

# CABARAN KOPERASI PENGGUNA DALAM AKTIVITI PERUNCITAN DI SEMENANJUNG MALAYSIA

Norazlan Hasbullah, Noranita Mohd Nor, Mohd Faisal Shariff,  
Ju Samsuddin Safian & Arfizawati Abd Hadi

*Maktab Koperasi Malaysia (Co-operative College of Malaysia)*

## ABSTRACT

*This research studies the challenges faced by the Consumer Co-operatives in retail activities in Peninsular Malaysia. Questionnaires were distributed using the simple random sampling to obtain the perception of respondents from co-operatives. 154 respondents were analyzed using descriptive analysis. The result of the study shows that five key challenges faced by Adult Consumers Co-operative in Peninsular Malaysia are (1) Competition from the private sector, (2) Lack the knowledge and skills of the board member in the retail sector (3) The size of co-operative store is small; (4) Most of the credit facilities provided by the supplier is in a short period, and (5) Difficulty in obtaining co-operative store employees, qualified and skilled.*

## ABSTRAK

*Kajian ini memperlihatkan cabaran yang dihadapi oleh Koperasi Pengguna dalam menjalankan aktiviti peruncitan di Semenanjung Malaysia. Soal selidik telah diedarkan menggunakan kaedah persampelan rawak dan sebanyak 154 responden telah dianalisis menggunakan kaedah analisis diskriptif. Kajian menunjukkan lima cabaran utama yang dihadapi oleh Koperasi Pengguna Dewasa di Semenanjung Malaysia adalah; (1) Persaingan dari sektor swasta yang menjalankan perniagaan peruncitan; (2) Ahli Lembaga Koperasi (ALK) kurang pengetahuan dan kemahiran dalam bidang peruncitan; (3) Saiz kedai koperasi yang kecil; (4) Kebanyakan kemudahan kredit yang diberikan oleh pembekal adalah dalam tempoh yang pendek; dan (5) Kesukaran mendapatkan kakitangan kedai koperasi yang berkelayakan dan berkemahiran.*

## PENGENALAN

Koperasi Pengguna boleh ditakrifkan sebagai koperasi yang menjalankan aktiviti kepenggunaan seperti pasar mini, pasaraya, kedai runcit, stesen minyak, kedai alatan rumah dan lain-lain (SKM, 2009). Koperasi Pengguna memainkan peranan yang penting dalam menyediakan barang-barang keperluan harian dan perkhidmatan

kepada anggota dan bukan anggota pada harga yang berpatutan. Peruncitan merujuk kepada semua aktiviti yang berkaitan secara langsung dengan jualan barangan atau perkhidmatan dalam kuantiti yang kecil untuk memperoleh keuntungan, menjual barang-barang keperluan pengguna kepada pengguna akhir dan bukannya kepada pengguna perniagaan (Mohd Said, 1990). Perdagangan runcit merujuk kepada 'penjualan semula (tanpa pengubahsuaian) barangan baru dan terpakai kepada pengguna akhir untuk kegunaan isi rumah atau persendirian'. Ini termasuk jualan yang dilakukan oleh kedai, stor aneka jabatan, gerai, Koperasi Pengguna dan sebagainya (Perangkaan Ekonomi Malaysia 2007). Perniagaan runcit melibatkan jualan pelbagai barang-barang dan perkhidmatan daripada barangan keperluan rumah tangga hingga kepada makanan dan aksesori, Guy (1980) telah mengkategorikan aktiviti peruncitan kepada tiga kumpulan iaitu; i) Barang-barang mudah beli seperti barang runcit dan barang keperluan harian, ii) Barang beli belah di mana harganya lebih mahal dan jarang dibeli, iii) Barang istimewa di mana barang tersebut memiliki ciri-ciri unik dan menjadi pilihan kepada pelanggan yang berpendapatan tinggi. Peruncitan wujud dalam skala yang kecil dan skala yang besar (Ahmad et al., 1996; Nik Yacob et al., 1992; Cox, 1988). Perniagaan runcit dalam skala yang kecil merujuk kepada peruncit yang memiliki kedai atau tanpa kedai seperti penjaja dan gerai. Peruncit besar-besaran merujuk kepada superstore, discount store, department store, supermarket, hypermarket dan pusat membeli belah.

