

USAHAWAN WANITA PENJANA EKONOMI DOMESTIK

Oleh Mustafa Dakian

Kerajaan tidak pernah mengamalkan unsur diskriminasi dalam membantu usahawan wanita untuk menceburi bidang perniagaan. Menteri Perdagangan Antarabangsa dan Industri, Datuk Seri Rafidah Aziz menyatakan usahawan wanita perlu mempunyai keyakinan, ketabahan serta keazaman untuk berjaya dalam usaha masing-masing. Pandangan beliau amat jelas memandangkan peluang perniagaan dalam kalangan wanita di Malaysia semakin penting, lebih-lebih lagi dalam suasana persaingan pasaran yang hanya mengenal dan menerima unsur-unsur seperti kecekapan, kualiti, tentukan bekalan, kesesuaian harga, dan kelebihan produk serta perkhidmatan.

Menurut bancian Jabatan Statistik tahun lalu, terdapat 518 000 orang usahawan dalam sektor perkhidmatan, perkilangan dan pertanian dengan 99.1 peratus terdiri daripada usahawan kecil dan sederhana. Daripada keseluruhan usahawan itu, lebih daripada 82 000 orang atau 16 peratus dimiliki oleh wanita. Lebih 74 000 orang usahawan (89.5 peratus) terlibat dalam sektor perkhidmatan, 6100 orang (7.5 peratus) dalam sektor perkilangan dan 2500 orang (tiga peratus) dalam sektor pertanian.



Datuk Sri Shahrizat Abdul Jalil.

Seperti usahawan yang lain, usahawan wanita juga menghadapi isu dan cabaran yang sama seperti saingan pasaran yang semakin sengit, masalah mendapatkan pembiayaan, memperluas pasaran serta kurangnya penggunaan teknologi maklumat dan komunikasi (TMK). Dengan memahami masalah yang berlaku, kerajaan menyediakan program khas melalui agensi seperti Perbadanan Pembangunan Industri Kecil dan Sederhana (SMIDEC), Perbadanan Pembangunan Perdagangan Luar Malaysia (MATRADE) dan Perbadanan Produktiviti Negara (NPC). Selain itu, Malaysian Industrial Development Finance Bhd. (MIDF), Lembaga Kemajuan Perindustrian Malaysia (MIDA) turut membantu usahawan wanita.

Pihak swasta dan kerajaan yang terlibat dalam bidang keusahawanan

sentiasa memberikan penekanan kepada pembangunan modal insan, khususnya usahawan wanita sebagai pengisian bagi memperoleh kejayaan dalam bidang yang diceburi. Hal ini penting bagi melahirkan usahawan wanita yang berdaya saing di peringkat tempatan mahupun antarabangsa, sejajar dengan hasrat kerajaan untuk melahirkan 150 0000 orang usahawan baharu seperti yang digariskan dalam Rancangan Malaysia Kesembilan (RMK-9).

Menteri Pembangunan Wanita, Keluarga dan Masyarakat, Datuk Sri Shahrizat Abdul Jalil menegaskan bahawa ketekunan dan sifat rajin wanita sahaja tidak akan dapat membantu mereka untuk terus berdaya saing terutama dalam arus globalisasi. Sebaliknya, ilmu pengetahuan serta kepandaian dalam menggunakan teknologi moden memberikan jaminan yang lebih kepada masa hadapan dalam bidang yang sama. Cabaran, berfikir kreatif, tekun dan bijak perlu bagi memastikan pada akhirnya kejayaan menjadi milik mereka.

Sejumlah RM56.7 juta diagihkan kepada 550 pertubuhan bukan kerajaan (NGO) serta pembangunan wanita dan keluarga di peringkat negeri bagi melaksanakan aktiviti dan program untuk wanita dan keluarga. Hal ini memandangkan peranan NGO penting dalam melengkapkan usaha kerajaan dalam membantu wanita dan keluarga. Pelbagai kursus bina upaya dilaksanakan untuk meningkatkan kemahiran kepemimpinan, pentadbiran, perancangan dan pengurusan kewangan

bagi meningkatkan taraf ekonomi dan sosial kaum wanita, terutama dalam kalangan ibu tunggal dan ketua isi rumah wanita.

