



## Wanita dan Perniagaan Jualan Langsung: Antara Pengorbanan, Cabaran dan Peluang

CYRIL SUPAIN @ CHRISTOPHER, ROZITA @UJI MOHAMMED, SURAIL ABDUL KAHAR, HENDRY JOSEPH dan FARIDAH BT JAHIKU

Faculty of Business & Management, Universiti Teknologi MARA (UiTM) Sabah Branch, 88997 Kota Kinabalu Sabah, Malaysia.  
cyril489@sabah.uitm.edu.my  
Kementerian Pendidikan Malaysia, SK Keronggu Inanam, 89359 Inanam Sabah, Malaysia.  
[keronggu@gmail.com](mailto:keronggu@gmail.com)

### Abstrak

Malaysia adalah antara negara yang mempunyai pasaran jualan langsung yang aktif di Asia. Menurut *Direct Selling Association of Malaysia (DSAM)* dan *World Federation of Direct Selling Associations (WFDSA)*, industri ini menyumbang berbilion ringgit setiap tahun kepada ekonomi negara. Beberapa syarikat antarabangsa dan tempatan yang terkenal seperti Amway, Cosway, Tupperware, Mary Kay, Farmasi dan Elken beroperasi secara aktif di sini. Kajian awal ini merungkai apakah faktor-faktor yang mengalakkan kaum wanita di Malaysia khususnya di negeri Sabah menceburkan diri didalam perniagaan jualan langsung. Sejumlah 37 responden dikalangan peniaga jualan langsung terlibat didalam pengumpulan data ini secara temuduga bersemuka mahupun secara atas talian. Diakhir kajian ini, kita dapat melihat potensi dan cabaran-cabaran bagi golongan wanita di Sabah untuk melibatkan diri didalam dunia perniagaan khususnya perniagaan jualan langsung.

**Kata Kunci:** Perniagaan Jualan Langsung, “Direct Selling”, Usahawan Wanita

### Pengenalan

Model Perniagaan jualan langsung “direct selling” merujuk kepada penjualan produk terus kepada pengguna tanpa melalui saluran pengedaran runcit konvensional. Ia melibatkan kaedah seperti jualan dari rumah ke rumah, parti jualan (party plan) dan jualan melalui rangkaian (multilevel marketing - MLM). Malaysia adalah antara negara yang mempunyai pasaran jualan langsung yang aktif di Asia. Menurut *Direct Selling Association of Malaysia (DSAM)* dan *World Federation of Direct Selling Associations (WFDSA)*, industri ini menyumbang berbilion ringgit setiap tahun kepada ekonomi negara. Beberapa syarikat antarabangsa dan tempatan yang terkenal seperti Amway, Cosway, Tupperware, dan Elken beroperasi secara aktif di sini. Sebelum memulakan perniagaan jualan langsung di Malaysia, pengusaha perlu memahami peraturan dibawah Akta Jualan Langsung dan Skim Anti-Piramid 1993 (AJLSAP 1993). Akta dan skim ini berperanan untuk mengawal aktiviti jualan langsung, menetapkan bahawa semua syarikat perlu mendapatkan lesen jualan langsung dari Kementerian Perdagangan Dalam Negeri dan Kos Sara Hidup (KPDN), Pengusaha harus mematuhi peraturan berkaitan GST/SST dan cukai pendapatan dan Pematuhan Kod Etika (DSAM) jika ingin menjadi ahli. Kajian Pasaran dan Permintaan Trend pengguna menunjukkan bahawa masyarakat Malaysia kini lebih terbuka kepada produk yang dipasarkan melalui jualan langsung, terutamanya produk kesihatan, kecantikan, dan makanan tambahan. Golongan suri rumah, profesional muda, pelajar, dan pencari pendapatan sampingan merupakan sasaran utama. Ramai pengguna membeli berdasarkan testimoni, keberkesanan produk, dan hubungan interpersonal dengan penjual. Persaingan tinggi terutamanya dalam segmen MLM dan produk kesihatan. Beberapa pemain utama seperti Amway, Herbalife, Shaklee, Elken dan Mary Kay telah dikenalpasti antara yang giat aktif di Sabah Malaysia. Kejayaan syarikat bergantung pada kualiti produk, Pelan perniagaan atau kewangan, latihan dan sokongan kepada ejen. Antara model perniagaan yang popular adalah Single-Level Marketing (SLM): Komisen hanya diberi atas jualan peribadi dan Multi-Level Marketing (MLM): Komisen diberi atas jualan peribadi dan jaringan. Pengguna perlu berhati-hati agar model yang digunakan tidak menyerupai skim piramid, kerana itu adalah menyalahi undang-undang.

