

## **Trend kehadiran usahawan di kaunter perkhidmatan MARDI (*one-off* MARDI)** (Trend entrepreneurs visiting MARDI service counters)

Aimi Athirah Ahmad, Ahmad Zairy Zainol Abidin, Hairuddin Mohd Amir, Noorhayati Suratman dan Zawiyah Pono

### **Pengenalan**

Pada tahun 2019, berdasarkan laporan daripada Jabatan Perangkaan Malaysia, sumbangan Perindustrian Kecil dan Sederhana (PKS) kepada Keluaran Dalam Negara Kasar (KDNK) ialah 38.9% dengan nilai RM552.3 bilion. Insitut Penyelidikan dan Kemajuan Pertanian Malaysia (MARDI) bawah Pusat Pemindahan Teknologi dan Pembangunan Usahawan (TE) merupakan salah satu institut penyelidikan awam yang terlibat dalam pembangunan usahawan di Malaysia melalui pakej Usahawan Bimbingan MARDI. Skop utama pusat TE adalah menjalankan aktiviti pemindahan teknologi atau inovasi yang telah diputuskan sebagai teknologi gunaan umum dan membangunkan usahawan dalam bidang industri makanan, tanaman, dan ternakan. Antara aktiviti/kaedah pemindahan teknologi yang ditawarkan adalah khidmat nasihat maklumat *one-off*, bimbingan, perkhidmatan teknikal dan program Agropreneur Muda MARDI. MARDI telah menyediakan pelbagai fasiliti dan kemudahan dalam program ini seperti inkubator, *test bed* dan ladang contoh.

Dalam Rancangan Malaysia Ke-11 (RMK-11), MARDI telah menerima peruntukan sebanyak RM15 juta bagi membantu usahawan dalam pelbagai aspek pembangunan seperti perkhidmatan bimbingan, latihan sangkut, perantis/inkubati/ usahawan tani, latihan amali di ladang contoh, demonstrasi dan khidmat penyelesaian masalah (*trouble-shooting*) di premis usahawan. Ini dapat membantu usahawan meningkatkan pengetahuan, penambahbaikan terhadap proses, produk selain susun atur kilang dalam meningkatkan kualiti produk dan pengeluaran. Prestasi MARDI dalam pemindahan teknologi kepada usahawan sangat memberangsangkan terutama dalam kluster kuih tradisional, bakeri dan makanan konvensional. Kejayaan program Agropreneur Muda bawah MARDI juga digambarkan sebagai pemindahan pengetahuan yang berjaya dalam kalangan usahawan.

MARDI sebagai sebuah institusi penyelidikan bukan sahaja menjalankan penyelidikan, malah secara tidak langsung turut serta menyampaikan maklumat dan teknologi yang dijana oleh MARDI kepada orang awam melalui perkhidmatan pemindahan maklumat dan teknologi. Orang awam boleh bertanya di kaunter perkhidmatan MARDI (*one-off*) sama ada usahawan atau bakal usahawan untuk mendapatkan khidmat nasihat atau pertanyaan melalui kaunter perkhidmatan MARDI di stesen-stesen MARDI negeri di seluruh Malaysia. Oleh itu, objektif kajian ini adalah

untuk mengenal pasti trend kehadiran usahawan secara keseluruhan sepanjang tempoh RMK-11 berdasarkan kluster/produk serta menentukan kluster/produk yang paling ramai diceburi oleh usahawan.

Jadual 1. Profil responden

Perkara		Peratus (%)
Jantina	Lelaki	51.7
	Perempuan	47.9
Bangsa	Melayu	93.6
	Cina	1.9
	India	0.8
	Lain-lain	3.7
Negeri	Kelantan	16.7
	Terengganu	10.9
	Selangor	10.5
	Sabah	9.7
	Johor	8.8
	Kedah	7.6
	Pahang	7.4
	Melaka	6.4
	Perak	5.9
	Sarawak	5.5
	Pulau pinang	5
	Perlis	3.7
	Negeri Sembilan	1.8

