

FAKTOR MEMPENGARUHI PRESTASI USAHAWAN WANITA DALAM KOPERASI

Syarifah Rohaya Wan Idris
Institut Koperasi Malaysia Zon Sarawak

ABSTRAK

Sehingga kini, populasi wanita yang bergelar usahawan terus meningkat di seluruh dunia dan terbukti bahawa wanita telah menguasai lebih satu pertiga daripada keseluruhan individu yang terlibat dalam aktiviti keusahawanan. Penglibatan wanita dalam arena keusahawanan telah menjadi tumpuan dan perhatian utama dalam kalangan penyelidik serta pengamal perindustrian memandangkan banyak negara membangun kini telah membuka peluang kepada wanita untuk terlibat dalam aktiviti keusahawanan yang sebelum ini dikuasai oleh golongan lelaki. Justeru itu, kajian ini dijalankan adalah bertujuan untuk mengkaji faktor-faktor yang mempengaruhi prestasi usahawan wanita dalam koperasi di bahagian Kuching dan Samarahan di negeri Sarawak. Pembolehubah bebas yang terlibat dalam penyelidikan ini adalah orientasi keusahawanan, modal insan, matlamat dan motif usahawan, faktor sosio-budaya dan faktor perundangan dan pentadbiran. Pengantara dalam kajian ini pula adalah pengiktirafan peluang manakala pemboleh ubah bergantung adalah prestasi usahawan wanita. Asas pembolehubah telah dinilai dengan menggunakan soal selidik yang sah. Sejumlah 118 responden dalam kalangan anggota wanita di koperasi telah mengambil bahagian dalam tinjauan tersebut. Data diperolehi daripada analisis menggunakan Pakej Statistik untuk Sains Sosial (SPSS) versi 22. Keputusan empirikal menunjukkan bahawa modal insan didapati signifikan dengan korelasi positif dan hubungan kuat dengan skala pengiktirafan peluang, sedangkan pengantara didapati mempunyai korelasi positif dan hubungan kuat ke arah prestasi usahawan wanita. Sementara itu, hubungan antara pembolehubah lain didapati signifikan dengan korelasi sederhana dan hubungan positif dengan pengiktirafan peluang. Sumbangan utama penyelidikan ini telah memberikan bukti empirikal mengenai hubungan antara setiap pembolehubah. Selain itu, ia mendedahkan faktor yang paling mempengaruhi prestasi usahawan wanita dalam kalangan anggota koperasi khususnya di kawasan Kuching dan Samarahan. Bidang untuk kajian masa depan juga dibincangkan dalam kajian ini.

Kata Kunci: *Modal Insan; Motivasi Usahawan; Orientasi Keusahawanan; Prestasi Usahawan Wanita; Usahawan Koperasi*

E-mel Penulis: syarifah@ikkm.edu.my

PENGENALAN

Beberapa tahun kebelakangan ini, bilangan usahawan dalam kalangan wanita mengalami peningkatan yang sangat ketara dan ini merupakan fenomena yang berlaku di seluruh dunia, termasuk di negara Malaysia. Ini jelas terbukti di mana wanita telah menguasai lebih satu pertiga daripada keseluruhan yang terlibat dalam aktiviti keusahawanan (Global Keusahawanan Monitor, 2014). Di samping itu, penglibatan wanita dalam arena keusahawanan menjadi salah satu tumpuan utama dalam kalangan penyelidik serta pengamal perindustrian pada masa ini kerana banyak negara membangun telah membuka peluang untuk penglibatan wanita dalam aktiviti keusahawanan yang sebelum ini dikuasai oleh lelaki (Norsida, 2010). Penglibatan usahawan wanita dilihat semakin meningkat dan menunjukkan sebagai suatu yang positif terhadap perkembangan ekonomi negara. Perkembangan pesat ekonomi negara menggamit lebih ramai wanita untuk melibatkan diri secara aktif dalam dunia keusahawanan.

Pada masa kini, kita dapat melihat banyak kisah kejayaan usahawan wanita disiarkan di televisyen dan akhbar sebagai salah satu pengiktirafan terhadap kejayaan, prestasi dan sumbangan mereka kepada negara yang juga dikenali sebagai orientasi keusahawanan. Sebagai contoh di Malaysia, usahawan wanita berjaya antaranya ialah seperti (i) Faeza Bawumi Sayed Ahmad, Pengasas Syarikat Beras Faiza Sdn Bhd, (ii) Rozita Ibrahim, Pengarah Urusan Syarikat Sendayu Tinggi Sdn Bhd, (iii) Hajah Pazdilah Enda Sulaiman, Pengasas Butik Siti Khadijah Apparel Sdn. Bhd (iv) Dato' Sri Siti Nurhaliza Tarudin, Pengasas Produk SimplySiti dan Creacion dan ramai lagi. Di peringkat antarabangsa pula, antara usahawan wanita yang berjaya ialah (i) Beyonce Knowles, Pengasas House of Dereon yang telah mewujudkan *marketplace* sendiri yang menjual pakaian dan aksesori berjenama iaitu shop.beyonce.com, (ii) Kiran Mazumdar-Shaw, usahawan bioteknologi India yang pertama mengasaskan Biocon dan bekerjasama dengan firma Ireland untuk membuat enzim industri, (iii) Oprah Winfrey, pengasas kepada tiga syarikat iaitu Harpo Productions, Oprah Winfrey Network (OWN) dan Akademi Kepimpinan Oprah Winfrey khusus untuk wanita. (Forbes.com)

Walaupun terdapat peningkatan dalam populasi usahawan wanita di Malaysia, namun kebanyakan kajian keusahawanan yang dijalankan hari ini kebanyakannya tertumpu kepada penglibatan lelaki dan hanya beberapa penyelidikan yang dilakukan terhadap wanita (Musan, 2011). Jabatan Ukur dan Pemetaan Malaysia pada tahun 2015 menyatakan bahawa jumlah penduduk di Malaysia adalah seramai 29,714,700 orang dan 48.6% daripadanya adalah dalam kalangan wanita dengan jumlah sebanyak 14,436,700 orang. Oleh itu, penglibatan wanita dalam aktiviti ekonomi seperti keusahawanan telah menjadi salah satu aspek utama yang membawa kepada pertumbuhan dan pengembangan ekonomi di Malaysia (Chen, 2001).

Terdapat beberapa kertas kerja yang membincangkan tentang isu-isu mengenai usahawan wanita, namun amat sedikit kajian dibuat yang menumpukan kepada faktor-faktor yang mempengaruhi dan cabaran yang dihadapi oleh usahawan wanita (Fatima & Muneer, 2016)

khususnya dalam kalangan anggota koperasi di Sarawak. Penglibatan anggota dalam koperasi adalah penting bagi kelangsungan dan kejayaan koperasi. Malah, sarjana terdahulu menyatakan bahawa penyertaan anggota yang aktif dalam pentadbiran koperasi adalah kunci utama yang mempengaruhi prestasi koperasi yang berjaya terutamanya dalam kalangan usahawan wanita (Amini & Ramezani, 2008). Walau bagaimanapun, penglibatan anggota dalam perniagaan koperasi masih tidak menggalakkan dan penyertaan mereka masih pada tahap yang sangat rendah. Penyelidikan ini sangat penting dan relevan dengan senario gerakan koperasi semasa. Walaupun terdapat ramai dalam kalangan anggota yang menjadi usahawan, namun mereka masih kurang berminat untuk mengurus niaga dengan koperasi. Di samping itu, terdapat beberapa kekangan yang dihadapi oleh koperasi seperti kurangnya keupayaan dan kemampuan koperasi itu sendiri, kurang tenaga kerja yang berkelayakan, kemahiran keusahawanan yang lemah, kekurangan modal dan sokongan kewangan, maklumat pasaran yang rendah, serta penglibatan anggota yang rendah dalam pelbagai aktiviti seperti pembiayaan koperasi, merendahkan tindakan dan usaha koperasi, mengawal dan menyokong perniagaan (Karunakaran, Borji, & Sherefa, 2011).

