

WOMEN AND ECONOMY KEBERKESANAN PROGRAM “*MON MARCHÉ SOCIAL*” (SOSIAL MARKET SAYA) MEMBANGUNKAN KEUSAHAWANAN WANITA JOHOR

Mohamad Ali Taib¹

¹Pengarah Pembangunan Wanita Negeri Johor

ABSTRAK

Kertas ini disediakan adalah untuk memperkenalkan dan menyatakan kejayaan Projek “*Mon Marché Social*” (*MMS*) atau **Sosial Market Saya (SMS)** yang dikendalikan oleh Jabatan Pembangunan Wanita Johor bersama penyelarar projek *MMS* iaitu Encik Abd Rahim Samad dan Puan Noordiana Samudin. Projek *MMS* ini adalah merupakan satu program untuk meningkatkan pendapatan usahawan-usahawan di bawah bimbingan Pejabat Pembangunan Wanita Negeri Johor melalui aktiviti jualan di Pusat beli-belah di Negeri Johor dan Expo di Negara Singapura. Ini adalah berikutan kebanyakan pusat beli-belah dan Expo Changi, Suntec City dan Marina Bay Sand, Singapura adalah pusat tumpuan orang ramai untuk mendapatkan perkhidmatan dan pusat beli-belah maka pengwujudan *MMS* ini adalah amat bersesuaian dan menjadi salah satu kemudahan kepada orang ramai untuk membeli pelbagai barangan dan perkhidmatan yang dipromosikan oleh usahawan-usahawan Pejabat Pembangunan Wanita Negeri Johor. Setakat ke hari ini seramai **676 Usahawan Wanita Johor** dan masih aktif telah bersama di dalam Projer *MMS* sejak Ogos 2015 serta berjaya melonjakkan pendapatan kepada 100% dari jumlah asal. Kesemua usahawan ini bermula dengan berniaga di pasar malam dan pasar tani sahaja sebelum ini telah berjaya diubah dari segi penampilan, teknik *networking*, disamping didedahkan dengan tip-tip mudah di dalam memasarkan produk masing-masing.

PENGENALAN

Kementerian Pembangunan Wanita, Keluarga dan Masyarakat melalui Jabatan Pembangunan Wanita sememangnya sangat komited dalam berusaha untuk membangunkan golongan wanita dalam pelbagai aspek kehidupan sepertimana yang terkandung di dalam Dasar Wanita Negara yang digubal pada tahun 1989 dengan mengambil kira isu, peluang, cabaran dan persekitaran masa kini dan yang akan datang. Dua matlamat utama Dasar Wanita Negara juga jelas memperuntukkan bahawa faktor ekonomi adalah keutamaan kementerian untuk membangunkan Wanita iaitu:

1. Membangunkan potensi dan mendayaupayakan wanita dari pelbagai lapisan masyarakat dan dalam semua sektor sebagai agen perubahan kepada masyarakat serta penyumbang kepada pembangunan ekonomi dan sosial negara; dan
2. Menyediakan persekitaran yang kondusif, termasuk penggubalan dasar dan perundangan mesra wanita, bagi meningkatkan martabat dan kesejahteraan hidup wanita dalam semua aspek termasuk fizikal, ekonomi, sosial, politik, kesihatan, psikologi dan kerohanian.

Justeru pelbagai program Pembangunan ekonomi khusus untuk wanita telah dilaksanakan dan diteruskan demi kelangsungan pembangunan holistik golongan Wanita di Malaysi terutamanya dalam membantu mempertingkatkan bilangan wanita dalam keusahawanan.

Di Malaysia sehingga kini sudah terdapat pelbagai kajian khusus oleh pengkaji-pengkaji yang menerangkan tentang aspek Keusahawanan Wanita ini. Dalam kertas ini dibawakan beberapa

kajian yang dirasakan bertepatan dengan program yang dikemukakan oleh penulis untuk dijadikan sandaran penulisan.

