

# RESILIEN KEUSAHAWANAN MAKANAN TRADISI SEBAGAI PRODUK PELANCONGAN DALAM TEMPOH PERINTAH KAWALAN PERGERAKAN (PKP) SEPANJANG PANDEMIK COVID-19 DI NEGERI SABAH

## *TRADITIONAL FOOD ENTREPRENEURSHIP RESILIENCE AS TOURISM PRODUCTS DURING THE MOVEMENT CONTROL ORDER (MCO) DURING COVID-9 PANDEMIC IN SABAH*

Harifah Mohd Noor<sup>1</sup>, Jabil Mapjabil<sup>2</sup>, Adilah Md Ramli<sup>3</sup>, Jurry Foo @ Jurry Bt F.  
Michael<sup>4</sup>, Ubong Imang<sup>5</sup>, Rima Abdul Rahman<sup>6</sup>

<sup>1</sup>Fakulti Sains Sosial dan Kemanusiaan, Universiti Malaysia Sabah (UMS), Malaysia  
(E-mel: harifah@ums.edu.my)

<sup>2</sup>Institiut Kajian Orang Asal Borneo (BorIIs), Universiti Malaysia Sabah (UMS), Malaysia  
(E-mel: jabil@ums.edu.my)

<sup>3</sup>Fakulti Sains Makanan dan Pemakanan, Universiti Malaysia Sabah (UMS), Malaysia  
(E-mel: L\_m\_adilah@ums.edu.my)

<sup>4</sup>Fakulti Sains Sosial dan Kemanusiaan, Universiti Malaysia Sabah (UMS), Malaysia  
(E-mel: jurryfm@ums.edu.my)

<sup>5</sup>Fakulti Sains Sosial dan Kemanusiaan, Universiti Malaysia Sabah (UMS), Malaysia  
(E-mel: bongming@ums.edu.my)

<sup>6</sup>Fakulti Sains Sosial dan Kemanusiaan, Universiti Malaysia Sabah (UMS), Malaysia  
(E-mel: rimar7299@gmail.com)

### Article history

**Received date** : 25-8-2020  
**Revised date** : 26-8-2020  
**Accepted date** : 23-10-2020  
**Published date** : 25-10-2020

### To cite this document:

Harifah Mohd Noor, Jabil Mapjabil, Adilah Md Ramli, Jurry Foo, Ubong Imang & Rima Abdul Rahman (2020). Resilien keusahawanan makanan tradisi sebagai produk pelancongan dalam tempoh perintah kawalan pergerakan (PKP) sepanjang pandemik COVID-19 di negeri Sabah. *Journal of Islamic, Social, Economics and Development (JISED)*, 5(32), 50 – 62.

**Abstrak:** Sabah atau dikenali sebagai Negeri di Bawah Bayu adalah negeri yang kaya dengan pelbagai destinasi pelancongan yang terkenal di Malaysia dengan Gunung Kinabalu dan keindahan pantainya. Di samping itu, Sabah menawarkan kepelbagaian makanan tradisi yang menjadi salah satu sumber tarikan produk pelancongan. Pelancong akan diperkenalkan dengan makanan tradisi seperti kuih cincin, amplang, pinasakan dan hinava. Sebilangan besar produk makanan tradisional dan telah didaftarkan sebagai ahli Perbadanan Perusahaan Kecil dan Sederhana Malaysia (PKS). Namun, pelaksanaan Perintah Kawalan Pergerakan (PKP) di Malaysia kerana penyebaran wabak COVID-19 mengakibatkan Sabah menghadapi penurunan drastik jumlah pelancong dan memberi kesan ekonomi kepada pengusaha produk makanan tradisi. Sehubungan itu, timbul persoalan sejauh mana resilien dan kelangsungan para pengusaha makanan tradisi di Sabah dalam menangani kemerosotan permintaan produk

*makanan tradisi. Apakah alternatif pemulihan yang boleh dilaksanakan dalam tempoh PKP dan seterusnya pasca COVID-19. Kajian ini menggabungkan pendekatan kuantitatif menggunakan instrumen kaji selidik, temu bual dan pemerhatian yang melibatkan sejumlah 100 pengusaha makanan dari pelbagai katogeri produk makanan. Penemuan mendapati kemerosotan pendapatan yang serius menjadi cabaran utama pengusaha. Ini adalah kerana modal semakin berkurangan dan kesukaran mendapatkan bekalan bahan mentah. Namun memberhentikan pekerja atau pengeluaran produk adalah alternatif terakhir pengusaha untuk menangani masalah kewangan. 'geran berbentuk one off daripada kerajaan' dan 'mengubah norma strategi pemasaran' adalah harapan utama untuk membantu para pengusaha. Kajian ini membuka ruang kepada pihak berkuasa untuk mengenal pasti daya tahan dan survival para pengusaha semasa dan selepas tempoh pandemik ini.*

**Kata Kunci:** *Produk Pelancongan, Makanan Tradisi, COVID-19, Resilien, Pengusaha*

**Abstract:** *Sabah or known as 'Negeri Di Bawah Bayu' is a state rich in various tourist destinations that are famous in Malaysia with Mount Kinabalu and its beautiful beaches. In addition, Sabah offers a variety of traditional foods that are one of the sources of attraction for tourism products. Tourists will be introduced to traditional foods such as ring cakes, amplang, pinasakan and hinava. A large number of traditional food products and have been registered as members of the Malaysian Small and Medium Enterprises Corporation (SME). However, the implementation of the Movement Control Order (MCO) in Malaysia due to the spread of the COVID-19 epidemic resulted in Sabah facing a drastic decline in the number of tourists and having an economic impact on traditional food product operators. In this regard, the question arises as to the extent of resilience and survival of traditional food entrepreneurs in Sabah in dealing with the declining demand for traditional food products. What are the alternative remedies that can be implemented during the MCO period and subsequently post COVID-19. This study incorporates a quantitative approach using survey instruments, interviews and observations involving a total of 100 food entrepreneurs from various food product categories. The findings show that a serious decline in income is a major challenge for entrepreneurs. This is due to declining capital and difficulty in obtaining raw material supply. But retrenchment or product production is the last resort for entrepreneurs to deal with financial problems. 'One-off grants from the government' and 'changing the norms of marketing strategy' are the main hopes to help entrepreneurs. This study opens space for the authorities to identify the resilience and survival of entrepreneurs during and after this pandemic period.*