Kepentingan perniagaan koperasi dianggap sebagai satu bidang penyelidikan yang kurang menarik minat dan perhatian penyelidik (Fatima & Muneer, 2016). Oleh itu, sumbangan empirikal dalam bidang keusahawanan koperasi ini sebagai bidang kajian adalah masih terbatas (Hashim, Zakaria, & Ahmad Fawzi, 2014). Oleh itu, pengkaji berpendapat adalah wajar untuk kajian ini dijalankan kerana pengkaji ingin melihat kepada faktor yang telah mempengaruhi prestasi usahawan wanita khususnya dalam kalangan anggota koperasi di bahagian Kuching dan Samarahan di negeri Sarawak. Dapatan daripada kajian ini diharap dapat memberi gambaran sebenar senario usahawan wanita di Sarawak dan seterusnya membantu pihak-pihak yang berkaitan untuk merangka dan melaksanakan tindakan susulan yang sewajarnya agar prestasi usahawan wanita dapat dipertingkatkan ke peringkat yang lebih tinggi.

OBJEKTIF KAJIAN

Objektif Umum

Secara umumnya, kajian ini bertujuan untuk mengkaji faktor-faktor yang mempengaruhi prestasi usahawan wanita dalam gerakan koperasi di bahagian Kuching dan Samarahan di negeri Sarawak.

Objektif Khusus

- i. Untuk mengenal pasti corak hubungan antara orientasi keusahawanan, modal insan, matlamat dan motif usahawan, faktor sosio-budaya, faktor perundangan dan pentadbiran ke arah pengiktirafan peluang.

- ii. Mengenalpasti faktor yang paling kritikal dalam kalangan faktor-faktor yang mempengaruhi prestasi usahawan wanita di koperasi ke arah pengiktirafan peluang.
- iii. Untuk mengenal pasti pengiktirafan peluang mempunyai hubungan ke arah prestasi usahawan wanita dalam kalangan anggota koperasi.

SOROTAN KAJIAN

Evolusi Gerakan Koperasi di Malaysia

Sejarah bermula apabila koperasi terawal ditubuhkan di Tanah Melayu pada bulan Julai 1922 yang dinamakan *The Federated Malay States Posts and Telegraphs Co-operative Thrift and Loan Society Limited* dengan penyertaan seramai 547 orang anggota (Kularajah, 1968). Setahun kemudian iaitu pada bulan Disember 1923, koperasi pertama dalam kalangan masyarakat luar bandar pula didaftarkan dengan nama Syarikat Bekerjasama-Sama kerana Meminjamkan Wang Kampung Tebuk Haji Musa, Mukim Titi Serong Krian dengan Tanggungan Tidak Berhad (Ahmad, Yaacob, & Ibrahim, 2013). Pada masa ini, aktiviti utama kebanyakan koperasi-koperasi yang ditubuhkan bertujuan untuk fungsi kredit seperti menyimpan dan memberi pinjaman kepada anggota koperasi. Namun seiring dengan perubahan masa, kebanyakan koperasi sekarang terlibat dalam pelbagai aktiviti perniagaan yang lain (Abd Latif et al., 2011). Kini, koperasi telah terlibat dalam pelbagai sektor perniagaan seperti kewangan, perkhidmatan, perumahan, kepenggunaan, pengangkutan, pertanian, perindustrian, dan pembinaan (Ahmad, Yaacob, & Ibrahim, 2013) yang telah menyumbang dan mencipta peluang pekerjaan, peningkatan pendapatan masyarakat dan secara tidak langsung menyumbang kepada pengurangan masalah pengangguran dan kemiskinan (Abd Latif et al., 2011).

Dalam keusahawanan koperasi, adalah penting bagi semua anggota memahami sepenuhnya pendekatan perniagaan bagi mencapai matlamat dan motif mereka dengan lebih berkesan. Gerakan koperasi di Sarawak digalakkan untuk menyebarkan dan mengembangkan perniagaan mereka untuk kekal berdaya saing dan mempunyai keupayaan bersaing dengan organisasi-organisasi besar. Sebagai contoh, Felda Trading dan Bank Rakyat yang bermula sebagai sebuah koperasi skala kecil telah berubah menjadi sebuah pertubuhan koperasi yang membangun pesat (Veno, 2012). Keusahawanan wanita di Sarawak dilihat bermula dengan perusahaan kecil sebelum mereka terlibat dengan perusahaan skala yang lebih besar dan kompleks. Kajian terkini menunjukkan bahawa kebarangkalian untuk memulakan perniagaan baru adalah lebih tinggi dalam kalangan wanita yang melihat diri mereka mempunyai kemahiran dan pengetahuan yang berkaitan dan bukannya orang lain yang menganggap diri mereka sebagai kurang berkemahiran (Minniti, 2009).

Prestasi Usahawan Wanita

Eleanor Schwartz dalam artikelnya bertajuk “*Entrepreneurship : A New Female Frontier*” yang diterbitkan pada tahun 1976 oleh *Journal of Contemporary Business* adalah artikel pertama pernah diterbitkan yang memfokuskan kepada usahawan wanita, dan artikel ini bukanlah penulisan pertama beliau berkisarkan tentang keusahawanan (Hisrich & O’Brien, 1981). Prestasi biasanya diukur dalam bentuk data perakaunan seperti pulangan atas pelaburan. Masalah akan timbul apabila menggunakan ukuran perakaunan terutamanya kepada usahawan baru. Ini kerana ianya berdasarkan sejarah kewangan atau perakaunan yang lalu dan tidak melihat ke masa hadapan (Chakravarthy, 1986). Bagi usahawan baru, mereka tidak mempunyai sejarah masa lalu dan baru sahaja memulakan perniagaan. Walaupun terdapat konteks yang berbeza dalam skop kajian, asas kepada usahawan wanita adalah sama dari segi pemahaman.