### Ulasan Literatur

Zulfaizad Abd Hamid & Nik Ahmad Azmee Nik Abdullah (2021) berdasarkan kajian kuantitatif terhadap faktor produk, harga, promosi dan perkhidmatan, ianya mempunyai pengaruh yang signifikan di dalam mempengaruhi pembelian produk jualan langsung oleh pelajar. Diantara faktor utama di dalam mempengaruhi golongan wanita di dalam menceburkan diri di dalam perniagaan jualan langsung terutamanya ibu adalah dari sudut faktor fleksibiliti dan kebebasan mereka mengatur masa dan tempat membuat perniagaan tersebut. Kebolehan menyesuaikan masa antara tugas rumah dan perniagaan tanpa perlu meninggalkan rumah menjadi titik pertimbangan golongan wanita terutama mereka yang sudah bekeluarga untuk turut bergabung didalam perniagaan. Richard Seow (2022)



Selain daripada faktor-faktor diatas perniagaan jualan langsung sebenarnya hanya memerlukan modal awal yang kecil. Bermula dengan pelaburan kecil (kadang-kala bawah RM1,000), membantu golongan B40 dan ibu tunggal . Ramai wanita memilih “direct selling” untuk tambah sumber pendapatan utama atau sebagai usaha kedua, membantu meningkatkan ekonomi keluarga. Suhailah Mohd Nordin & Salmy Edawati Yaacob (2017) Dorongan seperti minat dalam perniagaan, yakin pada diri sendiri dan keinginan untuk berdikari menjadi faktor penting. Falex et.al (2018) selain itu pengaruh oleh kejayaan ahli keluarga atau sahabat, serta sokongan komuniti wanita seperti melalui platform e-dagang seperti Shopee turut menyumbang kepada penglibatan mereka didalam dunia perniagaan. Penggunaan media sosial seperti Facebook, Instagram, WhatsApp dan platform e-commerce memudahkan penjualan langsung serta capaian lebih luas . Suhailah Mohd Nordin & Salmy Edawati Yaacob (2017) Manakala pelbagai inisiatif oleh kerajaan, NGO, dan program dibawah Kementerian (KUSKOP) seperti Tekun, SME Bank, PUNB, AIM menyokong latihan, modal dan pembangunan usahawan wanita. YB Datuk Ewon Benedick (2025).

### Metodologi Atau Skop Kajian

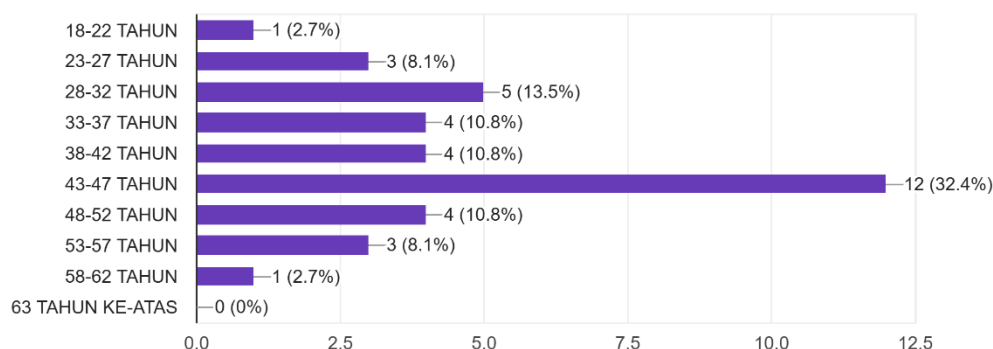
Kajian berbentuk kualitatif dimana sesi temubual dilakukan. Temubual dibuat secara atas talian dan bersemuka dengan menanyakan beberapa soalan asas berkaitan profil asas responden, kecenderungan wanita menceburkan diri didalam perniagaan jualan langsung , potensi dan cabaran. Sejumlah 37 responden terdiri daripada pengusaha perniagaan jualan langsung dan disebaliknya telah ditemuramah. Persoalan berkaitan faktor-faktor penentuan untuk mereka bergabung didalam perniagaan jualan langsung turut ditanya. Selain itu cabaran-cabaran untuk memulakan perniagaan di dalam perniagaan dan perniagaan jualan langsung juga di masukkan. Sebilangan soalan berbentuk subjektif untuk mendapatkan jawapan yang lebih “natural” tanpa pengaruh dari pihak penyelidik.