Tujuan utama penulisan ini pula adalah untuk memperkenalkan kepada masyarakat dan mengetengahkan program “*Mon Marché Social*” (*MMS*) atau **Sosial Market Saya (SMS)** yang dikendalikan oleh Jabatan Pembangunan Wanita Johor bersama penyelaras projek *MMS* iaitu Encik Abd Rahim Samad dan Puan Noordiana Samudin. Projek *MMS* ini adalah merupakan satu program untuk meningkatkan pendapatan usahawan-usahawan di bawah bimbingan Pejabat Pembangunan Wanita Negeri Johor melalui aktiviti jualan di Pusat beli-belah di Negeri Johor dan Expo di Negara Singapura. Sebelum berbicara lebih lanjut tentang program adalah wajar diterangkan terlebih dahulu tentang definisi utama yang perlu dijelaskan.

DEFINISI USAHAWAN, KEUSAHAWANAN DAN USAHAWAN WANITA

Usahawan

Menurut Barringger dan Ireland (2010), usahawan adalah dikenali sebagai individu yang boleh mengambil risiko antara penjual dan pembeli. Usahawan juga merupakan individu yang berkebolehan dalam mengambil alih sesebuah organisasi atau pengurusan dan mengetahui risiko perniagaan tersebut (Mazzarol 2011). Kuehl dan Lambing (2000) pula menyatakan bahawa perkataan *entrepreneur* adalah berasal daripada bahasa Perancis iaitu *entreprende* yang bermaksud ‘perantara’ atau ‘pengambil’. Usahawan di lihat sebagai perantara bagi pembekal dan pelanggan di samping menjadi pengambil risiko untuk berjaya dalam perniagaannya.

Menurut Greene (2000) pula, usahawan ditakrifkan sebagai individu yang menjalankan perniagaan sendiri. Selain itu, usahawan juga merupakan individu yang menguruskan pertumbuhan perniagaan (Andersson, 2003). Manakala, Nor Aini Idris (2008) menganggap usahawan sebagai golongan peniaga atau pengusaha yang sanggup menanggung risiko, berusaha ke arah inovasi, bijak dan kreatif dalam meningkatkan kekayaan, kekuasaan dan status sosial.

Keusahawanan

Menurut Mazzarol (2011), keusahawanan merupakan satu proses ekonomi yang bergerak ke hadapan melalui bertindak, bagi kreatif atau inovasi. Baringger dan Ireland (2011) pula menyatakan bahawa, keusahawanan merupakan suatu proses, di mana banyak orang yang menunggu kepada peluang dan menjadikannya sebagai sumber. Secara ringkas, usahawan dan keusahawanan merupakan suatu yang bergantung antara satu sama lain, dalam mengeluarkan atau menjana suatu produk atau perkhidmatan yang baru, yang melibatkan pelbagai faktor, seperti buruh, modal, sumber dan lain-lain.

Usahawan Wanita

Usahawan wanita ditakrifkan sebagai individu yang menjalankan perniagaan kecil, dimiliki oleh seseorang individu dengan menubuhkan dan menguruskan perniagaan berdasarkan prinsip dan matlamat individu tersebut (Andrea E. Smith-Hunter, 2006).

Selain itu, usahawan wanita juga merupakan wanita yang mempunyai motivasi untuk membangunkan perniagaan sendiri (McKay, 2001). Usahawan wanita juga adalah wanita yang menjalankan perniagaan Industri Kecil dan Sederhana (IKS) (Shalini Sinha, 2005). Menurut Markovic (2007) pula, kemahiran dan keupayaan wanita di peringkat dunia dapat dipertingkatkan melalui aktiviti keusahawanan.

Menurut Smith-Hunter (2006), usahawan wanita ditakrifkan sebagai individu yang menjalankan perniagaan kecil, dimiliki oleh seseorang individu dengan menubuhkan dan

menguruskan perniagaan berdasarkan prinsip dan matlamat individu tersebut. Hari ini wanita memainkan peranan besar dalam membantu pembangunan dan daya saing kebanyakan negara. Ini seiring dengan dasar Kementerian Pembangunan Wanita, Keluarga dan Masyarakat yang berhasrat untuk mengoptimumkan potensi wanita di dalam pembangunan ekonomi. Kerajaan juga melihat bahawa peningkatan keusahawanan wanita sebagai langkah yang berkesan untuk meningkatkan taraf sosio-ekonomi, kebajikan keluarga dan negara keseluruhannya. Justeru, melalui Perangkaan Wanita, Keluarga dan Masyarakat (2013), kerajaan telah melaksanakan Skim Bantuan Khas untuk Usahawan Wanita yang merangkumi pelbagai program, pinjaman, konsultasi, kemahiran dan seumpamanya.

