

# Perniagaan Berpusat Di Rumah: Kajian Profil Peribadi, Keluarga Dan Perniagaan Di Kalangan Usahawan Di Daerah Kubang Pasu, Kedah.

**Azahari Ramli, Munauwar Mustafa, Mohd Azril Ismail**

Pusat Pengajian Pengurusan Perniagaan, Kolej Perniagaan, Universiti Utara Malaysia.  
Sintok, Kedah.

arie@uum.edu.my; munawar@uum.edu.my; azril@uum.edu.my

**Khairunnisak Ahmad Shakir**

Kuliyah Muamalat, Kolej Universiti INSANIAH.  
Alor Setar, Kedah.

## ABSTRAK

Perniagaan berpusat di rumah (Home-based business, HBB) merupakan perniagaan mikro yang banyak dijalankan oleh wanita berbanding lelaki sebagai usaha untuk menambah pendapatan peribadi, keluarga dan lain-lain sebab. Pada masa ini, kurang perhatian yang diberikan oleh penyelidik tempatan menyebabkan maklumat profil peribadi, keluarga dan perniagaan usahawan ini kurang diketahui walhal umum telah mengetahui bahawa kegiatan ini telah lama dan ramai yang mengusahakannya. Bagi memenuhi kekurangan tersebut lantaran kepentingan untuk membantu golongan ini perlu disedarkan kepada umum, maka penyelidik telah mengambil langkah awalan mengkaji profil-profil tersebut. Kajian ini telah dilakukan di daerah Kubang Pasu, Kedah dan akibat daripada tiada maklumat mengenai populasi kajian, maka kaedah *snow ball* telah digunakan sebagai kaedah persampelan kajian. Hasilnya, seramai 91 orang responden telah terlibat dalam kajian ini di mana mereka telah ditemui oleh enumerator kajian. Dapatan kajian menunjukkan wanita lebih ramai terlibat dalam HBB berbanding lelaki dan lebih 90% responden menyatakan tujuan dan pendorong mereka terlibat dalam kajian ini disebabkan untuk mendapatkan punca pendapatan. Dapatan kajian, dijangka dapat membantu penyelidik lain untuk memperbanyakkan kajian mengenai HBB. Selain itu, kajian ini diharap dapat menyedarkan pihak kerajaan supaya diadakan bantuan-bantuan sewajarnya kepada golongan usahawan ini bagi membantu mereka mengembangkan lagi perniagaan masing-masing di masa hadapan.

**Katakunci:** Perniagaan berpusat di rumah, perniagaan mikro, keusahawanan.

## PENGENALAN

Perniagaan berpusat di rumah (Home-based Business, HBB) merupakan salah satu daripada pelbagaian dalam keusahawanan (Scarborough & Zimmerer, 2000). Motivasi ke arah tersebut antara lelaki dan wanita adalah sama iaitu menghasilkan punca pendapatan, untuk berdikari, bagi mencapai sesuatu, untuk mempergunakan kemahiran dan kebolehan yang ada, atau untuk mendapatkan kepuasan kerja (Duncan, 1991).

Dalam konteks gender, HBB banyak diusahakan oleh wanita berbanding lelaki (Duncan, 1991, Deschamps & Dart, 1998). Malah jika dilihat di Amerika Syarikat (US), satu daripada tiga *sole proprietorships* adalah wanita dan di Kanada wanita memulakan perniagaan pada kadar tiga kali ganda daripada lelaki (Deschamps & Dart, 1998). Sebesar 80% usahawan wanita memilih HBB sebagai langkah pertama untuk menjadi usahawan dan walaupun begitu kajian di US yang dilakukan oleh John Case menyatakan bahawa 47% pengusaha adalah wanita dan lelaki meliputi 53% daripada keseluruhan populasi kajiannya (Stanger, 1998).

Jika dilihat kategori bidang pekerjaan dalam HBB, ia melibatkan jenis pekerjaan kolar biru atau putih (Rowe, Hayne & Stanford, 1999) dan dijalankan secara sambilan atau sepenuh masa (Duncan, 1991). Berdasarkan dari satu kajian di US di dapati sebesar 46% bidang perniagaan adalah kategori pekerjaan kolar putih manakala 22% terdiri daripada kategori pekerjaan kolar biru dan selebihnya tidak dapat dikenalpasti (Stanger, 1996). Di samping itu, HBB dijalankan bukan sahaja di kawasan luar bandar malah turut wujud di kawasan bandar (Rowe, Hayne & Stanford, 1999).

