

JARINGAN USAHAWAN: SATU PENGENALAN

Abu Bakar Hamed*
Norita Deraman*

Jaringan usahawan merupakan satu perkara yang sangat berkaitan dalam dunia keusahawanan. Dalam membangunkan perniagaan, usahawan seharusnya memahami jaringan usahawan antara diri sendiri dengan sumber-sumber manusia disekeliling perniagaan mereka. Dalam masa yang sama juga usahawan perlu memahami jenis hubungan dan sifat-sifat hubungan berkenaan agar ia dapat digunakan sebagai kelebihan strategi bagi menghadapi persaingan sengit dalam dunia perniagaan hari ini. Jaringan usahawan itu sendiri merupakan sumber bagi ketebuhan kompetitif mapan. Artikel ini akan membincangkan tentang jaringan usahawan, jenis dan faedah daripada jaringan dan bagaimana usahawan dapat menguruskan jaringan perniagaan dengan berkesan.

PENGENALAN

Jaringan usahawan bermaksud semua hubungan yang dibentuk atau wujud dan dikekalkan oleh seseorang usahawan dengan manusia di sekelilingnya untuk faedah bersama. Pihak luar perniagaan secara langsung atau tidak langsung memberi kesan kepada perniagaan. Keluarga, rakan, pembekal, kerajaan dan lain-lain akan memberi sokongan dari segi sumber modal, maklumat, tenaga kerja, sokongan, dan peluang kepada usahawan. Kejayaan usahawan dipengaruhi oleh keupayaan mereka mengenal pasti peluang dan mendapatkan sumber terhad daripada persekitaran mereka melalui jaringan sosial.

KONSEP JARINGAN USAHAWAN DAN FAEDAH

Seseorang usahawan juga merupakan seorang **pengurus**. Sebagai seorang pengurus, usahawan bukan sahaja terlibat dalam aktiviti-aktiviti pengurusan tradisi yang melibatkan proses membuat keputusan, merancang dan mengawal; komunikasi yakni pertukaran maklumat dan memproses aktiviti kerja; pengurusan sumber manusia melibatkan motivasi, pendisiplinan, mengurus konflik, penstafan dan latihan; malah juga terlibat

* Prof. Madya Dr. Abu Bakar Hamed, Pensyarah Pengurusan Keusahawanan, Sekolah Pengurusan, Universiti Utara Malaysia.

* Puan Norita Deraman, Pensyarah Pengurusan Keusahawanan, Sekolah Pengurusan, Universiti Utara Malaysia.

dalam aktiviti jaringan seperti proses sosialisasi, politik dan interaksi dengan pihak luar atau persekitaran syarikat (Johannison, 1987; Hamed, 1995). Pihak luar syarikat seperti pelanggan, pembekal, bank, kerajaan dan sebagainya akan secara langsung atau tidak langsung memberi ancaman kepada perniagaan jika hubungan yang baik dan saling hormat menghormati dengan mereka tidak dibentuk. Oleh itu, kejayaan usahawan dipengaruhi oleh keupayaan mereka mengenal pasti peluang-peluang dan mendapat sumber-sumber terhad daripada persekitaran mereka melalui pertukaran hubungan dengan jaringan sosial mereka.

Usahawan dibentuk dalam masyarakat dan hubungan mereka dengan ahli-ahli masyarakat telah lama wujud. Hubungan ini penting bagi membantu penubuhan perniagaan usahawan dan perkembangan perniagaan mereka. Jaringan usahawan seperti keluarga, rakan, pembekal, kerajaan dan lain-lain akan memberi sokongan dari segi sumber, maklumat, sokongan dan peluang kepada usahawan. Konsep jaringan usahawan ini sememangnya menjadi asas kepada pembentukan dan pembangunan perniagaan. Hubungan antara usahawan ini merentasi hubungan kekeluargaan, rakan, perniagaan, pihak autoriti serta pembiayaan.

Hubungan jaringan antara usahawan dengan keluarga dan rakan memberi kesan yang besar kepada pembentukan dan pembangunan perniagaan. Golongan ini merupakan sumber utama modal, tenaga kerja, maklumat perniagaan dan bantuan lain terutama di peringkat penubuhan perniagaan dan pada tahun awal perniagaan beroperasi. Begitu juga apabila perniagaan menghadapi masalah. Hubungan usahawan dengan golongan ini lebih bercorak peribadi kerana hubungan yang telah lama terbentuk dan tertanam antara mereka melalui interaksi sosial.

Agensi kerajaan juga memainkan peranan yang penting dalam pembangunan usahawan terutama pada peringkat penubuhan perniagaan. Di Malaysia umpamanya kita akan dapat melihat pelbagai agensi kerajaan, kementerian serta badan-badan berkanun memainkan peranan dalam memberi maklumat dan idea perniagaan, premis perniagaan, infrastruktur asas, latihan dan perundingan, pemasaran dan kewangan kepada usahawan. Kementerian Pembangunan Usahawan, MARA dan Bank Pembangunan ialah antara contoh badan kerajaan tersebut.

Jalanan hubungan yang baik dengan pelanggan sememangnya amat penting bagi kemajuan perniagaan usahawan. Golongan ini bukan sahaja membeli dan membekal barangan kepada kita malah boleh memberi maklumat perniagaan, modal pusingan, kemahiran, perantaraan dan sebagainya. Sebarang perselisihan dengan kumpulan ini akan menyebabkan masalah kepada perniagaan. Di samping itu, pihak bank juga memainkan peranan dalam pembangunan dan pembiayaan perniagaan usahawan. Kegagalan

mewujudkan jalinan dan hubungan yang baik dan memuaskan dengan pihak pembiayaan akan mengurangkan peluang mendapatkan pembiayaan.