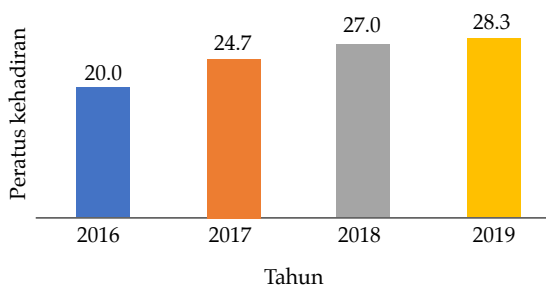
### Demografi usahawan

Daripada keseluruhan responden sepanjang tempoh RMK-11 (n = 14,307), responden lelaki yang hadir adalah sebanyak 51.7% manakala perempuan sebanyak 47.9% dengan perbezaan sebanyak 3.8%. Ini menunjukkan jumlah responden lelaki dan perempuan hampir sama (*Jadual 1*). Majoriti responden yang hadir ke kaunter perkhidmatan dan kaunter pertanyaan MARDI terdiri daripada bangsa Melayu iaitu sebanyak 93.6%. Kajian ini juga menunjukkan bahawa responden yang paling ramai hadir ke MARDI adalah dari negeri Kelantan iaitu sebanyak 16.7%, diikuti Terengganu (10.9%) dan Selangor (10.5%). Kebanyakan responden datang sendiri ke MARDI (86.5%).

### Bilangan usahawan yang hadir ke kaunter perkhidmatan MARDI

Secara keseluruhan, berdasarkan data yang telah direkodkan, trend usahawan yang hadir ke kaunter perkhidmatan MARDI adalah meningkat dari tahun 2016 hingga 2019 (*Rajah 1*). Pada tahun 2016 seramai 2,859 (20%) orang usahawan yang hadir. Pada tahun 2017 pula menunjukkan peningkatan sebanyak 5% iaitu seramai 3,538 (25%). Jumlah ini terus menunjukkan peningkatan iaitu seramai 3,866 (27%) dan 4,044 (28%) telah hadir ke kaunter perkhidmatan MARDI bagi tahun 2018 dan 2019.

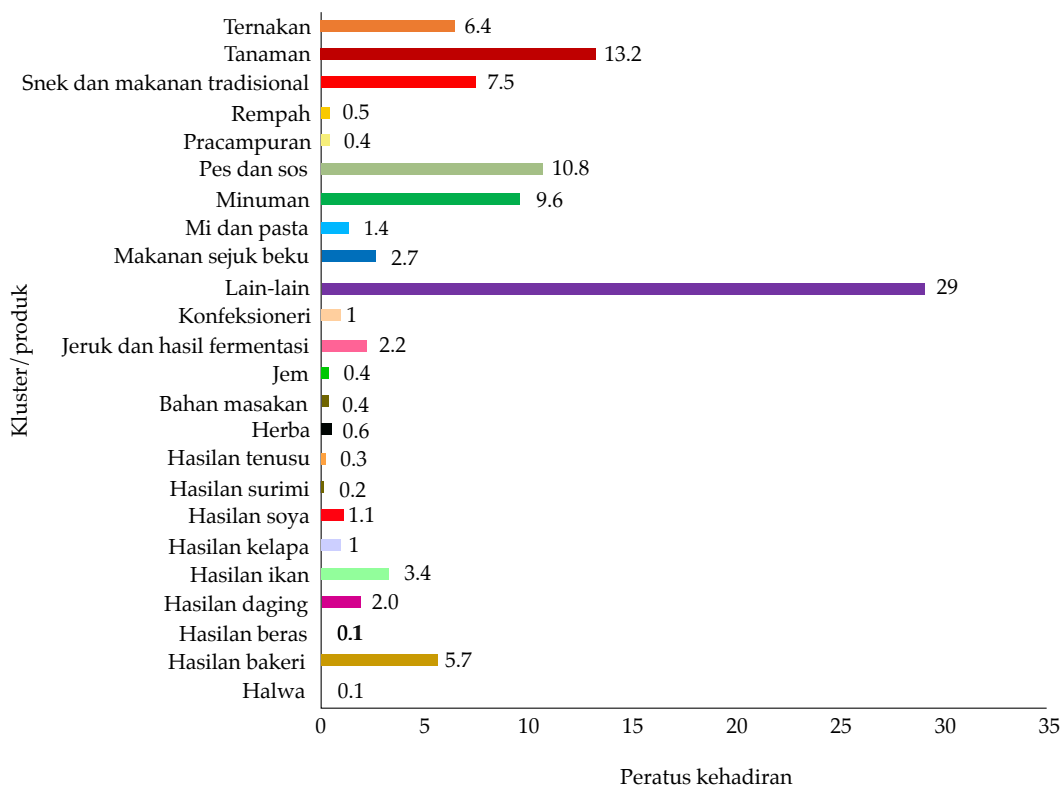
*Rajah 2* menunjukkan peratusan kehadiran usahawan ke MARDI mengikut kluster/produk. Usahawan yang paling