Usahawan wanita dalam koperasi adalah merujuk kepada wanita yang menjalankan perniagaan mereka sendiri dan tidak bekerja di mana-mana organisasi lain (Wube, 2010). Selain itu, prestasi boleh ditakrifkan sebagai aktiviti dan operasi keseluruhan yang dilakukan oleh usahawan wanita untuk mengukuhkan perniagaan koperasi mereka. Konsep utama prestasi adalah psikologi organisasi dan persekitaran kerja di mana organisasi memerlukan individu yang berprestasi tinggi untuk memenuhi tujuan organisasi serta mencapai kelebihan daya saing di pasaran. Prestasi juga penting dalam melaksanakan dan memenuhi tugas di peringkat tinggi yang boleh menjadi sumber pemenuhan individu serta ahli persatuan. Oleh itu, prestasi tinggi dalam seseorang individu terutamanya wanita biasanya berkaitan dengan ganjaran dari segi faedah kewangan dan faedah lain (Sonnentag & Frese, 2002). Dalam perspektif praktikal, adalah sukar untuk menggambarkan pencapaian prestasi tanpa merujuk kepada sudut pandang hasilnya. Tidak semua tindakan adalah relevan dan signifikan untuk sesebuah organisasi mencapai matlamat mereka. Dalam erti kata lain, seseorang memerlukan peraturan untuk menilai sejauh mana prestasi individu terutamanya usahawan wanita memenuhi objektif organisasi (Sonnentag & Frese, 2002).

Pengiktirafan Peluang

Pengiktirafan peluang merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi prestasi usahawan wanita di mana konsep peluang keusahawanan sangat berkaitan dengan keusahawanan itu sendiri. Penilaian ke atas peluang yang diiktiraf adalah peringkat alternatif dalam prosedur keusahawanan, dan hasil penilaian pada peringkat ini akan mendorong keputusan untuk memanfaatkan peluang tersebut (Shane, 2003). Keputusan untuk mengeksploitasi peluang itu bergantung kepada niat atau matlamat seseorang usahawan, dan ketepatan dalam pembuatan keputusan adalah faktor yang membawa kepada pengiktirafan peluang keusahawanan (Shane & Venkataraman, 2000). Eksploitasi ke atas peluang adalah bergantung kepada tahap latihan dan pendidikan seseorang usahawan, kemahiran atau pengetahuan yang diperoleh melalui

pengalaman kerja, jaringan sosial, analisis kredit dan manfaat pembiayaan, atau kelebihan penjimatan dalam perniagaan (Shane, 2003). Oleh itu, kepentingan pengiktirafan peluang sebagai pusat dalam penyelidikan keusahawanan tidak boleh dipandang ringan.

Sebagaimana produk dan perkhidmatan yang dijual dapat menjana keuntungan, demikian juga dengan mengiktiraf peluang yang berpotensi tinggi juga boleh mendatangkan keuntungan yang tinggi, pertumbuhan positif, dan kedudukan yang kompetitif (Lim & Xavier, 2015). Berdasarkan kajian terdahulu dalam pengiktirafan peluang keusahawanan bertajuk “Kesan Kualiti Peribadi dan Kemahiran Pengurusan Usahawan ke atas Prestasi Usahawan di Malaysia”, menyatakan elemen kemahiran dalam mengiktiraf peluang digunakan sebagai faktor pengantara dan menjadi aspek penting dalam dapatan kajian, iaitu kesannya ke atas prestasi. Oleh itu, hubungan antara prestasi firma dan pengiktirafan peluang adalah elemen penting yang membawa kepada prestasi perniagaan yang unggul (Sambasivan, Murali, Mohani, & Yuzliani, 2009).

Orientasi Keusahawanan

Menurut Shane (2003), dalam teori keusahawanan, menyatakan bahawa orientasi keusahawanan merupakan keupayaan seseorang usahawan untuk mengenalpasti dan memanfaatkan peluang yang berkaitan dengan prestasi keusahawanan yang berbeza-beza di antara individu dan ianya adalah berdasarkan kepada keadaan seseorang individu dalam menerima sebarang risiko. Sebagai contoh, individu pengambil risiko mempunyai keupayaan terhad untuk mengeksploitasi peluang (Shane & Venkataraman, 2000). Pada asasnya, individu mungkin kurang aktif dalam mencari peluang keusahawanan. Individu yang mempunyai sikap negatif dan tidak cenderung menerima risiko sukar mencari dan meneroka peluang keusahawanan dan ini akan menghalang mereka daripada mengeksploitasi peluang keusahawanan yang ada (Ekype, Mat, & Razak, 2010). Lumpkin dan Dess (1996) telah mencadangkan orientasi keusahawanan merujuk kepada “proses, amalan, dan aktiviti membuat keputusan yang membawa kepada kemasukan baru” (ms. 136).

Ini berbeza dengan Covin dan Slevin (1989) dalam mendefinisikan orientasi keusahawanan sebagai satu tahap kecenderungan usahawan untuk mengambil risiko yang berkaitan dengan perniagaan (dimensi mengambil risiko) yang membawa kepada perubahan dan inovasi untuk mendapatkan kelebihan daya saing firmanya (dimensi inovasi), dan bersaing secara agresif dengan firma lain (dimensi proaktif). Ini disokong oleh kenyataan Miller & Friensen, 1983 bahawa orientasi pemeliharaan keusahawanan sesebuah firma dipamerkan dengan tahap motivasi pengarah atasan dalam mengambil risiko perniagaan yang berkaitan, menyokong perubahan dan kemajuan untuk memperoleh kelebihan persaingan bagi firma mereka serta bersaing secara agresif dengan firma lain. Firma keusahawanan untuk pengurusan atasan mesti mempunyai gaya pengurusan keusahawanan, seperti yang dinyatakan dalam pelan strategik organisasi serta pentadbiran dan pengurusan operasi secara rasional (Chakravarthy, 1986).

Pengurus sesebuah organisasi konvensional pula memutuskan gaya pengurusan atasan adalah pengambil risiko, tidak berinovatif, dan reaktif (Covin & Slevin, 1989).

Modal Insan

Modal insan merupakan individu yang berilmu, berbakat, berkeyakinan, mempunyai nilai murni dan moral yang tinggi, beretika, berdisiplin, inovatif, kreatif, progresif, cekal dan berdaya saing (Schultz, 1960; Becker, 1964; Georgi, 2002). Ini selari dengan pengertian usahawan di mana seorang usahawan yang berjaya dan cemerlang perlu memiliki daya kreativiti yang tinggi, daya berinovasi, bermoral dan beretika, bersemangat, amanah dan sanggup menanggung risiko (Ab Aziz, 2010).

Kepentingan modal insan dapat diklasifikasikan melalui dua ciri profil demografi utama, iaitu pendidikan dan pengalaman. Pengetahuan diterima dari pendidikan dan pengalaman yang diperoleh pada masa lalu dianggap sebagai asas yang dimiliki oleh seseorang dan ianya berbeza dari seorang individu dengan individu yang lain. Modal insan dari segi pengetahuan terdiri daripada pengetahuan “tacit” dan “eksplisit” yang telah lama dianggap sebagai faktor kritikal untuk berjaya dalam aktiviti keusahawanan. Berdasarkan teori Modal Insan, individu yang berprestasi tinggi dalam melaksanakan misi dan matlamat biasanya mempunyai modal insan yang lebih tinggi. Selain itu, kajian empirik mendedahkan bahawa keperluan modal insan pada tahap awal keusahawanan adalah penting yang mengakibatkan pengiktirafan peluang yang semakin meningkat dan seterusnya membawa kepada kejayaan keusahawanan (Anderson & Miller, 2003).