Menyedari tentang perkembangan dan kepentingan HBB yang diperolehi menerusi artikel daripada pihak luar negara, pengkaji cuba menyelidiki artikel yang menyentuh HBB di Malaysia. Malangnya, artikel tersebut amatlah terhad dan dalam konteks penyelidikan, boleh dikatakan tiada kajian yang dapat menerangkan perihai dan maklumat lengkap mengenai HBB di Malaysia. Di samping itu, tiada pihak yang dapat menunjukkan satu ciri tersendiri HBB di Malaysia padahal kita mengetahui bahawa ia banyak menyumbang kepada sosioekonomi penduduk dan negara.

Walaupun tiada data jelas yang dapat menunjukkan jumlah HBB tetapi pada hakikatnya ia telah lama dijalankan dan dilihat semakin berkembang. Dari pemerhatian yang dibuat, masyarakat Cina telah lama menceburi bidang ini. Sejak kebelakangan ini, dilihat masyarakat Melayu mula menjalankan HBB. Ia dijalankan sama ada yang tinggal di kampung maupun di bandar. Bagi penduduk di kampung, HBB dilihat sebagai jalan bagi menyelesaikan masalah kewangan keluarga ekoran kejatuhan harga getah, kelapa sawit, hasil padi yang tidak menentu dan kenaikan kos sara hidup. Bagi penduduk di kawasan bandar, faktor-faktor yang menyumbang ke arah kegiatan HBB adalah akibat daripada punca pendapatan yang tidak dapat menampung pembelanjaan dan kenaikan kos sara hidup. Oleh itu, satu kajian telah dilakukan bertujuan untuk mengenali profil peribadi, keluarga dan perniagaan usahawan yang terbabit dengan HBB. Kajian ini telah dijalankan di daerah Kubang Pasu, Kedah.

## **TINJAUAN LITERATUR**

Amat sedikit kajian dibuat mengenai HBB walaupun ia merupakan bahagian yang penting dalam sektor perniagaan kecil dan sebenarnya HBB telah lama wujud tetapi jarang di ambil perhatian dan sering diabaikan oleh pembuat dasar (Standen, 1998). Menurut Ted Mallet, Pengarah Penyelidik untuk The Canadian Federation of Independent Business telah menyatakan bahawa lebih kurang 70% perniagaan baru yang diwujudkan adalah bermula di rumah. Rumah telah di anggap sebagai inkubator kepada kemunculan intitusi-institusi perniagaan tersebut (Paul, 1996)

Konsep perniagaan berpusat di rumah sebagai subset perniagaan kecil tidak banyak diperbincangkan (Standen, 1998). HBB dikelaskan sebagai enterprise mikro (Wehrell & Fullerton, 1994) dan/atau dikenali juga dengan sebagai perniagaan mikro (Stanger, 1998). Manakala individu yang menjalankan HBB dikenali sebagai micropreneurs (DeGarmo, 1996). Oleh kerana HBB dilihat dari sudut bilangan pekerja, Australian Bureau of Statistics (ABS) menyatakan bahawa perniagaan mikro merupakan perniagaan yang mengambil pekerja yang kurang dari 5 orang ataupun tiada langsung (Walker, 2000).

Pengkelasan HBB yang dibuat oleh ABS sama yang dilakukan oleh pihak berkuasa di Kanada di mana HBB dikategorikan sebagai enterprise mikro yang mempunyai 5 orang pekerja atau kurang (Wehrell & Fullerton, 1994). Pihak kerajaan Afrika Selatan turut menyenaraikan HBB sebagai perniagaan mikro (Kroon, Aardt & Bisage, 1999).

HBB didefinisikan dari pelbagai persepektif seperti Wehrell & Fullerton (1994) mendefinisikan HBB sebagai entiti yang dimiliki dan/atau dioperasikan oleh individu yang bekerja sendiri yang bekerja dari rumahnya atau bangunan lain di tanah pemilikannya di mana ia mungkin mengambil atau tidak mengambil pekerja dan menyediakan perkhidmatan atau produk dari tempat di mana ia bekerja. Bagi Economic Recovery Commission of Newfoundland, 1992 (Wehrell & Fullerton, 1994)

mendefinisikan HBB adalah enterprise berorientasikan keuntungan yang dioperasikan di tempat tinggal pemiliknya atau bangunan di sekelilingnya.

