

Peranan Perniagaan Produk Berasaskan Hasil Ikan dalam Pembangunan Sosioekonomi Komuniti di Kimanis Papar, Sabah

The Role of Fish Based Product Business to Community Socioeconomic Development at Kimanis, Papar, Sabah

Open
Access

Jabil Mapjabil^{1,*}, Johan Johnes², Nuramira Atiqah Morshidi², Al Malik Abdullah², Eagan Parir Jonly²,
Sim Yoon Phin², Nur Nabiha Izzati Wahit²

¹ Institut Kajian Orang Asal Borneo (BORIS), Universiti Malaysia Sabah, Kedah, Malaysia

² Fakulti Sains Sosial dan Kemanusiaan, Universiti Malaysia Sabah, Malaysia

ABSTRACT

Perikanan merupakan sumber protein dan pemangkin terhadap industri makanan sekali gus menyumbang terhadap pendapatan negara. Pengeluaran produk berasaskan hasil ikan adalah salah satu Perusahaan Kecil dan Sederhana (PKS) yang semakin berkembang pesat di negeri Sabah. Kajian ini menggunakan reka bentuk tinjauan dengan pendekatan kualitatif yang menggunakan kaedah analisis data secara verbatim. Seramai 12 orang informan dari kalangan peniaga produk berasaskan hasil ikan terlibat dalam kajian ini. Kajian ini mendapati perniagaan produk berasaskan hasil ikan di Kimanis tergolong dalam perusahaan mikro. Majoriti peniaga adalah berbangsa Bugis. Seterusnya, peranan perniagaan produk berasaskan hasil ikan dalam pembangunan sosioekonomi komuniti melibatkan sumbangan dalam aspek peluang pekerjaan, sumber pendapatan, peningkatan taraf hidup dan tarikan pelancongan. Hasil kajian turut mendapati peniaga menghadapi pelbagai cabaran dalam mengembangkan produk mereka terutamanya dari aspek modal, persaingan dan pelanggan. Sebagai rumusan, pengeluaran produk berasaskan hasil ikan adalah penting dalam membangunkan sosioekonomi komuniti di Kimanis, Papar.

Fisheries are a source of protein and a catalyst for the food industry, contributing to national income. Production of fish-based products is one of the fastest-growing Small and Medium Enterprises (SMEs) in Sabah. This study employed a survey design with a qualitative approach that uses a verbatim data analysis method. A total of 12 informants from fish product based traders were involved in this study. This study found that the fish-based product business in Kimanis belongs to a micro-enterprise. The majority of traders are Bugis. Furthermore, the role of the fish-based product business in the socio-economic development of the community involves contributions in terms of job opportunities, sources of income, living standards, and tourism attractiveness. The study also found that traders faced various challenges in developing their products, especially in terms of capital, competition, and customers. In conclusion, the production of fish-based products is important in the development of the socio-economic community in Kimanis, Papar.

Kata kunci

Perusahaan Kecil dan Sederhana (PKS),
Usahawan Mikro, Peniaga Produk Berasaskan Hasil Ikan,
Pembangunan Sosioekonomi

* Corresponding author.

E-mail address: jabil@ums.edu.my

<https://doi.org/10.37934/arsbs.20.1.2541>

Keywords:

Small and Medium Enterprises (SMEs),
micro Entrepreneurs, Traders of Fish
Products-Based products, Socio-
Economic Development

Copyright © 2020 PENERBIT AKADEMIA BARU - All rights reserved

1. Pengenalan

Sektor keusahawanan merupakan bidang penting dalam pembangunan sesebuah masyarakat dan negara. Kerajaan menggalakkan masyarakat untuk melibatkan diri dalam sektor keusahawanan. Misalnya, dalam Rancangan Malaysia Ke-11 (RMK 11), pihak kerajaan telah memfokuskan bidang keusahawanan sebagai sumber penjana pendapatan yang lebih tinggi melalui penglibatan swasta, aktiviti ekonomi dan penciptaan peluang pekerjaan. Bagi menjayakan inisiatif tersebut, pelbagai program telah dirangka oleh kementerian termasuklah penganjuran program seperti *Rural Business Challenge*, Skim Pembiayaan Ekonomi Desa, Skim Pinjaman Food Truck, Program Usahawan Teknikal (PUTEK) dan sebagainya. Sektor keusahawanan semakin berkembang di negeri Sabah kesan daripada pelbagai usaha yang dilaksanakan oleh kerajaan dalam membangunkan sektor ini. *Sabah Development Corridor* (SDC) merupakan salah usaha kerajaan dalam membantu pertumbuhan ekonomi negeri Sabah. *Sabah Development Corridor* telah melaksanakan beberapa inisiatif untuk meningkatkan produktiviti kawasan luar bandar melalui pertanian dan menggalakkan usahawan secara kecil-kecilan. Misalnya, pelaksanaan Skim Mikro seperti Yayasan Usahawan Maju, Bank Simpanan Nasional (BSN), Amanah Ikhtiar Malaysia dan *Sabah Credit Corporation* (SCC).

Menurut Norashidah Hashim *et al.* [1], keusahawanan ialah ciri-ciri yang dimiliki oleh seseorang yang membolehkan individu tersebut menghadapi cabaran dan mengenal pasti sesuatu peluang dan seterusnya merebut peluang tersebut. Keusahawanan dalam industri perikanan merupakan suatu peluang yang baik dalam pembangunan sosioekonomi komuniti di Malaysia. Industri perikanan merupakan sektor ekonomi yang penting kepada negara. Sektor ini memainkan peranan sebagai penyumbang utama sumber protein kepada manusia. Berdasarkan, laporan daripada Pertubuhan Makanan dan Pertanian (FAO), dianggarkan permintaan ikan akan terus meningkat kepada 160 juta tan metrik pada tahun 2025 [2]. Sehubungan dengan itu, sektor keusahawanan di Kimanis, Papar terkenal dengan Industri Kecil dan Sederhana yang berasaskan hasil ikan. Pekan Kimanis adalah sinonim dengan penjualan produk berasaskan hasil ikan seperti ikan bilis, ikan masin, udang kering dan belacan. Perniagaan produk berasaskan hasil ikan di Kimanis dijangka berupaya meningkatkan taraf sosioekonomi komuniti sekitar kawasan tersebut. Melalui perkembangan perniagaan ini, komuniti dapat membebaskan diri daripada terus berada dalam kitaran kemiskinan dengan menceburi bidang keusahawanan. Lokasi perniagaan yang strategik, harga produk yang berpatutan dan produk tahan lama menjadi salah satu faktor perkembangan perniagaan ini di Kimanis.

Oleh yang demikian, kajian ini bertujuan untuk mengenal pasti profil usahawan dan jenis produk berasaskan hasil ikan yang dijual di Kimanis. Selain itu, kajian ini akan meneliti peranan perniagaan berasaskan hasil ikan dalam pembangunan sosioekonomi komuniti di Kimanis dan seterusnya mengenal pasti cabaran peniaga dalam mengembangkan produk berasaskan hasil ikan.

