

ISU DAN PERMASALAHAN USAHAWAN MIKRO DALAM MELAKSANAKAN KREATIVITI DAN INOVASI PERNIAGAAN

ISSUES AND PROBLEMS OF MICRO ENTREPRENEURS IN IMPLEMENTING BUSINESS CREATIVITY AND INNOVATION

Ahmad Fuad Mat Hassan¹
Syahrina Abdullah²
Mohamad Khadafi Hj Rofie³

¹Pusat Pengajian Bahasa, Tamadun dan Falsafah, Universiti Utara Malaysia (UUM), Malaysia,
(Emel: afuad@uum.edu.my)

²Pusat Pengajian Bahasa, Tamadun dan Falsafah, Universiti Utara Malaysia (UUM), Malaysia,
(Emel: syahrina@uum.edu.my)

³Pusat Pengajian Bahasa, Tamadun dan Falsafah, Universiti Utara Malaysia (UUM), Malaysia,
(Emel: khadafi@uum.edu.my)

Article history

Received date : 19-9-2023
Revised date : 25-9-2023
Accepted date : 29-10-2023
Published date : 14-11-2023

To cite this document:

Mat Hassan, A. F., Abdullah, S., & Rofie, M. K.
(2023). Isu Dan Permasalahan Usahawan Mikro
Dalam Melaksanakan Kreativiti Dan Inovasi
Perniagaan. *International Journal of Accounting,
Finance and Business (IJAFB)*, 8(51), 1 - 9.

Abstrak: Usahawan kecil dan mikro sering berhadapan dengan isu dan masalah ketika menguruskan perniagaan. Ketika menguruskan perniagaan, aspek kreativiti dan inovasi merupakan kaedah untuk memastikan perniagaan lebih berdaya saing. Kreativiti dan inovasi merupakan strategi yang penting dan menjadi pemangkin kepada kejayaan sesebuah perniagaan. Namun begitu, usahawan mikro sering berhadapan dengan isu dan permasalahan ketika melaksanakan kreativiti dan inovasi dalam perniagaan. Kertas kerja ini akan membincangkan isu dan permasalahan yang dihadapi oleh usahawan mikro yang menjalankan penternakan madu kelulut dalam melaksanakan kreativiti dan inovasi. Kaedah pengumpulan data secara kualitatif telah dijalankan melalui temubual secara atas talian terhadap sepuluh (10) usahawan kecil di Daerah Sik, Kedah. Seterusnya penyelidik juga telah memperolehi maklumat yang lebih mendalam berkaitan masalah usahawan melalui temubual bersemuka. Hasil dapatan mendapati usahawan madu kelulut mengakui tidak dapat melaksanakan kreativiti dan inovasi secara berkesan kerana menghadapi kekangan dan masalah perniagaan. Masalah tersebut dikategorikan kepada lima klasifikasi utama iaitu masalah pemasaran, masalah pengurusan, masalah pengeluaran, masalah produk dan masalah kewangan. Justeru, usahawan madu kelulut di Daerah Sik disarankan untuk melaksanakan strategi kreativiti dan inovasi secara berperingkat supaya dapat melestarikan perniagaan madu kelulut pada masa hadapan.

Kata kunci: usahawan mikro dan kecil, isu dan cabaran, kreativiti dan inovasi, perniagaan.

Abstract: *Small and micro entrepreneurs (SMEs) often face issues and problems when managing a business. When it comes to business management, the factor of creativity and innovation is a way to ensure that the company is more competitive. Creativity and innovation are an important strategy and a catalyst for the success of a business. However, micro entrepreneurs often face issues and problems when implementing creativity and innovation in business. This study will address the obstacles and challenges that micro-entrepreneurs that practice honey kelulut farming encounter when it comes to adopting creativity and innovation. A qualitative data collection method was conducted through online interviews with ten (10) small and micro entrepreneurs in Sik District, Kedah. Following that, researchers acquired more in-depth information about entrepreneur challenges through face-to-face interviews. The results found that 'kelulut honey' entrepreneurs admitted that they could not implement creativity and innovation effectively because they faced constraints and problems. The challenges are divided into five categories: marketing problems, management problems, production problems, product problems and financial problems. Thus, 'kelulut honey' entrepreneurs in Sik District are recommended to implement creativity and innovation strategies by stages in order to preserve the 'kelulut honey' business in the future.*