### **Pernyataan Masalah**

Perkembangan koperasi di Malaysia telah mencecah usia 85 tahun. Namun ia masih belum mencapai kejayaan yang boleh dibanggakan sepertimana gerakan koperasi di negara-negara maju di dunia seperti United Kingdom, Jepun, Korea Selatan, Eropah, Belanda, Switzerland dan New Zealand (Khalid, 2008). Gerakan koperasi di Malaysia hanya menyumbangkan sebanyak 1 peratus bagi Keluaran Dalam Negara Kasar (Arkib Utusan Malaysia Online 14 Julai 2010). Ini berbeza dengan gerakan koperasi di beberapa buah negara di dunia yang menunjukkan gerakan koperasi memberikan sumbangan yang besar dalam sektor ekonomi seperti negara Portugal menyumbangkan sebanyak 5 peratus KDNK, Iran sebanyak 6 peratus, Vietnam 8.6 peratus, Kenya sebanyak 45 peratus, dan New Zealand sebanyak 22 peratus (ICA, 2005). Mengikut laporan SKM (2009), kebanyakan saiz kedai koperasi di Malaysia adalah berskala kecil dan sederhana dan ditambah pula dengan kuasa beli koperasi juga agak rendah, maka koperasi tidak mendapat faedah daripada diskaun harga atas belian pukal. Menurut sumber dari SKM lagi, sebanyak 184 Koperasi Pengguna telah dibatalkan pendaftarannya dari tahun 2000-2008. Berlandaskan perangkaan tersebut, perbandingan sumbangan Koperasi Pengguna terhadap gerakan koperasi keseluruhannya telah dianalisis.

Secara keseluruhannya, sumbangan Koperasi Pengguna dewasa dari segi bilangan anggota, modal syer, aset dan keuntungan masih lagi rendah jika dibandingkan dengan bilangan Koperasi Pengguna yang ada iaitu melebihi 30 peratus daripada jumlah populasi koperasi dewasa. Oleh itu kajian ini akan mengenal pasti cabaran-cabaran yang dihadapi oleh koperasi pengguna yang mana menyebabkan status koperasi pengguna kini masih belum berada pada tahap yang membanggakan.

## **Objektif**

Kajian ini bertujuan untuk mengenalpasti cabaran-cabaran yang dihadapi oleh Koperasi Pengguna Dewasa dalam aktiviti peruncitan di Semenanjung Malaysia.

## **SOROTAN KAJIAN**

### **Status Koperasi Pengguna di Malaysia**

Koperasi Pengguna pertama di Malaysia yang didaftarkan adalah 'Ulu Langat Malay Co-operative Shop Society' iaitu pada tahun 1936 dan telah bertambah kepada dua buah Koperasi Pengguna pada tahun 1940. Dari tahun 1941 hingga 1950, Koperasi Pengguna tidak menunjukkan sebarang perkembangan disebabkan faktor politik yang kurang stabil. Di awal 1960an, sebanyak 44 buah Koperasi Pengguna telah ditutup akibat penamatan pemberian bantuan kemudahan bekalan barangan oleh kerajaan. Faktor penutupan ini turut didorong oleh kegagalan koperasi untuk mengutip hutang tertunggak. Berikutan kejayaan penubuhan MCSS pada Jun 1973, banyak Koperasi Pengguna telah mengambil peluang untuk menubuhkan premis berkonsepkan pasar mini seperti Shamelin, Koperasi Polis, Koperasi Tentera, FELDA, FELCRA, RISDA, jabatan-jabatan kerajaan dan swasta serta KOMART. Pada tahun 1996, bilangan koperasi yang terlibat dengan aktiviti pasar raya, pasar mini dan kedai telah meningkat sebanyak 1,852 buah koperasi dengan bilangan anggota seramai 1.9 juta orang. Jumlah jualan yang telah dicapai pada tahun tersebut ialah sebanyak RM526.7 juta dan memperolehi keuntungan sebanyak RM132.4 juta.

Sehingga tahun 2008, didapati bahawa bilangan Koperasi Pengguna dewasa mewakili sebanyak 31.6 peratus daripada jumlah keseluruhan koperasi yang berdaftar tetapi jumlah keanggotaannya hanya mencatatkan sebanyak 14.6 peratus dari jumlah keseluruhan keanggotaan koperasi dewasa. Modal syer dan aset yang berjaya dikumpulkan masing-masing hanya 2.8 peratus dan 1.7 peratus, serta keuntungan tahunan hanya pada 2.2 peratus sahaja berbanding dengan jumlah keseluruhan sumbangan koperasi dewasa. Perbandingan tersebut adalah seperti di Jadual 1.

**Jadual 1:** Perbandingan Perangkaan Am Koperasi Dewasa dengan Koperasi Pengguna Dewasa sehingga 31 Disember 2008

Perkara	Keseluruhan Koperasi	Koperasi Pengguna Dewasa	
	Jumlah	Jumlah	Peratus(%)
Bilangan Koperasi	4,051 Buah	1,283 Buah	31.6
Bilangan Anggota	4,487,557 Orang	658,029 Orang	14.6
Modal Syer	RM 8,400,467,072	RM 237,702,053	2.8
Aset	RM 55,580,825,717	RM 988,115,272	1.7
Turnover	RM 7,589,041,394	RM 803,752,797	10.5
Untung / Rugi	RM 1,919,148,802	RM 42,954,235	2.2

(Sumber: Suruhanjaya Koperasi Malaysia, 2008)

Manakala statistik koperasi mengikut fungsi Pengguna dewasa, mencatatkan sebanyak 1,283 buah koperasi dan bilangan anggota sebanyak 658,029 orang, modal syer-yuran sebanyak RM237,702,053, jumlah aset sebanyak RM988,115,272 dan meraih jumlah keuntungan sebanyak RM42,954,235 (SKM, 2008). Perangkaan Am koperasi mengikut fungsi adalah seperti Jadual 2 di bawah:

