

KAJIAN KES PERNIAGAAN KERANG BAKAR DI KALANGAN PENJAJA BAZAR RAMADHAN DI SEKITAR BANDAR ALOR SETAR

Oleh

Nor Aziah binti Azizan
Jabatan Perdagangan
Politeknik Sultan Abdul Halim Mu'adzam Shah

dan

Ismail Yaacob, PhD
Jabatan Pendidikan Jasmani
Institut Pendidikan Guru Kampus Darulaman

ABSTRAK

Perniagaan dalam musim bulan ramadhan boleh diistilahkan sebagai perniagaan yang menguntungkan. Bak menahan lukah di muara. Namun tidak semua yang berniaga dapat bertahan sehingga ke hujung bulan. Banyak perkara berkaitan yang mempengaruhi pengekalan peniaga-peniaga tersebut dalam bidang ini. Tidak terkecuali masalah tersebut dihadapi oleh penjaja kerang bakar. Oleh itu, kajian kes ini bertujuan untuk memahami kemahiran usahawan kecil khususnya dalam aspek pengurusan perniagaan, pengurusan pemasaran dan pengurusan kewangan yang diamalkan bagi menjamin kemampuan mereka untuk terus berniaga setiap hari di tapak bazar ramadhan. Kajian kes ini menggunakan pendekatan kualitatif. Untuk mengumpul data, protokol temu bual dan senarai pemerhatian telah dibina berdasarkan objektif kajian dan tinjauan literatur. Seramai dua orang penjaja bazar ramadhan di Stadium Darulaman, Alor Setar telah menyatakan kesudian memberi maklumat yang diperlukan pengkaji. Dua orang penjaja ini dipilih daripada tiga orang berdasarkan persetujuan dan kriteria yang telah ditetapkan. Dapatan kajian menunjukkan penjaja menganggap mereka masih belum mahir dalam amalan pengurusan perniagaan tetapi masih mampu meneruskan perniagaan. Walaupun begitu, hasil temu bual mendapati usahawan tani yang dikaji mengakui bahawa amalan pengurusan pemasaran mereka masih lemah manakala hasil pemerhatian pula menunjukkan amalan pengurusan kewangan responden masih di tahap tidak memuaskan.

Kata kunci: penjaja, kerang bakar, pengurusan perniagaan, pengurusan kewangan, pengurusan pemasaran

PENGENALAN

Bazar ramadhan dalam bulan puasa mendapat perhatian seluruh warga negara beragama Islam di negara ini. Malah ada yang bukan Islam turut menunggu suasana bazar ramadhan ini. Pelbagai juadah diniagakan. Bermula dengan permohonan tapak, penjaja perlu bersaing sesama mereka untuk merebut peluang yang datang setahun sekali. Menurut laporan SPRM (2009), Peluang-peluang perniagaan khususnya di bazar-bazar Ramadhan sentiasa menjadi rebutan kerana ia menjanjikan keuntungan yang lumayan. Namun begitu, tapak-tapak gerai yang ditawarkan amatlah terhad berbanding permohonan yang diterima. Ini mengakibatkan persaingan sengit untuk mendapatkan tapak-tapak perniagaan sepanjang bulan Ramadhan.

Pelbagai jenis juadah boleh didapati oleh pelanggan setiap kali berkunjung ke bazar ramadhan. Mohd Shafik (2016), melaporkan seorang penjaja menawarkan setiap hari kepada pelanggan dengan 16 jenis kuih seperti badak berendam, karipap, tepung pelita, somsom, seri muka dan kuih talam sebagai menu istimewa. Demikian juga dengan perniagaan makanan lain seperti dilaporkan oleh Nor Raidah (2015) iaitu perniagaan kerang rebus yang begitu mendapat sambutan khususnya di Parit Buntar dan negeri berhampiran. Perniagaan ini bukan sahaja dijalankan di bulan ramadhan malah diteruskan jualan pada hari-hari biasa.