Keywords: *Small and micro enterprises (SMEs), issues and challenges, creativity and innovation, business.*

Pengenalan

Kreativiti dan inovasi merupakan satu cabang ilmu yang semakin popular dan mendapat tempat dalam kalangan masyarakat Malaysia. Usahawan haruslah mempunyai ciri-ciri kreativiti dan inovasi. Usahawan yang kreatif dan inovatif ialah seseorang yang dapat menghasilkan idea dan konsep baru dan dapat menterjemahkannya kepada produk yang dapat dikomersialkan. Usahawan pada abad ke-21 perlu mempunyai ciri-ciri kreativiti dan inovasi bagi mendapat kelebihan persaingan terutamanya dalam bidang yang menggunakan teknologi tinggi dan terkini.

Kreativiti dan inovasi juga diperlukan untuk diaplikasikan kepada perusahaan madu kelulut. Konsep kreativiti dan inovasi dapat diaplikasikan bagi perniagaan madu kelulut sama ada dalam konteks pengurusan pengeluaran dan operasi, pemasaran, sumber manusia mahupun kewangan. Usahawan seharusnya kreatif dan inovatif dalam menguruskan perniagaan agar perniagaan lebih kompetitif dan berdaya saing. Begitu juga usahawan perusahaan madu kelulut, mereka perlu didedahkan kepada aspek kreativiti dan inovasi dalam menguruskan perniagaan. Ini kerana kreativiti dan inovasi berupaya menyelesaikan pelbagai cabaran dan masalah yang dihadapi oleh kebanyakan usahawan masa kini.

Objektif

Kertas kerja ini akan membincangkan isu dan permasalahan usahawan kecil dan mikro yang melaksanakan perusahaan madu kelulut di Daerah Sik, Kedah dalam melaksanakan strategi kreativiti dan inovasi perniagaan. Majoriti usahawan kecil di Daerah Sik melakukan aktiviti pertanian bagi perniagaan mereka. Namun, kertas kerja ini hanya tertumpu kepada usahawan yang mengusahakan projek Madu Kelulut yang diusahakan secara kecil-kecilan bagi memenuhi masa lapang serta sebagai pendapatan sampingan kepada isi rumah.

Ulasan Karya

Kreativi dan Inovasi Perniagaan

Kreativiti membawa maksud kemampuan seseorang menghasilkan sesuatu yang unik atau canggih (Azahari, Khairunnisak, Muhammad Shukri & Hasnizam, 2020). Usahawan yang kreatif dan inovatif adalah seseorang yang dapat menghasilkan idea dan konsep baru dan dapat menterjemahkannya kepada produk yang dapat dikomersialkan (Lily Julienti, Azahari & Syahrina, 2019). Usahawan yang kreatif merupakan usahawan yang mempunyai banyak idea, panjang akal dan berupaya menghasilkan produk baru dan canggih serta unik (Bessant & Tidd, 2011). Sebagai tambahan, Bessant & Tidd (2015) menjelaskan bahawa kreativiti adalah menggunakan imaginasi atau idea untuk mencipta sesuatu. Justeru, usahawan yang mempunyai ciri inovatif ialah usahawan yang sentiasa ingin memperkembang dan membuat pembaharuan dalam kerjayanya. Usahawan pada abad ke-21 perlu mempunyai ciri-ciri kreativiti dan inovasi bagi mendapat kelebihan persaingan terutamanya dalam bidang yang menggunakan teknologi tinggi dan terkini. Jika tidak, usahawan akan dianggap ketinggalan dan tidak dapat bersaing di pasaran antarabangsa dan bersaing dengan produk import.