2. Kajian Literatur

Perniagaan adalah institusi sosial yang melibatkan hubungan sosial, budaya, politik dan sistem nilai yang seterusnya menghasilkan sistem ekonomi yang diamalkan oleh masyarakat. Menurut Wan Mohd Ghazali [3], hubungan antara manusia sebagai unit pengeluar yang produktif bagi memenuhi kehendak dan keperluan unit-unit berkenaan. Perniagaan membolehkan masyarakat menikmati

taraf hidup dengan cara menghasilkan barangan dan menyediakan perkhidmatan kepada masyarakat dalam bentuk yang berguna. Peluang pekerjaan yang wujud melalui perniagaan banyak memberi peluang kepada individu untuk memiliki pekerjaan yang sesuai dengan kemahiran dan ilmu pengetahuan mereka.

Produk berasaskan hasil ikan dikenali sebagai pengeluaran dan pemprosesan hasil ikan oleh manusia. Hasil tangkapan laut akan diproses sama ada menggunakan teknologi atau kaedah tradisional untuk menghasilkan produk sekunder berasaskan hasil ikan seperti ikan bilis, ikan masin, udang kering dan belacan. Hasil tangkapan laut seperti udang, sotong dan ikan akan diproses untuk menghasilkan produk yang lebih tahan lama. Selain itu, produk yang dihasilkan biasanya mempunyai peningkatan dan perubahan kualiti sama ada dari aspek rasa, tekstur dan pembungkusan produk.

Secara umumnya, kajian tentang isu keusahawanan adalah pelbagai dan dapat diteliti dalam beberapa tema utama. Untuk kajian di peringkat antarabangsa, faktor kejayaan perniagaan dikaji oleh Chuthamas *et al.* [4] serta Muhammad Asad dan Qamar Iftikhar [5]. Seterusnya, kajian berkaitan strategi pertumbuhan pula dikaji oleh Yogo [6]. Selain itu, cabaran Industri Kecil dan Sederhana dikaji oleh Ackah dan Vuvor [7]. Manakala kajian di Malaysia dapat diteliti dalam beberapa tema utama iaitu kajian berkaitan profil usahawan yang oleh Faradillah *et al.* [8]. Seterusnya kajian berkaitan faktor kejayaan keusahawanan oleh Abu Sufian *et al.* [9], Chin Yee Wah [10], Shahrin dan Hasma [11]. Jadual 1 memaparkan beberapa sorotan literatur terpilih berkaitan dengan aspek perniagaan dan keusahawanan terutamanya dalam industri kecil dan sederhana.

Jadual 1
Sorotan Literatur Terpilih

Nama Pengkaji	Tajuk Kajian	Metodologi Kajian	Isu yang Dikaji
Chuthamas Chittithawor <i>et al.</i> [4]	Factors affecting business success of small and medium enterprises (SMEs) in Thailand	Kuantitatif: Borang Soal selidik Sampel kajian : 180 orang responden	Faktor-faktor yang mempengaruhi kejayaan perusahaan kecil dan sederhana di Thailand. Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi kejayaan perniagaan seperti ciri, pengurusan dan pengetahuan, produk dan perkhidmatan, pelanggan dan pasaran, cara menjalankan perniagaan dan kerjasama, sumber dan kewangan, strategi serta persekitaran luaran yang membantu dalam mengurangkan risiko kegagalan dan meningkatkan peluang kejayaan.
John Ackah & Sylvester Vuvor [7]	The challenges faced by small and medium enterprises (SMEs) in obtaining credit in Ghana	Kuantitatif : Borang Soal selidik Sampel kajian : 80 usahawan dipilih melalui teknik persampelan rawak mudah	Cabaran IKS dalam kajian ini adalah tidak dapat memenuhi syarat institusi kewangan untuk mendapatkan dana seperti cagaran serta menghadapi kadar faedah yang tinggi dan tempoh pembayaran balik yang pendek. Salah satu cadangan adalah menggalakkan institusi kewangan untuk memberi insentif cukai bagi bank yang memberi pinjaman kepada usahawan kecil dan sederhana untuk menggalakkan institusi lain melakukan perkara yang sama.
Nancy Adhiambo Yogo [6]	Growth strategies adopted by small and medium business	Reka bentuk penyelidikan deskriptif Kualitatif	Kajian berkaitan pelbagai strategi pertumbuhan yang diguna pakai oleh Perusahaan Kecil dan Sederhana dengan tumpuan khusus di bandar Oyugis. Perusahaan Kecil dan Sederhana memberi sumbangan penting kepada perkembangan ekonomi dan

	enterprises in Oyugis Town, Homa Bay County, Kenya	Sampel kajian : 40 orang usahawan yang dipilih melalui teknik pensampelan rawak mudah	sosial sesebuah negara. Pertumbuhan sektor kecil dan sederhana secara langsung memberi kesan kepada prestasi negara dan kebangsaan.
Muhammad Asad Sadi & Qamar Iftikhar [12]	Factors critical to the success of small-medium sized business marketing: A view from the tourism industry in Saudi Arabia	Kuantitatif : Borang soal selidik Kualitatif : pengedaran melalui e-mel, telefon Sampel kajian : 45 orang responden untuk kuantitatif dan 10 orang informan daripada kaedah kualitatif	Faktor-faktor untuk berjaya dalam industri pelancongan negara dengan perusahaan kecil dan sederhana. Tinjauan perniagaan dilakukan dan keputusannya menunjukkan orientasi pelanggan dianggap sebagai faktor paling penting dalam pemasaran perusahaan kecil dan sederhana.
Shahrin Hashim & Hasma Beddu Halike [11]	Keperluan kursus keusahawanan dalam kalangan usahawan industri kecil dan sederhana (IKS) bumiputera Sabah	Kuantitatif : Borang soal selidik Sampel kajian : 50 orang usahawan industri kecil dan sederhana bumiputera	Bertujuan mengenal pasti keperluan kursus keusahawanan dalam kalangan usahawan industri kecil dan sederhana (IKS) bumiputera Sabah berkaitan pengurusan perniagaan, pengurusan pemasaran, pengurusan kewangan dan pengurusan operasi.
Faradillah Omar, Iqmar, Samsudin & A. Rahim Ali Salman [8]	Analisis pola penyertaan digital dan transformasi keusahawanan dalam kalangan wanita	Kuantitatif : Borang soal selidik, SPSS Kualitatif : Temubual bersemuka & dalam talian, deskriptif Sampel Kajian: 402 orang usahawan wanita	Perniagaan kecil dan sederhana merupakan penggerak kepada perkembangan ekonomi. Keusahawanan adalah instrumen yang berkesan terhadap pembangunan ekonomi dan pemerksaan wanita. Hasil kajian menunjukkan responden mempunyai tahap kekerapan yang tinggi dalam jalinan komunikasi di internet serta mempunyai kecenderungan dalam aktiviti e-transaksi. Dari aspek transformasi, majoriti responden mempunyai tahap kepuasan dan keuntungan yang baik dalam prestasi perniagaan serta jaringan perhubungan yang baik.
Abu Sufian Abu Bakara [9]	Profil usahawan mikro di Malaysia	Deskriptif : Tinjauan yang berbentuk kuantitatif dan kualitatif	Bertujuan untuk meninjau sejauh mana keusahawanan mikro ini berkembang. Ekosistem keusahawanan yang baik menyokong pembentukan keusahawanan inovatif, produktif dan berkembang pesat. Untuk itu, peranan institusi adalah sangat penting terutamanya peranan pemerintah.