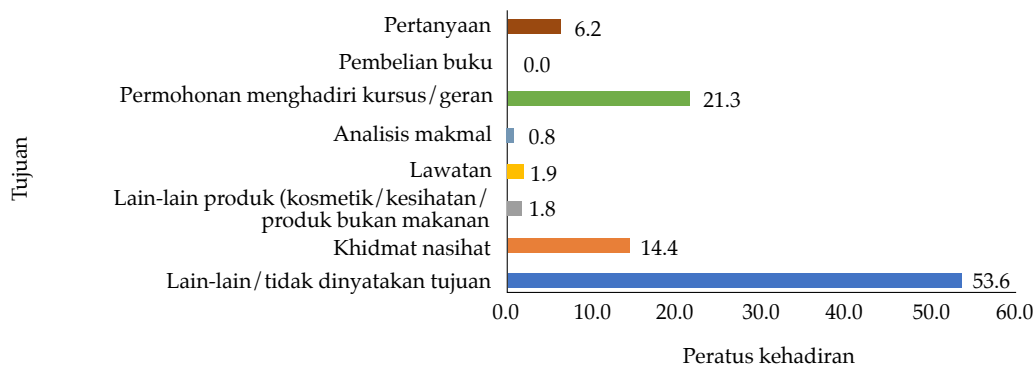
*Rajah 1. Peratusan kehadiran usahawan ke kaunter perkhidmatan MARDI mengikut tahun*

ramai hadir ke MARDI adalah daripada kluster tanaman (13.2%). Usahawan produk pes dan sos juga adalah antara yang ramai hadir ke MARDI dengan peratusan 10.8% diikuti dengan usahawan produk minuman (9.6%), snek dan makanan tradisional (7.5%), kluster ternakan (6.4%) dan bakeri (5.7%).

Dalam *Rajah 2*, perkara 'lain-lain' adalah merujuk kepada tujuan-tujuan lain seperti permohonan menghadiri kursus atau geran (21.3%), khidmat nasihat (14.4%), pertanyaan (6.2%) serta pelbagai lagi pecahan tujuan seperti dalam *Rajah 3*.



*Rajah 2. Peratusan kehadiran usahawan ke kaunter perkhidmatan MARDI mengikut produk dan kluster*

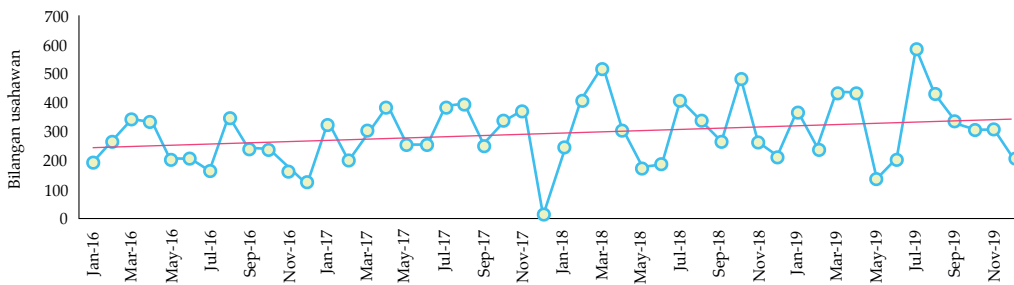


*Rajah 3. Peratusan kehadiran usahawan ke kaunter perkhidmatan MARDI untuk lain-lain*