PEMBANGUNAN USAHAWAN WANITA MALAYSIA

Pelbagai aktiviti telah, sedang dan cuba diadakan dari semasa ke semasa oleh pihak kerajaan melalui pelbagai agensi berkaitan keusahawanan untuk memajukan dan membangunkan keusahawanan termasuk di kalangan wanita. Kebanyakan Usahawan Wanita ini mempunyai sikap yang gigih dan cecal, dan sikap ini begitu ketara dalam diri wanita yang berniaga (Gusniar et al., 2014). Walaubagaimanapun, kegigihan tersebut sebenarnya masih belum mampu menjadikan mereka sebagai seorang usahawan yang benar-benar berjaya, malahan mereka masih dilihat jauh ketinggalan berbanding kaum lelaki.

Terdapat banyak faktor yang menjadi penyebab kepada kebanyakan usaha perniagaan yang dijalankan oleh usahawan wanita terbengkalai di separuh jalan dan pelbagai punca boleh dikaitkan dengan berlakunya masalah tersebut. Antara faktor penyebab yang utama adalah sikap yang lebih suka kepada perniagaan yang sederhana, kurang keyakinan diri untuk berhadapan dengan cabaran perniagaan, berlaku masalah antara kerjaya dan kehidupan peribadi, tidak dapat menangani permasalahan persekitaran, lemah dan kabur dalam bidang yang diceburi (Nor Aini, 2008).

Menyedari akan perkara ini pihak kerajaan sebenarnya mengambil maklum tentang peranan dan kebolehan kaum wanita dalam dunia perniagaan dan keusahawanan. Malahan, pengwujudan Dasar Wanita Negara (DWN) adalah merupakan salah satu pengiktirafan negara kepada potensi besar kaum wanita sebagai rakan kongsi dalam pembangunan negara. DWN digubal dengan tujuan untuk memberikan panduan dalam semua usaha perancangan dan pelaksanaan program-program pembangunan negara agar penyertaan dan kepentingan kaum wanita tidak terabai. Selain itu, dasar ini juga mendorong dan mengintegrasikan penglibatan golongan wanita serta menjadikan mereka aktif dalam pembangunan ekonomi dan sosial negara.

Manakala, dalam tempoh Rancangan Malaysia Kesebelas (RMK-11) pula, kerajaan terus berusaha untuk menyediakan persekitaran yang kondusif bagi memastikan penyertaan wanita lebih berdaya maju dalam pembangunan negara. Wanita cuba dilengkapkan dengan pengetahuan dan kemahiran yang sesuai bagi menjadikan mereka menjadi individu yang serba boleh dan lebih berdaya saing dalam menghadapi cabaran ekonomi yang berasaskan pengetahuan.

Walaupun secara dasarnya adalah sukar untuk menganggarkan jumlah wanita yang menjalankan perniagaan sendiri kerana kebanyakannya beroperasi di dalam perniagaan kecil yang tidak berdaftar. Terdapat wanita yang berniaga secara kecil-kecilan di pasar tani mahupun pasar malam atau sekadar menjual makanan dan minuman di hadapan rumah atau hanya di bahu jalanan. Perkara ini jelas menunjukkan kepada kita bahawa platform untuk wanita berniaga adalah sangat terbatas dan sukar untuk mereka menembusi pasaran yang lebih gah

dan luas. Perniagaan yang dijalankan ini juga jelas menunjukkan bahawa kebanyakan usahawan wanita sekadar menjalankan satu bentuk pekerjaan hanya untuk menampung keperluan harian dan tidak dikembangkan dalam erti kata sebenar sebagai usahawan. Di peringkat Jabatan Pembangunan Wanita juga ada menyediakan platform untuk Usahawan Wanita berniaga namun hanyalah sekadar di Pasar Tani dan Bazar Wanita mahupun BazarNita sahaja.