Chin Yee Whah [10]	Usahawan Cina dalam Industri Kecil dan sederhana di Semenanjung Malaysia: Modenisasi dalam perniagaan Cina	Kualitatif : Temu bual Sampel kajian : 21 orang usahawan Cina	Kajian ini meneliti tentang interaksi antara budaya dengan keusahawanan dalam kalangan etnik Cina. Kajian di peringkat mikro mendapati nilai-nilai konfusianisme seperti kesetiaan dan kerajinan telah menyumbang kepada kejayaan usahawan Cina pada peringkat mengasaskan perniagaan dan untuk mengembangkan perniagaan mereka. Usahawan Cina bertindak rasional dan pragmatis memodenkan perniagaan keluarga dengan menolak cara perniagaan lama.
--------------------	--	--	---

Tuntasnya, keperluan perniagaan dalam pembangunan sosioekonomi dan produk berasaskan hasil ikan perlu dijelaskan hubungkaitnya bagi memberi gambaran berkenaan faedah serta keuntungan yang diperoleh sekiranya menjalankan perniagaan berasaskan aktiviti berkenaan. Kajian lepas ini membuktikan aspek perniagaan dan keusahawanan memberikan impak yang signifikan terhadap komuniti tempatan.

3. Metodologi Kajian

Kimanis, Papar merupakan kawasan yang terkenal dengan pengeluaran dan pemasaran produk berasaskan hasil ikan seperti ikan bilis, ikan masin, udang kering dan belacan. Kajian ini menggunakan reka bentuk tinjauan dan kajian kes. Kajian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan menemu bual informan di lapangan. Jumlah peniaga yang terdapat di sekitar Kimanis adalah dalam bilangan yang kecil iaitu sekitar 40 – 60 orang. Data yang diperoleh melalui analisis ini seterusnya dipersembahkan dalam bentuk verbatim dan huraian deskriptif. Kajian ini melibatkan 12 orang informan yang terdiri daripada peniaga produk berasaskan hasil ikan. Selain itu, pengkaji melakukan pemerhatian di lokasi kajian untuk meninjau secara terperinci terhadap aktiviti dan peranan perniagaan ini dalam pembangunan sosioekonomi komuniti setempat.

4. Dapatan Kajian

4.1 Profil Informan

Kajian ini melibatkan 12 orang informan iaitu 11 orang perempuan dan satu orang lelaki. Majoriti informan terdiri daripada peniaga yang berbangsa Bugis, selain dua orang informan berbangsa Brunei. Informan terdiri daripada pelbagai peringkat umur. Kebanyakan informan adalah terdiri daripada kumpulan 30 - 40 tahun iaitu seramai lapan orang (66.7 peratus), diikuti kumpulan 40 - 50 tahun seramai tiga orang (25 peratus) dan kumpulan 20 - 30 tahun seramai satu orang (8.3 peratus).

Majoriti informan mempunyai pengalaman dalam perusahaan yang diceburi tidak kurang daripada tiga tahun. Data yang diperoleh menunjukkan seramai lapan orang informan yang mempunyai pengalaman antara tiga hingga lima tahun. Manakala terdapat tiga orang informan yang mempunyai pengalaman lebih daripada 10 tahun dan hanya seorang sahaja informan yang mempunyai pengalaman setahun. Sementara itu, dari segi jenis pemilikan, kesemua perniagaan dimiliki secara persendirian. Kategori perniagaan bagi semua informan ialah perusahaan mikro. Manakala dari segi pekerja hanya empat orang sahaja informan yang mempunyai pekerja iaitu IN 1 seramai tiga orang, IN10 empat orang, IN11 dan IN 12 masing-masing mempunyai seorang pekerja sahaja. Selebihnya operasi perniagaan diusahakan secara persendirian bersama ahli keluarga.

Jadual 2
Profil informan

Informan	Jantina	Umur	Kategori Perniagaan	Sebab Menceburi Perniagaan	Pengalaman	Kursus	Jumlah Pekerja	Jumlah Pendapatan Sebulan
1	P	46	Mikro	Pendapatan	15	tiada	3	>10,000
2	P	30	Mikro	Pendapatan	4	tiada	Sendiri	1000-2000
3	L	44	Mikro	Pendapatan	3	tiada	Sendiri	4000-5000
4	P	35	Mikro	Minat/ikut suami	3	tiada	Sendiri	4000-5000
5	P	32	Mikro	Ikut mentua	3	tiada	Sendiri	4000-5000
6	P	20	Mikro	Pendapatan	1	tiada	Sendiri	1000-2000
7	P	34	Mikro	Pendapatan	4	tiada	Sendiri	1000-2000
8	P	34	Mikro	Pendapatan	5	tiada	Sendiri	1000-2000
9	P	52	Mikro	Pendapatan	10	tiada	Sendiri	4000-5000
10	P	48	Mikro	Pendapatan	5	tiada	4	>10,000
11	P	40	Mikro	Pendapatan	4	tiada	1	4000-5000
12	P	32	Mikro	Pendapatan	10	tiada	1	2000-3000

4.2 Jenis Produk Berasaskan Hasil Ikan yang Dijual di Kimanis, Papar

Berdasarkan pemerhatian yang dijalankan di lokasi kajian, terdapat empat jenis produk berasaskan hasil ikan yang dijual oleh peniaga di Kimanis, Papar. Majoriti informan yang ditemu bual menyatakan produk berasaskan hasil ikan ini diperolehi daripada pembekal yang mempunyai kapal nelayan. Namun, terdapat dua orang informan yang memiliki bagang sendiri dan produk yang dijual diproses sendiri oleh informan. Jenis produk berasaskan hasil ikan yang dijual di Kimanis adalah seperti dalam Foto 1 hingga 4.



Foto 1. Ikan Bilis



Foto 2. Udang Kering



Foto 3. Ikan Masin



Foto 4. Belacan

4.3 Peranan Perniagaan Produk Berasaskan Hasil Ikan Dalam Pembangunan Sosioekonomi Komuniti

Perniagaan berasaskan hasil ikan merupakan salah satu industri keusahawanan yang terkenal di Kimanis, Papar. Perniagaan produk berasaskan hasil ikan sangat giat dijalankan di kawasan tersebut. Produk berasaskan hasil ikan seperti ikan bilis dan udang kering mempunyai permintaan tinggi di pasaran. Produk berkualiti tinggi dan boleh tahan lama adalah ciri keistimewaan terhadap sesuatu jenis produk. Perniagaan ini mempunyai peranan penting dalam pembangunan sosioekonomi komuniti ini iaitu menjana peluang pekerjaan, menjadi salah satu sumber pendapatan peniaga dan komuniti di sekitar kawasan tersebut serta perniagaan ini turut berperanan dalam meningkatkan taraf hidup komuniti dan sebagai salah satu tarikan pelancong.