Berikutnya, Stanger (2000) pula menyatakan HBB merupakan perniagaan yang dipusatkan di rumah pemiliknya yang membekalkan produk atau perkhidmatan dari rumah. Definisi HBB seperti dinyatakan di atas adalah dilihat dari lokasi perniagaan. Pendefinisan HBB berdasarkan lokasi perniagaan merupakan definisi yang selalu digunakan oleh banyak penyelidik dalam bidang ini (Wehrell & Fullerton, 1994).

Australian Bureau of Statistics (ABS) mengenalpasti HBB sebagai perniagaan yang mengambil pekerja kurang dari 20 orang dan mengenalpasti 2 situasi yang mana sesebuah perniagaan tersebut boleh dipertimbangkan sebagai HBB iaitu:

- Perniagaan dioperasikan dari rumah salah seorang dari para pemiliknya walaupun sedikit saja kerja berkaitan perniagaan dijalankan di rumah seperti tukang paip, tukang cat, juruelektrik, tukang rumah dan sebagainya.
- Di mana satu atau lebih operator mengambil masa kerja yang banyak di rumah berbanding di luar rumah (Stanger 1998)

Di sini di dapati wujud percanggahan tentang pengkelasan HBB dari sudut bilangan pekerja walaupun ianya dikeluarkan satu sumber yang sama iaitu Australian Bureau of Statistics (ABS). Walker (2000) menyatakan bahawa perniagaan mikro mengambil pekerja kurang dari 5 orang atau tiada langsung dan turut menerangkan bahawa perniagaan yang mengambil kurang dari 20 orang seperti mana yang dinyatakan oleh Stanger (1998) dikelaskan sebagai perniagaan kecil.

## **KAEDAH KAJIAN**

Kajian ini merupakan satu penyelidikan deskriptif bagi meninjau latarbelakang peribadi, perniagaan dan keluarga usahawan yang menjalankan perniagaan berpusat di rumah (HBB) di Daerah Kubang Pasu. Menurut Mohd Majid Konting (1998) penyelidikan deskriptif bermatlamat untuk menerokai sesuatu bidang yang belum atau kurang dikaji. Menurut Cooper & Schindler (2000) kajian diskriptif cuba memberikan jawapan ke atas persoalan berkaitan siapa, apa, bila, di mana dan kadangkala mengapa. Ia cuba menjelaskan dan mendefinisikan subjek, secara kebiasaannya akan menciptakan profil bagi sesuatu masalah, manusia atau kejadian.

Populasi kajian ini ialah usahawan yang terbabit di dalam HBB. Apa yang menjadi masalah kepada kajian ini ialah tiada maklumat mengenai setiap usahawan yang dapat diperolehi daripada mana-mana agensi kerajaan baik di peringkat negeri maupun pusat. Oleh itu, kajian ini perlu menggunakan teknik *nonprobability sampling*. Kaedah persampelan yang digunakan dalam kajian ini adalah teknik *snowball*. Teknik tersebut sesuai digunakan apabila responden sukar untuk dikenalpasti, sukar untuk dihubungi dan kedudukan di mana mereka berada hanya boleh diperolehi menerusi jaringan rujukan (Cooper & Schindler, 2000).

Seramai dua orang enumerator telah digunakan selama 28 hari bagi tujuan pemerolehan data. Pihak enumerator telah memula menjalankan proses dapatan data berdasarkan mukim di Daerah Kubang Pasu bagi memastikan hanya responden yang tinggal di Daerah Kubang Pasu sahaja yang dipilih. Apabila pihak enumerator mendapat responden dalam sesuatu mukim, enumerator akan cuba mendapatkan maklumat mengenai responden yang berpotensi untuk terlibat dalam kajian dan kemudiannya akan bergerak ke responden yang dicadangkan oleh responden yang terdahulu dan seterusnya. Seramai 91 orang responden telah ditemui oleh enumerator kajian di mana setiap responden ini dikehendaki untuk mengisi borang sola-selidik yang dibangunkan. Solaselidik yang dibangunkan telah diambil daripada Duncan (1991) dan telah diubahsuai sesuai dengan persekitaran

kajian di daerah Kubang Pasu. Pada bahagian berikutnya ditunjukkan maklumat dapatan kajian ini menerusi lapangan kutipan data yang telah dijalankan oleh pihak enumerator kajian ini.