Menurut Kamus Dewan (2010), kreativiti ditakrifkan sebagai satu kemampuan atau kebolehan mencipta daya kreatif dan kekreatifan. Frederick, Kuratko & Hodgetts (2007), kreativiti adalah penghasilan idea yang dapat meningkatkan keefisienan dan keberkesanan sesuatu sistem. Kreativiti adalah satu kebolehan untuk menjana idea manakala proses inovasi menukarkan idea tersebut kepada realiti. Oleh itu, pengetahuan terhadap aspek-aspek kreativiti dilihat amat penting dalam memastikan idea kreatif dapat direalisasikan. Aspek utama kreativiti adalah proses dan manusia. Proses haruslah berorientasikan matlamat serta digunakan untuk mencari jalan penyelesaian kepada masalah, manakala manusia pula adalah sumber yang boleh mengenal pasti jalan penyelesaian tersebut. Proses penyelesaian masalah biasanya sama, tetapi kaedah yang digunakan oleh manusia untuk menyelesaikan masalah adalah berbeza.

Keusahawanan dan Usahawan

Istilah usahawan dan keusahawanan kini telah menjadi popular dan sebutan dalam kalangan masyarakat. Secara umumnya istilah usahawan merujuk kepada individu yang mengurus, menyusun dan mengatur strategi bagi menjalankan sesebuah perniagaan demi menanggung risiko. Terma usahawan dalam Bahasa Inggeris '*entrepreneur*' berasal dari Bahasa Perancis '*entreprendre*' yang bermaksud memikul tugas atau mencuba. Manakala perkataan usahawan dalam Bahasa Malaysia berasal dari perkataan 'usaha' yang memberi maksud ikhtiar atau daya upaya. Menurut Kamus Dewan, makna usahawan merujuk kepada individu yang mengusahakan sesuatu perusahaan manakala keusahawanan pula bermaksud hal-hal yang berkaitan dengan usahawan atau kegiatan kemahiran usahawan. Terma usahawan mula popular dalam kalangan masyarakat Malaysia kira-kira pada pertengahan tahun 1970-an, apabila Dasar Ekonomi Baru (DEB) diperkenalkan oleh kerajaan pada tahun 1969.

Usahawan adalah individu yang menubuh, menerajui, berusaha dan mengembangkan perniagaan bagi memenuhi impian dan pencapaian diri bagi mendapat keuntungan di samping membuat kebajikan dan berkhidmat kepada masyarakat serta negara (Syahrina, 2017). Manakala peniaga adalah individu yang menjalankan aktiviti perniagaan untuk mendapat keuntungan bagi saingan diri dan keluarga sahaja tanpa memikirkan sumbangan kepada masyarakat. Terdapat usahawan yang menjadi peniaga kecil-kecilan sebelum menjadi usahawan, namun begitu bukan semua peniaga adalah usahawan.

Menurut Kuratko & Hodgetts (2007), usahawan boleh didefinisikan sebagai individu yang menubuh, menerajui, menjalan dan mengembangkan perniagaan sendiri bagi memenuhi impian dan pencapaian diri bagi mendapat keuntungan disamping membuat kebajikan dan berkhidmat kepada masyarakat dan negara. Usahawan juga merupakan individu yang berupaya mengemblengkan sumber secara kreatif dan inovatif bagi perkembangan perniagaan.