Skim bantuan kewangan berjumlah RM620.4 juta yang diperkenalkan oleh institusi kewangan membolehkan 60 785 usahawan wanita menjalankan aktiviti perniagaan. Bantuan pinjaman ini disediakan oleh Yayasan Tekun Nasional (YTN), Skim Mikro Kredit Bank Simpanan Nasional, Skim Mikro Kredit Bank Pertanian Malaysia dan Skim Bantuan Khas Usahawan Wanita.

Di samping itu, Tabung Perolehan Teknologi untuk Wanita (TAF-W) juga ditubuhkan dengan peruntukan RM25 juta. Skim Amanah Ikhtiar (AIM) menyediakan kredit mikro RM1.02 bilion kepada 147 544 peserta menerusi 69 cawangan dan 3962 pusat khidmat di seluruh negara kepada ibu tunggal dan wanita di kawasan luar bandar. Skim Khas Ibu Tunggal ditubuhkan oleh AIM pada tahun 2001 untuk membolehkan ibu tunggal menjalankan aktiviti bagi menajankan pendapatan dengan menyediakan akses mudah kepada mereka untuk memperolehi bantuan kewangan. Sebanyak 2800 ibu tunggal mendapat manfaat daripada skim ini.

Pelbagai program latihan kemahiran dan keusahawanan dilaksanakan bagi membolehkan wanita memajukan diri dan mengambil peluang dalam pasaran pekerjaan. Sebanyak 11 000 orang usahawan wanita mendapat manfaat daripada program ini yang dikendalikan oleh YTN dan Program Keusahawanan Majlis Amanah Rakyat (MARA). Di bawah Program Pembangunan Keusahawanan Pertanian pula, 154 bengkel latihan dikendalikan bagi memaniatkan 6328 orang wanita. Hasil daripada program ini, kaum wanita menyertai industri makanan berasaskan pertanian yang menghasilkan jumlah jualan sebanyak RM94.1 juta.

Pelbagai usaha dilakukan bagi melengkapkan wanita dengan kemahiran dan pengetahuan TMK. Program seperti Internet Desa dan e-Industri Desa juga dilaksanakan. RMK-9 juga akan meningkatkan

pembaitan wanita dalam bidang perniagaan melalui latihan yang berkaitan dengan pemasaran, perakaunan dan belanjawan. Kerajaan memberikan bantuan melalui Tabung Usahawan Wanita bagi menggalakkan penyertaan golongan ini dalam perniagaan.

Dasar Bioteknologi Negara (DBN) yang dirangka dan dilaksanakan oleh kerajaan akan terus mempromosikan industri produk herba dan asli ke peringkat global. Menteri Sains, Teknologi dan Inovasi, Datuk Seri Dr. Jamaludin Jarjis, menyatakan bahawa DBN akan membangunkan sektor bioteknologi sama seperti pendekatan kerajaan memajukan sektor TMK. Industri herba global mewakili pasaran yang bernilai AS\$80 bilion (RM304 bilion) dan kadar pertumbuhannya di Malaysia adalah antara lapan hingga 12 peratus setahun bagi tiga tahun lepas.

Kementerian Pertanian dan Industri Asas Tani akan meletakkan industri pembangunan herba negara sebagai antara fokus utama di bawah RMK-9 kerana potensinya yang cukup besar. Menteri, Tan Sri Muhyiddin Yassin, menyebut untuk tujuan itu langkah yang paling penting sekarang adalah dengan menjalankan penyelidikan sebelum mengenal pasti jenis tanaman yang mempunyai potensi komersial. Penyelidikan ini perlu dilakukan secara berterusan seperti yang dilakukan terhadap tongkat ali dan herba-herba lain kerana masih banyak lagi khasiat serta nilai yang ada pada tumbuhan-hutan ini yang belum diketahui.