PENYATAAN MASALAH

Hasil maklumat dan maklum balas secara terus daripada penjaja kerang bakar semasa mengunjungi gerai jualan mereka di Stadium Darul Aman, Alor Setar, Kedah. Mereka secara lisan menyatakan harga kerang bakar terpaksa dinaikkan kerana harga barangan sudah naik malah kerang itu sendiri agak sukar diperoleh daripada pasar. Selain itu, penjaja ini memaklumkan bahawa mereka hanya berniaga kerang bakar di bazar ramadhan sahaja. Pada masa lain aktiviti perniagaan adalah berbeza. Persoalannya, bagaimana mereka boleh memiliki kemahiran dan pengetahuan untuk memasarkan kerang bakar tersebut? Penjaja ini seterusnya menjelaskan mereka sudah lebih tiga kali ramadhan berniaga kerang bakar. Setiap kali, perniagaan mereka mencatatkan keuntungan yang baik. Apakah amalan keusahawanan yang dilakukan oleh mereka sehingga beroleh keuntungan yang baik? Ketika perbualan sedang berjalan, penjaja A dan B, kerap kali turut menyatakan bahawa mereka kurang mahir dalam beberapa perkara berkaitan pengurusan. Hal demikian menyebabkan, mereka berasa begitu berat dan meletihkan menjalankan perniagaan kerang bakar ini. Aspek pengurusan adalah penting kerana ianya bermaksud proses 'mencari cara' atau 'menyelesaikan kerja' (Mohd. Salleh Aman, 2006). Sekiranya gagal untuk mencari cara yang betul dan tepat, sudah pastilah banyak perkara menjadi sukar dilaksanakan. Apabila ditanya secara spontan berkaitan simpanan, pengurusan kewangan dan sambutan orang ramai terhadap kerang bakar, jawapan diberikan ialah keuntungan yang diperoleh habis begitu sahaja. Manakala sambutan orang ramai disifatkan oleh mereka sebagai amat baik pada bulan ramadhan. Oleh itu, tujuan kajian ini ialah untuk memahami dengan lebih mendalam situasi sebenar yang dihadapi oleh penjaja berkenaan berkaitan pengurusan perniagaan, pengurusan pemasaran dan pengurusan kewangan.

OBJEKTIF KAJIAN

Objektif kajian ini dijalankan ialah untuk;

- i) Memahami amalan pengurusan perniagaan yang dilakukan oleh penjaja kecil kerang bakar di bazar ramadhan.
- ii) Memahami amalan pengurusan pemasaran yang dilakukan oleh penjaja kecil kerang bakar di bazar ramadhan.
- iii) Memahami amalan pengurusan kewangan yang dilakukan oleh penjaja kecil kerang bakar di bazar ramadhan.

PERSOALAN KAJIAN

Secara khususnya kajian ini cuba menjawab:

- i) Sejauhmanakah amalan pengurusan perniagaan yang dipraktikkan oleh penjaja kecil kerang bakar di bazar ramadhan?
- ii) Sejauhmanakah amalan pengurusan pemasaran yang dipraktikkan oleh penjaja kecil kerang bakar di bazar ramadhan?
- iii) Sejauhmanakah amalan pengurusan kewangan yang dipraktikkan oleh penjaja kecil kerang bakar di bazar ramadhan?

KEPENTINGAN KAJIAN

Dapatan daripada kajian ini adalah penting dan diharap boleh membantu penjaja kerang bakar bazar ramadhan. Dapatan dari kajian ini juga mungkin akan dapat memberi maklumat kepada penjaja lain berkaitan amalan pengurusan perniagaan, pengurusan pemasaran dan pengurusan kewangan untuk penambahbaikan dalam aktiviti perniagaan masing-masing.

BATASAN KAJIAN

Kajian ini hanya melibatkan dua orang penjaja kerang bakar di bazar ramadhan, Stadium Darul Aman, Alor Setar. Oleh itu, dapatan kajian tidak menggambarkan fenomena di kalangan penjaja kerang bakar di tempat lain. Kedua, pengkaji hanya menjalankan terhadap penjaja yang berniaga pada bulan ramadhan sahaja dan tidak menggambarkan peniaga atau penjaja pada hari-hari biasa.

REKABENTUK KAJIAN

Kajian telah dijalankan secara kualitatif menggunakan kaedah temu bual dan pemerhatian secara bersemuka dengan responden.