### Hasil Kajian

Gambar rajah 1: Umur responden

UMUR

37 responses



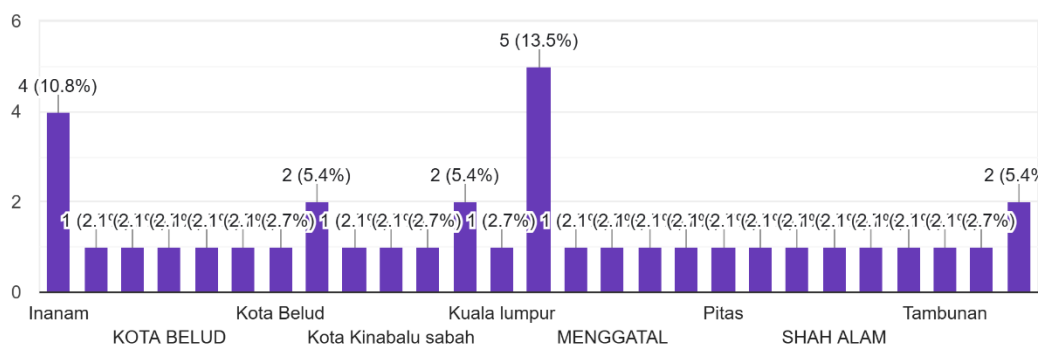
Majoriti responden berumur 43-47 tahun dan minoritinya berumur 18-22 tahun.

Gambar rajah 2 : Asal responden



#### DAERAH ASAL/TEMPAT TINGGAL

37 responses

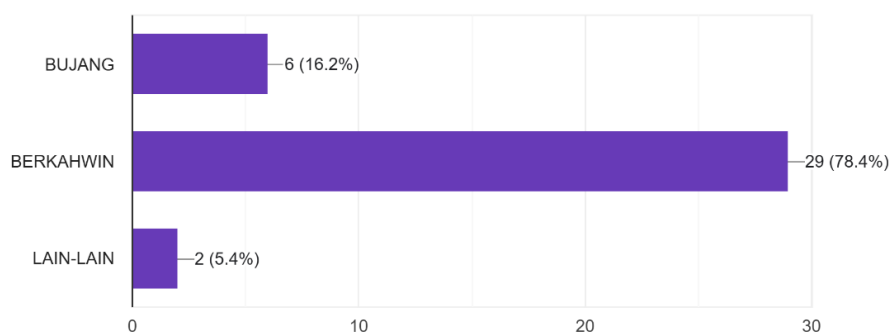


Ironinya selain responden yang berasal dari negeri Sabah, terdapat beberapa responden daripada Shah Alam.

Gambar rajah 3: Status perkahwinan responden

#### STATUS PERKAHWINAN

37 responses



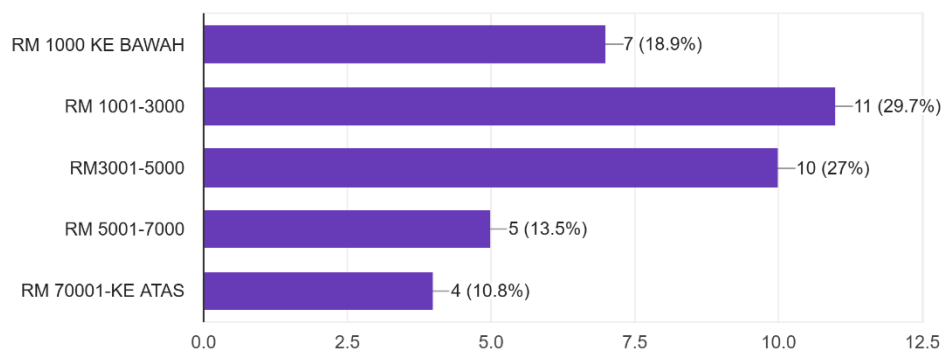
78% responden sudah berkahwin, 16.2% responden masih bujang dan 5.4% selebihnya kita tidak pasti status perkahwinannya.

Gambar rajah 4: Jumlah pendapatan isi rumah sebulan.



