI. Laporan Kajian Sosioekonomi 2018, Pusat Penyelidikan Ekonomi dan Sains Sosial, MARDI
- Nik Rahimah Nik Omar (2017). Kajian penilaian tahap penggunaan teknologi bagi subsektor pertanian terpilih ke arah pertanian moden: IAT kuih tradisional. Laporan Kajian Sosioekonomi 2017, Pusat Penyelidikan Ekonomi dan Sains Sosial, MARDI
- Nik Rahimah Nik Omar (2017). Kajian penilaian tahap penggunaan teknologi bagi subsektor pertanian terpilih ke arah pertanian moden: IAT bakeri. Laporan Kajian Sosioekonomi 2017, Pusat Penyelidikan Ekonomi dan Sains Sosial, MARDI
- Rasmuna Mazwan Muhammad (2017). Penilaian tahap penggunaan teknologi bagi subsektor pertanian terpilih ke arah pertanian moden: IAT makanan konvenyen. Laporan Kajian Sosioekonomi 2017, Pusat Penyelidikan Ekonomi dan Sains Sosial, MARDI

PENGHARGAAN

Terima kasih juga diucapkan kepada En. Mohd Nizam Mohd Nizat, Timbalan Pengarah Program Pembangunan Usahawan (TE2), Pn. Nur Izalin Mohamad Zahari, mantan Timbalan Pengarah TE2, pegawai-pegawai Pusat TE di Ibu Pejabat dan pegawai-pegawai TE di seluruh MARDI Negeri kerana membantu dalam pelaksanaan kajian ini. Penghargaan juga diucapkan kepada Pengarah Pusat ES, Tn. Hj. Tapsir Serin dan Timbalan Pengarah Program Sosiologi, Dr. Hairuddin Mohd Amir atas tunjuk ajar dan panduan dalam penulisan laporan ini serta pegawai-pegawai Pusat ES yang membantu pelaksanaan kajian ini.