4.3.1 Peluang pekerjaan

Berdasarkan temu bual bersama peniaga produk berasaskan hasil ikan di Kimanis didapati perniagaan ini telah mewujudkan peluang pekerjaan kepada komuniti setempat. Menurut informan yang ditemu bual, industri ini banyak menyediakan peluang pekerjaan kepada penduduk kampung seperti pengopek ikan bilis, menangkap ikan, mengangkut ikan, mengeringkan ikan dan penjaga gerai. Sebagai contoh, upah yang diterima oleh pengopek ikan bilis bergantung kepada kuantiti ikan bilis yang berjaya dikopek oleh mereka. Peniaga turut memberikan peluang pekerjaan seperti penjaga gerai dan gaji yang ditawarkan adalah berpatutan. Menurut informan:

...banyak kami upah...orang kampung-kampung sini...saya upah mengopek... dia sendiri yang datang...sendiri minta bilis datang mengopek...orang tua-tua di

kampung-kampung sini...dia sendiri minta...dia pilih minta mengopek...dari dulu-dulu saya punya pengopek kadang satu hari kopek 10 kg RM25.00...

(Informan 2, 30 tahun)

...memang bagi peluang kerja sama orang kampung... ada penjual lain ramai pekerjanya... kakak 1 orang saja pekerja jaga gerai... kadang kak upah orang kampung jua untuk kopek bilis... bersihkan bilis...

(Informan 11, 40 tahun)

Malah, peniaga memberi peluang kepada kanak-kanak sekolah yang ingin mendapatkan wang untuk perbelanjaan sekolah mereka dan meringankan beban ibu bapa. Menurut informan:

...kalau susah sikit mau kopek...kadang RM 2.80 1kg... tidak tetap sapa yang mau kerja... kadang-kadang budak... kadang-kadang budak sekolah... mau upah mau duit sekolahkan... kadang-kadang ambil 5kg... 5kg mereka ramai-ramai... siapa yang ndada kerja ehh ok lapang bukalah 1kilo 2 kilo itu tidak tetap lah...

(Informan 3, 40 tahun)

Selain itu, sesetengah informan yang mempunyai kapal penangkapan ikan dan bagang menyediakan peluang pekerjaan yang luas kepada komuniti untuk bekerja di bagang. Upah yang diterima oleh pekerja bagang bergantung kepada jumlah ikan yang berjaya ditangkap dalam masa sehari. Menurut informan:

...banyak pekerja tapi bekerja di laut... itu lah pekerja tangkap ikan... ikan bilis...

(Informan 1, 46 tahun)

Ramai orang kampung minta kerja... kakak ada 4 orang pekerja... 1 orang jaga gerai... 3 orang di bagang...

(Informan 10, 48 tahun)

Secara rumusannya, perniagaan produk berasaskan hasil ikan membuka peluang pekerjaan kepada komuniti di Kimanis, Papar. Penduduk di kawasan tersebut boleh menambah pendapatan mereka dengan melakukan kerja sampingan yang ditawarkan oleh peniaga. Selain itu, penduduk di kawasan tersebut boleh bekerja di bagang milik peniaga dan bekerja sebagai penjaga gerai. Oleh itu, peniaga produk berasaskan hasil ikan mampu memberikan peluang pekerjaan kepada komuniti.

4.3.2 Sumber pendapatan

Berdasarkan temu bual yang dijalankan didapati perniagaan produk berasaskan hasil ikan ini menjadi sumber pendapatan utama kepada peniaga. Selain itu, komuniti di kawasan tersebut mempunyai peluang untuk mendapat pendapatan sampingan daripada perniagaan ini. Peniaga di kawasan tersebut banyak memberi peluang pekerjaan kepada komuniti sekitar seperti aktiviti mengopek ikan bilis, pekerja bagang dan penjaga gerai mereka. Terdapat informan yang menyatakan hasil jualan yang diperolehi mereka dalam tempoh masa sehari seperti berikut:

..ok juga dik... macam kadang dapat juga RM300.00 1 hari... RM200.00... kalau ada cuti dik baru ada juga lah kalau tiada cuti begitulah seja... adalah sikit-sikit...
(Informan 5, 32 tahun)

Selain itu, terdapat peniaga yang menyatakan pendapatan mereka meningkat semasa cuti persekolahan. Hal ini kerana lokasi gerai mereka berniaga terletak berdekatan dengan jalan utama yang digunakan oleh pengunjung dan pelancong terutamanya dari Sarawak dan Brunei. Menurut informan :

...kadang dia (pendapatan) sampai RM1000.00 lebih ke atas lah... sehari lah kalau macam cuti sekolah... kalau macam ramai oranglah...
(Informan 2, 30 tahun)

...lumayan kalau musim cuti sekolah... kadang dapat la dalam sehari RM2000.00 sampai RM3000.00...
(Informan 10, 48 tahun)

Seterusnya, pendapatan bulanan peniaga turut meningkat semasa cuti persekolahan. Pendapatan peniaga dalam sebulan sangat menguntungkan dan mampu meningkatkan sumber pendapatan bulanan mereka. Terdapat informan yang menyatakan pendapatan mereka dalam tempoh sebulan seperti berikut:

...kak mula berniaga sebab minat... tapi lama-lama untung... teruskan la, lumayan bah tu... hampir RM2000.00 bah sebulan dapat... kalau musim cuti sekolah hujung tahun sampai RM3000.00 sebulan... tu untung saja... belum modal ya...
(Informan 12, 32 tahun)

Di samping itu, penduduk Kampung Kimanis atau kawasan berhampiran juga berpeluang untuk mendapatkan pendapatan lebih seperti bekerja sebagai penjaga gerai, pekerja bagang dan pengopek ikan bilis. Menurut informan:

...saya banyak upah orang kampung untuk kopek dan bersihkan ikan bilis ni... jadi dorang dapat la juga dalam RM2.80 sekilo... kalau banyak dapat kopek banyak la upah dorang...
(Informan 4, 35 tahun)

Pendapatan yang diperoleh oleh peniaga bergantung kepada jumlah kedatangan pelanggan yang membeli produk mereka. Selain itu, jumlah pendapatan yang diperolehi turut dipengaruhi oleh musim tertentu. Menurut informan, semasa cuti sekolah, pendapatan mereka meningkat kerana ramai pengunjung dan pelancong yang singgah ke gerai mereka. Kedudukan gerai yang berhampiran dengan jalan utama antara Sabah, Sarawak dan Brunei merupakan salah satu kelebihan kepada peniaga.

4.3.3 Peningkatan taraf hidup

Peningkatan taraf hidup merupakan salah satu peranan yang disumbangkan oleh keusahawanan produk berasaskan hasil ikan. Peningkatan taraf hidup ini adalah sangat penting. Pengkaji ingin

mengetahui dan meneliti taraf hidup peniaga sebelum dan selepas mereka berkecimpung dalam perniagaan ini. Berdasarkan temu bual bersama informan yang terdiri daripada peniaga didapati mereka mampu meningkatkan taraf hidup kepada yang lebih baik dengan hasil pendapatan daripada penjualan produk ini.

...Alhamdulillah... pasal kalau itu makan ok... tiada lagi... kalau macam dulu kita bawa kereta teksi... sekarang dapat beli kereta sendiri... kita sendiri pergi belanja... dapat juga menyimpan sikit-sikit...