#### JUMLAH PENDAPATAN ISI RUMAH SEBULAN

37 responses

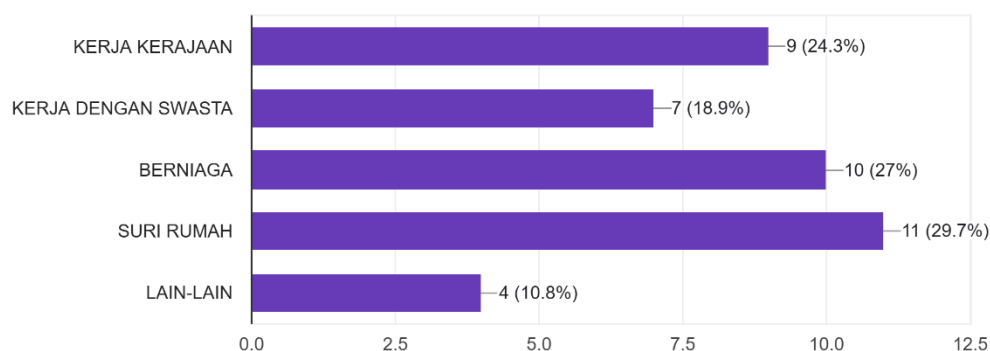


Jumlah pendapatan isi rumah sebulan mungkin boleh menjadi penentu kepada daya keaktifan golongan wanita. Majoriti responden memiliki RM1001-3000 pendapatan isi rumah sebulan memberikan input didalam pungutan data ini.

Gambar rajah 5: Jenis pekerjaan responden

#### JENIS PEKERJAAN SEKARANG

37 responses

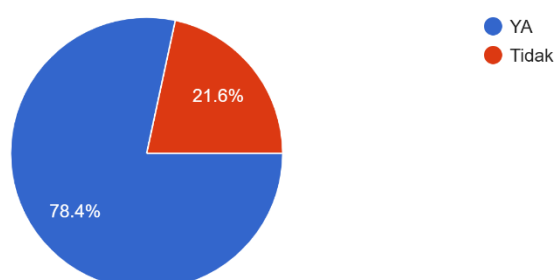


Suri rumah menjadi penyumbang utama input di dalam kajian ini. Walaupun temuramah dibuat secara rawak dan secara maya.

Gambar rajah 6: Penglibatan responden di dalam Syarikat jualan langsung

#### PERNAH TERLIBAT DI DALAM PERNIAGAAN SYARIKAT JUALAN LANGSUNG (DIRECT SELLING)

37 responses

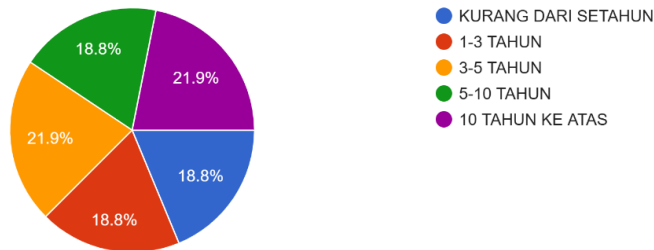


Gambar rajah 7 : Jumlah tahun penglibatan di dalam perniagaan jualan langsung



SEKIRANYA PERNAH TERLIBAT , BERAPA TAHUNKAH PENGLIBATAN PUAN DIDALAM  
PERNIAGAAN TERSEBUT

32 responses



Gambar rajah 8: Respon responden terhadap faktor-faktor yang memotivasikan mereka terlibat di dalam perniagaan jualan langsung secara subjektif.

Apakah Faktor-Faktor Yang Memotivasikan Tuan/Puan Terlibat Didalam Perniagaan Jualan Langsung (Direct Selling) Tersebut:33 Responses

Minat

Extra income

Income, percutian percuma

Minat dan bakat dalam keusahawanan dan ingin belajar serta dapat pengalaman

Suka pakai produk tersebut

Dapat melangsungkan kehidupan keluarga.

Insentif dan fleksi hour

X

TIDAK PERLUKAN MODAL YANG BESAR

Menjana income tambahan

Meminati product

Dapat membantu keluarga

1/bebas masalah kewangan 2/Big why dimana bantu keluarga 3/ mahu capai impian yang belum dicapai

Pendapatan sampingan

Menambah pendapatan

Ingin mencari pendapatan sampingan

1. Untuk menambahkan pendapatan tambahan 2. Bagi menghilangkan stress/mendapatkan sokongan 3. Mendapat rakan baharu

Perniagaan dilakukan pada bila-bila masa

Rakan

PRODUCTS

Menjana pendapatan lebih

Laris

NATURE OF BUSINESS DAN BANTU KELUARGA

Kemudahan

Kualiti Produk yang bagus dan peluang jana income yang lumayan..