Untuk berjaya di dalam perusahaan yang diusahakan memerlukan kepada ilmu berkaitan bidang perniagaan iaitu ilmu tentang perniagaan yang sesuai dan juga keperluan untuk meningkatkan kemahiran dalam perusahaan. Seseorang usahawan itu tidak akan mampu untuk meneruskan perniagaan jika tidak mengetahui selok-belok tentang bidang perniagaan yang mereka sedang usahakan. Oleh yang demikian, penekanan terhadap faktor modal insan adalah penting memandangkan seorang usahawan tidak akan berjaya sekiranya hanya berlandaskan kepada bakat semata-mata tanpa menekankan ilmu pengetahuan yang berterusan. Ianya juga mampu melahirkan insan yang berpengetahuan, mempunyai kemahiran serta meningkatkan nilai tambah seseorang pengusaha dan menjadikan mereka sebagai usahawan yang berjaya.

Matlamat dan Motivasi Usahawan

Matlamat adalah hasil positif yang diharapkan oleh seseorang untuk diperolehi dari melakukan sesuatu tindakan manakala motivasi adalah proses di mana penetapan matlamat dicituskan dan dikekalkan (Teoh & Chong, 2007). Kajian Norizatun et al., (2011) pula mendapati motivasi adalah perlakuan berorientasikan pencapaian. Pencapaian kepada matlamat perniagaan akan

lebih mudah diperolehi apabila seseorang usahawan itu memiliki motivasi dalaman yang kuat dan mengarah kepada usaha yang lebih gigih.

Banyak literatur yang membincangkan mengenai motivasi sebagai teras kepada usahawan dalam menetapkan asas kepada perniagaan yang akan diceburi dan ini merupakan ramuan penting dalam formula kejayaan keusahawanan (Sadi & Al-Ghazali, 2012; Pandian & Jesurajan, 2011). Literatur terdahulu mendedahkannya sebagai motif untuk permulaan perniagaan dan membahagikannya sebagai faktor “penolak” dan “penarik” atau juga dikenali sebagai faktor negatif dan positif. Faktor “penolak” atau faktor negatif adalah berkaitan dengan keperluan melaksanakan pelan perniagaan secara berterusan untuk wanita adalah satu kewajipan. Pembolehubah ini mengandungi capaian kepada pertindihan, pengangguran, kekecewaan dengan pekerjaan terdahulu, keperluan untuk memperoleh kehidupan yang lebih baik dan keperluan untuk memiliki rutin kerja yang fleksibel atau dapat disesuaikan untuk memenuhi tanggungjawab seorang wanita terutamanya dalam menjaga keluarga (Sadi & Al-Ghazali, 2012). Sebaliknya, faktor “menarik” atau positif adalah berdasarkan kebebasan wanita untuk membuat pilihan dan hasratnya untuk mencapai aspirasi dan cita-cita. Menurut Sadi dan Al-Ghazali (2012) lagi, faktor “penarik” meliputi kemerdekaan, pemerintahan sendiri atau autonomi, memanfaatkan kemampuan mencipta sebagai kemahiran kreatif, melakukan kerja yang menyenangkan, pemacu keusahawanan dan keinginan untuk meraih kekayaan, status sosial atau kedudukan dan kuasa.

Daripada kajian Lee (1997), kesimpulan yang boleh dibuat ialah pemilihan pekerjaan wanita dipengaruhi oleh faktor motivasi dari segi psikologi. Pemilik perniagaan biasanya didorong motivasi pencapaian dan dominasi yang tinggi. Pekerjaan yang memperoleh gaji tetap tidak dapat memenuhi keperluan dari segi pencapaian dan kuasa. Wanita yang mempunyai keperluan seperti ini yang tinggi berusaha untuk mendapat sumber pekerjaan yang lain. Oleh itu, sebagai pemilik perniagaan sendiri boleh memenuhi keperluan daripada memakan gaji. Adalah penting untuk memahami ciri-ciri wanita yang memulakan perniagaan baru, motivasi mereka untuk melakukannya, dan tahap prestasi mereka dalam perniagaan (Ramos, Maldonado, & Hernandez, 2014) kerana pandangan usahawan wanita memfokuskan kepada kuasa menentukan nasib mereka sendiri, meningkatkan hubungan dengan pelanggan dan membuat perkara yang berharga (Elenurm & Vaino, 2011). Ini boleh dianggap sebagai motivasi utama kerana ramai wanita tidak berpuas hati dengan kerja mereka terdahulu (Kobeissi, 2010).

Faktor Sosiobudaya

Dalam dunia perniagaan usahawan ataupun syarikat perniagaan tidak dapat lari daripada membuat penilaian terhadap persekitaran sosial dan budaya, tidak kira samada perniagaan beroperasi di dalam atau pun di luar negara mereka. Faktor sosio budaya adalah gabungan faktor sosial dan budaya yang mempengaruhi prestasi usahawan wanita. Setiap masyarakat seperti masyarakat majmuk di Malaysia contohnya mempunyai nilai-nilai etika atau gaya

hidup tersendiri mengikut bangsa, budaya dan agama. Kebudayaan yang berlainan mempunyai nilai-nilai, norma dan gaya hidup berlainan. Budaya juga merangkumi aspek-aspek kebendaan dan bukan kebendaan. Persekitaran budaya ini juga dipengaruhi oleh nilai-nilai asas, persepsi, kegemaran dan gelagat atau tabiat pengguna. Institusi seperti keluarga dan masyarakat memainkan peranan yang penting di dalam mempengaruhi kesemua elemen-elemen ini. Kepercayaan dan nilai asas yang dipegang oleh seseorang individu banyak dipengaruhi oleh masyarakat di mana ia dibesarkan.

Perbezaan amalan sosial dan budaya masyarakat boleh dikatakan berbeza dalam setiap negara yang berbeza. Kita boleh melihat pengaruh serta kesan persekitaran sosial dan budaya dari dua aspek, iaitu aspek demografi Merangkumi ciri-ciri kependudukan, contohnya seperti umur, jantina, bilangan penduduk, kaum atau bangsa, taburan pendapatan, bandar atau luar bandar. Perubahan-perubahan ini akan membawa kepada perubahan pada permintaan, kuasa beli, sasaran, saiz pasaran dan sebagainya. Sebarang keputusan di dalam menjalankan perniagaan atau operasi perniagaan mestilah mengambil kira perubahan-perubahan ini. Aspek kedua adalah aspek budaya Merangkumi cara hidup dan nilai sosial masyarakat, kepercayaan, bahasa yang digunakan, gaya hidup keluarga, perubahan citarasa pengguna dan lain-lain lagi. Elemen-elemen ini pasti akan mengubah pola permintaan dan ianya akan mempengaruhi keputusan-keputusan yang akan dibuat oleh usahawan.

