

**KECENDERUNGAN KOPERASI DALAM BIDANG PERUNCITAN:  
PENILAIAN KEUPAYAAN DAN DORONGAN KEJAYAAN**

**ROSMIMAH MOHD. ROSLIN**

**RAJA MAIMON RAJA YUSOF**

**RAHIMAH ABD. SAMAD**

**HASRIN ABU HASSAN**

**JUN 2011**

**RINGKASAN EKSEKUTIF**

Sumbangan sektor peruncitan bagi ekonomi negara Malaysia tidak boleh dipertikaikan. Sebagai satu bidang perniagaan yang dikaitkan secara langsung dengan pengguna, perniagaan runcit yang dijalankan dengan baik mampu meraih keuntungan yang berlipat ganda. Hakikat ini amat ketara jika dilihat pengalaman peruncit koperasi yang berjaya seperti NTUC Fair Price di Singapura dan Chiba Coop di Jepun. Pun demikian, pengalaman di Malaysia pula berbeza rentaknya dimana beberapa koperasi runcit yang ternama pada satu masa dahulu ketika ini sudah 'gulung tikar' dan banyak cerita negatif dikaitkan dengan corak pengurusan perniagaan mereka.

Kajian ini bertujuan untuk menitip pandangan pihak koperasi sendiri tentang keupayaan mereka dalam bidang peruncitan serta mencungkil elemen-elemen yang boleh memberi isyarat tentang potensi koperasi dalam bidang peruncitan. Berasaskan pandangan bahawa koperasi di Malaysia ini tidak menyerlah dalam bidang peruncitan secara besar-besaran, maka kajian ini dijalankan bagi menilai kesahihan pandangan tersebut. Sememangnya sudah ada usaha di masa lepas dimana koperasi seperti KOMART, Koperasi Pasaraya Johor dan KOPASAR yang menceburi bidang peruncitan secara formal yang didasarkan

kepada orang awam dan bukan hanya ahli koperasi. Namun kesemua koperasi ini dilihat kecundang dalam menerokai bidang peruncitan secara besar-besaran.

Penemuan secara empirikal dari kajian ini memberi gambaran bahawa faktor kejayaan koperasi dalam bidang peruncitan masih dibelenggu dengan rasa kurang keyakinan ahli-ahli sendiri. Malahan penemuan kajian memberi gambaran bahawa mereka masih memerlukan latihan serta sokongan padu dari pihak kerajaan. Koperasi di Malaysia ini masih mahu dipimpin, diatur dan diberi panduan yang menyeluruh bagi membolehkan mereka menjalankan aktiviti runcit secara formal. Sesungguhnya bagi mereka untuk keluar dari kepompong koperasi dan hanya menjalankan aktiviti runcit untuk ahli sahaja adalah sesuatu yang sukar dan begitu mencabar.

Jika dinilai situasi semasa, aktiviti runcit belum lagi memberikan pulangan yang lumayan bagi koperasi. Sudah boleh dijangka bahawa koperasi yang hanya menjalankan perniagaan bagi ahli mereka sahaja tidak mungkin mampu meraih keuntungan yang berlipat ganda. Sekiranya pihak pentadbiran koperasi mahukan koperasi yang ada di Malaysia ketika ini untuk bersikap lebih agresif dalam mengemudi strategi perniagaan mereka, koperasi harus lebih berani menyahut cabaran perniagaan dan lebih radikal dalam keputusan perniagaan mereka.

Penilaian dan analisis yang dijalankan juga melihat kejayaan koperasi bersandar pada dua elemen penting iaitu, **pandangan** atau **persepsi** koperasi itu sendiri tentang perniagaan runcit dan **keupayaan** mereka untuk menyahut cabaran yang sememangnya luas dalam bidang peruncitan. Kehadiran peruncit ternama di Malaysia ketika ini seperti Mydin, Econsave dan peruncit antarabangsa seperti Tesco, Giant dan Carrefour sudah cukup untuk memberi isyarat bahawa industri ini bukan mudah untuk diceburi. Pun demikian, koperasi sebenarnya sudah ada '*captured market*' dikalangan ahli dan sekiranya konsep koperasi yang berlandaskan kepada kebajikan ahli dapat dizahirkan melalui strategi peruncitan masakini, tidak mustahil bagi koperasi untuk berjaya dalam bidang peruncitan secara meluas.