**Keywords:** *Tourism Product, Traditional Food, COVID-19, Resilience, Entrepreneur*

---

## Pengenalan

Sabah terkenal dengan pengeluaran produk makanan sebagai salah satu tarikan produk pelancongan domestik dan antarabangsa. Keunikan Sabah yang terdiri dari pelbagai suku kaum dan etnik memberi kelebihan dalam mengeluarkan pelbagai produk pengeluaran makanan tradisi sebagai daya tarikan industri pelancongan di negara ini. Kuih cincin, amplang, kuih lidah, nasi kuning dan hinava adalah antara makanan daripada suku kaum dan etnik di Sabah yang amat dikenali dalam kalangan pelancong yang melawati Sabah. Malahan sektor pelancongan ini memberikan pulangan yang tinggi sebagai salah satu sumber pendapatan utama di Sabah (Kementerian Pelancongan Kebudayaan dan Alam Sekitar, 2019).

Industri makanan tradisional memberikan sumbangan yang signifikan dan berpotensi tinggi untuk dimajukan dan memberi impak positif terhadap sektor lain khususnya pelancongan (Rose & Rosmiza, 2018). Sebahagian besar perusahaan industri makanan didaftarkan menerusi Perusahaan Kecil dan Sederhana Malaysia (PKS) yang diselaraskan oleh Perbadanan Perusahaan Kecil dan Sederhana iaitu di bawah Kementerian Pembangunan Usahawan dan Koperasi (MEDAC) yang menyelaras pelaksanaan program pembangunan Perusahaan Kecil dan Sederhana (PKS). Sehubungan dengan itu, Perusahaan Kecil dan Sederhana (PKS) dijadikan nadi penggerak dan tulang belakang yang berupaya untuk memasarkan produk makanan tradisi tempatan sebagai produk pelancongan.

Di Malaysia, sejumlah 907,065 pertubuhan PKS yang telah didaftarkan (Jabatan Perangkaan, 2016). Negeri Sabah menyumbang sejumlah 6.2 peratus daripada keseluruhan perusahaan yang didaftarkan. Menerusi jumlah keseluruhan, 76.5 peratus adalah perusahaan mikro sementara 20.6 peratus daripadanya adalah terdiri daripada usahawan wanita. Perusahaan pengeluaran produk makanan tradisi ini berkembang sebahagiannya menerusi program Satu Kampung, Satu Produk (SKSP) yang diperkenalkan pada tahun 1992 dan diberi penjenamaan baharu kepada Satu Daerah, Satu Industri (SDSI) pada 2012. SDSI diwujudkan untuk meningkatkan tahap pendapatan isi rumah selain merangsang pertumbuhan PKS (Jabatan Perdana Menteri, 2012). Produk makanan kering tradisi merupakan salah satu pembelian utama dalam kalangan pelancong sebagai cenderamata di Sabah (Jim, 2018). Produk makanan tradisi ini diperolehi dengan mudah di beberapa lokasi yang sering dikunjungi para pelancong di Sabah.

Kesan penularan pandemik *Corona Virus Diseases 2019* (COVID-19) telah menyaksikan sektor perkhidmatan, pengangkutan dan peruncitan adalah antara sektor yang terjejas di Malaysia dan salah satunya adalah perusahaan makanan tradisi Sabah. Tempoh Perintah Kawalan Pergerakan (PKP) yang bermula pada 18 Mac 2020 telah menjejaskan aktiviti jualan dan pendapatan para pengusaha makanan kerana kekurangan permintaan. Seterusnya, PKP dilanjutkan dengan Perintah Kawalan Pergerakan Bersyarat (PKPB) dan Perintah Kawalan Pergerakan Pemulihan (PKPP) yang melibatkan tempoh yang panjang iaitu 24 minggu (mencecah 6 bulan). Laporan kaji selidik oleh Kementerian Pembangunan Usahawan dan Koperasi (MEDAC) menunjukkan bahawa 92.1 peratus usahawan mengalami kemerosotan permintaan dan memerlukan sumber kewangan untuk memulakan perniagaan baru. Laporan ini menunjukkan majoriti pengusaha kecil dan sederhana (PKS) tidak dapat meneruskan urusan niaga akibat pandemik COVID-19 ini. Cabaran yang dihadapi oleh para pengusaha ialah aliran wang tunai, penyewaan premis, upah pekerja dan pembayaran pinjaman (Berita Harian, 9 April 2020). Pintu sempadan negara yang masih ditutup kepada warga asing memberikan bayangan pemulihan ekonomi terhadap industri makanan masih belum dapat dipulihkan sepenuhnya.

Walaupun masalah ini memberikan impak yang besar kepada para pengusaha PKS, namun terdapat beberapa inisiatif yang dilaksanakan oleh kerajaan bagi meringankan bebanan yang dihadapi oleh pengusaha PKS, antaranya

- i) pakej rangsangan ekonomi PRIHATIN;
- ii) penangguhan pembayaran balik pinjaman oleh pihak bank-merangkumi penstrukturan dan penjualan semula kemudahan pembiayaan;
- iii) bantuan khas kepada PKS yang terkesan oleh pandemik COVID-19;
- iv) langkah tambahan menyokong PKS yang terjejas akibat wabak COVID-19;
- v) e-Bazar Ramadan.