(Informan 3, 44 tahun)

Lepas berniaga ni pendapatan macik pun bertambah... dapat juga lah beli barang dapur, belanja anak sekolah, beli barang untuk diri sendiri... boleh juga macik simpan setiap bulan...

(Informan 9, 52 tahun)

Selain itu, penduduk kampung berhampiran mampu meningkatkan taraf hidup mereka dengan bekerja di bagang milik peniaga. Terdapat peniaga yang menyatakan pekerja mereka mampu mengubah nasib diri dan keluarga mereka selepas beberapa tahun bekerja di bagang milik beliau. Menurut informan yang ditemu bual:

Pekerja yang sia (saya) ambil mula-mula orang susah... tiada rumah... tapi lepas kerja dengan sia di bagang sekarang dorang dapat sudah buat rumah sendiri...

(Informan 1, 46 tahun)

4.3.4 Tarikan pelancong

Berdasarkan temu bual bersama peniaga produk berasaskan hasil ikan di Kimanis, Papar didapati perniagaan ini mampu menarik kedatangan para pelancong. Keistimewaan yang terdapat pada produk mereka seperti kualiti yang baik, harga yang murah dan lebih tahan lama menjadi satu kelebihan kepada peniaga. Kedudukan gerai peniaga yang strategik iaitu berhampiran dengan jalan utama antara Sabah, Sarawak dan Brunei turut menjadi salah satu faktor yang mendorong pengunjung dan pelancong untuk singgah ke gerai peniaga. Produk yang tahan lama menjadi pilihan utama para pengunjung dan pelancong sebagai buah tangan kepada ahli keluarga. Hal ini kerana produk berasaskan hasil ikan seperti ikan bilis, udang kering, ikan masin dan belacan boleh bertahan dalam masa yang lama dan sangat sesuai dibawa untuk perjalanan jauh. Kedatangan pelancong mampu meningkatkan ekonomi di daerah ini. Berdasarkan temu bual yang dijalankan didapati perniagaan produk berasaskan hasil ikan ini mampu menarik kedatangan pelancong domestik. Menurut informan:

...kalau time cuti hujung tahun... macam ini minggu depan mau cuti sekolah kadang ramai tapi kalau perayaan macam hmmm... selepas perayaan orang mau balik yang dari KL semua bekal bilis balik... arhh macam itu time cutilah lebih banyak... arhh sini kebanyakan orang KL... jadi bila balik arhh semua bawa bilis bagi mertua lh mama mertualah... dari Brunei kebanyakan dari sini... dari Sarawak yang membeli...

(Informan 1, 46 tahun)

...yang banyak di sini dari Brunei, Sarawak, Miri, Bintulu... yang famous sini Sarawak sama Brunei lah... pasal ini memang jalannya... laluan utama...

(Informan 3, 44 tahun)

Selain itu, perniagaan produk ini mampu menarik kedatangan pelancong antarabangsa seperti dari negara China, Taiwan dan Kanada. Kebanyakan bas persiaran yang membawa pelancong singgah di kawasan ini. Pelancong didapati tertarik untuk meninjau dan membeli produk yang dijual. Terdapat lapan orang daripada 12 orang informan yang ditemu bual menyatakan ramai pelancong asing singgah dan membeli produk mereka. Menurut Informan:

...ada selalunya macam yang dari Taiwan tu... banyak juga lah dorang beli... dorang suka beli macam ikan masin tu...

(Informan 7, 34 tahun)

...pelancong dari China la banyak... pernah jua orang Kanada singgah sini membeli...

(Informan 5, 32 tahun)

Secara ringkasnya, perniagaan produk berasaskan hasil ikan menjadi salah satu tarikan kedatangan pengunjung dan pelancong ke Kimanis. Pelbagai produk yang dijual dan mempunyai kualiti yang tinggi mampu menarik minat pelancong untuk singgah ke gerai para peniaga. Pengunjung dan pelancong yang datang ke gerai peniaga majoriti berasal dari Sarawak dan Brunei. Selain itu, pengunjung yang menjadikan Kimanis sebagai laluan utama seperti dari Kota Kinabalu ke Beaufort, Membakut, Bongawan dan Sipitang kerap singgah ke gerai para peniaga.

4.4 Cabaran Peniaga Dalam Mengembangkan Produk Berasaskan Hasil Ikan

Kimanis, Papar merupakan daerah yang terkenal dengan produk berasaskan hasil ikan seperti ikan bilis, udang kering, ikan masin dan belacan. Produk ini banyak dijual dan dipasarkan oleh peniaga di gerai berhampiran jalan raya. Peniaga menghadapi pelbagai cabaran dalam mengembangkan produk berasaskan hasil ikan, antaranya ialah kekurangan modal dan persaingan dengan peniaga lain. Selain itu, peniaga turut menghadapi cabaran daripada pelanggan yang berkunjung ke gerai mereka seperti kejadian penipuan oleh pelanggan atau pemborong produk mereka.

4.4.1 Modal

Modal merupakan salah satu elemen penting dalam memulakan sesuatu perniagaan. Modal digunakan untuk memperolehi barang jualan, peralatan, tempat berniaga dan sebagainya. Modal merupakan penggerak utama kepada sesebuah perniagaan. Berdasarkan temu bual yang dijalankan bersama peniaga didapati bahawa modal merupakan salah satu cabaran yang dihadapi oleh peniaga dalam memulakan perniagaan produk berasaskan hasil ikan di Kimanis. Tujuh orang informan daripada 12 orang informan menyatakan modal merupakan antara cabaran yang dihadapi dalam mengembangkan perniagaan produk berasaskan hasil ikan. Terdapat informan yang menyatakan bahawa masalah modal yang paling teruk pernah beliau hadapi ialah pada tahun 2017. Menurut informan tersebut:

Pernah ada masalah modal. Tahun 2017, Sia (saya) punya nibung kena tangkap, untuk buat bagang, rugi mau RM100,000. Nibung sia (saya) ada 500 batang. Masa

*itu sia (saya) punya nibung kena tahan, Polis Marin Labuan tahan sama kapal...
Kapal dikompaun dalam RM35,000...*

(Informan 1, 46 tahun)

Selain itu, sesetengah informan menghadapi masalah modal terutamanya untuk mendapatkan bekalan produk berasaskan hasil ikan. Majoriti peniaga di lokasi kajian memperoleh bekalan mereka daripada pembekal dan pemilik bagang yang terletak di Mendahan, Kimanis. Informan menyatakan mereka pernah mengalami kerugian kerana produk mereka tidak habis dijual. Keadaan ini menyebabkan peniaga sukar untuk melakukan pusingan modal. Menurut informan:

*Ya... ada masalah modal kadang-kadang untuk mendapatkan bekalan ikan bilis,
udang kering, ikan masin semua tu... Sebab kami mana ada dapat bantuan
modal...*

(Informan 3, 44 tahun)

*Mula-mula ok modal dalam RM3000.00 jak saya boleh sudah beli barang sikit-
sikit... tapi bila barang tia (tidak) kena beli... mau dapat stok baru tu yang ada
masalah sikit... harga barang lagi makin mahal sebab GST...*

(Informan 4, 35 tahun)

Secara rumusannya, modal merupakan antara cabaran yang dihadapi oleh peniaga dalam mengembangkan produk mereka. Ketiadaan bantuan daripada pihak kerajaan atau Badan Bukan Kerajaan juga menjadi salah satu penyebab modal menjadi cabaran terutamanya kepada peniaga yang baru menceburi bidang ini.