SAMPEL KAJIAN

Disebabkan kekangan tugas di pejabat dan kekangan masa, maka kajian ini hanya menggunakan dua orang penjaja kerang bakar sahaja. Pemilihan sampel adalah secara persampelan bertujuan (purposive sampling). Persampelan bertujuan membolehkan penyelidik mendapatkan satu sampel yang amat mirip kepada populasi dan benar-benar memberikan data yang dikehendaki. Menurut Sekaran (2000), persampelan bertujuan antara ciri-cirinya ialah sampel yang dipilih mestilah mempunyai ciri-ciri khusus yang boleh memenuhi tuntutan kajian. Pandangan ini selari dengan Chua (2006), Ranjit Kumar (2005) dan Sabitha Marican (2005), yang menegaskan ciri-ciri subjek, tujuan kajian dan maklumat yang perlu diperoleh adalah perkara utama yang menjadi syarat dalam pemilihan sampel bertujuan.

INSTRUMEN KAJIAN

Dalam kajian ini instrumen yang digunakan ialah soalan temu bual berbentuk *open-ended*. Soalan temu bual digunakan untuk mendapatkan maklumat mengenai kemahiran keusahawanan iaitu aspek pengurusan, pemasaran dan kewangan. Secara khusus soalan temu bual dibahagikan kepada tiga bahagian iaitu:

Bahagian A - Aspek Pengurusan

Soalan yang dibentuk adalah berkaitan kemahiran komunikasi lisan dan tulisan, prosedur penggunaan masa, membentuk hubungan, kemampuan peribadi, latihan pekerja, penyerahan tugas, menilai perniagaan, membentuk kemahiran mengurus, mencari peluang baharu.

Bahagian B – Aspek Kewangan

Soalan yang dibentuk adalah berkaitan kemaskini rekod kewangan, laporan kewangan, keuntungan bersih, rekod pendapatan dan perbelanjaan, penyata aliran tunai, modal kerja, kawalan inventori, belanjawan pengendalian.

Bahagian C – Aspek Pemasaran

Soalan yang dibentuk adalah berkaitan keperluan pelanggan, harga jualan, rancangan pasaran, arah aliran produk, kajian pasaran, kekuatan dan kelemahan pesaing, pemilihan pembekal, promosi rupa bentuk dan kebaikan produk.

KAJIAN RINTIS

Kajian rintis ini bertujuan untuk menguji soalan, menganggarkan masa untuk penerangan, masa untuk menjawab dan permasalahan yang mungkin timbul dari kajian yang dijalankan. Oleh itu, penyelidik mendapatkan kerjasama dua orang sampel untuk terlibat kajian rintis ini. Kedua-dua responden turut terlibat dengan perniagaan di bazar ramadhan tetapi menjalankan jenis perniagaan makanan yang terdiri daripada ikan bakar dan ayam panggang. Maklum balas daripada responden digunakan oleh penyelidik untuk menambahbaik struktur ayat, bahasa dan teknik penyoalan.

PENGANALISAAN DATA

Semua data yang didapati diproses secara manual mengikut bahagian dan tema yang telah di kenal pasti. Data yang diperoleh dikelaskan mengikut tema yang telah ditentukan iaitu pengurusan, pemasaran dan kewangan.

DAPATAN KAJIAN

Hasil dapatan dilaporkan berdasarkan tiga amalan pengurusan peniaga kerang bakar iaitu aspek pengurusan, kewangan dan pemasaran. Daripada temu bual yang dijalankan bagi setiap aspek tersebut, hadir tema-tema berkaitan yang memberi penjelasan terhadap situasi yang dihadapi oleh peniaga. Jadual 1 menunjukkan ringkasan maklum balas dalam aspek pengurusan daripada kedua-dua orang penjaja merangkumi tema komunikasi, kemahiran, dan kebolehan mencari peluang .