Isu dan Permasalahan Perusahaan Kecil dan Sederhana (PKS)

Terdapat isu dan permasalahan yang menjadi persoalan apabila penyelidik mendapati ramai usahawan kecil berhadapan dengan pelbagai cabaran ketika menguruskan perniagaan. Antara cabaran lain yang dihadapi oleh usahawan PKS ialah modal, pengurusan kewangan, tenaga buruh mahir, pemasaran, sumber bahan mentah dan sebagainya (SME Corp, 2020). Kajian Rosmiza et al. (2021) menemukan masalah usahawan madu kelulut ialah penawaran yang masih rendah di pasaran kerana isu dan cabaran yang menggugat pengeluaran hasilnya seperti serangan makhluk perosak dan aktiviti penebangan hutan yang tidak terkawal.

Usahawan kecil seringkali berhadapan dengan cabaran dan masalah kekurangan pekerja mahir menyebabkan kecekapan dan kualiti pengeluaran menjadi kurang daya saing (Abdullah, Harun & Mohd Jali, 2017). Selain itu juga, usahawan kecil turut berhadapan dengan kekurangan sumber kewangan dalam menghadapi persaingan global (Saleh, 2006). Sebagai tambahan, usahawan kecil berhadapan dengan isu dan permasalahan produktiviti yang rendah. Usahawan kecil seringkali berhadapan dengan kekurangan sumber pekerja mahir dan kekangan kewangan menyebabkan kapasiti produktiviti masih pada tahap rendah. Hal ini menyebabkan usahawan kecil tidak mampu bersaing dengan usahawan sama ada di peringkat domestik dan global (Saleh, 2006).

Tan (2018) turut melaporkan bahawa usahawan kecil kurang mampu untuk mengurus perniagaan pada tahap kapasiti yang lebih besar. Usahawan kecil juga menghadapi masalah dan kesukaran dalam mengakses teknologi maklumat terutama di kawasan luar bandar. Hal ini menyukarkan usahawan kecil untuk mendapatkan maklumat atau berhubung dengan pihak luar dalam mendapatkan pelbagai maklumat dan bantuan (Kaur, 2018). Justeru, isu dan permasalahan ini wajar diteliti untuk memastikan usahawan madu kelulut kekal relevan di pasaran semasa.

Perusahaan Madu Kelulut

Perusahaan penternakan madu lebah di Malaysia boleh di kategorikan kepada beberapa spesis lebah seperti lebah Tualang (*Apis Dorsata*), lebah Kelulut (*Meliponines*) dan lebah Akasia (*Apis Mellifera*). Sehingga kini, dianggarkan terdapat antara 750 hingga 1,000 orang di seluruh negara menceburi bidang penternakan kelulut. Usahawan madu kelulut harus optimis dan yakin bahawa industri madu kelulut boleh berkembang menjadi industri besar pada masa 10 tahun akan datang (Bernama, 2020). Kerajaan Malaysia juga telah melancarkan Jawatankuasa Penyediaan Pelan Pembangunan Industri Kelulut Negara 2020-2030 pada November 2019 sebagai usaha untuk mengangkat industri kelulut sebagai sumber pendapatan baharu yang mampan dan kukuh (Bernama, 2020). Ini membuktikan kerajaan sangat komited dalam memartabatkan pengusaha madu kelulut agar dapat bersaing ke pasaran global dalam tempoh sepuluh tahun akan datang. Justeru pengusaha madu kelulut boleh mengambil peluang yang ada untuk membangun dan mengembangkan perniagaan ke pasaran yang lebih luas.

Metodologi

Metodologi atau kaedah yang digunakan dalam sesuatu kajian merupakan suatu prosedur yang sistematik dalam menggabungkan kaedah yang diguna pakai serta analisis data bagi memastikan objektif penyelidikan dapat dicapai dengan sempurna. Kertas kerja ini bertujuan untuk membentangkan pengalaman pengusaha madu kelulut yang meliputi cabaran, permasalahan yang dihadapi serta teknik kreativiti yang digunakan dalam perniagaan. Kajian ini adalah berbentuk kualitatif yang menggunakan kaedah soal selidik bertujuan untuk mendapatkan maklumat mengenai isu dan permasalahan usahawan madu kelulut ketika melaksanakan kreativiti dan inovasi dalam perniagaan. Set soalan kualitatif adalah berbentuk soalan terbuka atau '*open ended questions*'. Data dikumpul menggunakan soal selidik yang akan dibangunkan untuk menjawab persoalan dan objektif kajian. Seramai sepuluh (10) orang pengusaha Madu Kelulut telah ditemu bual secara atas talian dan bersemuka bagi mendapatkan data kemudian data telah ditranskrip untuk dianalisis berdasarkan Creswell (2008).