4.4.2 Persaingan

Peniaga turut menghadapi cabaran dari aspek persaingan untuk memasarkan dan menjual produk mereka. Hal ini kerana terdapat sekitar 40 - 50 buah gerai yang menjual produk berasaskan hasil ikan di Kimanis, Papar. Kedudukan gerai yang berhampiran antara satu sama lain meningkatkan tahap persaingan peniaga untuk mendapatkan pelanggan. Seorang informan yang telah memulakan perniagaan ini sejak tahun 1992 lagi menyatakan bahawa berlaku persaingan dengan peniaga lain untuk mendapatkan pelanggan dan menjual produk mereka. Menurut informan:

*Banyak saingan dengan peniaga lain... kedai hampir... semua peniaga jual bilis,
udang kering, ikan masin, belacan... sama semua...*

(Informan 1, 46 tahun)

Kedudukan gerai yang bersebelahan dan terdapat ramai peniaga menjual produk yang sama merupakan satu cabaran dalam memastikan produk dapat dijual. Pelanggan atau pengunjung yang singgah ke gerai mereka akan melihat kualiti dan harga produk terlebih dahulu sebelum membeli. Peniaga yang menawarkan harga yang lebih murah dengan kualiti produk yang sama dengan peniaga lain lebih berpeluang untuk menjual produk mereka kepada pelanggan. Menurut informan:

*Saingan banyak sini... sebab ramai orang jual yang sama... pelanggan boleh
buat pilihan dorang mau beli dimana... tapi kadang ada juga pelanggan yang*

dorang parking depan kedai terus beli di kedai orang tu... jadi tiada peluang la jualan kami kena beli...

(Informan 8, 34 tahun)

Adalah... kalau bilis dorang lagi banyak... selalunya orang akan beli tempat yang lagi banyak... pilihan banyak...

(Informan 2, 30 tahun)

Seterusnya, terdapat sesetengah peniaga yang mempunyai pelanggan tetap yang akan mengambil produk mereka pada setiap minggu atau setiap bulan untuk dijual di kawasan lain. Keadaan ini memberi peluang yang luas kepada peniaga tersebut untuk memastikan produk mereka terjual. Namun, menjadi salah satu cabaran kepada peniaga lain yang tidak mempunyai pelanggan tetap. Menurut informan:

Banyak bah... kalau penjual yang ada customer tetap tu ok la... setiap minggu atau bulan dorang(pembeli) borong... dapat la juga hasil... kalau saya ni tunggu orang datang beli sini jak...

(Informan 6, 20 tahun)

Selain itu, terdapat peniaga yang pernah mempunyai salah faham dengan peniaga lain. Malah terdapat peniaga yang mempunyai perasaan hasad dengki kepada peniaga lain. Menurut informan:

...ada peniaga sebelah ni dengki sama kita... kalau kita punya barang laku dari dorang, mula la tu cakap macam-macam... ada jua peniaga tu yang datang pagi-pagi buka gerai menyumpah-yumpah bah...

(Informan 12, 32 tahun)

Secara ringkasnya, majoriti informan yang ditemu bual menyatakan persaingan merupakan cabaran yang mereka hadapi dalam mengembangkan produk berasaskan hasil ikan.

4.4.3 Pelanggan

Peniaga produk berasaskan hasil ikan di Kimanis, Papar turut menghadapi cabaran dalam kepelbagaian ragam dan tingkah laku pelanggan. Terdapat sesetengah pelanggan yang memborong produk mereka namun tidak membayar sepenuhnya. Malah, terdapat sesetengah pemborong memberikan alamat dan nombor telefon yang tidak dapat dihubungi. Keadaan ini akan mengakibatkan peniaga mengalami kerugian sekiranya pemborong tersebut tidak membayar produk yang dipesan oleh mereka. Menurut Informan:

Orang borong banyak... ada yang bayar terus... ada yang bayar separuh... ada yang bayar guna cek... tapi sekali sia pigi bank cek tu tidak boleh tebus... sia kol orang tu... tidak dapat... nombor tidak aktif sudah... kena tipu sia... sampai sekarang dia tidak muncul-muncul...

(Informan 1, 46 tahun)

Yang susahny tu kalau dorang borong... bayar separuh saja... bakinya lambat dorang bayar... susah kami mau ambil barang baru... tu la susahny kalau customer yang borong banyak lambat bayar...

(Informan 3, 44 tahun)

Selain itu, pelanggan yang membeli di gerai peniaga mempunyai ragam dan ciri-ciri yang berbeza. Terdapat pelanggan yang menginginkan harga yang sangat murah dan tidak menguntungkan peniaga. Menurut informan:

Dorang yang datang beli ni macam-macam perangai... ada yang mau murah sangat... tapi susah la kami mau kasi murah sangat sebab kami ambil pun mahal... kami ambil untung sikit saja bah tu... tapi ada jua la yang tidak kisah pasal harga...

(Informan 5, 32 tahun)

...macam-macam jenis pelanggan... kita ni kalau berniaga kena sabar saja la kan... ada kadang tu... mula-mula dia mau beli... saya bungkus la... sekali nda jadi... dia pegi beli sebelah-sebelah tu... tapi nda apa lah... bukan rezeki saya la tu...

(Informan 7, 34 tahun)

Sesetengah peniaga turut mempunyai kesukaran untuk memahami bahasa yang digunakan oleh pelanggan terutamanya pelancong asing. Menurut informan:

...ada pelancong China tu dorang mana paham melayu... saya cakap BI pun tidak paham... susah mau kasi terang sama dorang pasal harga sama macam mana mau makan bilis tu semua kalau dorang tanya...

(Informan 12, 32 tahun)

Secara ringkasnya, kepelbagaian tingkah laku dan perangai pelanggan merupakan salah satu cabaran yang dihadapi oleh peniaga dalam mengembangkan produk mereka. Bahasa yang digunakan oleh pelanggan juga merupakan cabaran yang dihadapi oleh peniaga.

5. Perbincangan

Majoriti informan kajian terdiri daripada kaum wanita yang banyak menceburi bidang keusahawanan produk berasaskan hasil ikan di Kimanis, Papar, Sabah dan berada dalam lingkungan umur yang telah matang dan berpengalaman. Dapatan kajian ini bertentangan dengan kajian Nurulhuda dan Ramlee [13] menyatakan keusahawanan pada masa ini bukanlah hak monopoli satu jantina sahaja. Begitu juga dengan kajian yang dilakukan oleh Norfadzillah [14] mendapati kaum lelaki masih mendahului kaum wanita sebagai usahawan. Namun kajian ini selari dengan Bucar dan Hisrich [15] yang menyatakan kaum wanita lebih cenderung kepada nilai beretika dalam perniagaan seperti jujur, bertolak ansur dan tidak terlalu agresif berbanding dengan kaum lelaki. Kajian Chu dan Siu [16] terhadap usahawan di Hong Kong mendapati usahawan wanita lebih dipercayai berbanding dengan usahawan lelaki.