## DAPATAN KAJIAN

Kajian ini bermatlamat untuk mendapatkan maklumat mengenai latarbelakang peribadi keluarga dan perniagaan usahawan HBB di daerah Kubang Pasu. Untuk latar belakang peribadi usahawan, elemen berkaitan demografik telah digunakan dan dapatan kajian dapat dirujuk pada Jadual 1.

**Jadual 1 : Demografik Usahawan HBB**

		<b>Bil Responden</b>	<b>Peratusan</b>
Jantina	Lelaki	38	41.8
	Perempuan	53	58.2
Bangsa	Melayu	84	92.3
	Cina	4	4.4
	India	1	1.1
	Siam	2	2.2
	Lain-Lain	0	0
Agama	Islam	84	92.3
	Buddha	6	6.6
	Hindu	1	1.1
	Kristian	0	0
	Lain-lain	0	0
Taraf Perkahwinan	Berkahwin	81	89
	Bujang	4	4.4
	Balu/Janda/Duda	6	6.6
Umur	25 tahun dan ke bawah	1	1.1
	26 hingga 30	8	8.8
	31 hingga 35	14	15.4
	36 hingga 40	18	19.8
	41 hingga 45	14	15.4
	46 hingga 50	12	13.2
	51 hingga 55	12	13.2
56 dan ke atas	12	13.2	
Tahap Pendidikan	Tidak pernah bersekolah	6	6.6
	Sekolah rendah	32	35.2
	Sekolah menengah	44	48.4
	Diploma	2	2.2
	Ijazah	4	4.4
	Lain-lain	3	3.3

Hasil kajian memperolehi lebih ramai usahawan di kalangan wanita berbanding lelaki iaitu sebanyak 58%. Selain itu, golongan Melayu dilihat paling ramai yang terlibat dalam dapatan kajian iaitu sebanyak 84%. Seramai 81 responden yang ditemui berkahwin dan hanya 10 orang responden yang masih bujang atau telah menjadi balu, janda atau duda. Kajian turut mendapati usahawan dari kelompok umur antara 36 hingga 40 tahun merupakan golongan yang tertinggi iaitu sebanyak 20%. Sementara itu, dari sudut tahap pendidikan sebanyak 48.4% responden yang ditemui menyatakan mereka hanya mempunyai tahap pendidikan sehingga ke peringkat sekolah menengah sahaja dan

35.2% hanya di peringkat sekolah rendah. Hanya 6.6% sahaja yang menyatakan mereka tidak pernah ke sekolah dan 4.4% menyatakan mereka mendapat pendidikan sehingga ke peringkat ijazah pertama.

Kajian turut meneliti tentang tujuan mengapa usahawan terlibat di dalam HBB. Kajian mendapati lebih 50% responden bersetuju bahawa perniagaan yang dijalankan adalah untuk mendapatkan sumber kewangan untuk hidup, bagi mendapatkan lebih pendapatan dan untuk mengumpul wang untuk keperluan masa depan anak-anak. Maklumat ini dapat diperolehi dalam Jadual 2.

**Jadual 2: Tujuan Menjalankan Perniagaan**

Tujuan	Ya	Tidak	Peratusan
Menyediakan wang untuk keperluan hidup	62 (68.1%)	29 (31.9%)	100 %
Untuk mendapatkan lebih pendapatan	55 (60.4%)	36 (39.6%)	100 %
Kumpul wang bagi keperluan masa depan	54 (59.3%)	37 (40.7%)	100 %
Bekerja sambil bersama anak-anak	29 (31.9%)	62(68.1%)	100 %
Untuk mendapat lebih kebebasan	15(16.5%)	76(83.5%)	100 %
Untuk menjadi ketua	6 (6.6%)	85(93.4%)	100 %
Sebagai kerja sambilan	21(23.1%)	70(76.9%)	100 %
Kecewa dengan kerja terdahulu	3(3.3%)	88(96.7%)	100 %
Hilang pekerjaan	5(5.5%)	86(94.5%)	100 %
Kerja yang saya gemar lakukan	25(27.5%)	66 (72.5%)	100 %
Ada masa untuk menjaga ahli keluarga yang kurang upaya	3(3.3%)	88(96.7%)	100 %
Mengambil kesempatan dari kemahiran yang ada	27(29.7%)	64(70.3%)	100 %
Tidak dirancang terjadi secara tiba-tiba	5(5.5%)	86(94.5%)	100 %
Ada sesuatu untuk dilakukan dalam hidup	21(23.1%)	70(76.9%)	100 %
Untuk mempergunakan pendidikan yang diperolehi	5(5.5%)	86(94.5%)	100 %