Pakej inisiatif ini telah memberikan usahawan kelonggaran wang tunai dalam simpanan mereka, namun hanya cukup untuk meneruskan operasi, jika keadaan berlarutan kurang tiga bulan, kurang daripada 1.0 peratus PKS yang mampu bertahan lebih setahun. Majoriti usahawan terutama usahawan mikro tidak dapat meneruskan beroperasi dan menyebabkan peningkatan kadar pengangguran, selain kekangan pembiayaan (SME Corp. Malaysia, 2020).

Justeru, inisiatif yang diberikan adalah bersifat jangka pendek, oleh itu norma baharu perlu diperkenalkan kepada usahawan PKS bagi melonjakkan ekonomi yang bersifat sederhana dan jangka panjang. Pemasaran hasil produk perlu lebih menyeluruh untuk keuntungan yang maksima. Pelbagai strategi pemasaran perlu dilakukan seperti pemasaran secara digital dengan bantuan teknologi, mendalami latihan dan kemahiran. Pakej pelancongan berasaskan produk makanan tradisi adalah antara strategi untuk memperluaskan pasaran produk PKS. Galakan dalam bentuk dana kewangan dan kursus kemahiran diberikan khusus untuk membantu usahawan ini dalam menjalankan perniagaan mereka. Kajian ini meneliti tentang daya tahan (*resilien*) keusahawanan makanan tradisi sebagai produk pelancongan dalam mengharungi norma baharu kesan penularan pandemik COVID-19 di negeri Sabah.

### **Sorotan Literatur**

Makanan bermaksud segala benda atau sesuatu yang boleh dimakan, manakala tradisional yang berasal daripada kata dasar tradisi yang bermaksud sesuatu kebiasaan yang kekal turun-temurun. Konsep tradisional juga dapat diistilahkan sebagai sesuatu yang bersifat atau mengikut tradisi (Muhamad Fadzllah, 2014). Secara konseptual, makanan tradisional ialah makanan yang sudah menjadi amalan dan sehati dengan kehidupan sesebuah masyarakat. Sementara Guerrero et al. (2009) mendefinisikan makanan tradisi melalui empat perkara iaitu aktiviti semula jadi, asal-usul, proses penyediaan dan deria rasa. Makanan tradisi adalah identiti kepada sesebuah negara (Bessiere, 1998; Hashimoto & Telfer, 2006; Lee & Arcodia, 2011) iaitu merupakan simbol yang berbeza mengikut geografi, sosial dan budaya sesebuah negara.

Perusahaan makanan dari industri perusahaan kecil boleh dijadikan sebagai lonjakan untuk sektor pelancongan. Makanan adalah salah satu cara menunjukkan keistimewaan dan ciri-ciri sesebuah negara (Mitchell & Hall, 2004). Pengalaman hidangan tradisi adalah salah satu sebab untuk pelancong datang semula ke sesebuah negara yang pernah dilawati (Jang & Feng, 2007; Omar et al., 2015). Pelancong akan mempelajari dan mengenali budaya yang dilawatinya kerana nilai dan keistimewaan makanan tradisi yang tidak ada di tempat mereka. Perkongsian ilmu seperti resepi, pembungkusan dan keselamatan makanan adalah cara terbaik dalam menambah baik produk pelancongan (Mitchell & Hall, 2004) serta menu makanan yang

terdapat pada hotel dan resort berhasil mengetengahkan makanan sebagai makanan tradisi (Amuquandoh, 2011). Pelancong juga didedahkan menerusi pengalaman dan pengetahuan mereka dalam makanan tradisi (Mynttine, 2015; Sengel, et al., 2015; Mac, 2018). Sebagai contoh, kaedah asas cara makan, memasak dan menyediakan piza di Itali, latar belakang dan penyediaan kimchi di Korea Selatan dan penyediaan mee udon di Jepun merupakan salah satu tarikan terhadap aktiviti pelancongan. Sepertimana yang dinyatakan oleh Choe dan Kim (2018):

*“Pengetahuan budaya luar dapat ditingkatkan dengan perjalanan ke negara lain. Pendedahan terhadap makanan tradisi negara yang dilawati sebagai satu pengalaman baharu, yang dapat mengembangkan pengetahuan atau modal budaya (misalnya, dengan belajar tentang cara memasak dan makan baharu, asal usul makanan, atau cerita di sebalik hidangan tertentu). Pada asasnya, pelancong cenderung memenuhi rasa ingin tahu dan keinginan mereka dengan merasai makanan tempatan”.*

Novel coronavirus (COVID-19) telah memaksa dunia melihat semula norma baharu dalam kehidupan. Penularan Pandemik COVID-19 telah merubah keadaan ekonomi industri makanan hampir di seluruh dunia. Arus globalisasi yang sangat dikenali sebagai dunia tanpa sempadan, namun terpaksa menyekat perjalanan pelancong merentasi sempadan negara. Transformasi sistem pelancongan perlu dilihat semula dengan memberi penekanan terhadap pelancongan domestik bagi pemulihan jangka panjang (Gössling et al., 2020). Sehubungan dengan itu, cabaran ini perlu diselaraskan dengan keperluan sistem industri makanan bagi pelancong domestik (Bertella, 2020). Namun, industri makanan sebahagian besarnya mensasarkan pelancongan antarabangsa (Mak et al., 2012). Menurut kajian Lakuma et al. (2020), perniagaan industri bersaiz mikro dan sederhana amat terkesan dengan berkurangnya permintaan daripada pelancong secara drastik.