Data-data yang dikumpul melalui kajian ini telah dianalisis menggunakan analisis kandungan dan dianalisis secara deskriptif yang mendalam. Menurut Creswell dan Clark (2007), penyelidik perlu melakukan tugas-tugas pengekodan dan pengkategorian kajian ini dilaksanakan. Ia bertujuan mengelakkan sebarang bentuk pertindihan maklumat, ketinggalan maklumat yang penting serta ketidaktepatan dalam proses pengekodan dan pengkategorian maklumat. Melalui dapatan data ini, penyelidik telah menegakan pasti isu dan permasalahan yang dihadapi oleh usahawan dalam melaksanakan kreativiti dan inovasi perniagaan madu kelulut.

Populasi Dan Sampel Kajian

Kajian ini adalah berbentuk kualitatif yang menggunakan kaedah soal selidik bertujuan untuk mendapatkan maklumat mengenai isu dan permasalahan usahawan madu kelulut di Sik Kedah dalam melaksanakan kreativiti dan inovasi perniagaan. Populasi kajian terdiri daripada semua usahawan penternakan madu lebah yang berada di Sik, Kedah. Sampel kajian terdiri daripada usahawan madu kelulut yang tinggal di Sik, Kedah. Data dikumpul menggunakan soal selidik yang dibangunkan untuk menjawab persoalan dan objektif kajian.

Strategi Kutipan Data

Seterusnya kajian ini menggunakan kaedah kualitatif iaitu temubual secara atas talian dan bersemuka bagi mengupas isu dan permasalahan utama usahawan madu kelulut. Ianya juga bertujuan untuk mendapatkan maklumat lanjut permasalahan yang dihadapi samping melihat sendiri keadaan perniagaan mereka. Set soalan kualitatif adalah berbentuk *open ended*. Borang soal selidik ini dibangunkan oleh kumpulan penyelidik mengikut kesesuaian objektif kajian.

Analisis Data Dan Transkrip

Data akan ditranskrip dan dianalisis berdasarkan Creswell (2003). Data-data yang dikumpul melalui kajian ini akan dianalisis menggunakan analisis kandungan dan dianalisis secara deskriptif yang mendalam bagi mengenal pasti isu dan permasalahan utama usahawan kecil ketika menguruskan perniagaan terutama ketika hendak melaksanakan kreativiti dan inovasi.

Analisis Dapatan

Profil Usahawan

Hasil temubual mendapati seramai sepuluh (10) orang pengusaha produk Madu Kelulut telah ditemu bual secara atas talian dan bersemuka. Berdasarkan tembual tersebut, hampir kesemua

pengusaha mempunyai pengalaman yang luas dalam mengendalikan perusahaan dan penternakan madu kelulut. Ini kerana majoriti pengusaha telah menjalankan perniagaan yang melebihi lima (5) tahun dan masih kekal beroperasi sehingga sekarang. Dari aspek pengalaman, usahawan ini mempunyai pengalaman yang luas sejak perusahaan ini dijalankan walaupun secara kecil-kecilan. Dari aspek pendapatan, sebanyak 40% pengusaha madu kelulut mempunyai purata jualan kurang RM1000 sebulan, manakala 60% usahawan memperoleh pendapatan melebihi RM1000 sebulan. Namun, terdapat juga usahawan yang berhadapan dengan sumber pendapatan yang tidak menentu sepanjang tahun. Rumusan berkenaan maklumat profil perniagaan pengusaha madu kelulut di Daerah Sik, Kedah dapat dilihat melalui jadual 1 di bawah.