Income

INGIN MENJANA PENDAPATAN

SIAPA BUAT LEBIH DIA DAPAT LEBIH

Keperluan sendiri dan mencari pendapatan sampingan

Sumber rezeki, minat dan sebagai pengguna produk

Cari pengalaman

Masa flexible, cuti boleh adjust sendiri, jam kerja pun sendiri control, tidak perlu keluar rumah untuk meeting dengan bos, sebab sendiri jadi bos. Paling penting boleh jaga anak sambil cari side income dan ada duit sendiri selain nafkah pemberian suami.

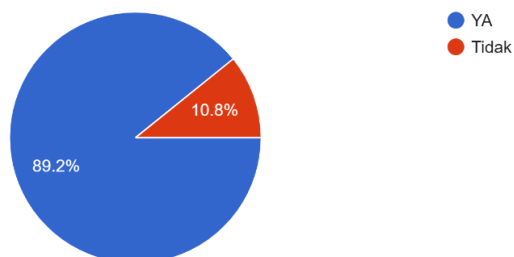


Soalan yang diberikan adalah berbentuk subjektif. Semua input yang diberikan oleh responden adalah secara “neutral”. Jawapan yang diberikan amat ikhlas dan jujur daripada responden.

Gambar rajah 9: Faktor fleksibiliti memotivasikan responden terlibat di dalam perniagaan jualan langsung.

ADAKAH FAKTOR FLEKSIBILITI DARI SEGI MASA DAN TEMPAT MEMOTIVASIKAN TUAN/PUAN TERLIBAT DI DALAM PERNIAGAAN JUALANG LANGSUNG?

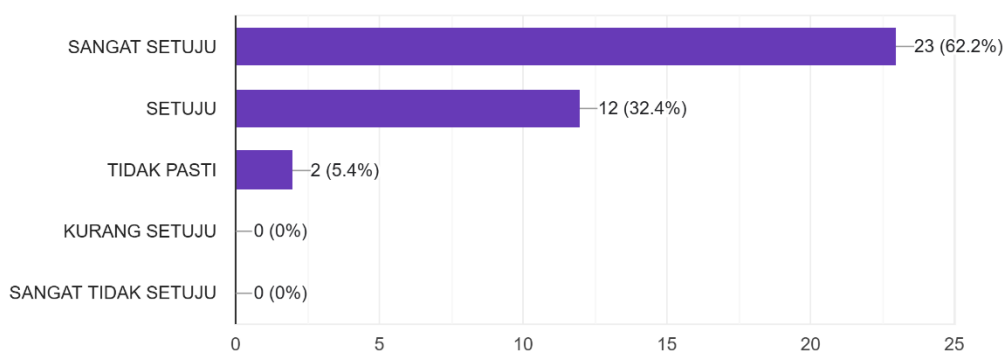
37 responses



Gambar rajah 10 : Peranan dorongan

DORONGAN SEPERTI MINAT DALAM PERNIAGAAN, YAKIN PADA DIRI SENDIRI DAN KEINGINAN UNTUK BERDIKARI MENJADI FAKTOR PENTING U... DIRI DIDALAM PERNIAGAAN JUALAN LANGSUNG

37 responses



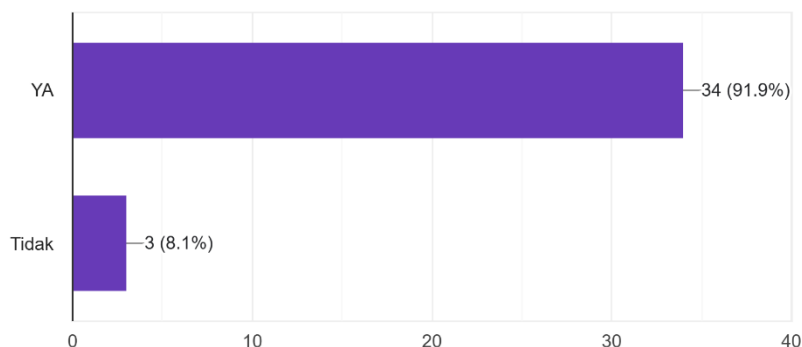
Peranan dorongan seperti minat, yakin diri, keinginan untuk berdikari menjadi faktor penting wanita menceburkan diri di dalam perniagaan jualan langsung. 23 responden sangat bersetuju dengan persoalan ini.

Gambar rajah 11: Jumlah modal yang rendah adalah membantu



### JUMLAH MODAL YANG RENDAH MEMBANTU SAYA UNTUK MEMULAKAN PERNIAGAAN DI DALAM PERNIAGAAN JUALAN LANGSUNG

37 responses

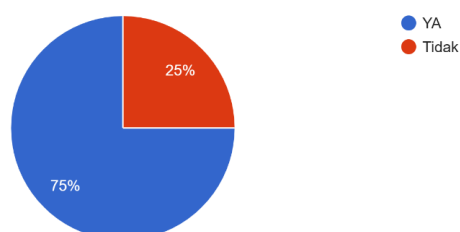


Rata-rata responden bersetuju (Ya) bahawa jumlah modal yang rendah membantu mereka.