Kajian Helena [17] mendapati majoriti peniaga yang dikaji berumur 25 tahun dan ke atas. Majoriti pengusaha produk ikan masin dalam kajian ini mempunyai pendidikan menengah dan rendah. Kajian Helena [17], Noraizan [18], Zaleha [19] dan Zaimah [20] mendapati majoriti peniaga kecil yang dikaji di Malaysia mempunyai tahap pendidikan SPM dan ke bawah. Kebanyakan

pengusaha dalam kajian ini memulakan perniagaan kerana minat dan sebagai sumber pendapatan. Hal ini menunjukkan minat dan sumber pendapatan yang diperoleh oleh seseorang individu menjadi pendorong utama seseorang itu untuk berjaya dalam bidang perusahaan yang diceburinya. Dapatan kajian ini menunjukkan majoriti informan tidak mewarisi perniagaan daripada keluarga mereka. Hasil kajian Collette dan Aubry [21] mendapati hanya 20 peratus usahawan wanita dalam kajiannya mempunyai ibu bapa yang terlibat dalam bidang perniagaan.

Dapatan kajian ini menunjukkan majoriti informan tidak pernah menghadiri kursus atau latihan yang berkaitan perniagaan atau keusahawanan. Dapatan ini bertentangan dengan dapatan kajian Noraizan [18] dan Zaleha [19] yang menunjukkan majoriti peniaga IKS memerlukan kursus dan latihan, khususnya tentang pengurusan perniagaan. Ilmu pengetahuan yang diperoleh menerusi kursus yang dihadiri adalah penting untuk pengusaha IKS menguruskan perniagaan dengan lebih sistematik yang akan membantu mereka untuk lebih maju dalam perniagaan yang diceburi. Melalui kursus tersebut, peniaga mampu lebih berdaya saing terutamanya dalam aspek pengurusan perniagaan, inovasi terhadap produk yang dijual dan dalam mempromosikan produk tersebut. Namun kajian ini mendapati keseluruhan informan tidak mempunyai kebolehan dan kemahiran untuk melakukan inovasi terhadap produk mereka. Dapatan kajian ini selaras dengan Teori Pembangunan Ekonomi Schumpeter (1934) yang menyatakan inovasi merupakan limitasi yang berlaku dalam menggalakkan pertumbuhan sesebuah perniagaan.

Majoriti informan yang ditemu bual menyatakan bahawa perniagaan ini banyak membuka peluang pekerjaan kepada penduduk kampung di kawasan tersebut. Kajian Mohd Asri [22] menunjukkan bahawa sumbangan IKS juga semakin terserlah dan ini dapat dilihat dalam beberapa aspek seperti jumlah pertumbuhan, jumlah pekerjaan, nilai keluaran dan harta tetap. Pada tahun 1994, 84.1 peratus dari jumlah keseluruhan pertumbuhan pengilangan dalam sektor perkilangan di Malaysia adalah terdiri daripada Industri Kecil dan Sederhana (IKS). Tambahan itu, IKS menyediakan sebanyak 44.2 peratus peluang pekerjaan. Ini terbukti apabila ekonomi negara sejak tahun 1970-an telah mengalami pertumbuhan pesat dan telah membuka peluang yang luas kepada sektor perkilangan. Pada tahun ini, sumbangan sektor ini kepada Keluaran Dalam Negara Kasar (KDNK) ialah peratus sahaja. Ia meningkat kepada 20.5 peratus pada tahun 1980 dan 26.9 peratus pada tahun 1993. Menjelang pada tahun 1994, ia berjaya menyumbang kepada 31.4 peratus daripada keseluruhan nilai KDNK. Pertumbuhan pesat KDNK ini membuktikan kepentingan dan peranan penting IKS semakin ketara dalam pertumbuhan ekonomi negara. Hal ini kerana hasil daripada konsep pengurusan yang berorientasi perniagaan dan mementingkan keuntungan, kecekapan, keberkesanan dan daya usaha yang tinggi.

Kajian Helena [17] dan Zaleha [19] menegaskan pemilihan jenis perniagaan lebih tertumpu kepada potensi pasaran yang luas. Majoriti informan memulakan sendiri perniagaan mereka dan berlakunya perubahan hidup mereka sebelum dan selepas memulakan perniagaan ini. Dapatan ini adalah selari dengan hasil kajian Cyr [23] yang mendapati pengusaha perniagaan kecil memulakan perniagaan kerana ingin menjadi pemilik, membina sesuatu untuk keluarga, menggunakan kemahiran dan keupayaan sendiri untuk mendapat ganjaran yang lebih baik daripada makan gaji.

Dapatan kajian menunjukkan peniaga produk berasaskan hasil ikan di Kimanis menghadapi pelbagai cabaran dalam mengembangkan produk mereka. Kekurangan sumber modal merupakan antara masalah utama yang dihadapi oleh peniaga. Modal merupakan satu elemen penting yang perlu ada untuk memulakan perniagaan dan mengembangkan perniagaan. Peniaga mengalami masalah modal untuk mendapatkan bekalan baharu daripada pembekal terutamanya apabila produk mereka tidak habis dijual. Dapatan kajian ini sejajar dengan kajian yang dijalankan oleh Thuaibah *et al.* [24] iaitu berkaitan penglibatan kaum wanita dalam aktiviti keusahawanan di negeri Johor: Kajian terhadap faktor-faktor kritikal kejayaan dan kegagalan pengendalian perniagaan. Kajian tersebut

mendapati bahawa usahawan di negeri Johor mengalami masalah sumber modal semasa awal penubuhan perniagaan dan semasa mengembangkan perniagaan mereka.

Selain itu, peniaga di Kimanis mengalami persaingan dalam menjual dan mengembangkan produk mereka. Kedudukan gerai peniaga yang berhampiran antara satu sama lain meningkatkan persaingan. Hal ini kerana pelanggan yang datang ke gerai peniaga mempunyai banyak pilihan. Seterusnya, hasil pemerhatian mendapati keseluruhan peniaga di kawasan tersebut menjual dan menawarkan produk yang sama iaitu ikan bilis, udang kering, ikan masin, belacan dan sebagainya. Dapatan kajian ini bertepatan dengan kajian yang dijalankan oleh Rosniza Aznie *et al.* [25] yang menyatakan persaingan yang sengit akan berlaku antara perniagaan yang memasarkan barangan yang sama dengan kualiti serta harga yang sama.

