



THE IMPACT OF ‘MYREF DIGITAL ENTREPRENEUR’ TRAINING PROGRAM FOR SUSTAINABILITY OF HIJRAH COMMUNITY (LGBT)

IMPAK PROGRAM LATIHAN ‘MYREF DIGITAL ENTREPRENEUR’ UNTUK KEMANDIRIAN KOMUNITI HIJRAH (LGBT)

NURUL SUHADA ISMAIL

Penyelidik, Unit Penyelidikan dan Pembangunan, Malaysian Research and Education Foundation. Email: suhada@myref.org.my

FARAH FARHANA JOHARI

Penyelidik, Unit Penyelidikan dan Pembangunan, Malaysian Research and Education Foundation. Email: farah@myref.org.my

NUR AINA MAKHTARUDIN

Penyelidik, Unit Penyelidikan dan Pembangunan, Malaysian Research and Education Foundation. Email: aina@myref.org.my

A PEER-REVIEWED ARTICLE

(RECEIVED – 12TH OCT. 2022; REVISED – 29TH NOV. 2022; ACCEPTED – 6TH DEC. 2022)

ABSTRACT

Issues related to lesbian, gay, bisexual, transsexual (LGBT) have always received attention due to lifestyles that are contrary to the norms and culture, also are prohibited by Islam. There are several LGBT communities have migrated and returned to fitrah. However, the risk for this community to relapse is being concerned. Added to this is the COVID-19 health crisis which affects the business sector run by them despite reaching the endemic phase. To support the community and to increase their sources of income, they can be aided with a structured training and entrepreneurship development program. To what extent the effectiveness of the program in supporting to maintain the survival of the community? To answer, this paper examines the long-term impact of training and entrepreneurship development program among the LGBT hijrah community from the economic and survival aspects. The research of this paper involved 76 participants of the Muslim LGBT hijrah community. This paper carries out action research method. Besides, it conducts content analysis on primary and secondary data. The results of the research found that the training

program has highlighted talent and skills in the hijrah community and solve their financial problems thus improving the level of the Islamic economy.

Keywords: Entrepreneurship Training Program, LGBT, Islamic Economics, Asnaf al-riqab

ABSTRAK

Isu berkaitan lesbian, gay, biseksual, transeksual (LGBT) sentiasa mendapat perhatian berikutan gaya hidup yang bertentangan dengan norma dan budaya, serta dilarang di sisi Islam. Dalam perkembangan ini, tidak dinafikan terdapat sebilangan komuniti LGBT telah berhijrah dan kembali kepada fitrah. Namun, perkara yang menjadi kebimbangan adalah risiko untuk komuniti ini kembali kepada kehidupan lampau. Ditambah pula krisis kesihatan COVID-19 yang turut menjejaskan sektor perniagaan yang dijalankan oleh komuniti hijrah LGBT meskipun menjelang fasa endemik. Bagi menyokong penghijrahan dan meningkatkan punca pendapatan, komuniti ini dapat dibantu dengan program latihan dan pembangunan keusahawanan secara berstruktur. Persoalannya, sejauh manakah keberkesanan program ini dalam membantu mengekalkan kemandirian komuniti hijrah LGBT? Bagi menjawab persoalan tersebut, maka kertas kerja ini meneliti impak jangka panjang program latihan dan pembangunan keusahawanan dalam kalangan komuniti hijrah LGBT dari aspek ekonomi dan kemandirian hidup. Penelitian ini melibatkan 76 orang peserta komuniti hijrah LGBT beragama Islam yang terlibat secara langsung dalam program latihan keusahawanan. Secara umumnya, kertas kerja ini melibatkan kaedah kajian tindakan. Selain itu, kaedah analisis kandungan dilakukan ke atas data primer dan sekunder. Hasil penelitian mendapati bahawa program latihan ini dilihat mampu menonjolkan bakat dan kemahiran dalam diri komuniti hijrah dan menyelesaikan kemelut kewangan mereka sekali gus meningkatkan tahap ekonomi Islam.

Kata Kunci: Program Latihan Keusahawanan, LGBT, Ekonomi Islam, Asnaf al-riqab.

PENDAHULUAN

Mendepani era globalisasi ini, fenomena Lesbian, Gay, Biseksual, Transeksual/Transgender (LGBT) telah dikesan di serata negara termasuk Malaysia. Isu ini sentiasa menjadi tumpuan dan bualan hangat dalam kalangan masyarakat. Puncanya, fenomena LGBT ini bukan sahaja berkait rapat dengan isu moral dan agama tetapi juga gaya hidup golongan tersebut yang bertentangan dengan norma dan budaya masyarakat normal. Rata-ratanya sukar menerima kewujudan komuniti ini dalam latar hidup masyarakat sejagat. Menyentuh

tentang isu LGBT, tidak dinafikan terdapat sebahagian komuniti tersebut yang ingin dan telah berhijrah atau kembali kepada fitrah. Namun, risiko untuk komuniti ini kembali kepada kehidupan lampau begitu membimbangkan. Perkara yang mencetus kebimbangan ini adalah dari aspek ketidakstabilan kewangan. Atas dasar penghijrahan yang dilakukan, komuniti ini pasti hilang punca pendapatan sebagaimana sebelumnya, apatah lagi mereka yang pernah terlibat sebagai pekerja seks. Berikutan daripada kekangan tersebut, komuniti ini dilihat berisiko tinggi untuk kembali kepada kehidupan lampau.