Dapatan kajian seperti di Jadual 2, mendapati lebih dari 60% responden bersetuju bahawa keperluan ekonomi dan peluang untuk mendapatkan wang merupakan faktor-faktor utama yang menjadi pendorong kepada mereka untuk memulakan perniagaan. Kajian turut mengenalpasti bahawa hampir kesemua responden tidak bersetuju ke atas faktor seperti perniagaan sebagai kerjaya yang terjamin dan perniagaan sebagai peluang untuk mendapatkan status/prestij sebagai faktor pendorong kepada

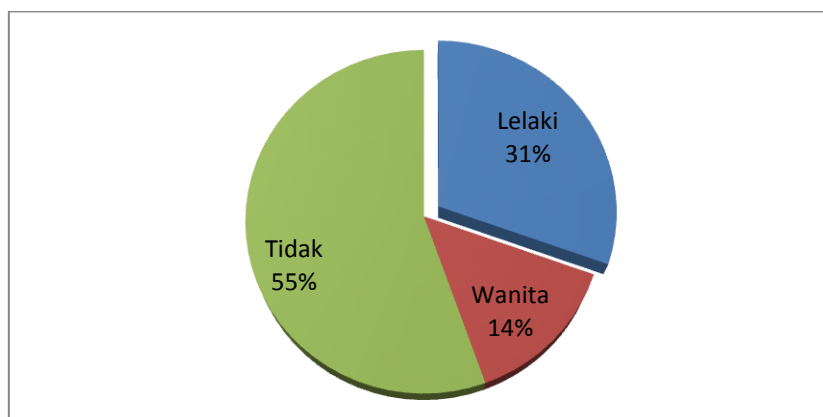
memulakan perniagaan. Maklumat Jadual 2 dan Jadual 3 telah saling mengesahkan faktor yang menyebabkan usahawan terlibat di dalam HBB.

**Jadual 3: Faktor Pendorong Penglibatan Usahawan HBB**

Faktor-Faktor	Ya	Tidak	Peratusan
Kepuasan sendiri	27(29.7%)	64(70.3%)	100%
Kerjaya yang terjamin	7(7.7%)	84(92.3%)	100%
Keperluan ekonomi	68(74.7%)	23(25.3%)	100%
Galakan keluarga dan rakan	45(49.5%)	46(50.5%)	100%
Kebebasan bekerja	24(26.4%)	67(73.6%)	100%
Kepuasan kerja	18(19.8%)	73(80.2%)	100%
Peluang untuk mendapatkan wang	62(68.1%)	29(31.9%)	100%
Peluang mendapatkan status/prestij	3(3.3%)	88(96.7%)	100%

Untuk melihat sebesar manakah aspek kewangan yang menjadi factor pendorong kepada usahawan, kajian untuk mendapati seramai 41 atau 45% telah menjadikan kegiatan HBB mereka sebagai punca utama pendapatan. Usahawan yang paling ramai menyatakan fajta tersebut adalah di kalangan usahawan lelaki berbanding wanita. Maklumat ini dapat dirujuk pada Jadual 4.

**Jadual 4: HBB sebagai Sumber Utama Pendapatan**



Kajian ini turut bermatlamat untuk memperolehi latarbelakang keluarga usahawan Ia berkaitan bagaimana usahawan mengurus keluarga dan dalam masa yang sama mengurus perniagaan yang dijalankan. Bahagian ini juga ingin diselidiki oleh pengkaji disebabkan kedua-dua perkara yakni keluarga dan perniagaan dajaankan di suatu persekitaran yang sama. Dalam hal ini kajian mendapati seramai 30 orang responden yang ditemui menyatakan bahawa urusan kerja rumah dilaksanakan oleh pasangan masing-masing terutamanya bagi usahawan lelaki. Maklumat berkiatan perkara ini yang ditunjukkan dalam Jadual 5 turut mendapati bahawa seramai 21 responden usahawan wanita menyatakan mereka merupakan individu utama yang bertanggungjawab melaksanakan kerja rumah di samping turut menjalankan kegiatan perniagaan mereka.