Penyelidik sebelum ini berpendapat bahawa peranan utama hubungan sosial adalah jelas dalam mempengaruhi kemakmuran organisasi yang membolehkan seorang usahawan mengenal pasti peluang yang berpotensi, maklumat dan sumber yang berharga (Arasti, Rezaee, Zarei, & Panahi, 2012). Usahawan mengeksploitasi rangkaian sosial mereka sebagai saluran yang membolehkan mereka mengakses maklumat, pelanggan, pembekal dan sumber kewangan. Lebih-lebih lagi, mereka mendapat sokongan emosi daripada rangkaian sosial mereka terutama dari hubungan rapat mereka seperti suami atau isteri, bapa, ibu, rakan dan saudara mereka serta sokongan dari hubungan jauh seperti pengusaha, rakan sekerja dan pekerja terdahulu. Sokongan emosi pasangan adalah penting untuk kejayaan para usahawan wanita (Omwenga, Mukulu, & Kanali, 2013). Hisrich (2005) dan Gemechis (2007) telah menambah faktor sosio-budaya yang akan mempengaruhi kejayaan dan prestasi usahawan seperti sikap sosial dan budaya ke arah keusahawanan, pendidikan keusahawanan, bantuan perniagaan dan sokongan. Tidak dapat dinafikan bahawa terdapat keperluan di Malaysia terutamanya di Sarawak untuk mewujudkan dan mengekalkan persekitaran sosio-budaya yang baik yang akan membantu dalam membangunkan kejayaan keusahawanan yang dicapai oleh usahawan wanita khususnya dalam kalangan anggota koperasi.

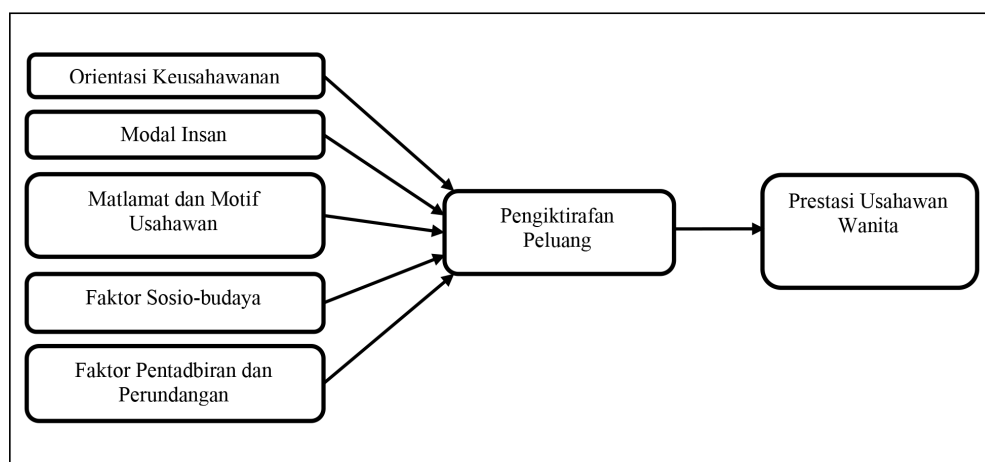
Faktor Perundangan dan Pentadbiran

Faktor perundangan dan pentadbiran merujuk kepada pelbagai isu yang berkaitan dengan badan pentadbiran dan peraturan kerajaan yang boleh menjejaskan prestasi usahawan wanita

(Wube, 2010) dan mempengaruhi orientasi pertumbuhan usahawan wanita. Ia membahagikan faktor perundangan dan pentadbiran ke dalam tiga kelas seperti peraturan perbankan, Akta Cukai, dan Akta Buruh. Peraturan perbankan banyak dibincangkan dalam literatur lepas kerana ia mempunyai peranan penting dalam orientasi pertumbuhan perniagaan yang diusahakan oleh usahawan. Dalam banyak situasi, usahawan menghadapi kesulitan daripada bank untuk mendapatkan pinjaman kerana prosedur dan syarat yang ketat, kadar faedah yang tinggi dan jaminan cagaran (Javadian & Singh, 2012). Kenyataan ini disokong oleh Zulkurnain, Khairushalimi, Azizan dan Ahmad (2014) bahawa faktor perundangan dan pentadbiran memberi kesan yang nyata dan langsung kepada prestasi perniagaan usahawan wanita di perusahaan kecil dan sederhana (PKS).

Untuk mempunyai perniagaan yang lebih berkualiti dan aktiviti keusahawanan yang berkembang maju, koperasi perlu mengatasi beberapa cabaran penting (Zeidan & Bahrami, 2011). Globalisasi dan integrasi perdagangan antarabangsa dianggap sebagai cabaran yang paling dominan kepada koperasi dan perusahaan kecil dalam setiap perniagaan di dunia (Hertog, 2010). Kebanyakan masalah yang dihadapi oleh usahawan sama ada usahawan lelaki atau wanita adalah sama. Antaranya karenah birokrasi, persekitaran yang tidak stabil, sistem pengawalseliaan sektor swasta yang sukar difahami, kewajaran yang berlebihan dan kewajipan kontrak (Al Turki & Braswell, 2010).

Dari segi pentadbiran dan pengurusan, kebanyakan usahawan wanita bertanggungjawab dalam semua pengurusan dan pentadbiran perniagaannya. Sebelum memulakan perniagaan, usahawan wanita harus menyediakan belanjawan, membuat pilihan ke atas jenis perniagaan yang ingin diceburi, bentuk perniagaan, berorientasikan produk atau perkhidmatan, pemasaran dan lokasi yang strategik (Vaz, 1998). Oleh itu, majoriti daripada mereka cenderung memiliki perniagaan



Rajah 1: Rangka Kerja Penyelidikan yang disesuaikan daripada (Fatima & Muneer, 2016)

yang berbentuk kecil-kecilan (James & Clark, 1995) dan sanggup membuat semua urusan dalam perniagaan manakala minoriti usahawan wanita berminat memiliki keusahawanan yang besar dan bertanggungjawab kepada tugas pentadbiran (Lee-Gosselin & Grise, 1990; Teo, 1996).

METODOLOGI

Kajian kuantitatif ini dilakukan ke atas usahawan wanita dalam kalangan anggota koperasi yang berada di bahagian Kuching dan Samarahan di negeri Sarawak bagi mengenalpasti faktor-faktor yang mempengaruhi prestasi usahawan wanita dalam koperasi. Jadi, populasi kajian ini adalah dalam kalangan usahawan wanita yang juga merupakan anggota koperasi di bahagian Kuching dan Samarahan. Instrumen kajian yang telah digunakan dalam penyelidikan ini adalah soal selidik yang berpandukan kepada penelitian literatur. 7 Mata Skala Likert digunakan untuk menilai tahap persetujuan responden. Sebanyak 250 soal selidik telah diedarkan kepada populasi kajian tetapi hanya 118 soal selidik yang telah diisi dan dikembalikan serta boleh digunakan untuk dianalisis bagi tujuan kajian ini. Perisian Analisa G-Power 3.1.9.2 telah digunakan untuk menentukan saiz sampel kajian ini. Saiz Kesan “f square” adalah 0.15, kesalahan ralat α 0.05, kuasa ($1-\beta$ err prob) 0.8 dengan sejumlah 5 peramal. Berdasarkan kepada hasil G*Power, 92 responden adalah saiz sampling minimum untuk penyelidikan ini. Walaubagaimanapun, Roscoe (1975) mencadangkan saiz sampel yang lebih besar daripada 50 dan kurang daripada 500 adalah sesuai untuk kebanyakan kajian. Korelasi Pearson dan Analisis Regresi digunakan di dalam kajian untuk menjawab objektif kajian yang telah digariskan.