Selain itu, krisis kesihatan COVID-19 turut memberi kesan ke atas komuniti hijrah LGBT yang rata-rata menceburi bidang perniagaan. Meskipun, Malaysia kini berada di fasa endemik namun permasalahan yang berkait rapat dengan ekonomi belum pulih sepenuhnya. Hal ini termasuk isu ketidakstabilan sektor Perusahaan Kecil dan Sederhana (PKS). Berdasarkan SME Corp. (2022), Prospek Ekonomi Malaysia diramal suram semasa pasca pandemik COVID-19 dengan 93 peratus syarikat PKS dijangka berdepan perniagaan tidak stabil dalam tempoh enam bulan. Dalam pada itu, Metro (2022) melaporkan sektor PKS masih bergelut untuk pulih dalam transisi endemik selepas hampir dua tahun tidak beroperasi. Keperluan mematuhi Prosedur Operasi Standard (SOP) kerajaan seperti Perintah Kawalan Pergerakan (PKP) menyukarkan pengusaha PKS menjana pendapatan. Berdepan dengan cabaran tersebut medium digital dalam perniagaan perlu diangkat sebagai alternatif baharu untuk kekal berdaya saing walaupun negara beralih kepada fasa endemik.

Dalam konteks kertas kerja ini, bagi menyokong komuniti ini dalam penghijrahan yang dilakukan, beberapa pihak turut berperanan memastikan komuniti ini mendapat bimbingan yang secukupnya. Antara usaha yang dilakukan termasuk bimbingan kaunseling, bantuan kebajikan sosial dan dakwah pembangunan sahsiah. Hal ini memperlihatkan bahawa ramai pihak memberi fokus terhadap bantuan sosial dan dakwah berbanding faktor ekonomi mereka. Sedangkan, ekonomi yang kukuh akan memberi ruang dan peluang kepada komuniti hijrah untuk bangkit dan membina kehidupan baharu. Justeru, untuk membangunkan kemandirian komuniti ini program latihan dan pembangunan keusahawanan secara berstruktur sangat wajar dilaksanakan, lebih-lebih lagi bagi mengukuhkan perniagaan mereka agar terus bertahan dalam fasa endemik.

Dalam Islam, komuniti hijrah LGBT wajar dibantu kerana mereka tergolong dalam kategori asnaf *al-riqab* yang berhak menerima zakat. Golongan ini termasuk dalam kategori *al-riqab* akibat kehidupan yang dibelenggu dengan gaya hidup songsang (Majlis Agama Islam Selangor, 2022). Berdasarkan teori pandangan mufassir klasik *al-riqab* cenderung kepada pembebasan hamba daripada sistem perhambaan jahiliyah dan tawanan perang. Namun, konsep ini terbatas oleh zaman dan waktu sebagaimana pandangan mufassir kontemporari

yang memperluaskan *al-riqab* berikutan sistem perhambaan yang tidak lagi wujud dan berbeza sama sekali, malah konsep perhambaan zaman moden lebih berbahaya kepada manusia, bangsa atau kumpulan kerana melibatkan pemikiran, kekayaan dan kuasa (Nur Anisah Nordin dan Wan Mohd Khairul Firdaus Wan Khairuldin, 2018). Demikian, menjadi suatu kepentingan untuk menyantuni golongan ini dari segenap aspek agar tidak berterusan dibelenggu dengan masalah sosial dan akidah serta mengembalikan mereka ke pangkal jalan. Seterusnya, bantuan sebegini penting untuk meningkatkan taraf ekonomi umat Islam agar tidak dihimpit kemiskinan.

Oleh yang demikian, kertas kerja ini bertujuan meneliti impak jangka panjang program latihan dan pembangunan keusahawanan (*MyREF Digital Entrepreneur*) dalam kalangan komuniti hijrah LGBT dari aspek ekonomi dan kemandirian hidup. Bagi mencapai tujuan tersebut, kertas kerja ini akan menggunakan kaedah analisis kandungan ke atas data primer dan sekunder. Kedua-dua jenis data ini diperolehi menerusi kaedah temu bual separa berstruktur, pemerhatian turut serta terhadap komuniti hijrah yang terlibat secara langsung dalam kajian ini dan sumber dokumen. Selain itu, kajian ini melibatkan kaedah kajian tindakan (*action research*) iaitu penelitian yang dilakukan seiring dengan pembangunan program latihan keusahawanan untuk komuniti hijrah.