Gambar rajah 12 : Dorongan keluarga dan rakan-rakan

### AHLI KELUARGA DAN RAKAN-RAKAN MEMBERI DORONGAN KEPADA SAYA UNTUK MENCEBURKAN DIRI DALAM PERNIAGAAN JUALAN LANGSUNG.

36 responses

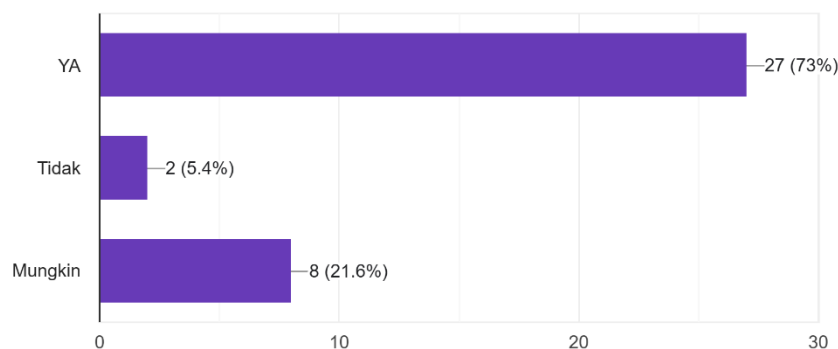


Manakala dorongan keluarga dan rakan-rakan amat membantu untuk golongan wanita menceburkan diri di dalam syarikat jualan langsung.

Gambar rajah 13: Masih mahu bergabung atau tidak

### SAYA MASIH MAHU BERGABUNG DIDALAM DUNIA PERNIAGAAN JUALAN LANGSUNG WALAUPUN TIADA SOKONGAN ATAU BANTUAN DARI AHLI KELUARGA ATAU RAKAN -RAKAN.

37 responses



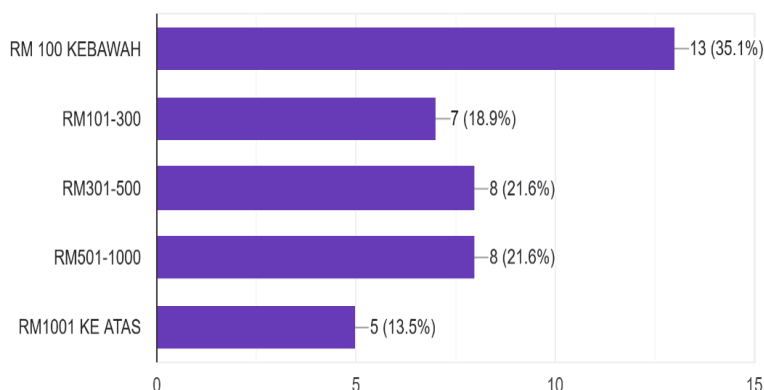


Golongan wanita mempunyai semangat yang padu untuk meneruskan perniagaan jualan langsung walaupun tiada sokongan atau bantuan daripada ahli keluarga atau rakan-rakan. 73% memberikan input positif (Ya).

Gambar rajah 14: Cadangan jumlah modal

BERAPAKAH CADANGAN JUMLAH MODAL YANG MUNASABAH UNTUK MEMULAKAN  
PERNIAGAAN JUALANG LANGSUNG?

37 responses

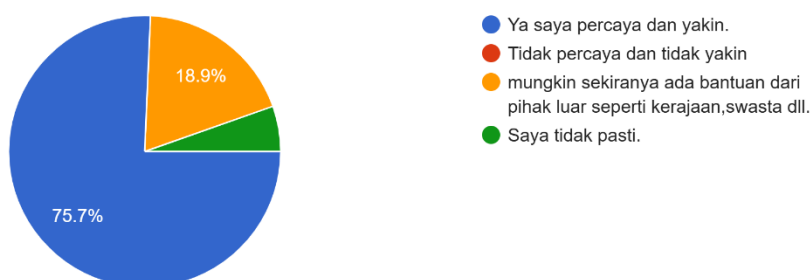


Modal serendah RM 100 kebawah menjadi pilihan responden untuk memulakan perniagaan jualan langsung. Jumlah ini dianggap munasabah bagi mereka.

