

UCAPAN
YAB DATO' SERI ABDULLAH BIN HAJI AHMAD BADAWI
SEMPENA MAJLIS PERASMIAN S.M.E. SHOWCASE 2002
DI PUSAT DAGANGAN DUNIA PUTRA, KUALA LUMPUR
23 MEI 2002

Pertama sekali, saya bersyukur ke hadrat Allah S.W.T. kerana dengan limpah dan kurnianya kita dapat bertemu di majlis yang serba penting ini. Saya ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak Kementerian Pembangunan Usahawan kerana telah sudi menjemput saya ke Majlis Perasmian Showcase Usahawan 2002 ini.

Sebenarnya, usahawan, terutamanya usahawan dalam industri kecil dan sederhana (I.K.S.), merupakan tulang belakang kepada asas perindustrian negara. Kerajaan mengambil berat terhadap kemajuan di dalam sektor ini. Pelbagai pelan, program dan mekanisme telah disediakan untuk membangunkan usahawan dan I.K.S. Di Malaysia - umpamanya, penubuhan agensi kerajaan seperti Kementerian Pembangunan Usahawan itu sendiri, perangkaan dasar seperti pelan induk perindustrian, pelaksanaan program seperti program pembangunan vendor dan projek usahawan bumiputera dalam bidang peruncitan (prosper), serta penubuhan pelbagai tabung keusahawanan dan modal teroka. Saya ingin memberi jaminan bahawa kerajaan akan terus prihatin dan responsif kepada sebarang keperluan dan permintaan yang datang daripada para usahawan, demi meningkatkan lagi tahap keupayaan dan daya saing golongan penting ini.

Justeru itu, saya ingin mengucapkan syabas kepada pihak kementerian kerana telah berjaya mengadakan satu lagi program untuk kepentingan para usahawan, iaitu S.M.E. showcase ini. Usaha menganjurkan program seumpama ini adalah satu langkah pro-aktif di dalam membantu dan menyokong pembangunan usahawan-usahawan kita. Showcase ini diharap dapat membantu menangani salah satu cabaran utama yang dihadapi oleh para usahawan selama ini, iaitu usaha bagi memasarkan produk dan perkhidmatan di pasaran terbuka.

Bidang perniagaan dan keusahawanan merupakan bidang yang sangat rumit dan mencabar. Pelbagai faktor diperlukan untuk mencapai kejayaan di dalam perniagaan - termasuklah, kemahiran pengurusan, kakitangan yang cekap, sumber kewangan yang kukuh, produk dan perkhidmatan yang unggul, serta pelanggan yang ramai dan setia.

Program pada hari ini menjurus kepada memperkenalkan produk dan perkhidmatan kepada pelanggan. Kerajaan berharap showcase ini dapat meningkatkan kesedaran di kalangan usahawan mengenai satu lagi aspek komunikasi pemasaran yang mana peranannya masih kurang difahami. Sesungguhnya, pemasaran merupakan aspek terpenting dalam usaha menarik minat para pelanggan. Sesetengah pihak mengatakan ianya aspek terpenting dalam bidang perniagaan, kerana tanpa pelanggan, tidak wujudlah perniagaan. Saya diberitahu usahawan bumiputera sering mengadu bahawa selain dari masalah kewangan, pemasaran merupakan satu cabaran besar yang dihadapi oleh mereka. Kenyataan ini mungkin ada benarnya. Ini kerana, masalah pemasaran adalah masalah universal yang turut dialami oleh semua peniaga tidak kira latar belakang mahupun saiz perniagaan mereka, cuma kategori dan cara menanganinya yang berbeza.