PROGRAM LATIHAN DAN PEMBANGUNAN KEUSAHAWANAN (MYREF DIGITAL ENTREPRENEUR)

Malaysia antara negara yang berusaha mendepani isu LGBT melalui pelbagai program dan inisiatif yang dilaksanakan secara praktikal. Inisiatif ini melibatkan badan kerajaan dan badan bukan kerajaan (NGO). Matlamatnya, adalah bagi membantu komuniti LGBT kembali kepada fitrah, seterusnya diterima semula dalam kalangan masyarakat. Sebagai contoh, Jabatan Kemajuan Islam Malaysia (JAKIM) antara institusi kerajaan yang banyak memberi tumpuan khusus kepada komuniti LGBT bagi membantu mereka kembali berhijrah. JAKIM sejak 2011 telah memperkenalkan modul bimbingan, sokongan dan pemulihan yang menumpukan usaha memulihkan golongan LGBT, selain mendedahkan mereka dalam program keagamaan dan rekreasi (Petah Wazzan Iskandar dan Mohd Nasaruddin Parzi, 2015). Program yang dikendalikan oleh JAKIM ini turut dikenali sebagai program *mukhbayam*. Program ini telah berjaya mengembalikan seramai 1700 komuniti LGBT kepada fitrah (Muhammad Saufi Hassan, 2021).

Selain daripada JAKIM, terdapat beberapa pertubuhan yang bermatlamat sama, ingin membantu golongan LGBT untuk berhijrah. Mereka terdiri daripada Pertubuhan Muhajirah WAFIQ, Pertubuhan Usrah Fitrah Klang, *My Hijrah Adventure*, Pertubuhan Insan Permata Disayangi (PINTAS) dan lain-lain. Misalnya, Pertubuhan Usrah Fitrah merupakan badan NGO yang

bermatlamatkan dakwah kepada golongan komuniti terpinggir seperti HIV, Mak Nyah, gelandangan, pengguna dadah, pekerja seks dan LGBT (Noor Hafizah Mohd Haridi dan Norsaleha Mohd Saleh, 2018). Dengan kewujudan pelbagai jenis program dan pertubuhan yang aktif membantu komuniti hijrah LGBT, tidak mustahil untuk sebahagian besar mereka kekal dalam penghijrahan. Namun, sejauh manakah impak sesebuah program yang dibangunkan tersebut ke atas komuniti hijrah LGBT?

Sehubungan dengan itu, *Malaysian Research and Education Foundation* (MyREF) dengan kerjasama Yayasan Ihtimam Malaysia (YIM) menjalinkan kerjasama dalam mewujudkan program latihan kemahiran iaitu *MyREF Digital Entrepreneur* yang memberi fokus ke arah membantu kelompok minoriti komuniti hijrah LGBT dari sudut ekonomi sekali gus mengukuhkan proses penghijrahan mereka. Ringkasnya, program latihan keusahawanan ini diberi nama *MyREF Digital Entrepreneur* kerana diadakan secara dalam talian berikutan keberlangsungan program ini semasa situasi pandemik COVID-19. Ketika ini pelaksanaan program latihan menggunakan medium digital dilihat lebih bersesuaian untuk dilakukan bagi memenuhi keperluan perniagaan mahupun pekerjaan. Serentak dengan itu, program latihan yang menumpukan kaedah digital dalam perniagaan juga dilihat bersesuaian dengan medium pelaksanaan program tersebut.

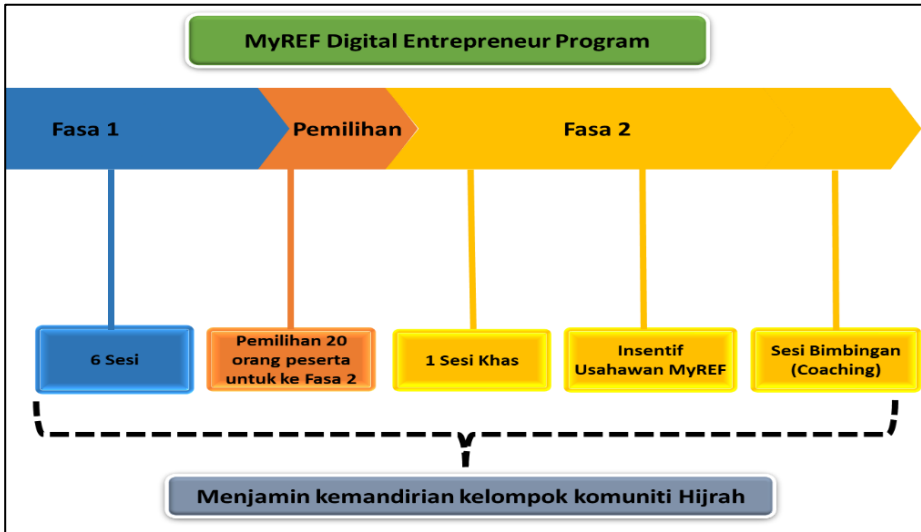
Program ini juga diadakan selari dengan penelitian ke atas impak program yang dilaksanakan bagi melihat tahap keberjayaan program latihan tersebut dalam kalangan komuniti hijrah LGBT yang terlibat. Secara asasnya, impak program ini dapat diukur dengan jelas setelah 10 bulan diadakan bermula November 2020 sehingga Ogos 2021. Spesifiknya, Jadual 1 berikut memaparkan tempoh masa perjalanan program *MyREF Digital Entrepreneur*.