PENEMUAN KAJIAN DAN PERBINCANGAN

Profil Demografi

Nisbah tertinggi responden adalah berumur di antara 31 hingga 40 tahun dengan kadar 30.5% (36 responden) dan diikuti dengan umur 41 hingga 50 tahun dengan kadar 28.8% (34 responden). Seterusnya, umur 21 hingga 30 tahun menunjukkan 20.3% (24 responden), umur melebihi 50 tahun menunjukkan 17.8% (21 responden) dan nisbah terendah adalah 20 tahun ke bawah dengan kadar 2.5% (3 responden). Oleh itu, kebanyakan usahawan wanita dalam koperasi yang terlibat dalam kajian ini adalah orang dewasa pertengahan umur. Kebanyakan usahawan wanita dalam koperasi adalah berkawin dengan kekerapan paling tinggi iaitu 78 responden (66.1%) diikuti oleh ibu tunggal dengan 33 responden (28%) dan yang lain seperti telah bercerai menunjukkan 7 responden (5.9%).

Dari aspek bangsa pula, bangsa Melayu menunjukkan frekuensi tertinggi dengan 79 responden (66.9%) dan mempunyai perbezaan yang besar dengan kaum-kaum lain. Seterusnya, Bidayah dan Iban masing-masing menunjukkan 13 responden (11%) dan 12 responden (10.2%). Di

samping itu, kaum lain menunjukkan 6 responden (5.1%), Melanau dengan 5 responden (4.2%) dan Cina hanya dengan 3 responden (2.5%), manakala tidak ada orang India yang menyertai kajian ini. Dari segi agama pula, Islam mempunyai frekuensi tertinggi dengan jumlah 90 responden (76.3%) dan diikuti oleh Kristian dengan 25 responden (21.2%). Agama Hindu, Buddha dan agama lain hanya menunjukkan satu responden (0.8%). Manakala dari segi jawatan dalam koperasi, anggota menunjukkan frekuensi tertinggi dengan 42 responden (35.6%). Selain itu, Anggota Lembaga Koperasi (ALK) dan kakitangan pengurusan hampir mempunyai jumlah yang sama, iaitu seramai 27 responden (22.9%) bagi ALK dan 26 responden (22%) bagi kakitangan pengurusan. Sementara Perwakilan dan Ahli Jawatankuasa masing-masing menunjukkan 10 responden (8.5%) dan 9 responden (7.6%). Tahap pendidikan responden adalah ramai di peringkat MCE / SPM / SPMV dengan 49 responden (41.5%) diikuti dengan tahap Ijazah dengan 30 responden (25.4%) dan peringkat Diploma / STPM dengan 23 responden (19.5%). Di samping itu, LCE / SRP / PMR menunjukkan 13 responden (11%) diikuti oleh Tahap Sarjana dengan 2 responden (1.7%) dan tahap pendidikan lain hanya menunjukkan 1 responden (0.8%) dan tiada responden di tahap Ph.D. mengambil bahagian dalam kajian ini.

Kebanyakan usahawan wanita yang juga anggota koperasi memperoleh RM 1001 hingga RM 2000 untuk pendapatan kasar bulanan masing-masing dengan 34 responden (28.8%) diikuti dengan RM 2001 hingga RM 3000 dengan 25 responden (21.2%), dan RM 1000 dan ke bawah menunjukkan 24 responden (20.3%). Selain itu, RM 3001 hingga RM 4000 menunjukkan 15 responden (12.7%), RM 5001 dan ke atas menunjukkan 11 responden (9.3%) dan frekuensi terendah adalah RM 4001 hingga RM 5000 dengan 9 responden (7.6%).

Objektif kajian 1: Mengenalpasti corak hubungan antara orientasi keusahawanan, modal insan, matlamat dan motif usahawan, faktor sosio-budaya, faktor perundangan dan pentadbiran ke arah pengiktirafan peluang (OR).

Jadual 1: Pearson Correlation

	EO	HC	EGM	SCF	LAF
Mean OR					
Pearson Correlation	.586**	.634**	.514**	.522**	.427**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000
N	118	118	118	118	118

**Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed)

Pertama, nilai korelasi Pearson orientasi keusahawanan (EO) menunjukkan korelasi positif dan kekuatan sederhana dengan nilai 0.586. Oleh itu, hubungan itu penting dengan Sig. (2-tailed) p-value pada 0.000 yang di bawah 0.05. Oleh itu, hipotesis alternatif 1 diterima yang bermaksud terdapat hubungan yang signifikan antara orientasi keusahawanan dan pengiktirafan peluang. Kedua, nilai korelasi Pearson modal insan (HC) menunjukkan korelasi positif dan hubungan

yang kuat dengan 0.634. Oleh itu, hubungan itu penting dengan Sig. (2-tailed) p-value pada 0.000 yang di bawah 0.05. Oleh itu, hipotesis alternatif 2 adalah diterima, iaitu terdapat hubungan yang signifikan antara modal insan dan pengiktirafan peluang. Ketiga, nilai korelasi Pearson bagi matlamat dan motif usahawan (EGM) menunjukkan korelasi positif dan hubungan sederhana dengan 0.514. Oleh itu, hubungan itu penting dengan Sig. (2-tailed) p-value pada 0.000 yang di bawah 0.05. Oleh itu, hipotesis alternatif 3 juga diterima, iaitu terdapat hubungan yang signifikan antara matlamat dan motif usahawan ke arah pengiktirafan peluang.

Keempat, nilai korelasi Pearson menunjukkan hubungan korelasi positif dan sederhana dengan 0.522. Oleh itu, hubungan itu penting dengan Sig. (2-tailed) p-value pada 0.000 di bawah 0.05. Oleh itu, hipotesis alternatif 4 adalah diterima di mana terdapat hubungan yang signifikan antara faktor sosio-budaya responden dengan pengiktirafan peluang. Kelima, nilai korelasi Pearson menunjukkan hubungan korelasi positif dan sederhana dengan 0.427. Oleh itu, hubungan itu penting dengan Sig. (2-tailed) p-value pada 0.000 yang di bawah 0.05. Oleh itu, hipotesis alternatif 5 adalah diterima yang bermaksud terdapat hubungan yang signifikan antara faktor undang-undang dan pentadbiran ke arah pengiktirafan peluang. Akhir sekali, keseluruhan objektif penyelidikan 1 telah dijawab kerana hasilnya menunjukkan bahawa pengiktirafan peluang dipengaruhi oleh EO, HC, EGM, SCF, dan LAF responden.

Objektif kajian 2: Mengenalpasti faktor yang paling kritikal dalam kalangan faktor yang mempengaruhi prestasi usahawan wanita dalam koperasi ke arah pengiktirafan peluang.

Pengukuran yang digunakan untuk mengenal pasti varians kekuatan hubungan antara pembolehubah ialah R Square (Malhotra, 2010). Model R-Square dalam kajian ini seperti dalam jadual 2 di bawah, adalah bernilai 0.516, yang bermaksud 51.6% daripada varians dalam pengiktirafan peluang diterangkan oleh satu set peramal atau dikenali sebagai pembolehubah bebas seperti orientasi keusahawanan, modal insan, matlamat dan motif usahawan, faktor sosiobudaya, dan faktor perundangan dan pentadbiran, manakala 48.4% yang selebihnya dijelaskan oleh pembolehubah lain yang tidak diliputi dalam kajian ini.

