

Melayu tak ghairah urus perniagaan

Bumiputera hanya ceburi bidang berisiko tahap paling minimum

Aspirasi



Bersama

Radzi Latif

E-mel: radzilatif@yahoo.com

TIDAK lama dulu, hampir setiap hari kedengaran di udara sebuah iklan radio yang dianggap klasik mengenai cita-cita anak Malaysia. Apa pun alasan iklan itu disiarkan, mendengar jawapan watak anak itu, sama ada dibuat secara spontan atau bercakap mengikut skrip disediakan, yang pasti ia memberi makna dan simbol begitu besar dalam pemikiran setiap pendengar.

Jika tidak silap, jawapan yang diberikan anak Melayu apabila ditanya apakah cita-citanya apabila dewasa kelak, dia menjawab cita-citanya ialah untuk menjadi seorang jurutera kapal terbang. Apabila ditanya kepada anak berketurunan India pula mengenai cita-citanya, dia menjawab yang dia mahu menjadi seorang juruterbang. Bagaimana pula dengan cita-cita anak kaum Cina? Jika anak Melayu bercita-cita menjadi jurutera pesawat, anak India pula mahu menjadi pemandu kapal terbang, anak Cina ini pula menyimpan cita-cita untuk menjual kapal terbang.

Anak Cina itu dari awal lagi meletakkan ciri-ciri perniagaan dalam cita-citanya. Ia bermakna dia sudah nampak bahawa wang atau kekayaan lebih besar boleh diperolehi dengan menjual kapal terbang, tidak kiralah sama ada dia menjadi ejen jualan atau bekerja dengan syarikat yang mencipta atau membina kapal terbang. Yang penting, dia mempunyai cita-cita yang dapat melihat sumber kekayaan lebih jelas.

Anak Cina ini lebih suka mengambil barang yang sudah siap dan dia hanya memasarkannya. Jika perlu, mereka akan belajar mengenai pesawat udara supaya mereka tidak boleh dipermainkan mana-mana pihak. Peranan mereka itu tidak ada bezanya dengan perniagaan membeli rambutan atau durian dari dusun milik

orang lain di kampung dan kemudian menjual pada harga lebih tinggi di bandar besar.

Mereka tidak melakukan apa-apa kesalahan atau melanggar etika perniagaan. Mereka melihat ini satu cara untuk membuat wang, tambahan pula mereka tahu pemilik dusun tidak mahu bersusah payah menjual hasil tanaman mereka. Mereka bukan saja tidak ada masa tetapi tidak ada kemudahan termasuk lori mengangkut buah-buahan ke pekan.

Bagi masyarakat Cina, ia adalah peluang perniagaan. Sebenarnya, mereka memberitahu kaum lain bahawa inilah cara lebih mudah mencipta kekayaan. Malangnya, cara kaum Cina berniaga ini tidak dijadikan model orang Melayu, mungkin kerana ia memerlukan modal. Mereka boleh menyediakan modal pada bila-bila masa manakala orang Melayu tidak berani mengambil risiko. Oleh itu, orang Melayu hanya memilih untuk berniaga dalam perniagaan yang 'bebas risiko' atau risiko tahap paling minimum.

Hanya segelintir Melayu berani mengambil risiko dan sanggup bersaing, berjaya membuktikan bahawa mereka juga boleh berjaya. Selama ini, ada orang Melayu menyerahkan projek yang mereka peroleh daripada kerajaan atau pihak lain kepada orang Cina. Ia sudah menjadi lumrah yang belum dapat diubah. Orang Melayu lebih selesa menerima komisyen dengan menyerahkan projek mereka perolehi kepada orang lain. Mereka tidak memberikan kerja projek kepada orang Melayu walaupun mereka juga orang Melayu kerana meragui bayaran komisyen akan diterima kelak.

Perwatakan anak Melayu, India dan Cina yang dicontohkan dalam iklan itu sebenarnya menggambarkan sikap dan minda keusahawanan di kalangan Melayu. Hakikat ini dikesan dalam kajian pada 1990-an berkenaan minda usahawan Melayu.