Jadual 1

Aspek Pengurusan

Tema	Maklum balas Penjaja A	Maklum balas Penjaja B	Catatan
Komunikasi - Lisan - Tulisan	pembekal: membuat perjanjian dengan pembekal bahan mentah. Jumlah melebihi 100 kg sehari kerana membuka dua kios di bazar. pekerja: menyediakan perjanjian lisan dengan pekerja berkaitan tugas, masa kerja dan bayaran. pelanggan: menggunakan media sosial, aplikasi i-phone dan secara bersemuka dengan pelanggan dengan ramah untuk melariskan jualan. pihak berkuasa: menghubungi pihak berkuasa tempatan untuk urusan permohonan tapak dan masalah yang dihadapi.	pembekal: membuat perjanjian dengan pembekal bahan mentah. Jumlah 50 kg hingga 60 kg sehari. pekerja: menyediakan perjanjian bertulis dan penerangan lisan berkaitan tugas dan tanggungjawab pekerja. pelanggan: menggunakan teknik yang sama seperti penjaja A dan acap kali menambah kandungan jualan. pihak berkuasa: menghubungi pihak berkuasa tempatan untuk urusan permohonan tapak dengan lebih awal dan menyuarakan masalah yang dihadapi.	Penjaja A dan B hanya membuat perjanjian lisan dengan pembekal. Harga berubah-ubah. Penjaja B turut mendapatkan tandatangan saksi untuk surat perjanjian. Aduan pelanggan dianggap serius dan token diberikan kepada pelanggan yang kurang berpuas hati. Penjaja A dan B didapati telah mempunyai 'orang dalam' untuk memudahkan urusan.
Kemahiran - memberi latihan - memberi motivasi	pekerja: memberi latihan secara praktikal kepada pekerja baharu sebelum perniagaan dijalankan. Membayar upah secara harian.	pekerja: memberi latihan secara pratikal kepada pekerja baharu. Turut menguji menu yang akan disediakan. Membayar upah secara harian dan memberikan bonus kerja rajin.	Kedua-dua penjaja juga sering berbincang dengan pekerja masing-masing.
Kebolehan mencari peluang	mempelbagaikan menu: tidak hanya bergantung kepada menu utama kerang sebaliknya turut menjual retak seribu, udang lipan, ketam dan udang galah. Mengekalkan harga lama (RM5.00) untuk minggu pertama ramadhan.	mempelbagaikan menu: tidak hanya bergantung kepada menu utama kerang sebaliknya turut menjual retak seribu, udang lipan, ketam dan udang galah. Menaikkan harga kepada RM7.00 bermula minggu pertama ramadhan dengan memberi nilai tambah.	Kedua-dua penjaja memperoleh keuntungan Cuma strategi penjaja B mencatatkan lebih keuntungan.

Jadual 2 menunjukkan maklum balas berkaitan kebolehan kedua-dua penjaja menguruskan kewangan perniagaan mereka. Daripada analisis, tema seperti kemaskini rekod kewangan, laporan kewangan, keuntungan bersih, rekod pendapatan dan perbelanjaan, penyata aliran tunai, modal kerja, kawalan inventori, dan belanjawan pengendalian telah mendapat maklum balas yang agak ringkas. Kedua-dua penjaja tidak mementingkan rekod dan laporan berkaitan kewangan. Hal demikian dibuktikan dengan tiada catatan rasmi dibuat oleh penjaja A dan B dalam semua tema yang disentuh.

Jadual 2

Aspek Kewangan

Tema	Maklum balas Penjaja A	Maklum balas Penjaja B	Catatan
Rekod kewangan	<i>tidak dibuat secara sistematik hanya merekodkan modal awal sahaja.</i>	<i>tidak dibuat secara sistematik hanya merekodkan modal awal sahaja.</i>	<i>Kedua-dua menyatakan hanya menulis dalam buku modal permulaan.</i>
Laporan kewangan	<i>tidak dibuat dengan alasan tidak tahu keperluannya.</i>	<i>tidak dibuat dengan alasan susah dan tiada masa.</i>	<i>kekurangan pengetahuan tentang pentingnya laporan kewangan perniagaan disediakan.</i>
keuntungan bersih	<i>tiada catatan pada secara rasmi cuma berdasarkan jumlah yang di bank in.</i>	<i>tiada catatan pada secara rasmi cuma berdasarkan jumlah yang di bank in, disimpan oleh ibu dan diri sendiri.</i>	<i>Kedua-dua penjaja dapat menyatakan keuntungan bersih secara pukal tetapi tidak dapat nyatakan keuntungan bersih harian.</i>
rekod pendapatan dan perbelanjaan	<i>tiada rekod pendapatan dan perbelanjaan harian, hanya resit pembelian sahaja disimpan.</i>	<i>tiada rekod pendapatan dan perbelanjaan harian, hanya resit pembelian sahaja disimpan.</i>	<i>Kedua-dua penjaja tidak dapat menjelaskan berapa nilai pembelian yang tidak beresit.</i>
penyata aliran tunai	<i>tiada catatan</i>	<i>tiada catatan</i>	
modal kerja	<i>menyatakan secara lisan berkaitan kos upah pekerja</i>	<i>menyatakan secara lisan berkaitan kos upah pekerja</i>	<i>tiada rumusan modal kerja yang telah dikeluarkan</i>
kawalan inventori	<i>tiada catatan</i>	<i>tiada catatan</i>	<i>kedua-dua penjaja boleh menyenaraikan barangan dan peralatan yang digunakan berserta kos secara lisan.</i>
belanjawan pengendalian	<i>tiada catatan</i>	<i>tiada catatan</i>	<i>kedua-dua penjaja tidak dapat menjelaskan dengan terperinci.</i>