**Jadual 2:** Perangkaan Am Koperasi Dewasa Mengikut Fungsi sehingga 31 Disember 2008

Bil	Fungsi	Bil. Kop.	Anggota	Modal Syer (RM)	Aset (RM)	Turnover (RM)	Untung/Rugi (RM)
1	Perbankan	2	828,484	2,199,709,013	42,208,732,138	3,551,004,345	1,254,943,822
2	Kredit/ Kewangan	551	1,962,834	3,969,003,533	7,620,467,830	1,747,350,390	353,658,419
3	Pertanian	842	248,526	239,016,392	964,366,413	520,805,179	132,336,678
4	Perumahan	88	89,102	131,592,122	540,551,689	103,492,753	38,860,369
5	Perindustrian	75	11,997	6,953,639	49,874,089	42,628,043	41,824
6	Pengguna Dewasa	<b>1,283</b>	<b>658,029</b>	<b>237,702,053</b>	<b>988,115,272</b>	<b>803,752,797</b>	<b>42,954,235</b>
7	Pembinaan	108	62,111	15,248,402	57,049,368	23,366,543	417,739
8	Pengangkutan	336	116,918	47,338,371	182,006,579	391,607,704	14,343,117
9	Perkhidmatan	756	509,556	1,553,903,547	2,969,662,339	405,033,640	81,592,599
	<b>Jumlah</b>	<b>4,051</b>	<b>4,487,557</b>	<b>8,400,467,072</b>	<b>55,580,825,717</b>	<b>7,589,041,394</b>	<b>1,919,148,802</b>

(Sumber: Suruhanjaya Koperasi Malaysia, 2008)

## **Cabaran Koperasi Pengguna**

Sejak di peringkat awal lagi, penubuhan Koperasi Pengguna menghadapi pelbagai cabaran dan masalah dalam menjalankan perniagaan. Mengikut perangkaan SKM sehingga tahun 2008 gerakan koperasi masih belum dapat menubuhkan sebuah pasar raya koperasi yang berjaya dan boleh membantu anggota mendapatkan bekalan yang murah, berkualiti dan berkhasiat.

Menurut SKM (2009), masalah atau cabaran yang dihadapi oleh Koperasi Pengguna di Malaysia ialah:

### **Cabaran dari Segi Kewangan**

- i. Kebanyakan saiz kedai koperasi di Malaysia berskala kecil dan sederhana serta mempunyai kuasa beli agak rendah. Oleh demikian koperasi tidak mendapat faedah daripada diskaun harga atas belian pukal. Di Malaysia, kita dapat melihat koperasi seperti berada dalam satu prinsip tetapi sebenarnya mereka bergerak dan beroperasi dalam rumpun atau cluster yang berasingan. Pengasingan ini sebenarnya tidak memberikan keuntungan kepada gerakan koperasi, malah menjadi semakin lemah dan kian terhakis kekuatan ekonominya.
- ii. Kurang modal pusingan. Selain daripada memperolehi jumlah kredit yang kecil daripada pembekal atau tiada langsung, sumbangan daripada anggota sedikit. Kebanyakannya bergantung kepada pinjaman luar.
- iii. Kos overhead tinggi kerana menggajikan kakitangan.

### **Cabaran dari Segi Tadbir Urus**

- i. Ketidakecapan pengurusan seperti tadbir urus yang tidak sempurna malah ada rekod-rekod perakaunan yang gagal diselia dan dikemaskini sebagaimana yang dikehendaki oleh Akta Koperasi.
- ii. Pemberian pinjaman kredit tidak terkawal dan tidak ada sistem kutipan yang berkesan.
- iii. Mengikut Raja Maimon(1999), Anggota Lembaga Koperasi (ALK) juga kurang faham tentang falsafah dan prinsip koperasi serta peranan mereka sebagai ALK. Mereka juga kurang kemahiran dalam pengurusan perniagaan. Oleh itu semua urusan perniagaan kedai dibebankan kepada pengurus tanpa garis panduan. Terdapat ALK yang jarang mengadakan mesyuarat.

- iv. Kebanyakan pengurus dan kakitangan koperasi yang dilantik tidak mempunyai kecekapan yang diperlukan untuk mengurus kedai serta kurang pengetahuan dari aspek kejurujualan dan perakaunan. Sebagai contoh, rekod-rekod perniagaan tidak disimpan dengan betul dan ini menyukarkan penyediaan penyata kewangan dan melewati mesyuarat agung. Selain itu, pengurus dan kakitangan koperasi tidak cekap membuat keputusan pengurusan seperti menetapkan harga jualan yang kompetitif, membuka cawangan baru dan membeli aset tetap tanpa mengambil kira faktor kualitatif dan kuantitatif yang ada pada koperasi.