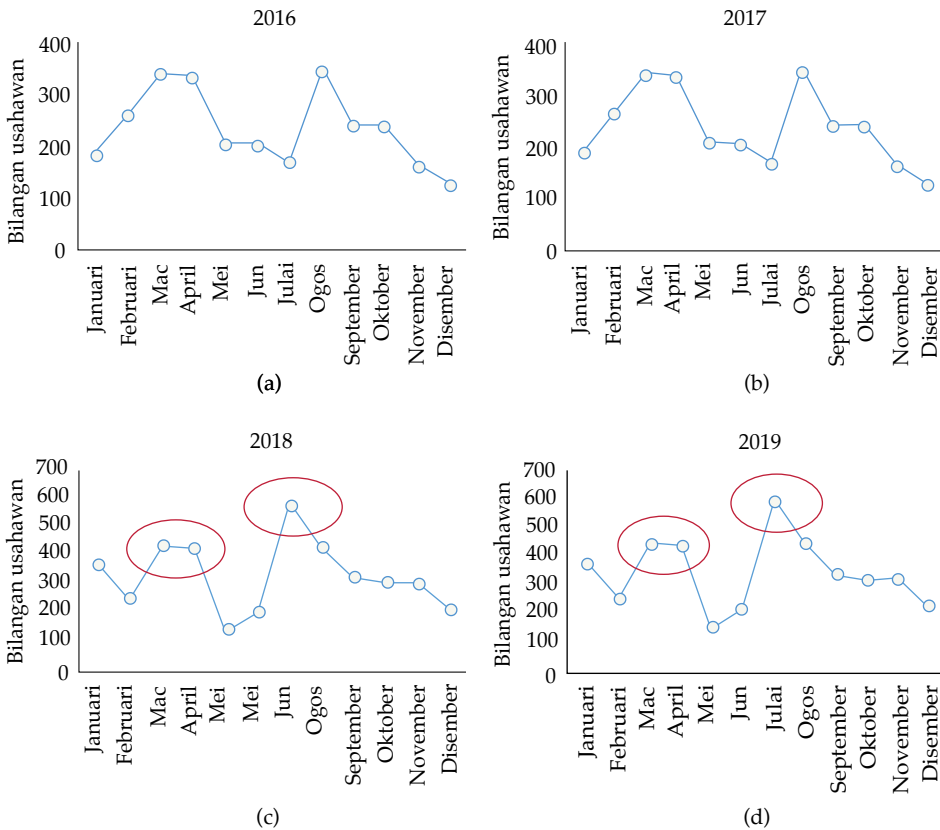
### Trend kehadiran usahawan ke kaunter perkhidmatan MARDI

Analisis trend siri masa pula menunjukkan bilangan usahawan yang hadir ke kaunter perkhidmatan MARDI adalah meningkat setiap bulan seperti dalam *Rajah 4*. Keputusan analisis trend ditunjukkan seperti dalam *Jadual 2*.

Secara keseluruhan, bilangan usahawan meningkat setiap bulan dengan magnitud peningkatan adalah sebanyak dua orang setiap bulan. Berlaku penurunan yang ketara pada bulan Disember 2017. Namun, meningkat kembali pada bulan seterusnya.



Rajah 4. Bilangan usahawan yang hadir ke kaunter perkhidmatan MARDI (2016 – 2019)



Rajah 5. Bilangan usahawan yang hadir ke kaunter perkhidmatan MARDI (2016 – 2019)

Jika dilihat dari segi trend bulanan, bulan yang menunjukkan peningkatan kehadiran usahawan pada setiap tahun adalah pada bulan Februari hingga Mac dan Julai hingga September. Berdasarkan data ini, faktor kehadiran usahawan ke kaunter perkhidmatan MARDI tidak dapat ditentukan secara signifikan. Namun begitu, kehadiran yang tinggi di beberapa bulan ini mungkin disebabkan oleh penganjuran pameran selain beberapa siri klinik usahawan yang diadakan oleh MARDI pada bulan-bulan tersebut yang mungkin menarik perhatian usahawan untuk berhubung melalui kaunter perkhidmatan ini.

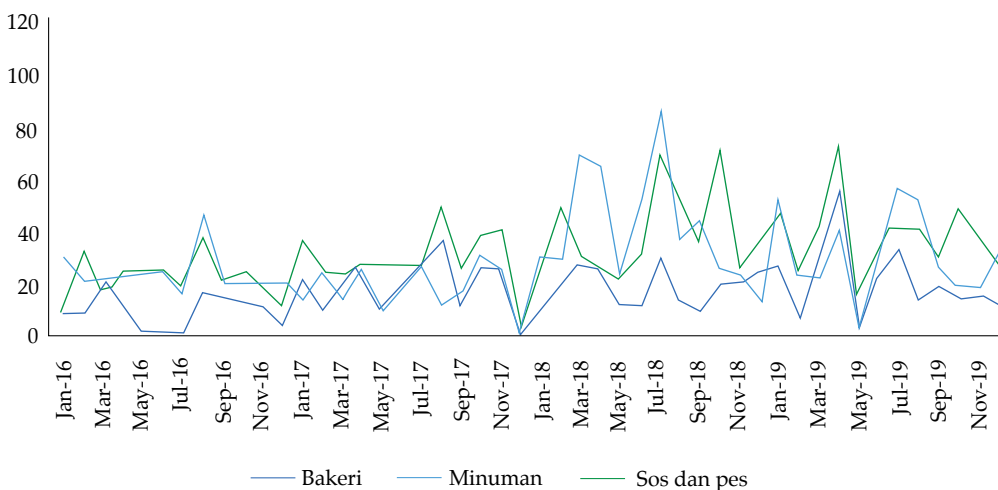
Jadual 2. Trend jumlah kehadiran mengikut produk kluster