Dapatan kajian dalam aspek pemasaran ditunjukkan dalam jadual 3. Kedua-dua penjaja menunjukkan mereka mempunyai sedikit kemahiran untuk memasarkan barang jualan mereka. Walau bagaimanapun, strategi menetapkan harga lama dan menambah kuantiti untuk menarik pelanggan diusahakan dan disifatkan oleh kedua-dua penjaja ini sebagai berkesan. Mereka juga mempunyai idea rancangan pasaran walaupun tidak secara bertulis. Hal-hal berkaitan pesaing dan pembekal menjadi kebimbangan kepada penjaja tersebut.

Jadual 3

Aspek Pemasaran

Tema	Maklum balas Penjaja A	Maklum balas Penjaja B	Catatan
keperluan pelanggan	<i>tapak bazar menjadi tumpuan jadi tidak perlu melihat kepada keperluan pelanggan.</i>	<i>melihat keperluan pelanggan dari aspek keinginan dan kuasa membeli. Pelanggan ramai dan mesti ada yang membeli.</i>	<i>melihat pelanggan yang mengunjungi bazar ramadhan akan memperuntukkan wang untuk juadah.</i>
harga jualan	<i>mengekalkan harga lama untuk menarik pelanggan.</i>	<i>menaikkan harga dan menambah kuantiti.</i>	<i>kedua-dua strategi adalah untuk menarik pelanggan dianggap berjaya oleh penjaja.</i>

rancangan pasaran	<i>merancang membuka lebih kios di tempat lain bertujuan menyebarkan jenama kerang bakar,</i>	<i>memberi perhatian kepada kualiti dan kuantiti serta persembahan jualan.</i>	<i>menunjukkan kedua-dua penjaja mempunyai idea meluas dan mengukuhkan pasaran.</i>
arah aliran produk	<i>tidak difikirkan</i>	<i>tidak difikirkan</i>	
kajian pasaran	<i>bimbang dengan pasaran masa depan. Merancang untuk mengenal pasti tapak baharu yang berpotensi.</i>	<i>memikirkan beberapa idea untuk berhadapan dengan pasaran masa depan. Mendapati minggu terakhir ramadhan sebagai minggu puncak penjaja boleh mendapat keuntungan yang tinggi.</i>	<i>kedua-dua penjaja dapat menjelaskan perkara-perkara yang membimbangkan mereka untuk kekal sebagai penjaja utama kerang bakar.</i>
kekuatan dan kelemahan pesaing	<i>menyatakan pesaing berkemungkinan boleh mendapatkan harga bahan mentah dengan lebih murah. wujud penjaja baharu.</i>	<i>menjelaskan pesaing sukar menggunakan strategi beliau iaitu menambah kuantiti bahan jualan dalam setiap pek.</i>	<i>Pesaing menjadi satu aspek yang diberi perhatian.</i>
pemilihan pembekal	<i>kesetiaan pembekal dengan harga yang lebih stabil diperlukan.</i>	<i>perlu memikirkan pembekal tambahan kerana kerap kali jumlah bekalan tidak mencukupi seperti dikehendaki.</i>	<i>kegelisahan terhadap perolehan bahan mentah daripada pembekal.</i>
promosi rupa bentuk dan kebaikan produk	<i>promosi dijalankan menerusi laman sosial dan mendapat liputan akhbar tempatan.</i>	<i>promosi dijalankan menerusi laman sosial.</i>	<i>mendapat sambutan dalam laman sosial dengan hit like yang tinggi bagi kawasan Kota Setar, Pendang dan Kubang Pasu.</i>