Justeru, bagi menjawab objektif kajian yang mahu menilai sama ada konsep koperasi boleh diaplikasikan pada format peruncitan yang sesuai, maka jawapannya dari analisis yang telah dijalankan adalah sememangnya 'ya' kerana kecenderungan koperasi yang belum lagi berpengalaman dalam bidang peruncitan adalah positif. Bagi mereka yang sudah pun berkecimpung dalam bidang peruncitan, pengalaman mereka adalah aset penting untuk meluaskan penglibatan mereka secara formal.

Bagi objektif kajian seterusnya yang mahu menganalisis keupayaan koperasi dalam melaksanakan perniagaan runcit, sememangnya telah tertera dua faktor kejayaan utama yang bagi koperasi amat penting bagi mereka untuk berjaya. Yang pertama adalah faktor **pengurusan strategik** dan yang kedua adalah **sokongan** dan pihak berpengaruh. Seperti juga bidang perniagaan lain, koperasi juga memerlukan suntikan modal dan bantuan latihan dari pihak kerajaan. Selain itu, faktor pengurusan yang mantap menjadi kemestian untuk berjaya.

Penemuan dari kajian ini adalah satu langkah untuk membawa perubahan kepada koperasi yang mahu menceburi bidang peruncitan. Sememangnya ada koperasi yang menunjukkan minat tetapi bagi mereka untuk berjaya secara mantap, mereka perlu lebih bersedia, lebih mampu untuk menyemarakkan diri mereka dengan ilmu perniagaan yang kukuh dan yang amat penting berupaya untuk menyalurkan tenaga dan kudrat ke arah pengurusan perniagaan secara menyeluruh. Peruncitan adalah perniagaan yang memerlukan komitmen tinggi. Malahan adalah disarankan di dalam kajian ini agar ada koperasi yang bergabung tenaga supaya keupayaan dan kemahiran mereka dapat disatukan bagi mencapai tujuan yang unggul. Pengalaman dari negara lain menunjukkan bahawa koperasi yang menceburi bidang peruncitan adalah bersaiz besar dan ini direalisasikan melalui penggabungan yang strategik. Justeru, koperasi di Malaysia juga perlu suntikan sedemikian agar mereka mampu untuk bertapak secara kukuh dan bersaing dengan gergasi peruncitan yang begitu berpengalaman dalam bidang ini.

Kajian diakhiri dengan beberapa saranan lain seperti penerimaan aplikasi konsep 'mentor-mentee' dalam pelaksanaan peruncitan atau pun konsep 'payung' dimana koperasi yang

belum berpengalaman dalam bidang peruncitan disandarkan kepada nama-nama besar dalam peruncitan seperti Mydin atau Tesco dan seterusnya mereka diberi pimpinan dan latihan untuk menjadi peruncit yang berilmu. Walaupun konsep ini bukan baru, namun mungkin ada kekangan pada perlaksanaannya kerana aspek teknikal dan birokrasi yang tidak serupa di antara sistem koperasi yang mementingkan kebajikan ahli dan sistem perniagaan bersandarkan keuntungan.

Sesungguhnya, tiada yang mustahil sekiranya ada kemahuan dan kesungguhan untuk berjaya. Kajian ini memberi gambaran bahawa koperasi boleh bertapak dengan jayanya dalam bidang peruncitan walaupun pengalaman dahulu melihatkan keadaan yang agak suram. Apa yang diperlukan adalah komitmen yang tinggi dari semua ahli dan kemahuan untuk belajar dari pengalaman lepas agar pengurusan peruncitan menjadi lebih cekap, efisien dan yang amat penting ia berlandaskan sistem pengurusan berlandas pada ketelusan, keihlasan dan barisan pengurusan yang berhemah tinggi.