

KAJIAN PERDAGANGAN PERUNCITAN KOPERASI DI NEGERI SARAWAK

SYARIFAH ROHAYA WAN IDRIS

YUSMAN YACOB

FRANK ME-OL ABDULLAH

MOHD SUANDI HJ. MORTADZA

MOHD HASWARDI MORSHIDI

NOVEMBER 2011

RINGKASAN EKSEKUTIF

Di Malaysia, industri peruncitan merupakan antara industri yang penting dan memberi sumbangan besar kepada pertumbuhan ekonomi sesebuah negara. Ekonomi tidak boleh berfungsi tanpa peruncitan memandangkan dalam ekonomi yang serba kompetitif sekarang, telah muncul ramai usahawan yang menceburi bidang ini termasuklah koperasi. Perdagangan runcit di Malaysia merangkumi berbagai jenis produk dan perkhidmatan dan seringkali perdagangan berbentuk sebegini terbahagi kepada klasifikasi berunsurkan jenis barangan atau saiz kedai. Sememangnya saiz kedai runcit menjadi isu hangat ketika ini apabila industri runcit mula didominasi oleh peruncit berskala besar. Koperasi sebagai sebuah entiti perniagaan turut menerima cabaran besar kesan daripada perkembangan industri peruncitan di Malaysia.

Oleh yang demikian, koperasi-koperasi yang menjalankan kedai runcit khususnya, perlu memikirkan apakah strategi perniagaan yang kompetitif demi meningkatkan kebajikan ekonomi dan sosial anggotanya dan seterusnya dapat membantu usaha pihak kerajaan meningkatkan sumbangan sektor ini kepada KDNK negara sebanyak 5 peratus menjelang 2013. Kajian exploratori ini dijalankan bertujuan untuk mengenalpasti profil koperasi yang menjalankan perniagaan kedai runcit di Negeri Sarawak. Selain itu, kajian ini juga akan mengenalpasti faktor kritikal kejayaan (CSF) perniagaan kedai runcit yang dijalankan oleh koperasi di Negeri Sarawak serta menentukan susunan kepentingan faktor kritikal kejayaan (CSF) perniagaan kedai runcit koperasi di Negeri Sarawak dan seterusnya mewujudkan model kejayaan perniagaan peruncitan koperasi di Negeri Sarawak.

Hasil kajian ini akan memberi maklumat asas kepada perancang dan pembuat dasar, iaitu Kementerian Perdagangan Dalam Negeri, Koperasi dan Kepenggunaan (KPDNKK), Suruhanjaya Koperasi Malaysia (SKM) dan Maktab Koperasi Malaysia (MKM). Malahan, penemuan kajian ini juga berguna kepada gerakan koperasi sebagai kayu ukur kepada koperasi dalam menilai tahap kemampuan dan keupayaan mereka membangunkan dan menjayakan aktiviti peruncitan di kawasan masing-masing serta keberkesanan mereka kepada para anggota. Seterusnya, pihak pengurusan mampu membuat perancangan penambahbaikan kepada kelemahan yang dihadapi (sekiranya ada) sebagai satu tindakan susulan.

Kajian ini melibatkan koperasi-koperasi dewasa di bawah fungsi pengguna yang menjalankan aktiviti kedai runcit tanpa mengira saiz, kedudukan geografi dan keutamaan aktiviti yang berdaftar dengan Suruhanjaya Koperasi Malaysia sehingga Disember 2009 di Negeri Sarawak yang meliputi 11 bahagian utama. Berdasarkan statistik sehingga 31 Disember 2009, sebanyak 58 buah koperasi daripada 256 buah koperasi dewasa di bawah fungsi pengguna di Negeri Sarawak didapati menjalankan aktiviti kedai runcit. Responden kajian ini terdiri daripada semua 58 buah koperasi pengguna yang menjalankan aktiviti kedai runcit.