Jadual 1: Tempoh Masa Perjalanan Program

Fasa 1	Fasa 2
Sesi 1 (21 November 2020 – 22 November 2020)	Sesi 1 (5 Jun 2021)
Sesi 2 (24 November 2020 – 25 November 2020)	Sesi 2 (19 Jun 2021)
Sesi 3 (1 Disember 2020 – 2 Disember 2020)	Sesi 3 (3 Jun 2021)
Sesi 4 (15 Disember 2020 – 16 Disember 2020)	Sesi 4 (15 Julai 2021)

Sesi 5 (22 Disember 2020 – 23 Disember 2020)	Sesi 5 (10 Julai 2021)
Sesi 6 (27 Januari 2021 – 28 Januari 2021)	Sesi 6 (7 Ogos 2021)

Tahap keberkesanan program ini mula diukur setelah peserta selesai fasa pertama program sehingga tamat fasa kedua. Usaha menjayakan program ini melibatkan 76 orang peserta daripada 14 kumpulan NGO komuniti hijrah telah terlibat secara langsung. Penelitian terhadap program ini turut melibatkan seorang tenaga pengajar bertauliah dan profesional dalam bidang pemasaran dan perniagaan digital yang bertindak memberi latihan kepada komuniti hijrah yang terlibat. Rajah 1 berikut menggambarkan perjalanan program latihan keusahawanan untuk kemandirian komuniti hijrah LGBT.



Rajah 1: Ekosistem Kemandirian Kelompok Komuniti Hijrah

Rajah 1 menjelaskan bahawa program ini melibatkan dua fasa yang merangkumi enam sesi kelas untuk fasa satu dan satu sesi khas untuk fasa dua. Bagi fasa pertama, terdapat dua kumpulan peserta komuniti hijrah yang telah dilatih iaitu kumpulan pertama terdiri dalam kalangan mereka yang tidak mempunyai asas perniagaan atau produk jualan, serta kumpulan kedua terdiri dalam kalangan mereka yang mempunyai pengetahuan perniagaan dan juga produk jualan. Pembahagian kepada dua kumpulan ini dilakukan untuk memberi

pengetahuan dan kemahiran yang berbeza berdasarkan keupayaan setiap peserta yang terlibat. Dalam hal ini, fasa satu selesai dijalankan dengan enam sesi pembelajaran yang melibatkan 76 orang peserta.

Selanjutnya, sesi pemantauan para peserta diteruskan bagi pemilihan fasa kedua. Hasil pemerhatian dan penelitian yang dilakukan pada fasa pertama program, didapati peserta komuniti hijrah mempunyai potensi dalam memperkembangkan produk yang mereka miliki. Terdapat dalam kalangan peserta yang mempunyai perniagaan dan produk keluaran sendiri seperti roti canai segera, kuih-muih, minyak wangi dan juga perkhidmatan *bridal*, salon kecantikan dan perkhidmatan cuci kereta. Dalam hal ini, setiap peserta mempunyai potensi yang besar untuk dikembangkan dan dibangunkan melalui platform latihan kemahiran digital disertai dengan pemantauan yang berterusan.

Rentetan itu, pada fasa kedua program sesi bimbingan (*coaching*) telah dijalankan selama enam sesi, dengan melibatkan pemilihan 20 orang peserta yang terpilih. Peserta yang terpilih terdiri dalam kalangan mereka yang mempunyai pengalaman dan sedang menjalankan perniagaan sendiri atau sebagai agen jualan. Jadual 2 berikut memaparkan senarai peserta dan bentuk perniagaan yang dimiliki.