Hasil kajian itu menunjukkan majoriti orang Melayu lemah dari segi ciri-ciri keusahawanan. Umpamanya, tahap motivasi pencapaian yang rendah, terlalu percaya kepada untung nasib dan bukannya kepada usaha gigih, gagal mengawal pencapaian

masa depan dan sering bergantung kepada takdir semata-mata tanpa berusaha, berorientasi jangka pendek dan bukannya jangka panjang yang memerlukan kegigihan dan pengorbanan, berserah kepada suat takdir tanpa berusaha sebelum bertawakal, tidak wujud kawalan diri secara dalaman dan sebaliknya perlukan dorongan dan kawalan luaran, suka menyalahkan orang lain di atas kegagalan mereka dan gagal muhasabah diri berkaitan mengapa mereka gagal supaya dapat belajar daripada kegagalan dan mengurangkan risiko kegagalan pada masa depan.

Semangannya, kelemahan Melayu dari segi ciri-ciri dan minda keusahawanan kini diberi perhatian oleh kepimpinan Melayu. Umpamanya, ketika merasmikan Kongres Jihad Ekonomi 2007 anjuran Gagasan Badan Ekonomi Melayu (Gabem), Pergerakan Pemuda Umno dan Yayasan Dakwah Islamiah Malaysia (Yadim), baru-baru ini, Perdana Menteri, Datuk Seri Abdullah Ahmad Badawi membangkitkan soal masyarakat perniagaan Melayu yang tidak mampu dan takut bersaing, sebaliknya mereka mengharapkan projek rundingan terus daripada kerajaan. Mereka mengharapkan kerajaan bukan saja menyokong cadangan projek mereka sebaliknya mereka mahukan pelaksanaannya diberikan kepada mereka menerusi kontrak rundingan terus.

Sebenarnya, memang wajar peniaga Melayu ini diberi keistimewaan tetapi ada waktunya pula mereka sepatutnya berani bersaing. Jika sudah ada orang Melayu yang berjaya bersaing, bermakna, mereka juga boleh berbuat demikian.

Dengan nada sama, Timbalan Perdana Menteri, Datuk Seri Najib Razak ketika merasmikan Gabem Selangor, Sabtu lalu menyatakan orang Melayu mestilah mempunyai kesungguhan untuk menjalankan perniagaan. Najib berkata, Melayu perlu lebih komited dan 'passionate' dalam menguruskan perniagaan mereka. Seperti dicontohkan, Putera Al-Walid dari Arab Saudi adalah antara orang terkaya di dunia dengan nilai aset dianggarkan AS\$21.5 bilion, sudah berjaya dalam bidang keusahawanan kerana sikapnya

yang fokus, berdedikasi dan ghairah atau 'passionate' kepada profesinya sebagai usahawan.

Perdana Menteri dan Timbalan Perdana Menteri pernah menegaskan bahawa masa depan politik Melayu amat bergantung kepada tahap kekuatan ekonomi Melayu pada masa depan. Adalah wajar gerakan memupuk minda dan ciri-ciri keusahawanan dijadikan asas kepada pembinaan kekuatan ekonomi masyarakat Melayu sama ada sebagai pengusaha atau sebagai pelabur.

Usaha membina ciri-ciri dan minda usahawan bertaraf dunia inilah yang wajar dipupuk dalam minda Melayu sejak kanak-kanak lagi, sama ada menerusi asuhan keluarga, kurikulum sekolah, dedahan kepada pengalaman mahupun menerusi dorongan dan semangat daripada usahawan Melayu mithali.

Model melahirkan usahawan unggul Melayu juga perlu diubah. Memang sebelum ini kita sudah melahirkan usahawan tut atau usahawan segera yang dihasilkan dengan memberi kursus keusahawanan kepada bakal pesara kakitangan kerajaan. Kita juga melahirkan usahawan tajaan yang maju dalam perniagaannya hasil daripada sokongan dan bantuan kerajaan.

Sebaik-baiknya, pada masa depan, kita perlu lebih bergantung kepada usahawan jati yang terdiri daripada anak muda lepasan universiti atau belia lepasan sekolah yang menjadikan bidang keusahawanan sebagai pilihan utama profesinya.

Apakah akan tiba masanya impian 'Satu Keluarga Satu Usahawan' dijadikan penanda aras kejayaan Melayu dalam memperkuatkan kedudukan ekonomi mereka pada masa depan? Jawapan kepada persoalan inilah yang agaknya sedang difikir, dirancang, dan bakal dilaksanakan oleh Menteri Pembangunan Usahawan dan Koperasi, Datuk Seri Mohamed Khaled Nordin yang kini proaktif memaju dan menjayakan pelbagai inisiatif pembedayaan dan pembangunan usahawan negara ini.

Datuk Dr Radzi Latif adalah Presiden Yayasan Kajian dan Strategi Melayu (YKSM)