Jadual 1: Profil Perniagaan Usahawan Madu Kelulut Daerah Sik Kedah

Kategori/ Responden	Jawatan	Umur	Jenis Perniagaan	Pendapatan Bulanan	Tempoh Perniagaan	Teknik Kreatif dalam perniagaan
Usahawan 1	Pengurus	28	Milikan Tunggal	RM800- RM1000	6 tahun	Facebook page/ Instagram
Usahawan 2	Pengurus	58	Milikan Tunggal	RM1000- RM1500	8 tahun	Tiada
Usahawan 3	Pengurus	55	Milikan Tunggal	RM800- RM1000	8 tahun	Tiada
Usahawan 4	Pengurus	63	Milikan Tunggal	RM800- RM1000	9 tahun	Tiada
Usahawan 5	Penolong Pengurus	36	Milikan Tunggal	RM800- RM1000	9 tahun	Tiada
Usahawan 6	Pengurus	65	Milikan Tunggal	RM800- RM1000	7 tahun	Tiada
Usahawan 7	Penolong Pengurus	32	Milikan Tunggal	RM900- RM1200	6 tahun	Facebook page/ Instagram
Usahawan 8	Pengurus	60	Milikan Tunggal	RM1000- RM1500	7 tahun	Mesin pemprosesan
Usahawan 9	Pengurus	52	Milikan Tunggal	RM1000- RM2000	7 tahun	Mesin pemprosesan
Usahawan 10	Pengurus	10	Milikan Tunggal	RM1000- RM1500	7 tahun	Mesin pemprosesan

Isu dan Permasalahan Utama

Melalui temubual mendapati bahawa isu dan permasalahan yang dihadapi oleh kebanyakan usahawan madu kelulut di Sik, iaitu antaranya ialah masalah pemasaran, pengurusan, pengeluaran, produk dan kewangan. Masalah utama usahawan madu kelulut di Daerah Sik antaranya ialah masih mempraktikkan kaedah pemasaran tradisional di mana kaedah dan teknik promosi tidak menggunakan aplikasi teknologi. Ini adalah kerana kawasan tersebut sukar mendapat akses talian internet. Berdasarkan dapatan juga, terdapat dua orang pengusaha sahaja yang mempunyai akaun *facebook page* serta mengaplikasi penggunaan facebook bagi perniagaannya. Ini menunjukkan orang pengusaha madu kelulut tidak menggunakan aplikasi

teknologi terkini dalam memasarkan produk madu mereka. Kaedah pemasaran promosi dari ‘mulut ke mulut’ yang digunakan juga kurang sesuai dan berkesan.

Manakala, dari aspek pengeluaran yang tidak konsisten, pengusaha melaporkan kekurangan bagi produk madu menjadikan mereka sukar untuk memenuhi permintaan pengguna apabila produk ini diperlukan. Hal ini kerana majoriti usahawan masih menggunakan kaedah pengeluaran tanpa mesin terkini. Dari aspek pengurusan perniagaan, semua pengusaha menggunakan teknik tradisional dalam pengurusan perniagaan mereka. Pengurusan yang tidak sistematik menyebabkan usahawan sukar berkembang. Selain itu juga usahawan yang menyatakan berhadapan dengan isu dan permasalahan dalam perletakan harga madu kelulut kerana pasaran mereka hanya tertumpu kepada orang kampung, maka harga yang boleh ditawarkan agak rendah sehingga menyebabkan pendapatan usahawan masih rendah iaitu di bawah paras RM1000 sebulan. Justeru usahawan harus mencari solusi dalam menangani keadaan ini agar tidak berpanjangan kerana ianya boleh melemahkan perusahaan madu kelulut yang sepatutnya mempunyai potensi besar dalam industri pemakanan kesihatan di Malaysia. Jadual 2 menunjukkan analisis isu dan permasalahan yang dihadapi oleh pengusaha madu kelulut di Daerah Sik, Kedah dalam mengaplikasi kaedah kreativiti dan inovasi dalam perniagaan.