Malahan norma baharu yang memerlukan pengusaha melaksanakan pelbagai langkah kesihatan pencegahan seperti penyediaan tempat penginapan untuk pekerja, mengamalkan kebersihan dan menyediakan ‘hand sanitizer’ kepada pelanggan memerlukan kos yang lebih tinggi. Akibatnya sebilangan besar industri makanan diramalkan tidak dapat bertahan lama sekiranya wabak COVID-19 berlanjutan dan sekatan sempadan masih dikekalkan, apatah lagi akan berlaku perubahan dalam pola perjalanan pelancongan antarabangsa (Wen et al., 2020)

Pengawalan penularan bukan saja telah menyekat kehadiran kemasukan pelancong asing, malahan norma pergerakan penduduk tempatan turut berubah iaitu penduduk menunggu makanan di rumah daripada mencari makanan di luar. Memetik kajian di Kanada, pendapatan industri makanan telah menurun setelah 30 peratus kedai pembekalan makanan telah bertukar kepada kedai peruncitan makanan (Goddard, 2020). Negara Costa Rica yang bergantung ekonominya pada industri berskala kecil dan sederhana menghadapi kemeseletan pendapatan terutama kepada penduduk yang berpendapatan rendah. Kajian menerusi atas talian mendapati 12.3 peratus pekerja PKS di negara berkenaan akan jatuh miskin, 22 peratus kehilangan pendapatan, 12 peratus kehilangan pekerjaan dan sembilan peratus menghadapi risiko berhutang dengan bank (UNESCO, 2020). Pengusaha tidak dapat melonjakkan harga pasaran pada penduduk tempatan kerana permintaan dan harga pasaran yang kekal rendah (Yu et al., 2020). Bartik et al. (2020) dalam penemuan mereka terhadap 5,800 pengusaha PKS mendapati jumlah pekerja pengusaha telah dikurangkan sehingga 40 peratus, perniagaan yang ditutup buat



sementara waktu mencecah 43 peratus. Namun 100 peratus pengusaha mengharapkan bantuan sama ada dari kerajaan atau agensi yang berkaitan, walau pun kerenah birokrasi dan menentukan kelayakan penerima bantuan adalah isu yang belum dapat diatasi.

Sehubungan dengan itu, konsep dan pelan alternatif perlu diwujudkan menerusi rundingan peringkat antarabangsa hingga kepada komuniti tempatan untuk membentuk pelan strategi jangka panjang ke arah mempertingkatkan pengeluaran makanan tradisi dan penjana pendapatan untuk golongan yang tidak berkemampuan (Béné, 2020). Kajian Reardon et al. (2020) mendapati negara membangun lebih terkesan dengan kemerosotan ekonomi akibat penularan COVID-19 dan mencadangkan keperluan mengatur strategi pemulihan menerusi tiga fasa utama iaitu fasa jangka pendek iaitu sokongan bantuan kewangan dari pihak kerajaan, strategi sederhana iaitu mempelbagaikan alternatif terhadap pemasaran produk yang dihasilkan dan strategi fasa jangka panjang dengan mempelbagaikan peluang pelaburan terhadap industri yang dijalankan.

Daya tahan (resilien) adalah cara atau pendekatan seseorang yang mengalami kesulitan dan kesusahan untuk dapat menghadapi segala bentuk risiko, cabaran dan kekangan dengan lebih tabah dan yakin, kompeten dan berdaya juang yang tinggi dalam kehidupannya (Mohd Izwan, 2020). Resilien juga ditakrifkan sebagai ciri-ciri kekuatan yang ada dalam diri seseorang bagi menghadapi tekanan, membuat penyesuaian dan menunjukkan hasil yang positif walaupun pendedahan kepada kesukaran dalam kehidupan. Mereka yang memiliki tahap resilien yang tinggi berkeupayaan untuk menahan diri dan dapat mengadaptasi dalam situasi yang tertekan atau berhadapan dengan krisis. Sehubungan dengan itu, seseorang yang mempunyai resilien yang tinggi dapat mengurus tekanan, kebimbangan dan menyelesaikan masalah kompleks yang dihadapi dalam tempoh berlakunya krisis mahupun pasca krisis (Mohd Izwan, 2020).

### Metodologi Kajian

Kajian ini menggunakan instrumen kaji selidik menerusi pendekatan kuantitatif. Sejumlah 100 orang pengusaha makanan tradisi (makanan kering) di Kota Kinabalu dan Tawau yang digabungkan dalam katogeri mikro, kecil dan sederhana. Borang kaji selidik mengandungi empat bahagian iaitu bahagian A - profil demografi pengusaha, bahagian B - ciri-ciri pengusahaan/perniagaan makanan tradisi, bahagian C - impak COVID-9 terhadap pengusaha makanan tradisi dan bahagian D - persepsi pengusaha terhadap cadangan membantu pengusaha kecil dan sederhana menangani kemelut akibat penularan COVID-19. Kaji selidik bahagian C dan D menggunakan lima point skala likert. Analisis deskriptif digunakan untuk mendapatkan nilai skor purata min pada semua item kajian. Indeks skor purata min sepertimana dalam Jadual 1.

**Jadual 1: Indeks Skor Min**

Indeks Skor Min	Tahap
1.00 hingga 2.33	Rendah (R)
2.34 hingga 3.66	Sederhana (S)
3.67 hingga 5.00	Tinggi (T)

Sumber: Jamil Ahmad (1993).

## Dapatan Kajian

### Kesan PKP Kepada Pengusaha Makanan Tradisi

Penyebaran wabak COVID-19 ini menyebabkan pengusaha makanan tradisi mengalami kesan yang besar dalam jualan produk mereka sejak PKP dilaksanakan. Permintaan terhadap produk jualan menunjukkan penurunan yang ketara (Wijaya, 2020). Jadual 2 menunjukkan kesan utama adalah ‘sumber kewangan terjejas teruk, kerana ketiadaan pembelian dari para pelancong’ (min 4.7). Perusahaan makanan industri sebagai pelengkap (*feeder*) kepada industri pelancongan yang menerima kesan secara langsung (Gössling et al., 2020) kerana makanan tradisi salah satu item yang di bawa pulang oleh pelancong sebagai buah tangan (17 Julai 2020 - Berita Harian).