PERBINCANGAN DAPATAN

Kedua-dua penjaja kecil kerang bakar mempunyai keupayaan yang tinggi dalam membentuk hubungan manusia yang baik. Mereka juga dapat berkomunikasi secara lisan dan tulisan dengan dengan pihak yang berurusan seperti pembekal, pekerja, pelanggan dan pihak berkuasa tempatan. Dapatan ini menyokong pandangan Flatley (1990) dan Mc Cannon et. al (2000), yang menyarankan komunikasi berbentuk tulisan dan lisan adalah penting dan menjadi asas kepada pembentukan kemahiran yang lain di tempat kerja. Penjaja juga didapati dapat melakukan amalan pengurusan yang melibatkan kemahiran memberi latihan dan memotivasikan pekerja masing-masing melalui insentif dan cara berkerja yang menyenangkan dengan mengurangkan tekanan. Hasil temu bual mendapati penjaja menyediakan perjanjian bertulis dengan pekerja masing-masing di mana perjanjian tersebut telah dipersetujui oleh kedua-dua belah pihak. Aspek lain yang dikuasai oleh kedua-dua penjaja dalam kajian ini ialah kebolehan mencari peluang untuk membuat keuntungan baharu melalui tambah nilai dalam penyediaan menu kerang bakar. Mereka mempelbagaikan menu selain kerang seperti menjual retak seribu bersambal, udang lipan sambal, ketam sambal, udang galah bercili dan menu kegemaran ramai *shell out* pada harga ekonomi yang lebih kompetitif. Strategi ini berjaya meningkatkan hasil jualan sekali ganda berbanding sebelumnya. Walaupun begitu, salah seorang penjaja agak lambat mengambil tindakan drastik untuk mengubah strategi kerana pada pandangan beliau peningkatan harga akan membuatkan pembeli kurang kuasa membeli. Kesan yang dikhuatiri ialah hasil jualan beliau akan jatuh dan pelanggan akan pergi kepada penjaja lain. Namun tanggapan ini dibuktikan salah oleh rakan penjajanya.

Hasil dapatan menunjukkan kedua-dua penjaja kurang mengambil berat untuk mengemaskini rekod jualan. Hal demikian, menyebabkan tiada laporan hasil jualan disimpan. Kesan daripada kelemahan ini, penjaja tidak dapat membuat penilaian kekuatan dan kelemahan aspek-aspek tertentu dalam pengurusan kewangan seperti menyediakan belanjawan pengendalian. Pengurusan modal kerja juga tidak dapat dijelaskan dengan baik. Penjaja hanya dapat memberi maklumat berkaitan untung dan modal kasar sahaja. Perincian setiap butiran tidak dapat dibentangkan dengan baik. Menurut Kiesner (1990), kemahiran-kemahiran ini adalah penting untuk menjamin kejayaan sesebuah perniagaan.

Kemahiran pemasaran merupakan aspek keusahawanan yang turut ditekankan oleh penjaja walaupun mereka dilihat agak kurang berusaha ke arah itu. Hal demikian, disebabkan kawasan perniagaan adalah berpusat dan menjadi

tumpuan ramai. Jadi mereka tidak perlu bersusah payah melakukan strategi pemasaran yang lebih hebat. Namun, kedua-dua penjaja menyedari aspek pemasaran adalah penting untuk perniagaan terutama yang mempunyai persaingan kuat. Dapatan ini selari dengan pandangan Alauddin Sidal (2014) yang jelas mendapati kemahiran pemasaran yang dimanfaatkan oleh usahawan melalui pelbagai saluran dan platform memberi kesan positif kepada usahawan kecil. Namun, prestasi dan hasil usaha adalah bergantung kepada tahap kemampuan usahawan tersebut.

Selain daripada itu, penjaja kerang bakar turut menyatakan bahawa mereka perlu meningkatkan pengetahuan berkaitan perniagaan supaya pengurusan dapat dijalankan dengan lebih baik dan memberikan impak yang lebih positif. Tanpa pengetahuan yang mencukupi, penjaja berasakan tindakan mereka kurang teratur dengan urusan perniagaan agak kurang teratur.