Justeru, para usahawan, terutamanya usahawan bumiputera, perlu memberi penekanan yang lebih berat kepada strategi pemasaran mereka. Produk yang baik tidak akan terjual dengan sendirinya tanpa usaha untuk mengiklankan produk tersebut. Semasa berada di Amerika Syarikat baru-baru ini, YAB Perdana Menteri telah meminta industri-industri kita untuk meningkatkan usaha pemasaran mereka, agar produk-produk kita lebih dikenali di seluruh dunia, terutamanya di pasaran-pasaran yang besar. Saya akui syarikat-syarikat I.K.S. kita mungkin tidak mempunyai kemampuan yang sama untuk tujuan pemasaran jika dibandingkan dengan syarikat-syarikat besar. Kebanyakan syarikat besar, umpamanya, memperuntukan belanjawan yang tinggi, antara 15 hingga 20 peratus dari hasil jualan syarikat, bagi tujuan pengiklanan. Namun, pengusaha kecil dan sederhana perlu memberi tumpuan kepada aspek pengiklanan dan promosi bagi produk dan perkhidmatan mereka. Mungkin syarikat-syarikat kecil ini boleh memikirkan cara pemasaran yang berbeza yang menelan belanja yang kurang, tetapi masih berkesan dan dapat mencapai matlamat yang sama. Ini penting, kerana saudara-saudari perlu meyakini bahawa strategi komunikasi pemasaran dan promosi yang tersusun menjadi kunci kepada kejayaan perniagaan dalam mana-mana sektor. Perkara ini perlu diusahakan oleh saudara dan saudari dengan bersungguh-sungguh.

Matlamat kerajaan untuk mewujudkan usahawan bumiputera yang berdikari, berdaya maju, berdaya saing dan berdaya tahan akan diteruskan melalui pelaksanaan dasar masyarakat perdagangan dan perindustrian bumiputera ("Bumiputera Commercial and Industrial Community", atau B.C.I.C.). Penglibatan usahawan bumiputera di dalam perniagaan secara kecil-kecilan telah bermula sejak dahulu lagi dan kian berkembang semenjak dasar ekonomi baru diperkenalkan. Namun begitu, walaupun lebih 30 tahun masa berlalu sejak D.E.B., penyertaan usahawan bumiputera dalam pasaran tempatan mahupun luar negeri masih belum menonjol. Dari segi pemilikan modal pula, saiz kebanyakan perniagaan bumiputera adalah kecil. Umpamanya, ini dapat dilihat daripada keseluruhan usahawan bumiputera yang berdaftar sebagai pembekal dengan kementerian kewangan, 77 peratus daripadanya mempunyai purata modal berbayar kurang dari 30,000 ringgit. Sementara 89 peratus daripada mereka yang terlibat dalam I.K.S. pula mempunyai modal purata kurang dari 50,000 ringgit. Disamping itu, tahap teknologi, kepakaran pengurusan, pendidikan, pengalaman dan pendedahan kepada persaingan dikalangan usahawan bumiputera masih rendah dan perlu diperbaiki.

Justeru itu, pelan-pelan jangka panjang, seperti Rangka Rancangan Jangka Panjang Ketiga (RRJP3), telah dirancang dengan teliti oleh kerajaan untuk menangani masalah-masalah ini. Penekanan telah diberikan untuk membuka peluang yang lebih luas kepada para usahawan untuk mempertingkatkan perniagaan mereka, serta untuk menerokai pasaran baru di sektor-sektor strategik yang telah dikenalpasti. Sektor-sektor tersebut termasuklah sektor I.C.T., pendidikan, kesihatan, pelancongan, perkhidmatan pengangkutan udara dan air, perundingan, pembuatan, perdagangan pengedaran, kewangan dan pertanian. Untuk tujuan tersebut, kerajaan telah menyediakan persekitaran yang kondusif, termasuk menghapuskan beberapa rintangan dan halangan bagi membolehkan para usahawan merebut peluang perniagaan di sektor-sektor tersebut. Selain itu, pelbagai agensi dan mekanisme telah ditugaskan untuk membantu memperbaiki apa-apa kekurangan yang lain. Semua ini diharap dapat menjana kemajuan bagi usahawan-usahawan kita, seterusnya mempertingkatkan B.C.I.C. di dalam negara.