Produk/kluster	<i>p-value</i>	Magnitud	Trend
Keseluruhan*	0.067	2.105	Meningkat
Sos dan pes**	0.0002	0.414	Meningkat
Bakeri**	0.027	0.218	Meningkat
Minuman*	0.076	0.179	Meningkat
Tanaman	0.434	0.164	Tiada perubahan
Ternakan	0.482	0.064	Tiada perubahan
Snek dan makanan tradisional	0.824	0	Tiada perubahan

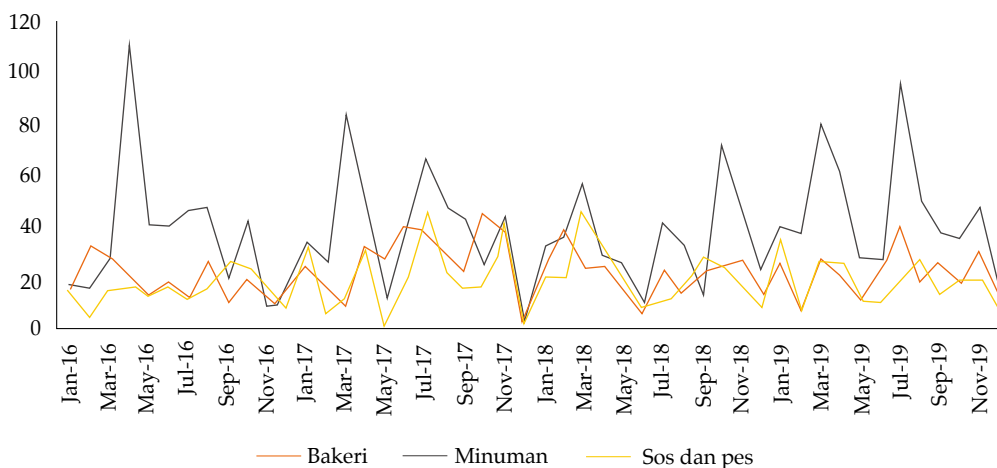
\*Trend yang signifikan ( $p < 0.1$ )

\*\*Trend yang signifikan ( $p < 0.05$ )

Jadual 2 juga menunjukkan keputusan analisis trend berdasarkan kluster/produk utama. Kehadiran usahawan produk sos dan pes, bakeri dan minuman menunjukkan trend bulanan yang meningkat ini menunjukkan ramai usahawan yang hadir ke kaunter MARDI berminat melibatkan diri dalam perniagaan berkaitan sos dan pes, bakeri dan minuman. Manakala kluster tanaman, ternakan dan produk snek serta makanan tradisional adalah tidak berubah



Rajah 6. Bilangan usahawan yang hadir ke kaunter perkhidmatan MARDI berdasarkan kluster/produk bakeri, minuman dan sos serta pes (2016 – 2020)



Rajah 7. Bilangan usahawan yang hadir ke kaunter perkhidmatan MARDI berdasarkan kluster/ produk snek dan makanan tradisional, tanaman dan ternakan (2016 – 2020)

yang mana didapati mereka yang hadir ke kaunter perkhidmatan MARDI tidak menunjukkan peningkatan atau penurunan yang ketara sepanjang tempoh yang sama (Rajah 6 dan Rajah 7).