Jaringan membantu usahawan membina reputasi dan kredibiliti din dan perniagaan seterusnya dapat memberi kelebihan saingan. Dalam ertikata lain, usahawan harus memiliki kemahiran '*know-who*' bagi memajukan perniagaan mereka kerana sumber manusia di luar perniagaan boleh menawarkan pelbagai bentuk bantuan dan sokongan kepada usahawan. Rumusan faedah yang boleh didapati oleh usahawan daripada ahli jaringan mereka ialah seperti sokongan kewangan, sumber maklumat, peluang pasaran, idea perniagaan, promosi barangan, maklumat pasaran, maklumat pembekal, sokongan moral dan motivasi, sumber pengetahuan dan kemahiran, penasihat perniagaan, orang perantaraan dan sebagainya (Hamed, 1995; Mohd. Salleh et al., 1997)

JENIS JARINGAN USAHAWAN

Terdapat pelbagai jenis jaringan usahawan yang telah dikenalpasti. Dalam perbincangan ini, penulis membahagikan jenis jaringan kepada tiga kategori iaitu jaringan peribadi (personal), jaringan awam dan jaringan perniagaan. Ketiga-tiga jaringan ini penting bagi perniagaan usahawan dalam peringkat perniagaan yang berbeza. Walau bagaimanapun, jaringan perniagaan memberi kesan yang besar terhadap prestasi dan kemajuan perniagaan (Johanisson, 1987; Aldrich, 1989; Hamed, 1995).

Jaringan Peribadi

Jaringan peribadi usahawan (Johannison, 1986; Hamed, 1995) merujuk kepada jaringan yang tidak formal melibatkan hubungan secara langsung dan bersemuka di antara usahawan dengan pihak tertentu seperti ibu bapa, rakan-rakan, keluarga, bekas guru/pensyarah, ahli-ahli persatuan sosial dan kumpulan belia. Aktiviti perniagaan tidak menjadi asas kepada jaringan ini. Ia boleh dirujuk kepada hubungan dengan masyarakat setempat yang wujud dan dalam pelbagai bentuk aktiviti dan interaksi masyarakat dan pendidikan. Hubungan peribadi ini membentuk ikatan yang kuat (strong *ties*) (Granovetter, 1973). Pihak-pihak dalam jaringan ini biasanya menjadi sumber pertama usahawan mendapat pelbagai bantuan terutama di peringkat pembentukan perniagaan dan di awal perniagaan beroperasi.

Jaringan peribadi ini juga dapat membantu usahawan dengan memberi bantuan seperti modal, sokongan moral, tenaga kerja, nasihat dan maklumat perniagaan (Cooper et al., 1989; Hamed, 1995). Bantuan-bantuan tersebut diberi berdasarkan **kejujuran dan keikhlasan**. Pihak-pihak berkenaan kebiasaannya tidak mengharapkan usahawan

membayar bantuan mereka. Malah mereka akan turut gembira jika pihak yang dibantu berjaya dalam bidang yang diceburi.

Jaringan Awam

Jaringan awam merujuk kepada sumber awam (Cooper et al., 1991) yang mana usahawan dapat menggunakan sumber ini bagi meningkatkan pengetahuan, mendapatkan maklumat serta sebagai perantara dengan pihak-pihak tertentu. Sumber awam termasuklah majalah-majalah, surat khabar, buku-buku, tv, radio, video, internet dan bahan lain yang dapat dimanfaatkan oleh usahawan untuk pembangunan perniagaan. Di samping bahan-bahan bacaan dan alat-pandang dengar, program latihan, seminar dan bengkel serta persatuan secara tidak langsung dapat memberi faedah kepada usahawan.

Menyedari hakikat bahawa ilmu perniagaan sentiasa berkembang dan usahawan selalunya kekurangan masa, maka adalah perlu bagi usahawan mendapatkan bahan-bahan sumber awam ini untuk kepentingan perniagaan mereka. Penglibatan usahawan dalam program-program ilmu dan persatuan-persatuan sosial boleh memberi banyak manfaat kepada usahawan seperti berkongsi pengalaman dan pengetahuan, penyelesaian masalah dan mewujudkan jaringan perniagaan. Usahawan yang inginkan kejayaan sudah pasti tidak akan mensia-siakan peluang-peluang tersebut.

Jaringan Perniagaan

Jaringan perniagaan (Larson, 1992; Baker, 1994; Holmlund & Tornroos, 1997) atau dikenali juga sebagai jaringan formal (Dollinger, 1995) atau '*extended network*' (Aldrich, et al., 1989) merupakan hubungan yang pada amnya berasaskan aktiviti yang berkaitan dengan perniagaan. Ia lebih merupakan hubungan usahawan dengan pihak-pihak di luar organisasi perniagaan. Pihak yang terlibat dengan usahawan dalam jaringan ini ialah pelanggan, pembekal, bank, akauntan, kerajaan, persatuan perniagaan, badan-badan profesional dan seumpamanya.

Holmlund and Tornroos (1997) mentakrifkan hubungan perniagaan (dalam konteks jaringan perniagaan usahawan) sebagai suatu proses saling bergantung yang mana interaksi dan pertukaran yang berterusan berlaku antara sekurang-kurangnya dua orang individu. Sebahagian besar kajian jaringan perniagaan dijalankan di antara dua individu (*dyadics relationship*) (Larson, 1992). Sebenamya hubungan dalam jaringan perniagaan boleh terjalin lebih daripada dua individu (*triads relationship*). Hubungan-hubungan ini akan mewujudkan rantaian jaringan hubungan antara usahawan dengan pihak luaran.