Cabaran seterusnya adalah ‘sukar mendapatkan bahan mentah’ (min 4.6), ‘modal kerja semakin kurang’ dan ‘tidak dapat bergerak ke tapak perniagaan’ di mana min yang direkodkan masing-masing adalah 4.5. Sekatan pergerakan menyebabkan bekalan makanan sukar atau lewat diperolehi. Sepertimana yang dinyatakan oleh Reardon et al. (2020), permintaan barangan mentah tertunda kerana barangan yang perlu dihantar melebihi kapasiti, menyebabkan harga barangan meningkat. Menurut Menteri Perdagangan Dalam Negeri dan Hal Ehwal Pengguna Malaysia, bekalan yang terhad serta permintaan yang menguncup ketika PKP menyebabkan harga sebahagian barangan meningkat (25 Jun 2020 - Berita Harian).

**Jadual 2:** Kesan PKP Kepada Pengusaha Makanan Tradisi

Kesan	Min	Skala
Sumber kewangan terjejas teruk (ketiadaan pelancong)	4.7	T
Cabaran mendapatkan bahan mentah	4.6	T
Modal kerja semakin kurang	4.5	T
Tidak dapat bergerak ke tapak perniagaan	4.5	T
Simpanan wang semakin bekurang atau habis	4.4	T
Hutang semakin meningkat	3.6	S
<b>Purata Min</b>	<b>4.38</b>	<b>T</b>

### Resilien Pengusaha Kecil dan Sederhana Makanan Tradisi

Pemulihan pembangunan PKS memerlukan strategi yang berkesan dan melibatkan usaha padu pelbagai pihak samada pengusaha, kerajaan atau swasta. Nicola et al. (2020) menyarankan agar strategi pemulihan serampang dua mata dilaksanakan, iaitu pertama memperlahan atau menghentikan penularan COVID-19 dan kedua melipatkan gandakan usaha ke arah norma baharu bagi industri PKS.

Jadual 3 menunjukkan sejauh mana tahap resilien para pengusaha di Sabah dalam menghadapi cabaran akibat penularan COVID-19. Min purata bagi ‘berjimat cermat perbelanjaan’ merupakan skala tahap tinggi yang mencatatkan nilai 4.7. Menurut Baker et al. (2020), isi rumah berbelanja tinggi untuk barangan runcit dan makanan menerusi pembelian atas talian, serta penurunan yang drastik bagi pembelian di premis perniagaan. Sehubungan itu, para pengusaha berkeyakinan dengan penjualan atas talian turut mendapat peringkat yang tinggi (min 4.4) dalam mencapai daya tahan menangani kemelut COVID-19. Ini menunjukkan

pengusaha bersedia dengan norma baharu untuk kekal bertahan dalam industri yang diceburinya. Produk kering seperti kuih cincin, amplang dan sebagainya masih boleh dipasarkan menerusi teknologi terkini. Ini sejajar apa yang disarankan oleh Nolila (2020) dan Haka et al. (2020) iaitu penjualan atas talian menerusi aplikasi *e-mel*, *Facebook*, *whatsapp* dan *Instagram* adalah kaedah terbaik menggantikan kaedah menggunakan saluran orang tengah atau penjualan di premis perniagaan.

Strategi ‘kempen dan promosi pelancongan domestik’ dengan purata min 3.9 membuktikan pengusaha sentiasa berfikiran positif terhadap produk untuk disasarkan kepada pelancong domestik. Promosi pelancongan domestik memberi harapan kepada pengusaha PKS dan dapat membantu negara memulihkan industri pelancongan akibat COVID-19 (Berita Harian, 14 Mac 2020). Pemasaran produk makanan tradisi masih boleh diteruskan walau tanpa kehadiran pelancong antarabangsa. Pengusaha berkeyakinan dengan mengubah norma strategi pemasaran (min purata 4.5), produk makanan tradisi masih boleh dipasarkan kepada para pembeli. Sepertimana yang dinyatakan oleh Hoque et al.(2020) dalam kajiannya bertajuk ‘*The Effect of Coronavirus (COVID-19) in the Tourism Industry in China*’ menekankan pelbagai strategi jangka masa panjang diperlukan untuk memulihkan kemelesetan industri pelancongan di China, termasuk strategi memasarkan produk secara dalam talian yang menjadi aset kepada industri pelancongan.

Manakala alternatif untuk ‘berhenti pengeluaran produk’ (min 2.5), pemberhentian pekerja (min 2.3), dan membuat pinjaman wang ketika PKP (min 2.5) berada pada skala rendah yang diamalkan oleh para PKS. Ini bermakna pengusaha masih mempunyai daya tahan yang tinggi, tidak cenderung untuk menamatkan pengeluaran produk walaupun permintaan berkurangan secara drastik. Hampir keseluruhan strategi berada pada tahap tinggi, kecuali item ‘bertukar kerjaya lain’ dengan min 2.9 serta item ‘ceburi perniagaan baharu’ memperoleh min pada tahap yang sederhana iaitu 3.3. Penemuan ini menunjukkan sebahagian besar pengusaha belum bersedia untuk menceburi bidang atau perniagaan baharu.

Jadual 4 menunjukkan bantuan kerajaan yang diperlukan dalam membantu PKS menghadapi cabaran semasa tempoh pandemik COVID-19 menular. ‘Geran berbentuk *one off* daripada kerajaan’ dengan purata min tertinggi 4.6 adalah harapan utama para pengusaha PKS dalam membantu perusahaan produk makanan. Ketiadaan atau kekurangan modal memaksa pengusaha mengharapkan suntikan kewangan samada berupa pinjaman atau bantuan dari pihak kerajaan (Bartik et al., 2020; Nicola et al., 2020). Sementara ‘khidmat nasihat dan bimbingan perniagaan secara dalam talian’ adalah salah satu strategi jangka panjang untuk pemasaran produk PKS dengan min adalah 4.2. Pengusaha berganding bahu dengan sektor pelancongan untuk memperkenalkan makanan tradisi sebagai indikator terhadap kepelbagaian etnik khususnya di Sabah. Sepertimana yang dinyatakan oleh Park (2009), makanan tradisi dapat memberi petunjuk dan simbol etnik, kewarganegaraan dan identiti sesebuah bangsa.