### Kesimpulan

Bagi perkhidmatan di meja kaunter perkhidmatan MARDI, didapati terdapat peningkatan kehadiran usahawan dari tahun 2016 sehingga 2019 iaitu daripada 2,859 orang usahawan (2016) kepada 4,044 orang usahawan (2019). Daripada jumlah tersebut, produk atau kluster yang tertinggi mendapat pertanyaan terbanyak di kaunter perkhidmatan MARDI ialah kluster tanaman, produk pes dan sos, produk minuman, produk snek dan makanan tradisional, kluster ternakan dan produk bakeri. Analisis trend pula menunjukkan secara keseluruhan peningkatan usahawan yang hadir ke MARDI adalah sebanyak dua orang setiap bulan sepanjang tempoh 2016 hingga 2019.

### Penghargaan

Penghargaan diucapkan kepada En. Mohd Nizam Mohd Nizat, Tn. Hj. Abd. Malik Othman serta pegawai-pegawai Pusat TE di Ibu Pejabat dan pegawai-pegawai TE di seluruh MARDI Negeri kerana membantu dalam pelaksanaan kajian ini.

### Bibliografi

- Mohd Zaffrie M.A. (2018). Kajian impak geran one-off Agropreneur Muda MARDI. *Laporan Kajian Sosioekonomi 2018, Pusat Penyelidikan Ekonomi dan Sains Sosial*. Serdang: MARDI
- Nik Rahimah, N.O. (2017a). Kajian penilaian tahap penggunaan teknologi bagi subsektor pertanian terpilih ke arah pertanian moden: IAT kuih tradisional. *Laporan Kajian Sosioekonomi 2017, Pusat Penyelidikan Ekonomi dan Sains Sosial*. Serdang: MARDI

- Nik Rahimah, N.O. (2017b). Kajian penilaian tahap penggunaan teknologi bagi subsektor pertanian terpilih ke arah pertanian moden: IAT bakeri. *Laporan Kajian Sosioekonomi 2017, Pusat Penyelidikan Ekonomi dan Sains Sosial*. Serdang: MARDI
- Rasmuna Mazwan, M. (2017). Penilaian tahap penggunaan teknologi bagi subsektor pertanian terpilih ke arah pertanian moden: IAT makanan konvenien. *Laporan Kajian Sosioekonomi 2017, Pusat Penyelidikan Ekonomi dan Sains Sosial*. Serdang: MARDI

### **Ringkasan**

MARDI adalah sebahagian daripada agensi kerajaan di Malaysia yang terlibat dalam Rancangan Malaysia Ke-11 (RMK-11) yang menyasarkan usahawan baharu melalui program pembangunan yang menawarkan khidmat nasihat dan bimbingan kepada usahawan. Kajian mengenai trend kehadiran usahawan yang hadir ke MARDI ini dilihat sebagai kajian awal untuk mengenal pasti trend kehadiran usahawan berdasarkan kluster yang berbeza. Kajian ini juga dapat mengenal pasti kluster yang menjadi pilihan utama usahawan ini. Keputusan daripada analisis trend ini mendapati bahawa terdapat secara keseluruhan peningkatan usahawan yang datang ke meja bantuan usahawan dengan trend peningkatan sebanyak dua orang setiap bulan. Dari segi kluster, terdapat tiga kluster yang juga merekodkan trend peningkatan iaitu sos dan pes, minuman dan bakeri.

### **Summary**

MARDI is part of a government agency in Malaysia that is involved in the 11th Malaysia Plan (RMK-11) which targets new entrepreneurs through a development program that offers advice and guidance to entrepreneurs. This preliminary study analyses the trend of entrepreneurs visiting the MARDI Service Counter based on the different clusters. This study also identifies the cluster that is the foremost choice of these entrepreneurs. The results from this study found that there was an overall increase in incoming entrepreneurs, with a trend of increasing by two people every month. In terms of clusters, three clusters also recorded an increasing trend: sauces and pastes, beverages and bakeries.

### **Pengarang**

Aimi Athirah Ahmad  
Pusat Penyelidikan Sosio Ekonomi, Risikan Pasaran dan Agribisnes  
Ibu Pejabat MARDI, Persiaran MARDI-UPM  
43400 Serdang, Selangor  
E-mel: [aimiathirah@mardi.gov.my](mailto:aimiathirah@mardi.gov.my)

Ahmad Zairy Zainol Abidin, Hairuddin Mohd Amir (Dr.), Noorhayati Suratman dan Zawiyah Pono  
Pusat Penyelidikan Sosio Ekonomi, Risikan Pasaran dan Agribisnes  
Ibu Pejabat MARDI, Persiaran MARDI-UPM  
43400 Serdang, Selangor