RUMUSAN DAPATAN KAJIAN

Secara keseluruhannya, kedua-dua orang penjaja mempunyai kemahiran asas yang boleh digunakan pada masa akan datang dalam urusan perniagaan mereka. Namun, mereka tidak boleh berpuas hati berada pada tahap sekarang. Keuntungan yang diperoleh dalam perniagaan terdahulu tidak boleh dijadikan ukuran untuk membuat keuntungan pada masa akan datang kerana keadaan akan berubah. Sama ada mahu atau tidak, mereka harus belajar secara formal atau sebaliknya untuk menambahkan pengetahuan dalam bidang yang diceburi. Penambahan pengetahuan melalui pendidikan akan menjadikan mereka akan melengkapkan ciri-ciri keusahawanan yang berjaya.

CADANGAN DAN TINDAKAN

Penyelidik berpendapat, penjaja kerang bakar ini boleh mencuba untuk menceburi penjualan produk pada waktu di luar bulan ramadhan. Rasionalnya, penjualan di luar musim akan memberi lebih cabaran kepada penjaja dan akan memaksa mereka untuk belajar aspek-aspek keusahawanan yang masih kurang dikuasai.

CADANGAN PENYELIDIKAN MASA DEPAN

Perlu dijalankan penyelidikan yang melibatkan responden lebih ramai memandangkan semakin hari, perniagaan ini semakin berkembang. Perkembangan yang pesat dibawa oleh media sosial sedia ada dengan kuasa 'viral' di laman *facebook*, *twitter*, *whatsapp* dan sebagainya. Penglibatan lebih ramai responden dengan gabungan kaedah penyelidikan akan memastikan hasil kajian lebih bernilai.

Penyelidik juga perlu turut melibatkan penjaja atau peniaga di semua kawasan yakni tidak bertumpu di sesuatu kawasan tertentu sahaja. Hal demikian ialah untuk melihat secara keseluruhan pengaruh yang memberi impak kepada prestasi penjaja atau peniaga.

PENUTUP

Peluang perniagaan yang diwujudkan oleh penjaja atau peniaga kecil terus mendapat sambutan orang ramai terutama dalam bulan ramadhan pada setiap tahun. Keupayaan penjaja memenuhi citarasa pelanggan dengan layanan yang baik dapat memastikan kelangsungan perniagaan terus bertahan dan dinanti-nantikan kehadirannya pada setiap kali ketibaan ramadhan. Namun, masa yang berubah memerlukan penjaja menjadi lebih kreatif dan inovatif memasarkan produk mereka. Tambahan pula, produk berkenaan turut dijual pada hari-hari biasa.

RUJUKAN

- Alauddin Sidal. (2014). Taksonomi keupayaan usahawan wanita melayu. *Journal of human Capital Development*, 7(2), July-December 2014.
- Chua Yan Piaw. (2006). *Asas statistik penyelidikan*. Malaysia. McGraw Hill.
- Flatley, M. E. (1990). Team presentation skills: essential tools today. *Business education forum* 45(2): 19-21
- Kiesner, W. F. (1990). Post – secondary entrepreneurship education for the practicing venture-initiator. dalam *interpreneurship education: Current Development Future Direction*. New York: Quorum Books.
- Mc Cannon, M. & T. B. Crews. (2000). The top five communication skills needed by information system graduates. *The Delta Pi Epsilon Journal* xxxi (4): 246-250

- Mohd. Salleh Aman. (2006). *Pengurusan sukan, aplikasinya di Malaysia*. Kuala Lumpur: Universiti Malaya.
- Mohd. Shafik Zainol Abidin. (2016). *Serbu kuih mat jijan*. Diperoleh Ogos 8, 2016 dari www.hmetro.com.my/node/145172
- Nor Raidah Awang. (2015). *Man kerang*. Diperoleh Ogos 8, 2016 dari www.hmetro.com.my/node/63440
- Ranjit Kumar. (2005). *Research methodology: A step by step guide for beginners*. (2nd. ed). Malaysia: Longman.
- Sabitha Marican. (2005). *Kaedah penyelidikan sains sosial*. Malaysia: Prentice Hall.
- SPRM. (2009). *Kajian SPRM perbaiki masalah bazar ramadhan*. Diperoleh Feb 14, 2016 dari www.ourdifferentview.com/archives/306
- Sekaran, U. (2000). *Research method for business*. New York: John Wiley & Sons, Inc.