### **Cabaran dari Segi Penglibatan Anggota**

- i. Kurangnya pendidikan kepenggunaan dalam koperasi kepada anggotanya.
- ii. Kurang komitmen anggota. Terdapat anggota yang telah diberi kemudahan kredit pengguna oleh koperasi tetapi gagal melunaskan hutang mereka sebagaimana yang dikehendaki. Keadaan ini menyebabkan koperasi berhadapan dengan krisis aliran tunai dan akhirnya operasi kedai terpaksa ditutup.
- iii. Tiada semangat sayangkan koperasi. Anggota menyertai koperasi hanya untuk mendapatkan dividen dan pinjaman sahaja.
- iv. Anggota dan bakal anggota kurang faham mengenai falsafah dan prinsip koperasi. Mereka tidak tahu akan hak dan tanggungjawab mereka sebagai pemilik dan anggota. Ini menyebabkan penglibatan mereka dalam aktiviti koperasi menjadi terhad; (Raja Maimon, 1999).

### **Cabaran dari Segi Pemasaran**

- i. Pelaksanaan hadiah langganan (rebat) menjadi semakin tidak popular di dalam amalan kedai pengguna koperasi. Sedangkan amalan rebat ini semakin meningkat popular di kalangan sektor swasta. Amalan rebat menjadi tidak popular di kalangan koperasi kerana pendekatan yang diamalkan masih kekal konservatif sedangkan menggunakan amalan rebat melalui konsep yang diubahsuai semula.
- ii. Barangan yang dijual oleh kedai koperasi seringkali gagal menawarkan harga yang kompetitif berbanding dengan pesaing. Keadaan ini menyebabkan koperasi kehilangan pelanggan yang berurusniaga secara tunai dan koperasi kehilangan pelanggan yang berkualiti.
- iii. Kekurangan modal untuk program promosi yang dinamik menyebabkan maklumat pemasaran tidak sampai kepada anggotanya yang merupakan pelanggannya.

### **Cabaran dari Segi Kerjasama**

- i. Tidak melaksanakan prinsip kerjasama antara koperasi di mana koperasi yang ada kerjasama boleh menawarkan faedah yang sama kepada mana-mana anggota kepada koperasi tersebut.
- ii. Sukar mewujudkan gabungan Koperasi Pengguna kerana sejarah gabungan Koperasi Pengguna yang banyak menemui kegagalan.

### **Cabaran dari Segi Hubungan Pembekal**

- i. Kebergantungan kepada pembekal daripada pengusaha di pasaran bebas yang tidak terjamin dari segi pembekalan dan harga barangan. Keadaan ini menyebabkan harga barangan di koperasi tidak dapat dijual dengan harga yang berpatutan.
- ii. Saiz belian yang kecil menyebabkan koperasi bergantung kepada orang tengah/vendor. Ini menyebabkan kos belian tinggi dan harga barang yang dijual menjadi mahal.
- iii. Kurang mendapat kemudahan kredit daripada pembekal, kerana tiada hubungan rapat dengan pembekal.

### **Cabaran dari Segi Produk**

- i. Rangkaian atau jenis barangan yang dijual terhad dan mutunya kurang memuaskan.
- ii. Teknik amalan perniagaan yang kurang berkesan. Misalnya, tiada mesin tunai (cash register), sistem perakaunan yang tidak sistematik, teknik pesanan dan penerimaan yang kurang berkesan, penyimpanan rekod stok yang tidak lengkap, imej kedai kurang memuaskan seperti berhabuk, terdapat barang/stok yang sudah lama dan rosak.
- iii. Mengikut Raja Maimon (1999), kebanyakan Koperasi Pengguna tidak cekap dalam memenuhi objektif utamanya untuk menjual keperluan barangan pengguna pada harga yang berpatutan.

### **Cabaran dari Segi Persaingan**

- i. Persaingan harga dengan pasaraya seperti Carrefour, Tesco, Mydin dan lain-lain kedai pengguna yang dapat menawarkan harga dan barangan lebih kompetitif.
- ii. Persaingan hebat daripada sektor swasta dan perniagaan keluarga.

## Cabaran dari Segi Motivasi Pekerja

Kebanyakan pengurus dan kakitangan tidak berpuashati dengan bebanan kerja yang ditanggung kerana tidak berbaloi jika dibandingkan dengan gaji yang diterima. Kakitangan juga kurang berminat untuk bekerja di kedai koperasi kerana faktor waktu bekerja yang panjang (biasanya jam 8.00 pagi hingga 9.00 malam). Koperasi tidak mampu membayar upah yang tinggi atau berpatutan, tiada inisiatif kenaikan pangkat dan jarang mendapat peluang untuk menghadiri kursus.