Syed Shah Alam et.al (2011) turut menjelaskan bahawa wanita yang menjalankan perniagaan sebenarnya bukan berhadapan dengan kekangan kemahiran tetapi adalah disebabkan oleh kekangan peluang yang diberikan kepada mereka. Bertitik tolak dari pemahaman sebegini maka pihak Jabatan Pembangunan Wanita Negeri Johor telah berbincang bersama dengan beberapa usahawan untuk mengadakan satu alternative platform perniagaan untuk Usahawan Wanita dilihat lebih berdaya saing dan mengorak langkah yang lebih berani iaitu dengan membuat perniagaan di Pusat Beli Belah terpilih di sekitar Johor Bahru. Projek ini dinamakan sebagai Projek “*Mon Marché Social*” - Sosial Market Saya.

“MON MARCHÉ SOCIAL” - SOSIAL MARKET SAYA

“*Mon Marché Social*” (MMS) atau **Sosial Market Saya** (SMS) ini adalah merupakan satu program untuk meningkatkan pendapatan usahawan-usahawan di bawah bimbingan Pejabat Pembangunan Wanita Negeri Johor melalui aktiviti jualan di Pusat Beli Belah di Negeri Johor. Memandangkan kebanyakan pusat beli-belah adalah pusat tumpuan orang ramai untuk mendapatkan perkhidmatan dan memiliki kondisi serta keselesaan kepada pengunjung untuk datang maka pengwujudan “*Mon Marché Social*” atau **Sosial Market Saya** ini adalah amat bersesuaian dan menjadi salah satu kemudahan kepada orang ramai untuk membeli pelbagai barangan dan perkhidmatan yang dipromosikan oleh usahawan-usahawan Jabatan Pembangunan Wanita Negeri Johor (JPW Johor).

Objektif MMS

Objektif penganjuran program ini adalah;

1. Meningkatkan Jualan di lokasi yang strategik,
2. Mempromosikan produk/perkhidmatan usahawan bimbingan,
3. Melahirkan usahawan berdaya saing,
4. Mendidik usahawan menguruskan program promosi, dan
5. Salah satu tarikan orang ramai untuk mengunjungi Pasaraya terlibat.

Perlaksanaan Program

Kaedah pelaksanaan program ini adalah dengan pihak Jabatan Pembangunan Wanita terlebih dahulu mengenal pasti Pusat beli-belah terpilih dan mengadakan perbincangan untuk mendapatkan harga sewaan tapak terbaik untuk kemudahan Usahawan Wanita yang akan berniaga di situ.

Tarikh Pelaksanaan Program “*Mon Marché Social*” atau **Sosial Market Saya** adalah diadakan pada hujung minggu (bermula pada hari Jumaat) sehingga Ahad. Kebiasaannya program ini diadakan selama **3 (tiga) hari ke 10 (sepuluh) hari untuk setiap pusat beli-belah**. Peserta yang dipilih adalah di kalangan usahawan bimbingan JPW Johor. Anggaran peserta pada satu-satu masa program diadakan adalah dari 10 ke 20 usahawan mengikut keluasan tapak yang diperuntukkan oleh pihak Pusat Beli-belah. Manakala kos tapak perniagaan adalah tertakluk kepada ketetapan oleh pihak pengurusan pusat beli-belah.

Urusetia bagi program ini adalah, pihak JPW Johor, Usahawan JPW (Puan Noordiana Samudin, Encik Abd Rahim Samad, Puan Saadiyah Abu Nawas - menamatkan penyertaan pada 1 Disember 2016 dan bergerak memperkenalkan Program PUTEH iaitu program sembang santai keusahawanan, Puan Azizah Abu Nawas - menamatkan penyertaan pada 1 Disember 2016 dan bergerak memperkenalkan Program PUTEH iaitu program sembang santai keusahawanan, Encik Ahmad Shukri - menamatkan penyertaan pada 1 Mac 2017 dan bergerak memperkenalkan Program LAWA iaitu program jualan keusahawanan, serta pihak Pengurusan Pusat Beli-Belah terlibat.