Gambar rajah 15: keyakinan responden terhadap perniagaan jualan langsung

SAYA YAKIN DAN PERCAYA PERNIAGAAN JUALAN LANGSUNG SEPERTI (AMWAY/MARY  
KAY/FARMASI/ATOMI DLL) MEMBANTU UNTUK SAYA MENAMBAH PENDAPATAN.

37 responses

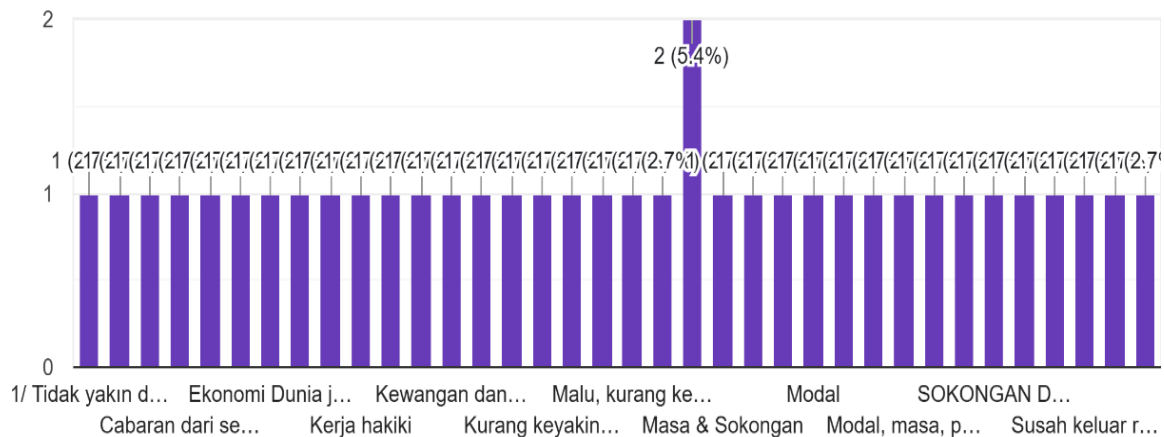


Gambar rajah 16: Cabaran-cabaran utama wanita di dalam menceburkan diri di dalam dunia perniagaan



## APAKAH CABARAN-CABARAN UTAMA DI DALAM MENCEBURKAN DIRI DI DALAM DUNIA PERNIAGAAN BAGI KAUM WANITA.

37 responses



Input berkaitan cabaran-cabaran utama wanita didalam menceburkan diri di dalam dunia perniagaan diatas amat jelas, jujur dan ikhlas dari pihak responden. Cabaran-cabaran seperti tidak yakin, faktor kewangan, malu, modal, sokongan, keadaan ekonomi semasa, kekangan masa dan lain-lain merupakan asas kepada penentu bagi golongan wanita untuk menjadi peniaga atau usahawan.

Gambar rajah 17 : Cabaran atau halangan utama wanita terlibat di dalam perniagaan jualan langsung.

## DAN APAKAH CABARAN ATAU HALANGAN-HALANGAN UTAMA YANG MEMBANTUTKAN MOTIVASI/KEINGINAN KAUM WANITA TERLIBAT DIDALAM PERNIAGAAN JUALAN LANGSUNG.37 responses

Duit

Kurang akses dan modal.

Kurang sokongan keluarga, kurang modal, kurang pengetahuan

Masa, ilmu, kemahiran berniaga, interpersonal skill

Masalah keyakinan diri dan kurang pengetahuan

kurang ilmu dan pengalaman, kurang sokongan moral, kurangnya keyakinan diri

Tiada sokongan dari kawan-kawan dan keluarga

Modal

DUIT

Masa dan peluang

DISIPLIN DAN KONSISTEN

Tiada sokongan Dari suami

Pelanggandan saya yang kurang modal untuk membeli product

Look at the successful women

Tiada sokongan

Mindset, tidak yakin dengan diri dan modal

Tidak mendapat jualan

Ilmu pengetahuan, networking kurang,

Tanggungjawab sebagai suri rumah atau ibu rumah tangga

Mendapatkannya sokongan penuh dari ahli keluarga terdekat..