## METODOLOGI LATIHAN

Kajian ini dilakukan ke atas Koperasi Pengguna Dewasa di Semenanjung Malaysia yang terlibat dalam aktiviti perniagaan kedai runcit, pasaraya/pasar mini dan kedai menjual barangan harian. Kajian ini mengenalpasti cabaran yang dihadapi oleh Koperasi Pengguna Dewasa di Semenanjung Malaysia. Soal selidik yang dibangunkan telah menyenaraikan 29 cabaran yang dihadapi oleh Koperasi Pengguna Dewasa dalam aktiviti peruncitan dan kaedah pensampelan secara rawak telah digunakan iaitu sebanyak 292 buah koperasi pengguna dewasa (tidak termasuk koperasi sekolah) telah menjadi responden dan bagi setiap sebuah koperasi hanya seorang responden dipilih di kalangan Pengerusi, Setiausaha, Bendahari atau Pengurus koperasi. Kesemua 29 cabaran ini diukur menggunakan kaedah skala dari (1) Sangat Tidak Setuju hingga (5) Sangat Setuju.

Bagi proses pengumpulan data, borang soal selidik telah dihantar ke semua negeri dengan meminta bantuan dari Suruhanjaya Koperasi Malaysia (SKM). Para penyelidik telah melantik Pegawai SKM wilayah sebagai pembanci untuk mengumpul data. Ini memudahkan proses pengumpulan data dengan pertolongan pegawai tempatan yang mahir dengan geografi tempatan di wilayah masing-masing. Tempoh masa yang diberikan untuk memulangkan borang soal selidik ini ialah selama tiga minggu dari tarikh surat dikeluarkan. Kumpulan penyelidik telah membuat tindakan susulan melalui telefon ke setiap SKM negeri untuk memastikan borang soal selidik telah lengkap diisi dan dihantar semula ke Maktab Kerjasama Malaysia (MKM). Sebanyak 292 borang soal selidik telah diterima dan hanya 154 borang sahaja digunakan untuk keseluruhan analisis kajian ini, iaitu menunjukkan peratusan sebanyak 52.7 peratus.

Data yang diperolehi telah di analisis menggunakan kaedah diskriptif analisis. Diskriptif analisis merupakan kaedah yang paling sesuai bagi mengenal pasti cabaran utama yang dihadapi oleh Koperasi Pengguna Dewasa dalam aktiviti peruncitan di Semenanjung Malaysia.



## ANALISIS

Taburan jawatan yang disandang di koperasi daripada 154 responden adalah 34 (22.1 peratus) terdiri daripada Pengerusi dan Bendahari, 51 (33.1 peratus) adalah Setiausaha dan 35 (22.7 peratus) Pengurus Koperasi. Kaedah diskriptif analisis telah digunakan dalam kajian ini bagi mengenal pasti cabaran utama yang dihadapi oleh Koperasi Pengguna Dewasa dalam aktiviti peruncitan di Semenanjung Malaysia. Kesemua 29 cabaran di analisis melalui kaedah diskriptif dengan menggunakan perisian SPSS. Nilai min yang tertinggi telah diambil bagi mengukur cabaran utama yang dihadapi oleh Koperasi Pengguna Dewasa dalam aktiviti peruncitan di Semenanjung Malaysia. Kebolehpercayaan analisis menggunakan Cronbach's alpha merupakan darjah ketepatan yang diukur serta nilai Cronbach's alpha 0.5 atau ke atas boleh diterima dalam sesuatu instrumen kajian (Kerlinger & Lee, 2000, cited in Mokhlis & Sparks, 2007). Nilai Cronbach's alpha bagi kesemua instrumen cabaran yang dihadapi semasa menguruskan aktiviti peruncitan koperasi adalah 0.947. Ini bermakna kesemua cabaran yang di senaraikan boleh digunapakai dalam kajian ini.

Tahap persetujuan responden dalam 29 cabaran yang dihadapi semasa menguruskan aktiviti peruncitan koperasi telah diambil dalam kajian ini menggunakan 5-Point Skala Likert bermula daripada 1 (Sangat Tidak Setuju) hingga (5) Sangat Setuju. Bagi tujuan analisis ini, cabaran yang menunjukkan nilai min sekurang-kurangnya 3 di dalam Skala Likert bermaksud responden bersetuju dengan cabaran yang dihadapi oleh Koperasi Pengguna dalam menguruskan aktiviti peruncitan di Semenanjung Malaysia. Manakala, cabaran yang menunjukkan nilai min antara 1 hingga kurang daripada 3, bermaksud responden tidak bersetuju dengan cabaran yang dihadapi oleh Koperasi Pengguna dalam menguruskan aktiviti peruncitan di Semenanjung Malaysia. Jadual 3 menunjukkan nilai min kesemua 29 cabaran yang dihadapi oleh Koperasi Pengguna Dewasa di Semenanjung Malaysia dalam menguruskan aktiviti peruncitan. Daripada 29 cabaran yang disenaraikan hanya 26 cabaran sahaja yang mempunyai nilai min 3 dan ke atas.