Pada mulanya pihak JPW Johor dan Urusetia hanya menyediakan tapak dan karpet sahaja. Namun demikian mulai tahun 2017 peralatan yang disediakan oleh pihak MMS adalah karpet, sebuah kerusi, meja dan alas meja. Manakala Lain-lain peralatan adalah ditanggung oleh peserta sendiri.

Anggaran perbelanjaan

Anggaran kos bagi setiap program selama 3 atau 10 hari seperti butiran berikut:

Bil	Perkara	Jumlah
1	Kos Tapak Booth adalah tertakluk kepada persetujuan Pasaraya terlibat	RM

Kebiasaannya sewaan tapak oleh pihak Pusat Beli-belah adalah secara pukal yang mana seorang usahawan akan dikenakan sebanyak RM150.00 ke RM 300.00 pada setiap kali MMS beroperasi. Jumlah ini adalah sangat berpatutan dan memudahkan Usahawan Wanita berhampiran untuk membayarnya.

PENGISIAN PROGRAM MMS

Bagi memastikan Usahawan Wanita yang berniaga di Program MMS ini mereka hendaklah terlebih dahulu mengikuti kursus mahu pun program-program anjuran JPW Johor agar mereka bermotivasi dan mampu bersaing dengan usahawan-usahawan lain. Berikut adalah program yang diperlukan oleh usahawan Wanita sebelum dibenarkan berniaga bersama JPW Johor;

Kursus Keusahawanan

Peserta didedahkan kepada strategi dalam bidang keusahawanan termasuklah, pemilihan produk atau servis yang ingin ditawarkan, *supply dan demand* perlu selari, elakkan produk atau servis yang bersifat semusim kerana perniagaan seperti ini hanya mempunyai reputasi sementara.

Bengkel Keusahawanan

Semasa bengkel peserta didedahkan kepada cabaran yang perlu dipertimbangkan sebagai seorang usahawan yang antaranya adalah, produk/ servis tidak mendapat sambutan, tidak pulang modal, rugi, tiada modal, penipuan atau penyelewengan oleh pembekal atau pengeluar lain dan sebagainya.

Sembang Santai

Di dalam program sembang santai kebiasaannya usahawan-usahawan akan berkongsi akan strategi pemasaran yang merupakan salah satu aspek penting bagi seorang usahawan. Tanpa pemasaran yang tepat, produk/ servis yang ditawarkan mungkin tidak mendapat sambutan.

Menerangkan antara strategi pemasaran yang berkesan seperti, *online business*, menjelaskan penggunaan teknologi moden seperti laman web, blog, Facebook, Instagram untuk memasarkan produk/ servis, penggunaan database, penghantaran maklumat kepada orang ramai/ klien menerusi SMS, Emel, atau menyediakan apps khusus berkaitan perniagaan, pengklanan.

Konsep pemasaran konvensional yang memerlukan modal tinggi namun, meluas juga turut ditekankan disamping yang menjadi tular sekarang ini iaitu, konsep dropship, agen-agen dropship membantu untuk memasarkan produk/ servis seseorang usahawan.

Program Motivasi

Meningkatkan celik akal dan memberi maklumat kepada masyarakat tentang pengurusan konflik dengan menggunakan kaedah komunikasi berkesan. Usahawan juga didedahkan kepada;

- Pengenalan kepada konflik
- Hubungan vs Komunikasi
- Pengendalian konflik
- Isu-isu berkaitan dengan konflik
- Kaedah praktikal menangani konflik

Business Matching

Inisiatif JPW Johor menyediakan platform untuk Usahawan Wanita di bawah seliaan untuk terlibat dalam Program Pembangunan Vendor (PPV) menerokai peluang perniagaan baharu dengan syarikat besar yang lain. Ini dilaksanakan melalui empat (4) komponen utama iaitu pepadanan perniagaan (*business matching*); jalinan perniagaan (*business networking*); khidmat nasihat perniagaan dan kewangan (*business & financial advisory*); serta perkongsian maklumat perniagaan dan pengalaman keusahawanan melalui beberapa sesi *Pocket Talk*. Inisiatif ini secara tidak langsung dapat memberi peluang kepada Usahawan Wanita dan syarikat besar berkenalan dan turut serta mengembangkan perniagaan, selain membantu mereka menjadi lebih kompetitif, dinamik dan berdaya saing.