Jadual 2: Analisis Linear Regression

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.719 ^a	.516	.495	.84250

a. Predictors: (Constant), Mean Entrepreneurial Orientation, Mean Human Capital, Mean Entrepreneur Goals & Motives, Mean Socio-Cultural, and Mean Legal and Administrative

b. Dependent Variable: Mean Opportunity Recognition

Berdasarkan jadual 3 di bawah, pembolehubah Modal Insan menunjukkan nilai *Beta Coefficient* yang paling tinggi dengan nilai 0.313, diikuti oleh matlamat dan motif usahawan (nilai 0.190), orientasi keusahawanan (nilai 0.182), faktor undang-undang dan pentadbiran (nilai 0.138), dan nilai Beta terendah adalah faktor sosio-budaya dengan nilai 0.104. Di samping itu, penemuan menunjukkan bahawa hanya dua pembolehubah bebas iaitu modal insan dan matlamat dan motif usahawan adalah signifikan dengan masing-masing bernilai $p < 0.001$ dan 0.023 . (Nilai signifikan di bawah 0.05 (p -nilai < 0.05) adalah diterima untuk sains sosial penyelidikan). Walau bagaimanapun, pembolehubah orientasi keusahawanan, faktor perundangan dan pentadbiran, dan faktor sosio-budaya menunjukkan nilai tidak signifikan masing-masing dengan p -nilai 0.052, 0.075, dan 0.236.

Jadual 3: *Standardized Coefficient Beta Value*

Model	Unstandardized Coefficient		Standardized Coefficient	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.140	.459		.305	.761
Orientasi Keusahawanan	.243	.125	.182	1.947	.052
Modal Insan	.397	.117	.313	3.406	.001
Matlamat dan Motif Usahawan	.183	.079	.190	2.308	.023
Faktor Sosio-Budaya	.106	.089	.104	1.192	.236
Faktor Pentadbiran dan Perundangan	.117	.065	.138	1.798	.075

Dependent Variable: Mean Pengiktirafan Peluang

Objektif kajian 3: Untuk mengkaji hubungan antara pengiktirafan peluang ke arah prestasi usahawan wanita.

Jadual 4: *Pearson Correlation*

Mean Opportunity Recognition (OR)			
Mean Women Entrepreneurs' Performance	Pearson Correlation		.669**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N		118

**Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed)

Daripada jadual 4 di atas, didapati nilai korelasi Pearson menunjukkan korelasi positif dan hubungan yang kuat dengan nilai 0.669. Oleh itu, hubungan ini penting dengan Sig. (2-tailed) p -value pada 0.000 yang di bawah 0.05. Oleh itu, alternatif hipotesis 6 adalah diterima yang bermaksud terdapat hubungan yang signifikan di antara pengiktirafan peluang dan prestasi

usahawan wanita. Oleh itu, objektif kajian 3 telah dijawab dan hasilnya menunjukkan bahawa prestasi usahawan wanita dipengaruhi oleh pengiktirafan peluang responden.

KESIMPULAN

Penyelidikan ini dijalankan rentetan daripada peningkatan bilangan usahawan wanita di negeri Sarawak terutamanya dalam kalangan anggota koperasi. Sebagai kesimpulan, hanya modal insan menunjukkan korelasi positif dan hubungan yang kuat dengan 0.634 manakala pemboleh ubah yang lain adalah bersifat sederhana. Selain itu, hubungan antara pengiktirafan peluang dan prestasi usahawan wanita juga menunjukkan korelasi positif dan hubungan yang kuat dengan 0.669. Secara keseluruhannya, hipotesis yang dibangunkan untuk kajian ini adalah diterima kerana hubungan p-nilai yang signifikan ($p\text{-nilai} < 0.05$). Model R Square menunjukkan nilai 0.516 yang bermaksud 51.6% daripada varians dalam pengiktirafan peluang telah dijelaskan oleh pemboleh ubah bebas, sedangkan yang selebihnya 48.4% pula dijelaskan oleh pemboleh ubah lain yang tidak diliputi dalam kajian ini. Memandangkan faktor modal insan adalah pemboleh ubah paling penting yang mempengaruhi prestasi usahawan wanita dalam penyelidikan ini, latar belakang pendidikan, pengalaman kerja, kemahiran dan amalan pengurusan, kemahiran teknikal, pengurusan kewangan, pengurusan kakitangan, dan pengurusan pemasaran merupakan perkara utama yang perlu dititikberatkan bagi meningkatkan prestasi usahawan wanita. Ia boleh dicapai dengan menghadiri seminar atau kursus berkaitan yang akan membantu para usahawan meningkatkan tahap pengetahuan mereka untuk kekal berdaya saing di dalam bidang keusahawanan ini. Faktor modal insan boleh digunakan sebagai kelebihan daya saing kepada usahawan wanita secara keseluruhannya.

Setelah melalui proses penyelidikan ini, terdapat beberapa aspek berpotensi yang boleh dicadangkan untuk penyelidikan pada masa akan datang bagi meningkatkan lagi pengetahuan dan pemahaman terhadap kajian ini. Antaranya adalah seperti: (1) pengaplikasian teori yang berkaitan dalam penyelidikan ini akan dapat membantu penyelidik bagi membangunkan lebih banyak pemahaman secara teori dalam bidang-bidang tertentu seperti Teori Prestasi dan Teori Keusahawanan. Kedua-dua teori ini disesuaikan sebagai Teori Pendirian akan menyumbang kepada pemahaman yang lebih baik dari segi prestasi dan keusahawanan sebenar responden. (2) Oleh kerana penyelidikan ini menggunakan pendekatan kuantitatif, penyelidik ingin mencadangkan penyelidikan masa depan menggunakan pendekatan kualitatif untuk meneroka respons individu yang akan menangani konteks sebenar atau masalah semasa yang dihadapi oleh usahawan wanita dalam koperasi. (3) Mengenalpasti pemboleh ubah dan moderator yang baru serta pemboleh ubah kawalan seperti perbezaan jantina, faktor ekonomi peribadi dan lain-lain. (4) Penyelidikan ini hanya melibatkan usahawan wanita yang juga anggota koperasi di bahagian Kuching dan Samarahan. Untuk penyelidikan pada masa akan datang, penyelidik ingin mencadangkan kajian dalam konteks Malaysia supaya dapat membantu penyelidik seterusnya membuat kajian perbandingan antarabangsa.