**Jadual 3:** Resilien Pengusaha Kecil dan Sederhana dalam Penghasilan Produk Makanan Tradisi

Pernyataan Pengusaha	Min	Skala
Berjimat cermat perbelanjaan	4.7	T
Ubah norma strategi pemasaran	4.5	T
Penjualan atas talian	4.4	T
Mengurangkan gaji pekerja	3.4	S
Ceburi perniagaan baharu	3.3	S
Membuat pinjaman wang ketika PKP	2.5	R
Berhenti pengeluaran produk	2.5	R
Bertukar kerjaya lain	2.6	R
Pemberhentian pekerja	2.3	R
<b>Min Purata</b>	<b>3.38</b>	<b>T</b>

**Jadual 4:** Bantuan kerajaan yang diperlukan dalam membantu PKS menghadapi cabaran semasa tempoh pandemik COVID-19

Pernyataan Pihak Berkuasa / Kerajaan	Min	Skala
Geran berbentuk <i>one off</i> daripada kerajaan	4.6	T
Perluaskan strategi pemasaran	4.5	T
Khidmat nasihat dan bimbingan perniagaan secara dalam talian	4.2	T
Sewaan tapak perniagaan dikurangkan	4.2	T
Usahasama dengan sektor pelancongan untuk meluaskan pemasaran	4.1	T
Mudah mendapat tempat jualan	4.0	T
Mudah dapat lesen perniagaan dar PBT	3.9	T
Kempen dan promosi pelancongan domestik	3.9	T
Bantuan kewangan daripada sektor swasta	3.8	T
<b>Min Purata</b>	<b>4.13</b>	<b>T</b>

### Perbincangan

Perintah Kawalan Pergerakan (PKP) menyebabkan berlakunya kegawatan ekonomi yang tidak terduga, terutamanya memberikan kesan kepada PKS terutamanya kesan penurunan terhadap jualan produk mereka sejak PKP dilaksanakan. Cabaran terbesar pengusaha adalah keperluan untuk membayar hutang pembekal dan sewa premis serta untuk memenuhi tanggungjawab dalam mengekalkan pekerja. Memandangkan PKS terdiri daripada tiga kelas iaitu skala mikro, kecil dan sederhana maka kemampuan untuk menghadapi cabaran pada setiap skala juga adalah berbeza. Terdapat pengusaha yang tidak melakukan peminjaman kewangan, sebaliknya menubuh dan mengembangkan peniagaan dengan modal sendiri. Hal ini kerana mereka masih terikat untuk menanggung pelbagai belanja tetap bulanan serta hutang pembekal mengikut tarikh yang ditetapkan oleh pembekal meskipun hasil jualan peniagaan tidak mempunyai aliran tunai masuk. Cabaran semasa telah menuntut para usahawan menukar landskap pemasaran kepada penggunaan digital secara dalam talian (*online*) untuk memastikan kelangsungan peniagaan mereka. Selain tidak dapat berniaga di tapak perniagaan, pengusaha juga

menghadapi cabaran untuk penghantaran produk ke rumah pelanggan kerana ia memerlukan kecekapan dalam mengendalikan penghantaran ke setiap pelanggan (Noorul Azwin, 2020).

Para PKS perlu mengambil alternatif untuk mengekalkan perniagaan mereka tidak mengalami kerugian yang besar. Terdapat 300 aduan pekerja 'dipujuk' di mana majikan memujuk pekerja untuk bercuti tanpa gaji semasa PKP masih dilaksanakan. Kongres Kesatuan Sekerja Malaysia (MTUC) turut menggesa kerajaan mengambil tindakan tegas bagi melindungi kelangsungan hidup pekerja sektor swasta. Sesetengah majikan PKS tidak mendedahkan penyata kewangan mereka agar perniagaan mereka kelihatan seolah-olah dalam keadaan yang merosot, akhirnya majikan yang enggan mendedahkan penyata kewangan ini juga memberhentikan pekerja atau memotong gaji pekerja mereka. Sesetengah majikan mengambil alternatif dengan cara membuat penjadualan semula waktu kerja dan mengehendkan waktu operasi premis. Usahawan juga perlu menjadi kreatif dalam menghadapi cabaran yang ada agar perniagaan dapat dipulihkan kembali (Malaysiakini, 2020).

Kerajaan mengambil langkah untuk membantu pengusaha PKS agar mereka dapat memasar dan mengembangkan produk mereka walaupun dalam pelaksanaan PKP. Kerajaan juga telah mewujudkan geran khas PRIHATIN berjumlah RM2.1 bilion bagi semua syarikat PKS mikro yang berkelayakan. Selain itu, kerajaan turut menyediakan geran khas sebanyak RM3,000 kepada setiap pengusaha mikro yang memanfaatkan hampir 700,000 PKS mikro. Seterusnya, pihak kerajaan mengarahkan organisasi pemberi pinjaman wang berdaftar di bawah Akta Pemberi Pinjam Wang 1951 yang menyediakan kemudahan kredit agar memberi moratorium ke atas bayaran ansuran PKS selama 6 bulan bermula pada April 2020 sepertimana yang telah diberikan oleh pihak Bank Negara. Malah, penggunaan media sosial untuk memasarkan produk jualan dapat meningkatkan hasil jualan walaupun tidak dapat berniaga di tapak perniagaan seperti sebelum berlakunya pelaksanaan PKP. Namun, penggunaan media sosial ini menjadi satu cabaran yang baharu kepada pengusaha yang belum pernah memasarkan produk mereka dalam media sosial (Pejabat Perdana Menteri Malaysia, 2020).