Jadual 2: Senarai Perniagaan Peserta Program *MyREF Digital Entrepreneur*

Peserta	Jenis Perniagaan	Nama Perniagaan
Peserta 1	Beauty and Care Produk	Emmajue Marketing
Peserta 2	Frozen Food – Roti Canai Frozen	Ejay Rezeki Luas Enteprise
Peserta 3	Sugarbomb Perfume	MD Maju Enterprise
Peserta 4	Produk Berasaskan Roti	Mimi Fresh Bake
Peserta 5	Minyak Wangi	Yus Beauty and Fragrance
Peserta 6	Jual Tote, Lukisan Dan Baju	Peraga Tailor
Peserta 7	Printing, Beauty Product, Makanan	Hijrah Success Trading
Peserta 8	Daycare Centre	Kasih Nilly Nursery Child Care Centre

Peserta 9	Makanan dan Minuman	Dapurjuju/ Juliana Hafiszan Enterprise
Peserta 10	Makanan, Minuman, Bakeri Dan Wedding Planner	Mas Choteq Bridal
Peserta 11	Pes Ikan Bakar, Serunding Daging Johor, Makeup Artist (MUA)	Jwjohor & Yusz Ismail
Peserta 12	Menjual Aneka Roti Homemade & Roti Jala Jelita	Nurulicious Kitchen
Peserta 13	Pokok Bunga, Terrarium & Kraftangan	Lil Cute Garden Enterprise
Peserta 14	Agen Mr Kiwi, Sugar Gold, Homemade Item, Kitchenware	Qittun Co
Peserta 15	Desserts	Mydaddylicious
Peserta 16	Latok	Rynto Niaga
Peserta 17	Perangkap Minyak, Personel Shopper	Yaign
Peserta 18	Tempahan Kopiah Kait	Jun Creations
Peserta 19	Karipap India	Karipap India By Natasha Talib
Peserta 20	Ikan Bilis Langkawi	Pembekal Ikan Bilis Langkawi

Berkesinambungan daripada fasa pertama, program *MyREF Digital Entrepreneur* telah menyediakan satu sesi khas pada fasa kedua kepada kelompok komuniti hijrah yang dikenal pasti berpotensi untuk mengembangkan perniagaan produk dan perkhidmatan mereka. Sesi tersebut memberi peluang kepada para peserta mendalami ilmu pemasaran digital berkaitan pembangunan produk, perancangan kewangan, pengiklanan media sosial dan juga penetapan *facebook* serta analisa iklan.

Bagi memastikan keselarasan dan kelancaran kelas, sebelum bermulanya sesi kelas secara atas talian, para peserta terlebih dahulu perlu mengadakan sesi *onboarding* atau taklimat pra-kursus yang diadakan sehari lebih awal bagi setiap sesi. Sesi ini dilaksanakan untuk memberikan pendedahan awal kepada para peserta berkenaan perjalanan program, silibus dan persediaan yang perlu dilakukan untuk menghadiri program *MyREF Digital Entrepreneur*.

PEMANTAUAN DAN PENILAIAN PESERTA PROGRAM

Pemantauan dan penilaian selepas sesi kelas adalah sangat penting bagi memastikan kefahaman dan proses aplikasi para peserta komuniti hijrah untuk memasarkan produk atau memulakan perniagaan mereka kelak. Aspek pemantauan dan bimbingan adalah elemen utama bagi memastikan keberlangsungan kemandirian kelompok komuniti hijrah. Dalam hal ini, proses pemantauan dan penilaian peserta dilakukan secara berterusan selepas tamat sesi pembelajaran bagi memilih peserta ke fasa kedua program. Proses pemantauan dan penilaian peserta ini dinamakan sesi bimbingan (*coaching session*) yang melibatkan 20 orang peserta yang terpilih merangkumi topik berkaitan penjenamaan produk (*branding*), analisis kekuatan dan cabaran produk dan strategi pemasaran digital. Selain itu, sesi bimbingan ini juga menjadi platform kepada para peserta untuk berkongsi masalah yang dihadapi berkaitan perniagaan dan konsultasi bersama-sama dengan tenaga pengajar.

Berdasarkan penelitian, kaedah pemantauan dan penilaian ini bukan sahaja membantu para peserta membina keyakinan untuk terus terlibat dalam perniagaan malahan, menjadi ruang perbincangan bagi peserta mendapatkan pandangan daripada tenaga pengajar. Tambahan pula, semasa situasi pandemik terdapat segelintir peserta yang diuji dengan pelbagai cabaran dalam memastikan keberlangsungan perniagaan masing-masing. Namun demikian, situasi ini dapat diatasi menerusi perbincangan dan konsultasi dengan tenaga pengajar berpengalaman dan rakan-rakan peserta yang turut membantu mencadangkan solusi bagi setiap masalah yang dihadapi.

Dalam usaha ini juga, mekanisme pemantauan yang melibatkan 20 orang peserta ini dilaksanakan melalui laporan dan maklumat yang diterima sebelum setiap sesi kelas bimbingan. Melalui kaedah ini tenaga pengajar dapat memahami dan mengetahui kemajuan dan status perniagaan setiap peserta. Di samping itu, tenaga pengajar juga maklum akan keperluan topik pembelajaran yang diperlukan oleh para peserta. Antara maklumat yang dikemukakan dan dikumpulkan daripada para peserta merangkumi kaedah pemasaran, jumlah kos untuk tujuan pemasaran, strategi pembaharuan untuk pemasaran, jualan mingguan atau bulanan, cabaran yang dihadapi dan sebagainya.