Cabaran yang paling utama(1) dihadapi oleh koperasi ialah persaingan dari sektor swasta yang menjalankan perniagaan peruncitan dengan nilai min 3.95. Cabaran yang kedua (2) tertinggi menunjukkan min 3.71 iaitu ALK kurang pengetahuan dan kemahiran dalam bidang peruncitan sebagai salah satu cabaran yang dihadapi. Diikuti dengan cabaran ketiga (3) iaitu saiz kedai koperasi ini yang kecil dengan nilai min 3.56. Seterusnya, kedudukan cabaran yang keempat (4) menunjukkan min 3.52 bersetuju bahawa kebanyakan kemudahan kredit yang diberikan oleh pembekal adalah dalam tempoh yang pendek.

Kedudukan cabaran yang kelima (5) adalah kesukaran mendapatkan kakitangan kedai koperasi yang berkeelayakan dan berkemahiran dengan min 3.47. Cabaran yang keenam (6) dengan min bernilai 3.46 mengatakan kebanyakan pilihan barangan yang dijual di kedai koperasi adalah terhad. Manakala kekurangan modal pusingan di kedai koperasi merupakan cabaran yang ketujuh (7) dihadapi oleh koperasi dengan nilai min 3.42. Cabaran yang seterusnya adalah cabaran yang kelapan (8) iaitu kos keseluruhan pengendalian kedai koperasi yang tinggi (seperti kos operasi, kos tetap, kos berubah dan lain-lain) dan min sebanyak 3.36. Selain itu, kebanyakan harga belian stok kedai koperasi yang tinggi berada di kedudukan yang kesembilan (9) dengan min sebanyak 3.34. Cabaran yang kesepuluh (10) dihadapi oleh koperasi adalah kebanyakan pelanggan yang membeli di kedai koperasi adalah bukan anggota koperasi dengan min sebanyak 3.33. Manakala bagi cabaran pada tangga ke 11 sehingga 29 menunjukkan julat min dari 3.31 hingga 2.64 seperti di Jadual 3.

**Jadual 3:** Cabaran yang dihadapi Semasa Menguruskan Perniagaan Runcit Koperasi

Cabaran yang Dihadapi	Min	Kedudukan
Persaingan dari sektor swasta yang menjalankan perniagaan peruncitan	3.95	1
ALK kurang pengetahuan dan kemahiran dalam bidang peruncitan	3.71	2
Saiz kedai koperasi ini yang kecil	3.56	3
Kebanyakan kemudahan kredit yang diberikan oleh pembekal adalah dalam tempoh yang pendek	3.52	4
Kesukaran mendapatkan kakitangan kedai koperasi yang berkeelayakan dan berkemahiran	3.47	5
Kebanyakan pilihan barangan yang dijual di kedai koperasi adalah terhad	3.46	6
Kekurangan modal pusingan di kedai koperasi	3.42	7
Kos keseluruhan pengendalian kedai koperasi yang tinggi (seperti kos operasi, kos tetap, kos berubah dan lain-lain)	3.36	8
Kebanyakan harga belian stok kedai koperasi yang tinggi	3.34	9
Kebanyakan pelanggan yang membeli di kedai koperasi adalah bukan anggota koperasi ini	3.33	10
Kesukaran mengekalkan kesetiaan anggota koperasi ini untuk terus membeli di kedai koperasi	3.31	11

**Jadual 3:** bersambung

**Jadual 3:** *Sambungan*

<b>Cabaran yang Dihadapi</b>	<b>Min</b>	<b>Kedudukan</b>
Kesukaran mendapatkan sokongan daripada anggota koperasi ini untuk membeli di kedai koperasi	3.30	12
Peragaan dan susun atur barangan di kedai koperasi kurang menarik berbanding pesaing	3.27	13
Sistem ganjaran (gaji, bonus dan lain-lain) yang ditawarkan oleh kedai koperasi tidak kompetitif	3.26	14
Sistem urus niaga di kaunter kedai koperasi ini masih menggunakan kaedah tradisional(seperti catatan buku hutang)	3.24	15
Mendapatkan bantuan kewangan dari institusi kewangan/ kerajaan	3.23	16
Dasar kerajaan dalam peruncitan telah menyebabkan peluang peniaga tempatan amat terhad	3.21	17
Koperasi sukar membuat kutipan hutang daripada pelanggan	3.17	18
Stok barangan yang tidak mencukupi disebabkan oleh masalah kewangan	3.17	19
Stok barangan yang tidak mencukupi disebabkan oleh kelewatan penghantaran barangan oleh pembekal	3.15	20
Ada sesetengah barangan yang dijual di kedai koperasi ini tidak menepati kehendak pengguna	3.11	21
Terdapat pelanggan sukar menjelaskan hutang kepada kedai koperasi ini	3.10	22
Stok barangan yang tidak mencukupi disebabkan kurang pemantauan keluar masuk stok	3.10	23
Kakitangan kedai koperasi yang kerap berhenti	3.06	24
Lokasi kedai koperasi ini yang tidak strategik	3.01	25
Kurang kerjasama antara ALK dan kakitangan kedai koperasi dalam pengurusan kedai	3.01	26
Tiada halatuju dalam perniagaan peruncitan yang diceburi	2.99	27
Rekod-rekod perakaunan tidak teratur dan sistematik	2.88	28
Kebocoran yang tinggi di kedai koperasi ini (seperti kehilangan stok dan duit)	2.64	29

## PERBINCANGAN

Hasil kajian ini menunjukkan terdapat 26 cabaran yang dihadapi oleh Koperasi Pengguna Dewasa di Semenanjung Malaysia dalam menguruskan aktiviti peruncitan.