Bagi menjawab objektif pertama kajian iaitu mengenalpasti profil koperasi yang menjalankan peruncitan di Negeri Sarawak, dapatan mendapati 63.6 peratus koperasi telah ditubuhkan sebelum tahun 1990, kebanyakannya bertumpu di Bahagian Kota Samarahan (50.9 peratus) iaitu di kawasan luar bandar (67.3 peratus) dan berada dalam lingkungan 0-50 km dari bandar (85.4 peratus) yang kesemuanya boleh dihubungi melalui jalan raya. Sebanyak 52.7 peratus koperasi tersebut hanya menjalankan kedai runcit sahaja tanpa adanya aktiviti-aktiviti sokongan perniagaan lain. Individu yang menganggotai koperasi tersebut kebanyakannya berada dalam lingkungan umur 41-50 tahun mewakili 38.2 peratus dari keseluruhan anggota dan 52.7 peratus anggotanya berpendapatan bulanan di bawah RM 500.00.

Objektif pertama ini juga telah mengkaji aspek pengendalian operasi peruncitan koperasi dan kajian telah mendapati 38.8 peratus koperasi berada pada jarak melebihi 40 km dari bandar, 89.1 peratus koperasi hanya menggunakan kaedah tunai sahaja dalam urusan seharian mereka, kebanyakannya berurusan dengan pembekal tetap sahaja dan 58.2 peratus koperasi tersebut mengambil stok bekalan kedai mereka daripada pemborong. Kebanyakan koperasi tersebut membuat pesanan barangan mereka pada kekerapan sekali seminggu dalam jumlah RM3501 ke atas dan mengenakan peratusan margin 0-25 peratus daripada harga kosnya. 56.4 peratus koperasi mempunyai kemudahan stor simpanannya tersendiri, 90.9 peratus sudah

mempunyai sistem rekod dan 70.9 peratus daripadanya masih menggunakan sistem rekod secara manual. 38.2 peratus koperasi didapati telah mempunyai pengangkutannya sendiri. Hampir keseluruhan koperasi tersebut beroperasi pada setiap hari (80 peratus) dari jam 7 pagi hingga 8 malam (45.5 peratus). Kajian juga mendapati tahap hubungan koperasi dengan pelanggan, pembekal dan pesaing adalah pada tahap tinggi menggambarkan koperasi mempunyai perhubungan yang baik dengan setiap pihak yang berurusan dengan aktiviti perniagaan kedai runcitnya.

Di samping itu, demografi anggota yang telah ditemubual dalam kajian ini juga telah dianalisis. Daripada 551 orang anggota yang telah diselidiki, 75 peratus daripada mereka adalah merupakan anggota biasa manakala selebihnya merupakan barisan pengurusan yang terdiri daripada Anggota Lembaga koperasi, Jawatankuasa Audit Dalaman, pengurus dan kakitangan. 41.9 peratus daripadanya adalah perempuan dan kebanyakannya berumur antara 46 - 60 tahun yang mewakili 29.9 peratus dari keseluruhan anggota tersebut. Majoritinya adalah berbangsa Bidayuh (50.6 peratus) dan beragama kristian serta 39 peratus hanya mempunyai pendidikan setakat Sekolah Rendah. 51 peratus di kalangan mereka bekerja secara sendiri dan mempunyai purata pendapatan di bawah RM500.