Berdasarkan maklumat yang diperoleh, analisis maklum balas peserta semasa sesi bimbingan telah dilakukan untuk mengenal pasti perkembangan dan keperluan para peserta. Terdapat beberapa rumusan analisis yang dapat dinyatakan seperti berikut:

- Majoriti peserta program *MyREF Digital Entrepreneur* menghadapi masalah dan cabaran yang hampir sama dalam perniagaan mereka. 50 peratus daripada peserta mengalami kekangan dari sudut peralatan

seperti mesin penguli, pembahagi doh, oven, penyimpan produk sejuk beku dan sebagainya.

- Cabaran kedua terbesar para peserta ialah dari segi kewangan dan kekurangan modal iaitu hampir 50 peratus yang mempengaruhi pengurusan sumber seperti tenaga kerja, peralatan dan kos sewaan kedai.
- Situasi pandemik COVID-19 juga memberi impak kepada 33.4 peratus perniagaan para peserta yang menyebabkan mereka kehilangan pelanggan. Malah lokasi kedai dan sewaan bangunan antara isu yang ditanggung oleh mereka. Selain itu, 16.7 peratus adalah cabaran dari sudut kekurangan pekerja.
- Perubahan besar dialami majoriti peserta selepas menggunakan kaedah pemasaran digital seperti Fb Ads, IG Ads, *Market place* dan *paid review* menjadikan perniagaan mereka lebih dikenali ramai dalam kalangan penduduk setempat dan warga alam maya sekaligus meningkatkan kadar jualan produk mereka.

Ringkasnya, Rajah 2 menunjukkan cabaran yang dihadapi oleh peserta program *MyREF Digital Intreprenuer*.



Rajah 2: Cabaran peserta program *MyREF Digital Entrepreneur*

IMPAK PROGRAM LATIHAN DAN PEMBANGUNAN KEUSAHAWANAN

Menyentuh tentang impak program latihan dan pembangunan ke atas para peserta komuniti hijrah, bahagian ini meneliti tahap pencapaian perniagaan sama ada yang berjaya mahupun yang kurang berjaya. Secara spesifiknya,

perkembangan dan kemajuan para peserta komuniti hijrah dalam program latihan ini adalah seperti berikut:

- Perniagaan Peserta 2 mengalami peningkatan keuntungan mingguan sehingga kadar 60 peratus selepas menggunakan kaedah pemasaran digital berbanding 40 peratus keuntungan mingguan sebelumnya.
- Keuntungan mingguan mencecah sehingga RM 300 melalui strategi *paid review* oleh *blogger* berbanding sebelum ini hanya RM 100 dalam seminggu bagi perniagaan Peserta 14.
- Walaupun menghadapi kekangan dalam aspek peralatan, namun Peserta 12 ini membuktikan berjaya mendapat keuntungan mingguan mencecah RM 600 seminggu berbanding sebelum menggunakan pemasaran digital, beliau dianggarkan memperoleh RM 300 – RM 400 seminggu.
- Keuntungan mingguan yang diperoleh Peserta 10 ini lebih tinggi berbanding kos jualan RM 100 yang diperuntukkan selepas aktif menggunakan platform media sosial. Kini perniagaan beliau mendapat peningkatan keuntungan sehingga dua kali ganda.
- Bagi Peserta 4 pula, walaupun berada semasa situasi pandemik COVID-19, beliau terus mencatat keuntungan mingguan yang konsisten dengan mengubah fokus produk makanan yang dijual dan menggunakan platform digital untuk tujuan promosi. Hasilnya, daripada keuntungan RM 50 melonjak kepada RM 1326 dalam tempoh seminggu.

Daripada 20 orang peserta program yang terlibat, terdapat beberapa kejayaan signifikan yang dapat dikelaskan dari aspek pemasaran dan promosi.

i. Aspek Pemasaran

Kejayaan dalam aspek pemasaran dapat dilihat daripada dua peserta program ini iaitu Peserta 2 (Roti Canai Kak Sado) dan Peserta 12 (*Nurulicious Kitchen*). Bagi Peserta 2, kesan daripada menyertai program *MyREF Digital Entrepreneur*, peserta mula menggunakan pelbagai medium yang dipelajari untuk memperkenalkan Roti Canai Kak Sado seperti medium Fb page, FB Ads serta IG Ads. Peserta 2 telah memanfaatkan insentif usahawan dengan melakukan penambahbaikan bagi pembungkusan roti canai sejuk beku. Kini, perniagaan Roti Canai Kak Sado telah mempunyai beberapa agen jualan di Johor dan juga negeri-negeri lain. Peserta 2 telah membuktikan bahawa pasaran yang luas dapat diterokai melalui pemasaran digital yang berkesan selain strategi beliau dalam memenuhi keperluan pelanggan menerusi produk sejuk beku. Dalam pada itu, Peserta 2 telah mula mengorak langkah dengan mengadakan kolaborasi perniagaan dengan peniaga rendang dan serunding untuk menarik lebih ramai para pelanggan mendapatkan produk Roti Canai Kak Sado.