Potensi yang ada dalam bidang pembangunan herba amat besar, khususnya dalam konteks produk kesihatan. Malah, dianggarkan pasaran dunia untuk produk berasaskan herba akan mencapai RM760 bilion setahun menjelang tahun 2008, iaitu peningkatan lebih tiga kali ganda berbanding dengan tahun 2003. Industri herba Malaysia mencatatkan jualan tahunan lebih RM4.5 bilion dan angka ini dijangka akan berganda menjelang tahun 2010 berdasarkan kajian industri oleh

Kumpulan Industri Kerajaan Malaysia Bagi Teknologi Tinggi (MIGHT).

Industri herba membuka peluang perniagaan baharu kepada syarikat baharu, sedia ada, dan kepada peniaga baharu yang ingin memasuki industri ini. Apabila kajian dibuat secara menyeluruh, didapati ada peluang atau kekosongan yang perlu direbut oleh bakal atau usahawan tempatan sedia ada, khususnya wanita. Trend terbaru di Amerika Syarikat, masyarakat di sana kini cenderung beralih kepada perubahan alternatif setelah timbul kesedaran untuk "kembali kepada alam semula jadi".

Di Malaysia, dasar yang menyokong pembangunan industri herba yang sesuai telah pun diwujudkan. Dasar Pertanian Negara 1998–2010 mengenal pasti bahawa industri herba amat berpotensi dimajukan pada abad ke-21 dan Malaysia mesti mengambil bahagian dan penguasaannya, khususnya usahawan wanita. Menyedari keadaan itu, syarikat pengeluar Nona Rogay yang mempunyai lebih 2000 hentar ladang herba di Pahang menjadikan industri ini sebagai perniagaan utama.

Nasuha Kasian, seorang usahawan wanita dari Muar, menerusi syarikat Nasuha Enterprise Sdn. Bhd., telah menanam pelbagai spesies herba di ladang seluas 1000 hektar termasuk herba yang dibawa masuk dari pelbagai negara Afrika, Amerika Syarikat, Jepun, Australia, Yaman dan Indonesia. Menjelang tahun 2010, pasaran ubat tradisional tempatan dijangka meningkat kepada 40 hingga 50 peratus. Namun begitu, sekarang ini hanya lima peratus hingga 10 peratus produk herba yang dibuat di Malaysia, manakala 90 peratus hingga 95 peratus yang berada dalam pasaran datang dari luar negara.

Jadual 1 menunjukkan syarikat dan produk kosmetik herba yang kian aktif memasuki pasaran Malaysia, selain syarikat kosmetik yang berjaya seperti Avon, Clara International, Nutri-Metics, Sendayu Tinggi, Slim World, dan sebagainya.

Sehubungan dengan hal itu, Malaysia mengiktiraf keupayaan wanita dan pelibatan wanita secara aktif dan langsung dalam semua aspek pembangunan adalah amat penting dan harus dipertingkatkan. Malaysia telah pun mencapai pelbagai kejayaan dalam perkara ini, tetapi masih banyak lagi usaha yang perlu dilaksanakan bagi menangani sebarang ketidakseimbangan gender yang masih ada dalam semua sektor, baik politik, ekonomi mahupun sosial. Cabaran utama negara kita adalah untuk mengubah tanggapan, persepsi serta mentaliti masyarakat agar sesuai dengan situasi baharu.

Dalam konteks pembangunan wanita, perubahan mentaliti masyarakat

terhadap peranan dan sumbangan wanita merupakan salah satu syarat untuk mewujudkan masyarakat yang memiliki mentaliti kelas pertama. Kita semua, termasuklah golongan wanita sendiri, harus menyedari bahawa wanita hari ini bukan hanya berperanan sebagai ibu, isteri dan pengurus tugas rumah tangga, tetapi juga berperanan sebagai pekerja, usahawan dan penyumbang ekonomi, seiring dengan golongan lelaki. Hal ini bermakna tanggapan terhadap peranan golongan lelaki harus juga diubah, daripada penyumbang ekonomi semata-mata kepada rakan kongsi yang bertanggungjawab dalam hal rumah tangga.