**Jadual 5: Pelaksana Kerja Rumah**

		Jantina		Total
		lelaki	wanita	
Pelaksana kerja rumah	usahawan	4	21	25
	pasangan usahawan	19	11	30
	bersama pasangan	6		6
	bersama anak-anak	1	15	16
	anak-anak	1		1
	lain-lain	7	6	13
<b>Total</b>		<b>38</b>	<b>53</b>	<b>91</b>

**Jadual 6: Jenis Perniagaan.**

Jenis Perniagaan	Frequency	Percent
Bengkel kereta/motor/basikal	4	4.4
Cuci kereta	2	2.2
Fotostat	1	1.1
Jahitan	9	9.9
Kosmetik wanita	2	2.2
Makanan	35	38.5
Menternak ayam	1	1.1
Minyak petrol & diesel	2	2.2
Pakaian terpakai	1	1.1
Peruncitan	28	30.8
Tuisyen	2	2.2
Tukang rumah	4	4.4
<b>Total</b>	<b>91</b>	<b>100.0</b>

Jadual 6 menunjukkan jenis-jenis perniagaan yang dijalankan kawasan kajian. Dapatan mendapati jenis perniagaan yang paling ramai diusahakan ialah jenis perniagaan makanan iaitu sebanyak 39%, diikuti peruncitan sebesar 31% dan lain-lain. Pada Jadual 7 pula ditunjukkan sumber modal yang diperolehi oleh usahawan untuk membiayai perniagaan mereka. Dapatan menunjukkan sebahagian besar iaitu 86% menyatakan sumber peribadi merupakan sumber utama pembiayaan perniagaan. Sebanyak 7% melaporkan mereka memperoleh pembiayaan menerusi pinjaman bank atau kerajaan.

**Jadual 7: Sumber Modal Usahawan**

Sumber Modal	Ya	Tidak	Peratusan
Simpanan Peribadi	78 (85.7%)	13 (14.3%)	100%
Pasangan Usahawan	14 (15.4%)	77 (84.6%)	100%
Saudara mara Usahawan	4 (4.4%)	87 (95.6%)	100%
Rakan	1 (1.1%)	90 (98.9%)	100%
Pinjaman Bank	3 (3.3%)	88 (96.7%)	100%
Pinjaman/Bantuan Kerajaan	3 (3.3%)	88 (96.7%)	100%

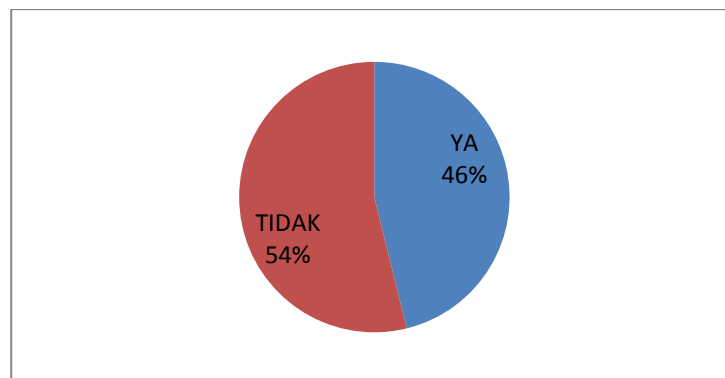
Berdasarkan Jadual 8 seperti di bawah, kajian mendapati seramai 46 dari 91 orang responden telahpun menjalankan perniagaan selama 5 tahun dan ke bawah. Ini bermakna kumpulan ini mewakili lebih dari 50% responden kajian. Manakala 45 orang responden menyatakan bahawa mereka telahpun menjalankan perniagaan lebih dari 5 tahun.