### **Kesimpulan**

Pelaksanaan Perintah Kawalan Pergerakan (PKP) telah membawa PKS agar bersedia dalam menghadapi cabaran yang dihadapi dalam perniagaan. Perkara ini turut melihat sejauh mana tahap dan ciri-ciri resilien (daya tahan dan survival) keusahawanan makanan tradisi sebagai salah satu produk pelancongan domestik di negeri Sabah. Pelbagai inisiatif telah dilakukan oleh pengusaha-pengusaha agar perniagaan mereka dapat dipertahankan walaupun semasa PKP dilaksanakan. Norma baharu yang dihadapi oleh pengusaha PKS juga menjadikan pengusaha lebih kreatif dalam berdaya saing dengan sektor lain. Cabaran pengusaha untuk mencari sumber pendapatan semakin sukar apabila terdapat beberapa langkah yang perlu dipatuhi oleh pengusaha seperti mengehendkan waktu operasi permis dan memasukkan pelancong ke negara Sabah melonjak turun.

### **Penghargaan**

Para penulis mengucapkan terima kasih kepada Universiti Malaysia Sabah kerana menyediakan geran penyelidikan Skim Dana Khas COVID-19 (SDK 0302) untuk melakukan kajian ini. Terima kasih atas kebenaran menggunakan penemuan kajian ini untuk dikongsikan dalam penerbitan ini.

## Rujukan

- Amuquandoh, F. E. (2011). International tourists' concerns about traditional foods in Ghana. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 18(1), 1-9.
- Baker, S. R., Farrokhnia, R. A., Meyer, S., Pagel, M., & Yannelis, C. (2020). *How does household spending respond to an epidemic? consumption during the 2020 covid-19 pandemic* (No. w26949). National Bureau of Economic Research.
- Bartik, A. W., Bertrand, M., Cullen, Z. B., Glaeser, E. L., Luca, M., & Stanton, C. T. (2020). *How are small businesses adjusting to covid-19? early evidence from a survey* (No. w26989). National Bureau of Economic Research.
- Béné, C. (2020). Resilience of local food systems and links to food security—A review of some important concepts in the context of COVID-19 and other shocks. *Food Security*, 1-18.
- Bessiere, J. (1998). Local development and heritage: Traditional food and cuisine as tourist attractions in rural areas. *Sociologia Ruralis*, 38, 21-34.
- Berita Harian. (14 Mac, 2020). *Pelancongan keluarga, domestik bantu atasi kesan COVID-19*. <https://www.bharian.com.my/rencana/komentar/2020/03/665258/pelancongan-keluarga-domestik-bantu-atasi-kesan-covid-19>. Diakses pada 5hb September 2020
- Berita Harian (9 April, 2020). *Covid-19: Bantuan RM200 juta bantu 33,000 usahawan mikro*. <https://www.bharian.com.my/berita/nasional/covid-19-bantuan-rm200-juta-bantu-33000-usahawan-mikro>. Diakses pada 5hb September 2020.
- Berita Harian. (25 Jun, 2020). *Permintaan Menguncup Ketika PKP*. <https://www.bharian.com.my/berita/nasional/2020/06/704167/bekalan-terhad-permintaan-menguncup-ketika-pkp-punca-harga-ayam-naik>. Diakses 7hb Okt 2020.
- Berita Harian. (20 Julai, 2017). *Peluang nikmati makanan etnik Sabah*. <https://www.bharian.com.my/berita/wilayah/2017/07/304021/peluang-nikmati-makanan-tradisi-etnik-sabah>. Diakses pada 5hb Oktober 2020.
- Bertella, G. (2020). Re-thinking sustainability and food in tourism. *Annals of Tourism Research*. 84(2020)103005.
- Choe, J. Y. J., & Kim, S. S. (2018). Effects of tourists' local food consumption value on attitude, food destination image, and behavioral intention. *International Journal of Hospitality Management*, 71, 1-10
- Goddard, E. (2020). The impact of COVID-19 on food retail and food service in Canada: Preliminary assessment. *Canadian Journal of Agricultural Economics/Revue canadienne d'agroéconomie*. doi: 10.1111/cjag.12243.
- Gössling, S., Scott, D., & Hall, C. M. (2020). Pandemics, tourism and global change: a rapid assessment of COVID-19. *Journal of Sustainable Tourism*, 1-20.
- Guerrero, L., Guàrdia, M. D., Xicola, J., Verbeke, W., Vanhonacker, F., Zakowska-Biemans, S., & Scalvedi, M. L. (2009). Consumer-driven definition of traditional food products and innovation in traditional foods. A qualitative cross-cultural study. *Appetite*, 52(2), 345-354.
- Haka, N. B., Ansori, S., Dewi, N. K., Bilah, R. S., & Haryanto, A. P. (2020). Kegiatan e-marketing kewirausahaan produk makanan lokal desa sinar petir kabupaten tanggamus. *Adimas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 13-21.
- Hashimoto, A., & Telfer, D. J., (2006). *Selling Canadian Culinary Tourism: Branding the Global and the Regional Product*, 31-55.
- Hoque, A., Shikha, F. A., Hasanat, M. W., Arif, I., & Hamid, A. B. A. (2020). The effect of Coronavirus (COVID-19) in the tourism industry in China. *Asian Journal of Multidisciplinary Studies*, 3(1), 52-58.