Di samping penguasaan peluang serta rangkaian perniagaan yang baik, para usahawan juga perlu mempunyai kepekaan yang tinggi terhadap persekitaran

mereka. Kita sedar bahawa perubahan politik, ekonomi dan teknologi yang pesat memberikan kesan kepada dunia perniagaan. Sebagai contoh, keadaan ekonomi dunia yang tidak menentu selepas serangan 11 september tahun lepas telah mendatangkan banyak kesan kepada Malaysia, khususnya kerana kita banyak bergantung kepada sektor perdagangan dan hasil eksport negara.

Akibat ekonomi yang lembab, permintaan barangan telah berkurangan, terutama sekali di bidang elektrik dan elektronik yang menyumbang kira-kira 60 peratus daripada eksport negara. Keadaan ini dirasakan oleh syarikat-syarikat besar, dan turut menjejaskan syarikat-syarikat kecil, khususnya syarikat-syarikat pembekal peralatan dan komponen kepada syarikat besar. Sebagai tindak balas kepada keadaan ini kita lihat banyak syarikat yang terpaksa mengurangkan kos operasi, termasuklah melalui pemberhentian para pekerja.

Walaupun peristiwa ini telah berlalu dan keadaan beransur pulih, namun kita harus mengambil pengajaran daripadanya. Para usahawan perlu peka dan bertindak balas secara pantas dan bijak untuk terus mengekalkan operasi perniagaan mereka. Disamping itu, para usahawan sewajarnya dapat menerokai peluang-peluang baru, dan mampu melakukan perubahan dengan beralih kepada bidang-bidang yang kurang terjejas dengan perubahan ekonomi dunia. Dalam belanjawan tahun 2002, kerajaan telah memberikan pelbagai galakan kepada bidang-bidang yang dulunya kurang diberikan tumpuan. Misalnya kerajaan telah menambah beberapa bentuk galakan di bidang pertanian supaya kita dapat mengurangkan import makanan yang telah mencecah 13 bilion ringgit tahun lepas. Dalam hal seperti ini, para usahawan perlu mengenalpasti "niche market" mereka supaya mereka mampu menjalankan perniagaan dan bersaing dengan baik.

Umpamanya, para usahawan bumiputera boleh mengambil peluang dari usaha kerajaan untuk menjadikan Malaysia sebuah pusat pengeluaran makanan halal dunia, dengan mengenalpasti jenis-jenis makanan yang dapat diusahakan. Para pengkaji industri makanan halal tempatan yakin perolehan industri ini diperingkat global melebihi 300 billion ringgit setahun, dan angka ini dijangka akan terus meningkat. Ini membuka peluang yang amat luas bagi pengusaha-pengusaha kita yang berdaya saing untuk menyertai sektor ini, di mana pembekalan makanan halal tidak hanya untuk memenuhi permintaan dari negara Islam malah juga dari negara bukan Islam.

Dalam bidang pembekalan makanan, para usahawan bumiputera juga perlu meninjau peluang-peluang yang lebih besar di pasaran tempatan. Kerajaan berharap pihak-pihak "supermarket" dan "hypermarket" akan dapat memberikan ruang kepada usahawan-usahawan bumiputera untuk membekalkan produk keluaran tempatan kepada pasaraya-pasaraya ini. Sekiranya produk-produk ini belum mencapai pengiktirafan dari segi mutu atau harga, saya berharap syarikat-syarikat besar ini akan memberi bimbingan yang sewajarnya, agar usahawan-usahawan tersebut dapat mempertingkatkan produk-produk mereka untuk memenuhi segala permintaan dan citarasa pelanggan.

Selain dari industri makanan, kerajaan juga sedang berusaha untuk menjadikan Malaysia antara pusat pengeluar ubatan herba terkemuka dunia. Peluang ini patut direbut oleh usahawan bumiputera kerana ramai dari golongan ini mempunyai kepakaran dan pengalaman panjang dalam penyediaan ubatan herba. Manakala usahawan yang tidak mempunyai pengetahuan dalam penyediaan ubatan herba masih boleh menyumbang kepada ekonomi negara dengan mengusahakan ladang

penanaman tumbuhan herba secara besar-besaran.