6. Kesimpulan

Kesimpulannya, perniagaan produk berasaskan hasil ikan memainkan peranan penting dalam pembangunan sosioekonomi komuniti di sekitar Kimanis. Perniagaan ini banyak membuka peluang pekerjaan kepada penduduk kampung Kimanis dan kawasan berhampiran. Selain itu, perniagaan ini menjadi sumber pendapatan kepada peniaga, penduduk kampung, komuniti sekitar Kimanis dan pemilik bagang. Seterusnya, perniagaan ini mampu meningkat taraf hidup peniaga dan penduduk di lokasi kajian. Hal ini kerana penduduk Kimanis dan kawasan berhampiran berpeluang untuk bekerja dalam industri ini. Perniagaan ini juga merupakan salah satu tarikan yang terdapat di Kimanis Papar dan menjadi salah satu kawasan persinggahan pelancong domestik dan antarabangsa. Kedudukan gerai peniaga yang terletak berhampiran jalan utama antara Kota Kinabalu, Beaufort, Bongawan, Membakut, Sipitang, Sarawak dan Brunei menjadi salah satu peluang kepada peniaga. Walaubagaimanapun, peniaga juga menghadapi cabaran dalam mengembangkan produk mereka ke peringkat yang lebih tinggi. Modal merupakan antara cabaran yang dihadapi oleh peniaga dalam memulakan dan mengembangkan perniagaan ini. Selain itu, persaingan dengan peniaga lain menjadi salah satu cabaran dalam menjual dan mengembangkan produk mereka kerana kedudukan gerai peniaga yang berhampiran antara satu sama lain. Apapun, perniagaan ini banyak menyumbang terhadap pembangunan sosioekonomi komuniti di Kimanis dan sekitarnya.

Rujukan

- [1] Norashidah Hashim, Norasmah Othman & Noraishah Buang. "Konsep Kesiediaan Keusahawanan Berdasarkan Kajian Kes Usahawan Industri Kecil dan Sederhana (IKS) di Malaysia (Entrepreneurship Readiness Concept Based on Case Study of Small Medium Industry (SMI) Entrepreneurs in Malaysia)." *Jurnal Pendidikan Malaysia (Malaysian Journal of Education)* 34, no. 1 (2009): 187-203.
- [2] Food and Agriculture Organization (FAO). *The State of World Fisheries and Aquaculture 2016*. (2016).
- [3] Wan Mohd Ghazali Wan Abdullah. *Perniagaan*. Shah Alam : Institut Teknologi MARA. (1988).
- [4] Chuthamas Chittithaworn, Thiyada Keawchana & Dayang Hasliza Muhd Yusuf. "Factors affecting business success of small & medium enterprises (SMEs) in Thailand." *Asian social science* 7, no. 5 (2011): 180-190.
<https://doi.org/10.5539/ass.v7n5p180>
- [5] Sadi, Muhammad Asad, and Qamar Iftikhar. "Factors critical to the success of small-medium sized business marketing: A view from the tourism industry in Saudi Arabia." *African Journal of Marketing Management* 3, no. 9 (2011): 226-232.
- [6] Yogo, Nancy A. "Growth strategies adopted by small and medium business enterprises in oyugis town, homa bay county, kenya." PhD diss., University of Nairobi,, 2013.
- [7] Ackah & Vuvor. "The Challenges faced by Small & Medium Enterprises (SMEs) in Obtaining Credit in Ghana." (2011).
- [8] Faradillah Iqmar, Omar, Samsudin, A.Rahim Ali Salman. "Analisis Pola Penyertaan Digital ICT dan Transformasi Keusahawanan." *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication* 35, no. 2 (2019).

- [9] Abu Sufian Abu Bakara. Profil Usahawan Mikro di Malaysia. Konvensyen Pengurusan Potensi Belia ke Arah Pembinaan Negara Bangsa. Hotel Everly, Putrajaya : Selangor. 5 Disember. (2016).
- [10] Chin Yee Whah. "Usahawan Cina dalam sektor kecil dan sederhana di Semenanjung Malaysia: modenisasi dalam perniagaan keluarga Cina." *Akademika* 53, no. 1 (1998).
- [11] Shahrin Bin Hashim & Hasma Bt Beddu Halike. "Keperluan kursus keusahawanan dalam kalangan usahawan industri kecil dan sederhana (IKS) bumiputera Sabah." Faculty of Education. Universiti Teknologi Malaysia (2003).
- [12] Muhammad Asad Sadi & Qamar Iftikhar. (2011). Factors critical to the success of small- medium sized business marketing: A view from the tourism industry in Saudi Arabia. *African Journal of Marketing Management*. 3(9), 226-232.
- [13] Nurulhuda Che Abdullah & Ramlee Mustapha. "Kajian kes usahawan tani Industri Kecil Sederhana (IKS) Bumiputera di negeri Terengganu (A case study of SMI Bumiputera agropreneurs in Terengganu)." *Jurnal Pendidikan Malaysia (Malaysian Journal of Education)* 34, no. 2 (2009): 143-165.
- [14] Norfadzillah Hitam. "Bumiputera entrepreneurship: An evaluation of the entrepreneurship training programs conducted by Majlis Amanah Rakyat (MARA) and the Malaysian Entrepreneurship Development Center (MEDEC)." (1995): 1704-1704.
- [15] Bucar, Branko, and Robert D. Hisrich. "Ethics of business managers vs. entrepreneurs." *Journal of developmental entrepreneurship* 6, no. 1 (2001): 59.
- [16] Chu, Priscilla, and Wai-Sum Siu. "Women entrepreneurs in Hong Kong." *Journal of Asian Business* 9, no. 1 (1993): 55-67.
- [17] Helena Bertie. "Gaya pengurusan dan kepimpinan dalam perniagaan kecil." PhD diss., Universiti Putra Malaysia, 1998.
- [18] Noraizan Hj. Noor. "Keperluan pendidikan dan latihan keusahawanan di kalangan peniaga kecil." *Kertas Projek Sarjana Pendidikan. Universiti Kebangsaan Malaysia* (2003).
- [19] Zaleha Rashid. "Pengurusan perniagaan di kalangan peniaga-peniaga kecil Bumiputera di Tanah Rancangan Felda." *Kertas Projek Sarjana Pendidikan. Universiti Kebangsaan Malaysia* (2004).
- [20] Zaimah Zainal. "Pembangunan keusahawanan peniaga kecil-kecilan wanita luar bandar." *Kertas Projek Sarjana Pendidikan. Universiti Kebangsaan Malaysia* (2004).
- [21] Collette, Pierre, and Paul Aubry. "Socio-economic evolution of women business owners in Quebec (1987)." *Journal of Business Ethics* 9, no. 4-5 (1990): 417-422.
<https://doi.org/10.1007/BF00380340>
- [22] Moha Asri, Abdullah. "Industri Kecil di Malaysia." *Kuala Lumpur: Dewan Bahasa dan Pustaka* (1997).
- [23] Cyr, T. Entrepreneurial education's effects on rural economic development. (2000).
- [24] Thuaibah @ Suaibah Abu Bakar, Azlah Bin Md Ali, Hishamuddin Md Som dan Siti Mariam Bujang. Aktiviti keusahawanan di kalangan ibu tunggal di Negeri Johor : Kajian terhadap faktor penglibatan dan masalah yang dihadapi oleh ibu tunggal dalam bidang perniagaan. Universiti Teknologi Malaysia. (2007).
- [25] Rosniza Aznie Che Rose, Nurul Fatihah Jusoh, Rosmiza MZ, Lyndon N dan Mokhtar J. "Perkembangan dan cabaran sektor perniagaan sebagai pemangkin pembangunan bandar kecil: Kajian empirikal di Daerah Besut, Terengganu (Development challenges of the business sector as a catalyst for the development of small towns: An empirical study of Besut, Terengganu)." *Geografia-Malaysian Journal of Society and Space* 11, no. 8 (2017).