Jadual 2: Analisis Isu dan Permasalahan Usahawan Madu Kelulut di Sik, Kedah

Isu dan Masalah Utama	Analisis Isu dan Masalah
1. Masalah pemasaran	• Kaedah pemasaran tradisional • Teknik pengiklanan agak lama • Sukar mendapat akses talian internet • Pasaran hanya terhad kepada penduduk sekitar
2. Masalah pengurusan	• Kaedah pengurusan tradisional dan berkonsepkan perniagaan kecil. • Tidak mempraktikkan elemen kreativiti dan inovasi
3. Masalah pengeluaran	• Kaedah tradisional dalam proses pengeluaran produk • Tiada konsep kreativiti dan inovasi
4. Masalah produk	• Produk - tiada aspek kreativiti dan inovasi • Produk tidak diuji di makmal untuk melihat khasiat nutrisi • Produk terpaksa bersaing dengan madu tiruan • Tempat penyimpanan produk yang tidak sesuai
5. Masalah kewangan	• Modal perkembangan terhad • Tiada penyata kewangan lengkap • Keuntungan minimum sehingga tidak berjaya melaksanakan kreativiti dan inovasi

Kesimpulan Dan Cadangan

Perniagaan madu kelulut pastinya mempunyai skop pasaran yang luas kerana produk madu itu sendiri mempunyai nilai keunikan dan estetika yang tinggi dalam tamadun dan peradaban masyarakat Islam terutama di Malaysia. Madu merupakan sejenis pemakanan sunah yang mempunyai nilai dan kebaikan kepada setiap individu yang menjadikannya sebagai pemakanan harian untuk kesihatan dalaman dan luaran. Kelulut juga merupakan spesies lebah yang mengeluarkan madu serta mempunyai keunikan khasiatnya yang tersendiri di samping mudah untuk menternaknya di halaman rumah masing-masing. Ini kerana spesiesnya yang kecil dan kadar gigitan yang agak ringan memberi banyak kelebihan kepada pengusaha madu ini.

Namun begitu, berdasarkan hasil kajian mendapati pengusaha madu kelulut di Daerah Sik masih lagi mempraktikkan kaedah tradisional dalam perusahaan mereka. Ini bermakna, usahawan madu kelulut di Daerah Sik berhadapan dengan isu dan permasalahan dari aspek strategi pemasaran, pengeluaran, pengurusan, harga, produk dan isu kewangan serta permintaan yang tidak konsisten dari penduduk setempat. Pengusaha tidak mempelbagaikan kaedah pemasaran dengan menggunakan aplikasi teknologi pemasaran atas talian kerana faktor capaian internet yang perlahan dan majoriti pengusaha tidak tahu mengaplikasikan pemasaran digital.

Adalah disarankan agar pengusaha madu kelulut perlu mengaplikasi teknologi media sosial dalam perusahaan mereka kerana lapan puluh peratus (80%) rakyat Malaysia menggunakan media sosial setiap hari. Maka sudah pasti terdapat pelanggan dan pasaran yang berpotensi bagi perniagaan madu kelulut ini. Selain itu juga, peranan Jawatankuasa Kemajuan Kampung, pihak Koperasi serta agensi keusahawanan setempat dalam mendedahkan usahawan madu kelulut dengan kaedah dan teknik yang lebih terkini dan efisien sama ada dari aspek pengeluaran, pemasaran dan pengurusan keseluruhan perusahaan. Justeru satu pembangunan lestari yang lebih berdaya maju wajar dilaksanakan di Daerah Sik bagi membantu para pengusaha madu kelulut agar lebih berdaya saing sama ada di pasaran tempatan mahupun global.