Selain peristiwa-peristiwa yang mengubah dunia dengan mendadak, para usahawan juga harus peka terhadap proses- proses yang sepi tetapi bakal membawa pelbagai perubahan besar. Apa yang saya maksudkan di sini ialah fenomena globalisasi, yang sedang dipacu oleh proses liberalisasi dan perkembangan teknologi, terutamanya I.C.T. Dunia perniagaan sedang berubah dengan begitu pesat dan mendalam. Pelbagai rantai nilai ("value chain") perniagaan sedang melalui proses rombakan, manakala persempadanan industri ("industry boundaries") terus bergolak. Para usahawan menghadapi persaingan yang semakin sengit daripada pelbagai syarikat di pelbagai medan pertempuran.

Dengan itu, para usahawan perlu senantiasa memikirkan tentang asas-asas kekuatan syarikatnya, dan membuat pindaan-pindaan yang perlu dengan pantas. Globalisasi menuntut kebijaksanaan para usahawan untuk menghadapi persaingan dengan melaksanakan strategi perniagaan yang lebih fleksibel dan berdaya tahan. Umpamanya, di zaman internet ini bentuk pemasaran telah berubah dengan pemansuhan orang tengah seperti pemborong dan peruncit dari saluran pengedaran. Internet mampu memendekkan aliran pengedaran barangan daripada pengilang terus kepada pengguna. Sebagai contoh di Malaysia telah ada portal e-dagang yang menawarkan perkhidmatan penghantaran barangan terus kepada pengguna. Disamping itu terdapat banyak lagi portal e-dagang yang dibangunkan oleh pihak swasta yang menawarkan perkhidmatan pemasaran pelbagai jenis produk melalui internet. Melalui pasaran secara "cyber" ini, pemilihan barangan dibuat melalui skrin komputer dan barangan yang dipesan terus dihantar ke hadapan pintu rumah.

Para usahawan perlu memahami perubahan sikap pengguna di zaman ini, yang mementingkan masa dan keselesaan serta sanggup berbelanja lebih untuk mendapatkan perkhidmatan yang dapat memudahkan kehidupan harian mereka. Era globalisasi ini menuntut tahap keupayaan yang tinggi dalam menghadapi persaingan. Namun, selain itu, zaman ini juga mengharuskan jaringan persefahaman dan kerjasama yang lebih erat antara syarikat-syarikat, walaupun mereka mungkin bersaing di arena yang lain ("era of collaboration and economic alliances"). Oleh itu, saya berharap peserta-peserta showcase ini akan turut meninjau cara-cara untuk berkerjasama antara satu sama lain, agar mereka dapat menghasilkan produk-produk yang lebih bermutu hasil kerjasama tersebut.

Saya sekali lagi ingin mengucapkan tahniah kepada pihak penganjur kerana telah berjaya mengatur program ini untuk kebaikan para usahawan kita. Namun, walaupun pelbagai usaha dan peluang telah diberikan oleh kerajaan, perlu ditekankan bahawa kemajuan saudara- saudari banyak bergantung kepada usaha dan titik peluh saudara-saudari sendiri. Dalam zaman dunia tanpa sempadan ini, bantuan dan sokongan kerajaan amat terhad. Hanya sikap berdikari dan semangat daya juang yang kuat dapat menjamin kejayaan perniagaan. Oleh itu, saya menyeru kepada para usahawan untuk mempertingkatkan perniagaan mereka, agar dapat menghasilkan produk yang berkualiti, mempunyai nilai tambah yang tinggi, serta reka bentuk dan daya cipta yang menarik. Jalinkan operasi perniagaan yang mantap dengan strategi dan usaha pemasaran yang berkesan.

Akhir kata, saya mendoakan kejayaan saudara-saudari dalam perniagaan masing-masing, insya-Allah. Maka dengan itu, dengan lafaz Bismillahir Rahmanirrahim, saya dengan sukacitanya merasmikan Showcase Usahawan 2002 pada pagi ini. Terima kasih.