Sessi Networking

Di platform ini syarikat-syarikat besar terpilih akan mempamerkan hasil pencapaian mereka selain berkongsi visi, kepakaran, pengalaman dan cabaran yang mereka hadapi dalam dunia keusahawanan. Perkongsian kejayaan inilah yang sebenarnya menjadikan Usahawan Wanita lebih inovatif dalam menempuhi cabaran untuk terus kekal dan kompetitif dalam pasaran domestik dan antarabangsa.

TANGGUNGJAWAB USAHAWAN

Bagi memastikan program MMS ini berjalan dengan jayanya terdapat beberapa perkara yang Usahawan Wanita perlu patuhi dan menjadi amalan semasa mengikuti program ataupun tidak. Antaranya adalah:

- Peserta hendaklah mematuhi Peraturan Perniagaan pihak JPW Johor atau Pengurusan Pusat Beli-Belah;
- Menandatangani Surat Aku Janji Peserta;
- Hadir berniaga pada hari yang ditetapkan;
- Bertanggungjawab menjaga peralatan yang disediakan dengan baik;

- Menjaga keterampilan & berinisiatif mewujudkan daya tarikan booth;
- Menjaga kualiti perkhidmatan/produk yang dipasarkan;
- Melaporkan pendapatan kepada JPW Johor.

KEJAYAAN PROGRAM MMS

Sejak beroperasi sudah terdapat seramai **676 Usahawan Wanita Johor** yang telah bersama JPW Johor dan masih aktif sedari Ogos 2015. Apa yang membanggakan adalah beberapa Usahawan Wanita yang mengikutinya telah berjaya melonjakkan pendapatan kepada 100% dari jumlah asal. Kesemua usahawan ini bermula dengan berniaga di pasar malam dan pasar tani sahaja sebelum ini telah berjaya diubah dari segi penampilan, teknik *networking*, disamping didedahkan dengan tip-tip mudah di dalam memasarkan produk masing-masing. Berikut merupakan antara sisipan kejayaan usahawan Wanita yang mengikuti program MMS ini.

Pendapatan

- Sejak diperkenalkan sudah terdapat seramai 676 Usahawan telah menyertai Program MMS
- 50% daripadanya telah meningkat pendapatan sebanyak 100% dengan kadar peningkatan yang amat memberangsangkan.

Peluang Perniagaan

- Peserta tampil lebih yakin. Oleh kerana ini terdapat beberapa usahawan Wanita yang telah membuka perniagaan sendiri di Pusat Beli-belah dan menjual di kedai sewaan sendiri.
- Fleksible mengikut keadaan dan situasi. Biar pun usahawan Wanita ini dilatih untuk berniaga di pusat beli-belah sahaja, namun demikian apabila ada ruang dan peluang di lokasi-lokasi terbuka mereka boleh menyesuaikan diri dengan berkesan dan mampu menjayakan program dan perniagaan dengan jayanya.

Penjenamaan Produk

- Bagi Usahawan Wanita yang menawarkan Perkhidmatan seperti Mobile Spa, Urutan dan sebagainya, sejak mengikuti program MMS mereka nampaknya telah tampil dengan lebih berkesan. Ini jelas Nampak pada gaya percakapan, pakaian dan kebolehan mempengaruhi pelanggan untuk mendapatkan perkhidmatan mereka.
- Sejak mengikuti program MMS, ada di kalangan Usahawan Wanita telah mampu menghasilkan produk setaraf jenama antarabangsa. Contohnya adalah dari segi pembungkusan dan rekabentuk produk yang dihasilkan.

Perluasan Program

- Sejak mengikuti program MMS sudah terdapat lebih kurang 25 Usahawan Wanita yang perniagaan berkembang ke negara jiran seperti ke Expo Changi, Suntec City dan Marina Bay Sand. Biar pun perniagaan mereka masih kecil, ini membuktikan yang daya saing dan keinginan untuk maju mereka adalah sangat tinggi dan memiliki motivasi yang sentiasa dalam tahap maksimum.
- Terdapat juga Usahawan Wanita yang mengikuti program MMS ini mula menjual produk secara online ke serata Malaysia. Ini adalah kerana semasa program-program

Keusahawanan yang diadakan mereka telah faham dan lebih menguasai pasaran online berbanding secara konvensional.