Krisis kewangan, pendapatan tidak konsisten, sukar mendapatkan pelanggan, pelanggan sentiasa mahukan harga ahli

Umur

YA

Ketiadaan modal dan kurang ilmu serta keyakinan

Persaingan Tidak Sehat



Rejection/ Support from surrounding

Saingan

Tidak pasti

Tiada sokongan suami,

Penolakan Yang Kerap Dan Penerimaan Orang Sekeliling

Antara cabaran utama yang menghalang kaum wanita untuk terlibat dalam perniagaan jualan langsung ialah kurang keyakinan diri, takut menerima penolakan, serta kekangan masa kerana tanggungjawab terhadap keluarga dan anak-anak. Selain itu, halangan dari segi modal permulaan, tiada sokongan pasangan atau keluarga, serta rasa rendah diri takut dipandang serong oleh masyarakat turut menjadi punca. Ramai juga yang belum mahir menggunakan teknologi dan platform digital untuk mempromosikan produk, menyebabkan mereka berasa sukar untuk bermula. Tidak ada keyakinan Dan percaya diri. Modal dan tidak tau bagaimana memulakan jualan, sekiranya ada taklimat yang memberi tunjuk ajar bagaimana mencari pelanggan dan cara berkomunikasi dengan betul

Kurang sokongan daripada keluarga

Sokongan moral

Tiada sokongan dari keluarga atau suami atau pun kurang keyakinan dalam berjualan jika melibatkan media social dalam menjual produk.

Dari segi modal. Manakala jawapan secara subjektif diatas merupakan satu jawapan yang “transparence” tanpa berselindung daripada pihak responden menyatakan cabaran atau halangan-halangan utama wanita terlibat di dalam perniagaan jualan langsung. Input yang diberikan amat berguna untuk kajian yang lebih mendalam atau lanjut dimasa akan datang.

## KESIMPULAN

Perniagaan jualan langsung yang sah masih boleh membuka ruang dan peluang bagi kaum wanita untuk menambah pendapatan. Terdapat persepsi negatif berkaitan perniagaan jualan langsung atau (MLM) ini apabila terdapat kes-kes penipuan sebelum ini melalui syarikat yang beroperasi tidak sah di Malaysia. Namun atas kesedaran dan pengetahuan maklumat yang semakin meluas pada hari ini kaum wanita semakin menerima model perniagaan seperti ini. Terdapat peluang yang baik sekiranya wanita mempunyai pengetahuan, dorongan daripada keluarga, rakan-rakan, mentor, dan pemimpin mereka. Walaupun model perniagaan ini mempunyai cabaran dan halangan-halangnya namun masih boleh dikawal dan dalam kendalian yang baik oleh para pengusaha jualan langsung ini terbukti apabila lebih 75 peratus responden merasa yakin bahawa model perniagaan jualan langsung ini masih boleh membantu mereka menambah pendapatan. Testimoni -testimoni kejayaan pengusaha jualan langsung di kawasan tempat mereka sendiri menjadi pemangkin kepada golongan wanita untuk terus merebut peluang dan ruang menambah pendapatan melalui model perniagaan syarikat jualan langsung ini.

## Rujukan

- Falex J. Langkan, Cyril Supain @ Christopher and Rozita @ Uji binti Mohammed (2018) Undergraduates's preference to become an entrepreneurs , ASEAN Entrepreneurship Journal (AEJ 2018)
- Kuratko, D. F. (2007). Entrepreneurial Leadership In The 21st century. Journal of Leadership & Organizational Studies. 13(4), pp. 1-11.
- Lee Siew Keong et al.( 2024)Sustainable Competitive Advantage in the Malaysian MLM Sector, Journal of Business Strategy and Sustainability, 18(2), 45–62.
- Mazzarol, T., Volery, T., Doss, N. & Thein, V. (1999). Factors influencing small business start- ups: a comparison with previous research, International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research, 5 (2), pp. 48-63.
- Osman Zain, Zahir A. Quraeshi & Mohd. Ashaari Idris (2000) Direct Selling In Malaysia, Journal of Asia-Pacific Business (Vol. 2 No. 4)
- Pfeifer, S. et al. 2014. Shaping the Entrepreneurial Mindset: Entrepreneurial Intentions of Business Students in Croatia. Journal of Small Business Management, online early view.
- Seow, R. (2002). Direct selling: A controversial business model – Recent development and future research agenda. Journal of Technology Management and Business, 3(1), 45–60.
- Suhailah Mohd Nordin & Salmy Edawati Yaacob(2017) Sorotan literatur perniagaan jualan langsung secara pemasaran berbilang tingkat vs sistem Piramid , Jurnal Antarabangsa Pengajian Islam.
- Sánchez, J. C. (2011). University training for entrepreneurial competencies: Its impact on intention of venture creation. Int Entrep Mang J, 7, 239-254.
- Segal, G., Borgia, D., & Schoenfeld, J. (2005). The motivation to become an entrepreneur. International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research, 11 (1), 42-57.