Lima cabaran utama yang dihadapi ialah (1) Persaingan dari sektor swasta yang menjalankan perniagaan peruncitan; (2) Ahli Lembaga Koperasi (ALK) kurang pengetahuan dan kemahiran dalam bidang peruncitan; (3) Saiz kedai koperasi yang kecil; (4) Kebanyakan kemudahan kredit yang diberikan oleh pembekal adalah dalam tempoh yang pendek; dan (5) Kesukaran mendapatkan kakitangan kedai koperasi yang berkeelayakan dan berkemahiran. Pada dasarnya, sejak kewujudan Koperasi Pengguna di Malaysia, perkembangan hanya terbatas kepada aktiviti peruncitan secara kecil-kecilan dan bukan berskala besar. Konsep fizikal koperasi dan peragaan barang di kedai koperasi masih lagi tidak dapat menyaingi pesaing dari sektor swasta khususnya dalam aktiviti peruncitan. Sehubungan itu koperasi perlu melakukan transformasi dengan meningkatkan imej kedai koperasi, mempelbagaikan barang yang dijual serta menggunakan kreativiti dalam pemasaran.

Koperasi juga perlu menggunakan sistem operasi dan pengurusan yang sistematik agar pengurusan kedai dapat dijalankan dengan lebih efektif dan efisien. Sokongan anggota, kakitangan dan ALK adalah penting bagi memastikan gerakan koperasi pengguna terus relevan. Tenaga kerja dan anggota juga perlu memberi komitmen sepenuhnya dan berusaha bersama-sama untuk memajukan koperasi. Elemen-elemen dan nilai-nilai yang positif seperti profesionalisme, berintegriti, bertanggungjawab perlu ada dan diamalkan oleh setiap pekerja, anggota dan juga ALK. Ianya merupakan faktor penting yang dapat memastikan koperasi mencapai objektif, misi dan visi yang telah ditetapkan.

Hasil maklumbalas dan cadangan yang dikemukakan oleh pihak pengurusan koperasi, terdapat beberapa agensi pelaksana dan juga gerakan Koperasi Pengguna sendiri terlibat dalam meningkatkan prestasi koperasi pengguna di masa-masa akan datang bagi memastikan Koperasi Pengguna terus relevan. Cadangan-cadangan yang diutarakan adalah seperti berikut:

### **Kementerian Perdagangan Dalam Negeri, Koperasi dan Kepenggunaan (KPDNKK)**

- i. Memberi bantuan seperti subsidi, tender dan prasarana.
- ii. Memberi keutamaan kepada koperasi bagi mengusahakan peluang perniagaan dan pelaburan berdaya maju.
- iii. Memberi bantuan dalam menyediakan tapak bangunan kedai, gerai dan pejabat koperasi untuk menggerakkan aktiviti koperasi.

### **Suruhanjaya Koperasi Malaysia (SKM)**

- i. SKM mewujudkan One Stop Center di setiap daerah untuk pengumpulan produk koperasi.
- ii. Mempermudahkan dan memperbanyakkan bantuan geran dan subsidi.

### **Gerakan Koperasi**

- i. Memohon Tabung Modal Pusingan dari pihak SKM bagi menyokong aktiviti peruncitan di koperasi.
- ii. Mempelbagaikan produk, perniagaan dan menambahkan aktiviti serta pelaburan koperasi.
- iii. ALK hendaklah sentiasa mendapat bimbingan serta mengikuti beberapa kursus di agensi penyelia koperasi seperti MKM untuk menambah ilmu pengetahuan.
- iv. Menghantar ALK, kakitangan koperasi dan anggota mengikuti kursus-kursus latihan yang berkaitan dengan peruncitan (pengurusan stok, sistem kewangan dan lain-lain yang berkaitan) dan kepenggunaan.

## **PENUTUP**

Kajian ini bertujuan untuk mengenalpasti cabaran yang dihadapi oleh Koperasi Pengguna Dewasa dalam aktiviti peruncitan di Semenanjung Malaysia. Dapatan kajian telah menunjukkan bukti bahawa responden bersetuju dengan 26 cabaran yang dihadapi oleh Koperasi Pengguna dalam menguruskan aktiviti peruncitan di Semenanjung Malaysia. Kajian ini juga boleh membantu dalam memberikan gambaran sebenar terhadap keadaan terkini dan permasalahan yang dihadapi oleh Koperasi Pengguna dalam menjalankan aktiviti peruncitan kepada agensi pelaksana serta gerakan koperasi pengguna itu sendiri. Ia juga dapat membantu Koperasi Pengguna di masa akan datang dan seterusnya dalam merangka strategi yang lebih komprehensif untuk terus berdaya saing dan berdaya tahan. Cadangan yang diutarakan di dalam kajian ini melibatkan pelbagai usaha serta langkah proaktif yang boleh dilaksanakan oleh agensi-agensi berwajib bagi memantapkan pertumbuhan dan perkembangan gerakan koperasi pengguna.