**Jadual 8: Tahun Perniagaan**

Tahun Perniagaan	Kekerapan	Peratus
1 hingga 5 tahun	46	50.5
6 hingga 10 tahun	21	23.1
11 hingga 15 tahun	13	14.3
16 hingga 20 tahun	9	9.9
21 hingga 25 tahun	1	1.1
26 hingga 30 tahun	1	1.1
<b>Total</b>	<b>91</b>	<b>100.0</b>

Kajian juga mendapati hanya sebesar 46% responden yang ditemui menyatakan bahawa mereka mendaftarkan perniagaan yang mereka jalankan. Sebahagian besar responden kajian ini iaitu sebanyak 54% menyatakan mereka tidak mendaftarkan perniagaan yang dijalankan oleh mereka. Jadual 9 menunjukkan maklumat mengenai pendaftaran perniagaan usahawan.

**Jadual 9: Pendaftaran Perniagaan.**



Kajian mendapati sebahagian besar iaitu 47% tidak menggunakan pekerja dalam perniagaan yang dijalankan. Jenis perniagaan yang memerlukan tenaga kerja bagi membantu usahawan menjalankan perniagaan ialah cuci kereta (100%), bengkel kenderaan (50%), tukang rumah (50%), dan lain-lainnya. Maklumat lengkap mengenai penggunaan pekerja mengikut jenis perniagaan yang dijalankan dapat dirujuk pada Jadual 10.



**Jadual 10: Penggunaan Pekerja & Jenis Perniagaan.**

		Penggunaan pekerja		Total
		ya	tidak	
Jenis Perniagaan	bengkel	2	2	4
	kereta/motor/basikal			
	cuci kereta	2		2
	fotostat		1	1
	jahitan	4	5	9
	kosmetik wanita		2	2
	makanan	17	18	35
	menternak ayam	1		1
	minyak petrol & diesel		2	2
	pakaian terpakai		1	1
	peruncitan	16	12	28
	tuisyen		2	2
	tukang rumah	2	2	4
	Total	44	47	91

## **KESIMPULAN DAN PERBINCANGAN.**

Hasil dapatan kajian ini dapat menyampaikan maklumat dan membantu pihak penyelidik memahami fenomena HBB di kawasan persekitaran kajian. Antara maklumat yang berguna ialah seperti jenis gender usahawan HBB. Kajian mendapati dapatan kajian ini sejajar dengan kajian yang dilakukan oleh Deschamps & Dart (1998) yang menyatakan bahawa wanita lebih ramai menceburi HBB berbanding lelaki di mana di Amerika Syarikat lebih 60% usahawan HBB adalah wanita. Selanjutnya 90% responden yang ditemui di dapati hanya mendapat pendidikan sehingga peringkat menengah. Keadaan ini menunjukkan mereka dapat dikategorikan sebagai *necessity-drive entrepreneurship*.

Akibat daripada tiada kelulusan untuk mendapatkan pekerjaan, maka usahawan ini telah menjalankan perniagaan secara HBB. Keadaan ini turut disokong dengan dapatan kajian yang menunjukkan bahawa di mana sebahagian besar responden menyatakan tujuan dan pendorong mereka membuka perniagaan adalah sebagai punca untuk mendapatkan pendapatan. Keadaa ini menyebabkan sebesar 45% responden menyatakan HBB merupakan sumber utama pendapatan untuk diri dan keluarga usahawan.

Jika dilihat dalam aspek jenis perniagaan yang dijalankan, dapatan kajian menunjukkan dapatan yang tidak sama dengan dapatan kajian Wehrell & Fullerton (1994) dan Spiller & Hunneycut (1998) di mana mereka melaporkan kegiatan HBB banyak dilakukan dalam bidang perkhidmatan atau kategori pekerjaan kolar putih. Keadaan dapatan yang berbeza ini disebabkan keadaan kalangan responden kajian merupakan usahawan yang tiada kelulusan akademik yang tinggi menyebabkan mereka tidak mampu menjalankan kegiatan perniagaan seperti yang ditunjukkan oleh dua kajian tersebut.

Berdasarkan kepada dapatan kajian ini, adalah disarankan supaya pihak swasta dan terutamanya pihak kerajaan mengambil langkah dan tindakan yang sewajarnya untuk membantu usahawan yang terlibat dalam HBB. Bantuan yang diberikan bukan hanya setakat kewangan tetapi turut perlu meliputi khidmat nasihat, bantuan pemasaran dan perlonggaran peraturan perniagaan supaya dapat membantu golongan HBB ini mengembangkan perniagaan ke peringkat yang lebih besar.