Selain itu, Peserta 12 juga turut memperlihatkan kejayaan dari aspek pemasaran apabila produk makanan yang diusahakan peserta ini semakin berkembang dan maju selepas menyertai program latihan keusahawanan. Menurut Peserta 12, setelah menyertai sesi program beliau lebih mahir menggunakan aplikasi media sosial dan digital secara meluas untuk tujuan pemasaran seperti FB Ads, IG Ads, *paid review service* serta *WhatsApps Business*. Keberkesanan teknik promosi yang dilakukan oleh Peserta 12 ini dapat dilihat apabila beliau menerima tempahan daripada individu perseorangan dan juga syarikat tertentu dalam kuantiti yang banyak untuk bakeri dan pastri seperti roti, roti jala, kek dan lain-lain. Ternyata, teknik pemasaran digital ini membantu Peserta 12 mempromosi dan memperkenalkan hasil air tangan beliau dengan lebih meluas.

ii. Aspek Promosi

Selain aspek pemasaran, program pemasaran keusahawanan ini juga membantu peserta komuniti hijrah dari aspek promosi. Impak program dari aspek promosi dapat dilihat terhadap Peserta 10 (Mas Choteq Bridal dan Bakery), Peserta 18 (Jun Creation) dan Peserta 14 (Qittun Co). Bagi Peserta 10, sejak menyertai program ini beliau aktif mempromosikan perniagaan di platform Fb Ads, IG Ads dan menyediakan *Whatsapps Business*. Peserta 10 turut memanfaatkan insentif usahawan yang diperoleh dengan membaiki oven, membeli peralatan berkaitan serta bayaran kos promosi di saluran Fb Ads.

Peserta 18 pula mengakui bahawa pelanggan mula mengenali beliau sebagai pengusaha kopiah kait melalui hantaran (*posting*) di media sosial secara konsisten di *Fb page*. Peserta 18 memaklumkan program keusahawanan ini memberi sinar baharu kepadanya semasa situasi pandemik. Setelah menyertai program ini, Peserta 18 bukan sahaja aktif menerima tempahan kopiah kait tetapi juga mengukuhkan ilmu berkaitan dengan mendaftarkan diri sebagai salah seorang penuntut di sebuah institusi pendidikan latihan.

Seterusnya, pencapaian yang diperoleh Peserta 14 sedikit berbeza berbanding peserta-peserta lain. Peserta 14 menceburi bidang perniagaan dengan menjadi agen jualan bagi produk Mr Kiwi iaitu daging kambing perap, daging lembu perap dan ayam perap. Pencapaian peserta ini ditonjolkan menerusi semangat beliau dalam menguruskan perniagaan selaku agen jualan. Antara usaha yang dilakukan adalah menerusi kaedah seperti *paid review* daripada *influencer*, Fb Ads, IG Ads, Fb live dan lain-lain. Peserta 14 turut berkongsi maklumat semasa kelas berkaitan strategi pemasaran digital dengan lebih meluas dan yakin. Menurut peserta ini, walaupun berada dalam situasi pandemik, jualan produk beliau terus meningkat daripada RM 1,000 hingga RM 2,000 sebulan kepada RM 7,000 hingga RM 8,000 sebulan.

Di samping peserta yang berjaya, terdapat juga peserta yang kurang berjaya. Ketidakterjayaan ini diteliti dari dua aspek iaitu aspek pemasaran dan promosi. Berdasarkan penelitian penyelidik menerusi sesi pemantauan didapati terdapat beberapa faktor yang mendorong kepada ketidakterjayaan seseorang peserta. Antaranya, masalah kekurangan akses internet, kurang kemahiran menggunakan kaedah digital, kekangan waktu dan kekangan pengurusan diri. Rajah 3 merumuskan faktor ketidakterjayaan peserta program *MyREF Digital Intrepreneur*.



Rajah 3: Faktor ketidakterjayaan peserta program *MyREF Digital Intrepreneur*

Dalam aspek kekurangan akses internet terdapat beberapa orang peserta yang menghadapi masalah jaringan internet yang tidak meluas sehingga menyukarkan mereka menghadiri kelas secara dalam talian. Kekangan ini mengakibatkan peserta ketinggalan sesi kelas yang diadakan lebih-lebih lagi melibatkan kaedah promosi dan pemasaran produk secara dalam talian.