Motivasi Keusahawanan

- Melalui program MMS ini juga Usahawan Wanita dilatih untuk membuat perkongsian mereka dengan rakan-rakan usahawan yang lain dan perkongsian ini nampaknya Berjaya meningkatkan motivasi usahawan yang lain berdasarkan kepada perkongsian pengalaman yang lebih mantap oleh usahawan Wanita JPW Johor.
- Sejak bersama di dalam program MMS kebanyakan Usahawan Wanita yang mengikutinya telah semakin memiliki kemahiran bercakap dan menjual (*pitching*) yang sangat memberangsangkan. Kuasa pemujukan mereka nampaknya lebih taserlah dan mampu menarik minat pelanggan untuk mencuba dan membeli.

Sebagai penutupnya dikemukakan contoh peningkatan yang berlaku pada usahawan Wanita yang mengikuti program ini untuk kebanggaan Usahawan dan pihak JPW Johor yang selama ini membimbing mereka.

Logo 2015



Logo 2018



Perubahan dari segi logo.



Perubahan dari segi sticker dan persembahan produk

Find us on: **three R**

Logo: **three R** KUIH TRADISIONAL

three R
KUIH TRADISIONAL

Crispy Cheese

Diedarkan Oleh : Three R
 Unit 2, Bazar Wakaf Masjid Momimbi
 Jalan Pendekar 18,
 Taman Ungku Tun Aminah
 81300 Skudai Johor
 Tel: 012.738.1667 / 013.737.2091
 email: rthree30@yahoo.com
 whatsapp: 0111 3100 509

BAHAN - BAHAN :
 Tepung, mozzarella cheese,
 & minyak

Guna sebelum

three R
Great Choice... Good Taste

Crispy Cheese

Ramuan / Ingredients :
 Tepung Gandum, Kaju Mozarella & Minyak Masak
 Wheat Flour, Mozzarella Cheese & Cooking Oil
 Tarikh Luput / Expiry Date :

Pengedar / Distributor :
three R
 Unit 2, Bazar Wakaf Masjid Momimbi
 Jalan Pendekar 18
 Taman Ungku Tun Aminah
 81300 Skudai
 Johor Darul Ta'zim

+6012 738 1667 / +6013 737 2091
 three r three.ruihtradisional

Buatan Malaysia / Product of Malaysia

Crispy Cheese

three R -Tiada Garam, Tiada MSG & Tiada Bahan Perasa-
 100% Menggunakan Cheese Mozarella Asli



Perubahan dari segi sticker dan persembahan produk

KESIMPULAN

Secara ringkasnya terdapat banyak lagi usaha yang akan dijalankan bagi memastikan Usahawan Wanita yang mengikuti program MMS ini mendapat manfaat dan faedah. Adalah diharapkan juga mereka akan mampu untuk bersaing dengan lebih agresif lagi apabila mendapat peluang dan ruang untuk meluaskan lagi perniagaan mereka. Dalam masa yang sama usahawan wanita hendaklah cekal dalam menghadapi sebarang masalah yang berlaku termasuklah sanggup berdepan dengan masalah-masalah dalam menjalankan perniagaan dan menganggapnya sebagai satu cabaran dan perlu berusaha memikirkan bagaimana cara untuk menyelesaikannya jika ingin menjadi usahawan yang berjaya. Pendekatan yang lebih komprehensif juga perlu dibentuk bagi membantu dan memantau aktiviti keusahawanan di kalangan usahawan wanita.

Adalah diharapkan juga kepada usahawan wanita yang masih kurang keyakinan diri dapat menjadikan contoh kejayaan usahawan lain sebagai pendorong untuk meningkatkan kemampuan mereka. Kami di JPW Johor sentiasa terbuka untuk berbincang, membimbing dan membantu apa yang mampu bagi membolehkan mereka tidak tertinggal atau tersisih oleh arus pembangunan ekonomi yang bersifat global pada masa kini.