Penghargaan

Penyelidik ingin merakamkan sekalung penghargaan dan terima kasih kepada pihak Universiti Utara Malaysia bagi menyediakan Geran Penjanaan Universiti (SLCP) untuk penyelidikan ini, Kod S/O 14794.

Rujukan

- Abdullah, M.B., Harun, M., & Mohd Jali, M.R. (2017). Employment Generated by Government Spending on Education. *International Jurnal of Academic Research and Social Sciences*, 7(2), 738-742.
- Azahari Ramli, Khairunnisak A. Shakir, Muhammad Shukri & Hasnizam Hasan, (2020). *Memahami Konsep Kreativiti dalam Dinamika Minda Baharu: Keusahawanan dan Kemanusiaan*, Universiti Malaysia Perlis: UMP Press.
- Bernama (2020). *Industri madu kelulut berpotensi besar dalam pasaran dunia*, Utusan Borneo Utara online, dicapai di <https://www.utusanborneo.com.my/2020/02/24/>, pada 20 Ogos 2021.
- Bessant & Tidd (2011). *Innovation and Entrepreneurship* (2nd edition), West Sussex: John Wiley & Sons.
- Bessant, J., & Tidd, J. (2015). *Innovation and Entrepreneurship* (3rd edition), West Sussex: John Wiley & Sons.
- Creswell, J. (2008). *Research design: Qualitative, quantitative and mixed methods approaches* (3rd ed.). Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.

- Creswell, J.W. & Clark, P.N. (2007). *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Approaches*, Newbury Park, California: SAGE Publications.
- Kamus Dewan (2010). Kamus Dewan, Edisi Keempat, dicapai di <https://prpm.dbp.gov.my/Cari1?keyword=kamus+dewan&d=175768&>, pada 15 Julai 2021.
- Kaur, D. (2018). *Sixfold Increase in Export Business Should SMEs Go Fully Digital*. Retrieved from <http://www.smeCorp.gov.my/indix.php/my/news/3465-sixfold-increase-in-export-businesses-should-smes-go-fully-digital>.
- Kuratko, D.F & Hodgetts, R.M. (2007). *Entrepreneurship: Theory, Process and Practice* (7th ed.), United State: Thomson South Western.
- Lily Julianti Abu Bakar, Azahari Ramli & Syahrina Abdullah (2019). *Kreativiti dan Inovasi Dalam Perniagaan*, Modul Pendidikan Jarak Jauh, UUM: Pusat Pendidikan Lanjutan dan Profesional.
- Rosmiza M. A., Nurul Hidayah, M. N., Jamil M., & Mazdi, M. (2021). Isu dan cabaran usahawan dalam industri penternakan lebah kelulut, *Geografia : Malaysian Journal of Society and Space*, 16(4), 102-116, ISSN 2180-2491.
- Saleh, A. S & Ndubisi, N.O. (2006). *SME Development in Malaysia: Domestic and Global Challenges*, University of Wallongong.
- Selangor Kini (2019). *Industri lebah Kelulut Berdepan Lembah Cabaran*, Ogos 1, 2019, diakses di <https://selangorkini.my/2019/08/industri-lebah-kelulut-berdepan-cabaran/>, pada 15 Jun 2020.
- SME Corporation Malaysia (2020). *Annual Report*, Kuala Lumpur: Official Website SME Corporation, diakses di www.smeCorp.gov.my, pada 25 Ogos 2021.
- Syahrina Abdullah (2017). *Ciri-ciri Usahawan dan Keusahawanan Islam, Asas Keusahawanan: Ke arah Pengukuhan Minda dan Kemahiran Keusahawanan*, UUM Press.
- Tan, S. (2018). *Tips to Improve SMEs Sustainable Business Practices*. Retrived from <https://www.easyparcel.my/blog/tips/tips-improve-smes-sustainable-business-practices>, pada 10 Ogos 2021.