Selain itu, kajian mengenai HBB ini perlulah dipertingkatkan dari semasa ke semasa sebagai usaha memahami persekitaran perniagaan ini yang turut dikategorikan sebagai perniagaan mikro. Kajian selanjutnya yang difikirkan penting ialah kajian yang dapat merangka satu plan tindakan yang dapat membantu pihak usahawan mengembangkan lagi perniagaan mereka. Selain itu, kajian yang dapat

dapat menyediakan pelan tindakan yang tepat dan betul yang dapat dilakukan oleh pihak kerajaan untuk membantu golongan ini amatlah diharap dan dialu-alukan.

## RUJUKAN

- Cooper, D. R., & Schindler, P. S. (2000). *Business Research Method* (7 ed.). New York: McGraw Hill.
- Degarmo, S. (1996). Micropreneurs: What entrepreneurs can learn from their work-at-home cousins. *Success*, 43, 6.
- Deschamps, M., & Dart, J. (1998). *Women entrepreneurship and home-based business*. Paper presented at the International Council for Small Business, Singapore.
- Duncan B. (1991). A profile of female home-based sewing entrepreneurs who participated in the Mississippi Coperative Extension Service sewing as a business program. Doctoral dissertation, Mississippi State University, Dissertation Abstracts International, 52/05;1664A.
- Field, S. (1998). Home based business careers. In *100 Best careers for the 21st Century*.
- Kroon, J., Aardt, A. v., & Bisage, J. C. (1999). *Profile of women entrepreneurship in home-based clothing manufacturing*. Paper presented at the International Council for Small Business Conference, Naples.
- Mankelow, G., Merrilees, B., & Gardoll, H. (1999). *A profile of rural women small business owners: A case study*. Paper presented at the International Council for Small Business Conference, Naples.
- Mohd, K. M. (1998). *Kaedah Penyelidikan Pendidikan*. Kuala Lumpur: Dewan Bahasa & Pustaka.
- Paul, L. (1996). Homework needed to start home-based business. *The Financial Post*, 48.
- Rowe, B., Haynes, G., & Stafford, K. (1999). The contribution of home based business income to rural and urban economies. *Journal of Economic Development*, 13(1), 66-78.
- Sanchez, L., Fiorito, S. S., & He, Y. (1998). An exploration into home-based Business: Data from Textile artist. *Journal of Small Business Management*, 33-43.
- Scarborough, N. M., & Zimmerer, T. W. (2002). *Effective Small Business* (7 ed.). New Jersey: Prentice Hall.
- Sekaran, U. (2000). *Research Method for Business* (3 ed.). New York: John Wiley & Sons.
- Shonesy, L., & Gulbro, R. (1998). *Small business success: A review of the literature*. Paper presented at the Association for Small Business & Entrepreneurship, Dallas, Texas.
- Spiller, L. D., & Huneycutt, S. (1998). *Some issues to consider prior to starting a home based business*. Paper presented at the Small Business Institute Director's Association, Santa Fe, New Mexico.
- Standen, P. (1998). *Home-based business: Prospects for growth in Australia*. Paper presented at the International Council for Small Business Conference, Singapore.

- Stanger, A. M. J. (2000). *Determinants of home based business sales performance*. Paper presented at the International Council for Small Business, Brisbane, Queensland.
- Stanger, A. M. J. (1998). *Home-based business marginality: A review of home based business performance and its determinants*. Paper presented at the International Council for Small Business Conference, Singapore.
- Vega, G. (1996). *Women, men and the nature of entrepreneurship*. Paper presented at the United States Association for Small Business & Entrepreneurship, Atlanta, Georgia.
- Walker, E. (2000). *An empirical study of measures of success in micro business*. Paper presented at the International Council for Small Business Conference, Brisbane, Queensland.
- Watkins, D. (1994). *Building the image of a new home based service business*. Paper presented at the Small Business Institute Director's Association Conference, San Antonio, Texas.
- Wehrell, R., & Fullerton, G. (1996). *Competitive advantage and disadvantage in home based business*. Paper presented at the Southwestern Small Business Institute Association Conference, Dallas, Texas.