RUJUKAN

- Andersson, S.(2003). High-growth firms in the Swedisherp industry. *Journal of Small Business and Enterprise Development*,10(2), 180-193.
- Andrea, E.S.H. (2006). *Women Entrepreneurs Across Racial Lines*. United Kingdom: Edward Elger Publishing Limited.
- Barringer, B.R. & Ireland R.D. (2010).*Entrepreneurship: Successfully launching new ventures*. Edisi ke-3. New Jersey: Pearson Education, Inc.
- Ismail, A.W. (2004). *Profil dan cabaran usahawan wanita di Malaysia*. Pusat Pembangunan Usahawan Malaysia (MEDEC). Shah Alam: Universiti Teknologi MARA.
- Kementerian Pembangunan Wanita, Keluarga dan Masyarakat. (2018). Laman Sesawang Kementerian Pembangunan Wanita Keluarga dan Masyarakat, KPWK; <https://www.kpwkm.gov.my>
- Khairuddin, K. (1996). *Keusahawanan Sebagai Kerjaya*. Kuala Lumpur: Dewan Bahasa dan Pustaka.
- Markovic, M.R. (2007). *Women's Entrepreneurship, informal economy and SME development Policies in Serbia*.
- Mazzarol, T. (2011). *Entrepreneurship and Innovation*.Edisi ke-2. Australia: Tilde University Press.
- McKay, R. (2001). Women Entrepreneurs: Moving Beyond Family and Flexibility.*International Journal of Entrepreneurs Behavior&Reasearch*,7, 148-165.
- Nor Aini H.I. (2008). *Wanita dan Pembangunan Ekonomi*. Dewan Bahasa dan Pustaka. Kuala Lumpur. Cetakan Pertama.
- Nurdin, G., Chan, G.K.L., Selvadurai, S. & Suraiya Ishak. (2014). Hubungan sosial dan perniagaan kecil-kecilan di Malaysia – tingkah laku inovatif usahawan wanita atas talian. *GEOFRAFIA Online Malaysian Journal of Society and Space*, 10 (6), 206-218.
- Peggy A. Lambing, (2003). *Entrepreneurship*, 3rd Edition, University of Missouri Pearson.
- Shalini, S. (2005). *Developing Women Entrepreneurs In South Asia: Issues, Initiative and Experiences*. Bangkok: United Nation, UNESCAP.
- Suaibah, A.B., Azlah, M.A., Hishamuddin, M.S., Rozeyta, O., Syaharizatul, N.M.,Rosilla, M.J. (2005). Aktiviti Keusahawanan Di Kalangan Ibu Tunggal Di Negeri Johor. Vol71946. Universiti Teknologi Malaysia.
- Suaibah, A.B.,Azlah M.A.,Rozeyta, O.,Hishamuddin M.S.&Syaharizatul, N.M. (2007). *Penglibatan Kaum Wanita Dalam Aktiviti Keusahawanan di Negeri Johor: Kajian Terhadap Faktor-Faktor Kritikal Kejayaan dan Kegagalan Pengendalian Perniagaan*. Vol 75087.

- Smith-Hunter, A. & Leone, J. (2010). Afro-Brazilian women entrepreneurs: characteristics, critical issues and current comments. *Research in Business and Economics Journal*.
- Syed Shah Alam & Mohd Kamal Mohammad Noor. (2009). ICT adoption in small and medium enterprises: an empirical evidence of service sectors in Malaysia. *International Journal of Business and Management*, 4 (2), 112-125.
- Syed Shah Alam, Mohd Fauzi Mohd Jani & Nor Asiah Omar. (2011). An empirical study of success factors of women entrepreneurs in Southern Region in Malaysia. *International Journal of Economics and Finance*, 3 (2), 166-175.
- Teoh& Wendy, M.Y. (2008). Improving Women Entrepreneurs in Small and MediumEnterprises in Malaysia: Policy Recommendations. *Communications of the IBIMA* 2.33.
- William H. Greene, (2000). FIFTH EDITION ECONOMETRIC ANALYSIS Q, New York University, Prentice Hall.