Bagi menjawab objektif kedua kajian iaitu mengenalpasti faktor kritikal kejayaan perniagaan peruncitan yang dijalankan oleh koperasi di Negeri Sarawak, pandangan daripada pengurusan dan anggota koperasi telah di analisis menggunakan analisis faktor menggunakan Dimension Reduction Factor Analysis. Daripada 51 pembolehubah yang telah dikenalpasti, kajian mendapati terdapat enam (6) faktor kritikal yang menyumbang kejayaan perniagaan peruncitan koperasi iaitu keusahawanan, sokongan, komunikasi, persaingan, susun atur kedai dan pengurusan. Komunikasi di sini merujuk kepada pembangunan berterusan dalam pembentukan visi, misi dan strategi perniagaan yang digunakan sebagai alat komunikasi penting dalam koperasi. Untuk berjaya, koperasi yang menjalankan aktiviti peruncitan perlu mengutamakan pengurusan yang baik seperti memberikan perkhidmatan cekap kepada pelanggan, mempelbagaikan jualan barangan bagi memenuhi kehendak serta mempunyai infrastruktur yang mencukupi. Susunatur yang baik juga penting bagi menampilkan kedai runcit koperasi lebih menarik. Kerajaan di bawah KPDNKK telah menyasarkan sebanyak 5000 buah kedai runcit dapat dimodenkan menjelang tahun 2020 dan sebanyak 500 buah menjelang tahun 2011 bagi meningkatkan daya saingnya. Penekanan pihak kerajaan dalam aspek ini adalah jelas melalui pendekatannya dalam Dasar Koperasi Negara kedua 2011-2020 melalui Teras Strategik Ketiga agar anggota koperasi bersifat inovatif, kreatif dan berbudaya

keusahawanan. Kejayaan koperasi peruncitan memerlukan anggota yang dapat menyumbang idea-idea yang kreatif dalam menambahbaik serta mempelbagaikan perniagaan koperasi. Untuk berjaya, koperasi peruncitan di Sarawak didapati masih memerlukan sokongan pihak kerajaan dalam bentuk dasar yang boleh membantu memperkembangkan perniagaan kedai runcit koperasi di samping sokongan kewangan bagi mempertingkatkan prestasi dan keuntungan perniagaan. Faktor persaingan perlu bagi membolehkan sesebuah perniagaan itu berjaya. Koperasi perlu bersaing secara sihat di kalangan kedai runcit lain. Ini kerana dengan adanya pesaing lain di kawasan tertentu, ia dapat mengurangkan kegiatan monopoli harga di kalangan peniaga-peniaga tempatan dan sekaligus membantu pelanggan-pelanggan membuat pelbagai pilihan barangan.

Objektif ketiga bertujuan mengenalpasti susunan kepentingan faktor kritikal kejayaan (CSF) perniagaan kedai runcit koperasi di Sarawak dijalankan menggunakan ujian Cronbach Alpha iaitu merujuk kepada analisis kebolehpercayaan serta analisis regresi pelbagai (*Multiple Regression Analysis*). Analisis mendapati kesemua faktor tersebut menghasilkan keputusan ujian Cronbach Alpha melebihi 0.7. Manakala, hasil daripada analisis regresi pelbagai pula mendapati hanya empat daripada faktor yang dikenalpasti signifikan kepada kualiti perkhidmatan. Walaupun analisis mendapati 2 faktor yang lain tidak signifikan, namun tidak bermakna ianya tidak menyumbang kepada kejayaan perniagaan kedai runcit koperasi di negeri Sarawak.

Hasil dapatan keseluruhan kajian ini, penyelidik telah berjaya menghasilkan sebuah model kejayaan perniagaan peruncitan koperasi. Keenam-enam faktor yang telah dikenalpasti iaitu keusahawanan, sokongan, komunikasi, persaingan, susun atur dan pengurusan merupakan faktor penyumbang kritikal dalam menentukan kejayaan sesebuah perniagaan peruncitan koperasi. Kejayaan perniagaan peruncitan ini diukur dalam konteks kualiti perkhidmatan koperasi yang boleh diterjemahkan dalam bentuk kepuasan dan kesetiaan pelanggan yang juga merupakan anggota koperasi.

Sebagai kesimpulannya, untuk berjaya dalam perniagaan kedai runcit ini, koperasi perlu mempunyai kekuatan keenam-enam faktor tersebut bagi menjamin kualiti perkhidmatan yang ditawarkan kepada anggotanya. Oleh yang demikian, sekiranya kualiti perkhidmatan koperasi adalah baik, maka anggota koperasi akan merasa puas dan akan terus setia kepada koperasi mereka.