RUJUKAN

- Abd Latif, N., Abd Rashid, M. R., Husin, S., Awang, A. D., Abdul Rahman, M. N., Ibrahim, M. D., . . . Yaacob, M. R. (2011). *Tahap keusahawanan dalam gerakan koperasi di Malaysia*. Kelantan: Projek Penyelidikan MKM-UMK.
- Ahmad, G., Yaacob, M., & Ibrahim, M. (2013). Entrepreneurial characteristics among co-operatives in Malaysia. *Universiti Malaysia Kelantan Education of Business and Entrepreneurship*, 201, 1-14.
- Al Turki, N., & Braswell, R. (2010). *Businesswomen in Saudi Arabia: characteristics challenges, and aspirations in a regional context*. Al-Sayedah Khadijah Bent Khuwailid Businesswomen Center: Research Report, Monitor Group,.
- Amini, A. M., & Ramezani, M. (2008). Investigating the success factors of Poultry Growers' Co-operatives in Iran's Western Provinces. *World Applied Sciences Journal*, 5(1), 81-87.
- Anderson, A., & Miller, C. (2003). Class matters: human and social capital in the entrepreneurial process. *The Journal of Socio Economics*, 32 (1), 17-36.
- Arasti, Z., Rezaee, S., Zarei, B., & Panahi, S. (2012). A qualitative study on individual factors affecting Iranian women entrepreneurs' growth orientation. *Journal of Management and Strategy*, 3(2), 39-49.
- Chakravarthy, B. S. (1986). Measuring strategic performance. *Strategic Management Journal*, 7, 437-458.
- Chen, M. A. (2001). Women and informality: A global picture, the global movement. *SAIS Review*, 21(1), 71-82.
- Covin, J., & Slevin, D. (1989). Strategic management of small firms in hostile and benign environments. *Strategic Management Journal*, 10(1), 75-87.
- Ekype, L., Mat, N., & Razak, R. (2010). The effect of microfinance factors on women entrepreneurs' performance in Nigeria: a conceptual framework. *International Journal of Business and Social Science*, 1 (2), 255-263.
- Elenurm, T., & Vaino, E. (2011). Interpretations of entrepreneurial success factors by female entrepreneurs and executives in a catch-up economy. *ICSB World Conference Proceedings, International Council for Small Business (ICSB), Washington, DC*, 1-20.

- Fatima, S. H., & Muneer, M. S. (2016). Factors influencing women entrepreneurs' performance in SME's. *World Journal of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development*, 12(2), 82-101.
- Global Entrepreneurship Monitor. (2014). *Global Entrepreneurship Monitor Global Report*. London: Global Entrepreneurship Research Association.
- Hashim, M., Zakaria, M., & Ahmad Fawzi, D. (2014). *Cooperatives in Malaysia: Their Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats*. Kuching, Sarawak: 5th International Conference on Business and Economic Research Proceeding.
- Hashim, M., Zakaria, M., & Ahmad Fawzi, D. (2014). Cooperatives in Malaysia: Their Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats. *5th International Conference on Business and Economic Research Proceeding*. Kuching, Sarawak.
- Hertog, S. (2010). "Benchmarking SME policies in the GCC: a survey of challenges and opportunities". Eurochambres, Brussels: research report for the EU-GCC Chamber Forum project.
- Hisrich, R. D., & O'Brien, M. (1981). The woman entrepreneur from a business and sociological perspective. In *Vesper, KH (ed): Frontiers of entrepreneurial*, 21-39.
- Javadian, G., & Singh, R. (2012). Examining successful Iranian women entrepreneurs: an exploratory study. *Gender in Management: An International Journal*, 27(3), 148-164.
- Karunakaran, R., Borji, B., & Sherefa, A. (2011). Determinants of co-operatives members' participation in input and output marketing by multipurpose co-operatives: An empirical analysis in Tigray Region, Ethiopia. *Journal of Cooperative Management*, 7(1), 16-35.
- Kobeissi, N. (2010). Gender factors and female entrepreneurship: international evidence and policy implications. *Journal of International Entrepreneurship*, 8 (1), 1-35.
- Kularajah, N. (1968). *Introduction to the Malaysian co - operative movement*. Petaling Jaya: Malaysian Co-operative Printing Press Society.
- Lim, W. L., & Xavier, S. R. (2015). Opportunity recognition framework: Exploring the technology entrepreneurs. *American Journal of Economics* 5(2), 105-111.
- Mahadi, N. (2015, January 13). Women's co-op group to introduce own brand of products. *The Borneo Post*. Retrieved from <http://www.theborneopost.com/2015/01/13/womens-co-op-group-to-introduce-own-brand-of-products/>

- Malhotra, N. K. (2010). *Marketing research: An applied orientation global edition (6th ed.)*. New Jersey: Pearson Education.
- Miller, D., & Friensen, P. H. (1983). Strategy-making and environment: the third link. *Strategic Management Journal*, 4, 221-235.
- Minniti, M. (2009). Gender Issues in entrepreneurship. *Foundations and Trends in Entrepreneurship*, 5 (7-8), 497-621.
- Musan. (2011). Women entrepreneurship. *Journal of Management*, 19-36.
- Norsida, M. (2010). Evaluation of the Women Economic Development (WEDA) programme in developing women entrepreneurship in Sarikei, Sarawak. *Economic and Technology Management Review*, 5, 57-69.
- Omwenga, J., Mukulu, E., & Kanali, C. (2013). Towards improving the performance of women entrepreneurs in small and medium enterprises in Nairobi County-Kenya. *International Journal of Business and Social Science*, 4 (9), 312-316.
- Ramos, L., Maldonado, E., & Hernandez, E. (2014). Comparison of women entrepreneurs profiles in Coahuila, Mexico and San Juan, Puerto Rico. *Global Conference on Business and Finance Proceedings*, 9 (2), 190-200.
- Sadi, M., & Al-Ghazali, B. (2012). The dynamics of entrepreneurial motivation among women: a comparative study of businesswomen in Saudi Arabia and Bahrain. *Asian Academy of Management Journal*, 17(1), 97-113.
- Sambasivan, Murali., Mohani, A., & Yuzliani, Y. (2009). Impact of personal qualities and management skills of entrepreneurs on venture performance in Malaysia: Opportunity recognition skills as a mediating factor. *Technovation* 29(11), 798-805.
- Shane, S. (2003). *A general theory of entrepreneurship: The individual-opportunity nexus*. United Kingdom: Edward Elgar.
- Shane, S., & Venkataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of Management Review*, 25 (1), 217-226.
- Sonnentag, S., & Frese, M. (2002). Chapter 1: Performance concepts and performance theory. In *Psychological Management of Individual Performance*. Edited by Sabine Sonnentag. (pp. 4-19). German: John Wiley & Sons, Ltd.

- Suruhanjaya Koperasi Malaysia. (2015, June). Statistik am koperasi mengikut negeri dan kumpulan sasaran . Retrieved from SKM Website: <http://www.skm.gov.my>
- Teoh, W. Y., & Chong, S. C. (2007). Theorizing a framework of factors influencing performance of women entrepreneurs in Malaysia. *Journal of Asia Entrepreneurship and Sustainability*, 3(2), 1-18.
- Veno, J. (2012, February 13). Diversify, expand, Rohani tells cooperatives in S'wak. *The Borneo Post*. Retrieved from <http://www.theborneopost.com/2012/02/13/diversify-expand-rohani-tells-cooperatives-in-swak/>
- Wendy, M. T., & Siong , C. C. (2014). Towards strengthening the development of women entrepreneurship in Malaysia. *Gender in Management: An International Journal*, 29 (7), 432-453.
- Wube, M. C. (2010). *Factors affecting the performance of women entrepreneurs in micro and small enterprises (The Case of Dissie Town)*. Dissie Town: Bahir Dar University.
- Zeidan, S., & Bahrami, S. (2011). Women entrepreneurship in GCC: a framework to address challenges and promote participation in a regional context. *International Journal of Business and Social Science*, 2 (14), 100-107.