- Jamil Ahmad. (1993). Tinjauan tentang kekangan-kekangan dalam pelaksanaan sains KBSM di sekolah-sekolah menengah Negeri Kedah Darul Aman. Disertasi Sarjana Fakulti Pendidikan UKM.
- Jang, S.S., & Feng, R. (2007). Temporal destination revisit intention: The effects of novelty seeking and satisfaction. *Tourism Management*, 28 (2), 580-590
- Jabatan Perdana Menteri. (2012). *Program Satu Daerah Satu Industri*. [https://www.icu.gov.my/pdf/artikel/slide\\_sdsi.pdf](https://www.icu.gov.my/pdf/artikel/slide_sdsi.pdf). Diakses pada 5hb Oktober 2020.
- Jabatan Perangkaan Malaysia. (2016). Jumlah Perusahaan Kecil dan Sederhana Yang Didaftarkan. Kuala Lumpur: SME Corp. Malaysia.
- Jim Jipun (2018). Analisis corak pembelian cenderamata di kalangan pelancong antarabangsa di Sabah. *Proceeding: International Conference on Tourism, Business and Technology*. Kota Kinabalu, Sabah.
- Kementerian Pelancongan Kebudayaan dan Alam Sekitar. (2019). *Industri pelancongan Sabah rekod hasil tertinggi dalam sejarah*. <https://www.utusanborneo.com.my/2019/06/27/industri-pelancongan-sabah-rekod-hasil-tertinggi-dalam-sejarah>. Diakses pada 9 September 2020.
- Lakuma, P. C., Sunday, N., Sserunjogi, B., Kahunde, R., & Munyambonera, E. F. (2020). How has the COVID-19 Pandemic impacted Ugandan businesses? Results from a business climate survey, 1-8.
- Lee, I., & Arcodia, C. (2011). The role of regional food festivals for destination branding. *International Journal of Tourism Research*, 13(4), 355-367.
- Mac Con Iomaire, M. (2018). Recognizing food as part of Ireland's intangible cultural heritage. *Folk Life*, 56(2), 93-115.
- Mak, A. H., Lumbers, M., Eves, A., & Chang, R. C. (2012). Factors influencing tourist food consumption. *International Journal of Hospitality Management*, 31(3), 928-936.
- Mohd Izwan Mahmud. (2020). *Mengurus Kebimbangan, Sokongan dan Resilien Pelajar Universiti dalam Tempoh Perintah Kawalan Pergerakan (PKP)*. Pusat Pembangunan Karier (UKM-Karier), UKM Bangi.
- Muhamad Fadzllah Hj Zaini. (2014). *Masyarakat Pribumi: Makanan Tradisional Masyarakat Melayu Sarawak*. Tanjung Malim: Universiti Pendidikan Sultan Idris (UPSI).
- Mitchell, R., & Hall, C. M. (2004). Consuming tourists: Food tourism consumer behaviour. In *Food Tourism around the World* (pp. 72-92). Routledge.
- Mynttinen, S., Logren, J., Särkkä-Tirkkonen, M., & Rautiainen, T. (2015). Perceptions of food and its locality among Russian tourists in the South Savo region of Finland. *Tourism Management*, 48, 455-466
- Malaysiakini. (2020). *30-40 Peratus lagi pekerja berisiko dipecat, potong gaji – MTUC*. <https://www.malaysiakini.com/news/519262>. Diakses pada 5 September 2020.
- Nolila Mohd Nawi. (2020). *Bertukar kepada pemasaran online produk tani*. *Jabatan Perniagaan Tani dan Ekonomi Biosumber UPM*. <https://agriupmedu.my/artikel/bertukar-kepada-pemasaran-online-produk-tani-56514>. Diakses pada 5hb Oktober 2020.
- Noorul Azwin Md Nasir. (2020). Usahawan perlu cecal hadapi kesan COVID-19. Fakulti Keusahawanan dan Perniagaan: Universiti Malaysia Kelantan (UMK).
- Nicola, M., Alsafi, Z., Sohrabi, C., Kerwan, A., Al-Jabir, A., Iosifidis, C., & Agha, R. (2020). The socio-economic implications of the coronavirus pandemic (COVID-19): A review. *International journal of surgery (London, England)*, 78, 185.

- Omar, S. R., Ab Karim, S., & Omar, S. N. (2015). Exploring international tourists' attitudes and perceptions: In characterizing Malaysian Heritage Food (MHF) as a tourism attraction in Malaysia. *International Journal of Social Science and Humanity*, 5(3), 321.
- Park, H. Y. (2009). Heritage, tourism and national identity: an ethnographic study of Changdeok Palace, Korea. *Korea Journal*, 49(4), 163-186.
- Pejabat Perdana Menteri Malaysia. (2020). *Langkah Tambahan Bagi Pakej Rangsangan Ekonomi Prihatin Rakyat*. <https://www.pmo.gov.my/ms/2020/04/langkah-tambahan-bagi-pakej-rangsangan-ekonomi-prihatin-rakyat-prihatin-2/>. Diakses pada 9 September 2020.
- Rose, R. A. C., & Rosmiza, M. Z. (2018). Impak sektor pelancongan terhadap perkembangan perusahaan kecil dan sederhana (PKS) di Cherating, Pahang. *Geografi*, 6(3), 35-43.
- Reardon, T., Bellemare, M. F., & Zilberman, D. (2020). How COVID-19 may disrupt food supply chains in developing countries. *IFPRI book chapters*, 78-80.
- SME Corp. Malaysia. (2020). Definisi Perusahaan Kecil dan Sederhana. Kementerian Pembangunan Usahawan dan Koperasi.
- Sengel, T., Karagoz, A., Cetin, G., Dincer, F. I., Ertugral, S. M., & Balik, M. (2015). Tourists' approach to local food. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 195(1), 429-437.
- UNSECO. (2020). How does the COVID-19 affect the culture sector in Central America. Diakses daripada <https://en.unesco.org/news/how-does-covid-19-crisis-affect-culture-sector-central-america> pada 7 September 2020.
- Wen, J., Kozak, M., Yang, S., & Liu, F. (2020). COVID-19: potential effects on Chinese citizens' lifestyle and travel. *Tourism Review*. doi : 10.1108/TR-03-2020-0110.
- Wijaya, O. Y. A. (2020). The Impact of Covid-19 on Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) in East Java Province, Indonesia and Strategies for Overcoming: Ad Interim. *Journal of Talent Development and Excellence*, 12(2s), 3454-3469.
- Yu, X., Liu, C., Wang, H., & Feil, J. H. (2020). The impact of COVID-19 on food prices in China: evidence of four major food products from Beijing, Shandong and Hubei Provinces. *China Agricultural Economic Review*. doi: 10.1105/CAER-01-2020-054.