Berdasarkan cabaran paling utama yang dihadapi oleh Koperasi Pengguna dalam menguruskan aktiviti peruncitan ialah persaingan dari sektor swasta yang menjalankan perniagaan peruncitan, maka dengan itu cadangan kajian yang akan datang dan boleh dijalankan adalah mengenalpasti kesan-kesan positif atau negatif di dalam persaingan

Koperasi Pengguna dengan pasaraya besar atau hypermarket. Kajian juga boleh dijuruskan kepada mengenalpasti apakah permasalahan yang dihadapi oleh Koperasi Pengguna apabila terpaksa bersaing dengan premis perniagaan ini.

## RUJUKAN

- Ahmad, Z. et al. (1996). *Basic Retailing*. Shah Alam: Institut Teknologi MARA.
- Arkib Utusan Malaysia. Dasar Koperasi Negara. Dicapai pada Julai 14, 2010, daripada <http://utusanmalaysia.com.my>
- Cox, R. (1988). *Retail Management*. London: Longman Group.
- Guy. (1980). *Retail Location and Retail Planning in Britain*. University of Wales: Institute of Science and Technology.
- International Co-operative Alliance. (2005). *Co-operative History 2005*, July. Dicapai pada Oktober 06, 2008 daripada <http://www.ica.coop/coop/history.html>.
- Khalid. (2008). Menteri Pembangunan Usahawan dan Koperasi. Temu duga Bersemuka. Kuala Lumpur.
- Jabatan Perangkaan Malaysia. (2007). *Buku Tahunan Perangkaan Malaysia 2007*. Putrajaya.
- Mohd Said, Z.A. (1990). *The Structure of Retail Trade in Peninsular Malaysia*. Kuala Lumpur: Arenabuku.
- Mokhlis, S. & Sparks, L. (2007), Consumer religiosity and shopping behavior in Malaysia. *Malaysian Management Journal*, 11(1&2): 85-99.
- Nik Yacob et al. (1992). *Basic Marketing*. Kuala Lumpur: Fajar Bakti.
- Raja Maimon Raja Yusof. (1999, Januari). Masalah dan Kegagalan Koperasi Pengguna di Malaysia. *Dimensi*, 27-30.
- Suruhanjaya Koperasi Malaysia. (2008). *Laporan SKM 2008*. Temuramah Bersemuka. Kuala Lumpur.
- Suruhanjaya Koperasi Malaysia. (2009). *Laporan SKM 2009*. Temuramah Bersemuka. Kuala Lumpur.

## AUTHORS' BACKGROUND

**Norazlan Hasbullah** is the Director of the Research Management and Innovation Centre as well as Chief Editor for the Malaysian Journal of

Co-operative Studies, at the Co-operative College of Malaysia (CCM). He has more than 10 years experience as a trainer with CCM and besides training, has undertaken a number of research studies related to co-operative management. He holds a Masters in Business Administration from Universiti Malaya, Malaysia and Bachelor in Business Administration with Honours from Universiti Kebangsaan Malaysia.

**Noranita Mohd Nor** has been a lecturer with the Business Management and Entrepreneurial Centre, Co-operative College of Malaysia (CCM) since 2007. She holds a Bachelor in Business Administration with Honours (Marketing) and Diploma In Banking from Universiti Teknologi MARA, Malaysia. Besides being an experienced trainer in business, management and entrepreneurial, she also provides advisory service to co-operatives and has been involved in research studies in these areas.

**Mohd Faisal Shariff** has been a lecturer with the Business Management and Entrepreneurial Centre, Co-operative College of Malaysia (CCM) since 2004. He hold a Bachelor in Economics with Honours (Marketing) from Universiti Kebangsaan Malaysia. Besides being an experienced lecturer in business, management and entrepreneurial, he also provides advisory service to co-operatives and has been involved in research studies in these areas.

**Ju Samsuddin Safian** has been a lecturer with the Business Management and Entrepreneurial Centre, Co-operative College of Malaysia (CCM) since 2006. He hold a Bachelor in Business Administration with Honours (Marketing) from Universiti Utara Malaysia. Besides being an experienced lecturer in business, management and entrepreneurial, he also provides advisory service to co-operatives and has been involved in research studies in these areas.

**Arfizawati Abd Hadi** has been a lecturer with the Business Management and Entrepreneurial Centre, Co-operative College of Malaysia (CCM) since 2004. She holds a Bachelor in Business Administration with Honours (International Business) and Diploma In Banking from Universiti Teknologi MARA, Malaysia. Besides being an experienced lecturer in business, management and entrepreneurial, she also provides advisory service to co-operatives and has been involved in research studies in these areas.