Sementara itu, inisiatif dan program yang sewajarnya harus dilaksanakan supaya golongan wanita dapat menambah nilai diri mereka untuk menjadi golongan yang lebih berpengetahuan, berkemahiran dan inovatif. Wanita hendaklah merebut peluang yang disediakan oleh kerajaan dengan menceburkan diri dalam pelbagai sektor dan perniagaan di semua peringkat. Mereka perlu terus menggilap bakat dan mengasah keupayaan, selain meningkatkan kualiti dan kemahiran dalam pelbagai bidang. Peranan wanita dalam sektor ekonomi mampu meningkatkan martabat dan keupayaan wanita dalam menjana ekonomi diri, keluarga dan negara. ■

Jadual 1 Antara syarikat dan produk kosmetik herba di pasaran Malaysia.

Bil.	Jenama	Moto	Nama Syarikat	Produk Utama
1.	Ella	Beauty That Rocks The World	Ombak Warna Sdn. Bhd.	Bio Oxidant Spray, El Treem Perfect Meal dan El Beauty Soap
2.	NV	Mengembalikan Keyakinan Anda	Nouvella Beauty Centre Sdn. Bhd.	Produk Berasaskan Kecantikan
3.	De'Wajah	Serlahkan Kejelitaan Sebenar	Jun Hair & Beauty (M) Sdn. Bhd.	Set Penjagaan Kulit Normal
4.	Eriesya Spa	Kecantikan Satu Anugerah	Eriesya Spa Series	O'spa Freshener, Krim, Losyen, Semburan dan Garam Mandian Spa
5.	Natasya	Mengembalikan Keayuan dan Kejelitaan	Perwanza Enterprise (M) Sdn. Bhd.	Set Eksklusif, Toner, Maaker, Krim UV dan Set Pembersih
6.	Cleopatra Cosmetics	Lagenda Kecantikan	Cleopatra Cosmetic Sdn. Bhd.	Set Jerawat Resdung
7.	SH	Kisah Kejayaan Kuasa Ajaib	Signature Herbascience Enterprise	Mascat, Aleo Gamat Gel, Blue Ampulla Gel
8.	DN	Rahsia Kecantikan Semulajadi Wanita	D'Navechee Beauty (M) Sdn. Bhd.	D'N Hans, Aiedil, Senorita
9.	AG	Keajaiban Healin	Healwell Pharmaceuticals Sdn. Bhd.	Produk Kesihatan Berasaskan Gamat
10.	BM	Aromaterapi	Lab Marketing Sdn. Bhd.	Produk Kecantikan
11.	My TCM	Hadiah Khas untuk Wanita	MY TCM Enterprise	Viaborn, Viazome, Spring
12.	CULINA	Produk Si Manja	FRN Corporation (M) Sdn. Bhd.	Produk Berasaskan Spirulina & Gamat
13.	SC Kosmetik	Menyerlahkan Kejelitaan Abadi	Kosmetik Sri Cahaya	Produk kecantikan dan kesihatan
14.	IHB	Health, Beauty, Wellness, Anti Aging	In Health Beauty (M) Sdn. Bhd.	ReGain, Cocoa Kids dan Honey Kids
15.	Jelita Ayu	Kesihatan Dalam Menyerlahkan Kejelitaan	Jelita Marketing (M) Sdn. Bhd.	Produk kesihatan dan kecantikan
16.	ADELINE	Health & Skin Care	Aveline Corporation (M) Sdn. Bhd.	Produk kesihatan
17.	NORA KAY	About Being Beautiful	Nora Kay Corporation (M) Sdn. Bhd.	Produk kesihatan

Sumber: Minggu Wanita (2007)