Dalam pada itu, kurang kemahiran menggunakan medium digital juga antara kekangan segelintir peserta program. Kekangan ini membawa kepada kurangnya promosi dan pemasaran produk secara dalam talian. Atas faktor tersebut juga, peserta tidak berjaya meningkatkan jualan produk sebagaimana peserta-peserta lain.

Seterusnya, penyelidik mendapati terdapat dua faktor lain yang mengakibatkan promosi dan pemasaran produk seseorang peserta kurang berjaya iaitu aspek masa dan aspek pengurusan diri. Bagi aspek masa, penyelidik mendapati peserta tidak mempunyai waktu yang secukupnya untuk melakukan promosi produk mereka secara dalam talian. Hal ini kerana, peserta mengalami isu tenaga kerja berikutan kekurangan modal untuk mengupah pekerja. Justeru, peserta perlu melakukan kesemuanya sendiri termasuk proses pembuatan dan penyediaan produk. Kekangan ini menyebabkan peserta mempunyai waktu yang terhad untuk melaksanakan promosi dan pemasaran secara dalam talian.

Sehubungan itu, aspek pengurusan diri juga turut memberi kesan terhadap ketidakberjayaan seseorang peserta dalam perniagaan yang diceburi. Perkara ini melibatkan peserta yang kurang motivasi dan semangat untuk menghadiri sesi kelas yang diadakan meskipun secara percuma. Selain mereka ini dibelenggu sikap malas sehingga tidak berupaya mendisiplinkan diri untuk menghadiri kelas yang diadakan secara dalam talian. Tambahan pula, segelintir peserta mengakui tidak menumpukan perhatian meskipun kelihatan menghadiri diri semasa sesi kelas diadakan kerana pada masa yang sama peserta juga menyiapkan produk jualan mereka. Kesannya, peserta mengalami keciciran dan kurang memahami kaedah promosi dan pemasaran secara dalam talian.

Hasil analisis keseluruhannya mempamerkan impak yang positif dan negatif terhadap program pembangunan keusahawanan yang dilaksanakan oleh MyREF. Walau bagaimanapun, impak yang negatif hanya berlaku kepada sebahagian kecil peserta yang terlibat dalam program tersebut, berbanding majoriti peserta yang menerima impak yang positif.

KESIMPULAN

Secara keseluruhannya, program *MyREF Digital Entrepreneur* telah berjaya menyantuni kelompok komuniti hijrah LGBT melalui program latihan kemahiran yang tertumpu kepada pemasaran digital. Menerusi medium latihan kemahiran yang ditawarkan, didapati matlamat utama program latihan kemahiran untuk mengukuhkan ekonomi dan meningkatkan taraf kehidupan kelompok komuniti hijrah telah tercapai. Berdasarkan pemerhatian dan juga maklum balas yang diterima daripada peserta menunjukkan mereka beroleh manfaat bukan sahaja dari aspek ilmu pengetahuan berkaitan pemasaran digital malahan

sokongan, motivasi daripada pemberi latihan dan sesama rakan komuniti hijrah untuk perniagaan masing-masing.

Pada fasa kedua program *MyREF Digital Entrepreneur* para peserta komuniti hijrah yang terpilih telah mempamerkan pencapaian dalam aspek pengurusan perniagaan yang lebih berstruktur, variasi kaedah pemasaran digital, peningkatan dalam keuntungan jualan dan sebagainya. Kejayaan tersebut sekali gus membuktikan bahawa para peserta komuniti hijrah berupaya membina kehidupan yang lebih baik dengan penghijrahan yang mereka lakukan dengan usaha meningkatkan taraf ekonomi dan kehidupan mereka melalui perniagaan yang berstruktur. Realitinya, selain membebaskan golongan komuniti hijrah daripada belenggu kemiskinan, setidaknya program latihan sebegini berupaya menarik keluar golongan ini daripada bergelung dengan kemaksiatan yang berterusan.

Berdasarkan hasil dan impak program yang dilakukan ini maka, kertas kerja ini mencadangkan agar program sebegini terus dilaksanakan dengan lebih meluas dengan penambahbaikan terhadap pelbagai bidang seperti bidang halal, pengurusan kewangan dan kepimpinan kepada kelompok komuniti hijrah. Bagi mendapatkan kesan yang lebih menyeluruh, dicadangkan program latihan di masa akan datang dilaksanakan dengan lebih efektif seperti memanjangkan waktu kelas dan mengadakan kelas secara fizikal. Hal ini demi memastikan masalah berkaitan dengan akses internet, kurang kemahiran, kurang tumpuan dan kurang disiplin dapat di atasi. Selain itu, bagi masalah berkaitan dengan motivasi pula, kajian mencadangkan agar program latihan di masa akan datang memperlihatkan kejayaan para peserta program yang telah berjaya meningkatkan jualan produk mereka kepada para peserta baharu. Perkara ini bagi memotivasikan peserta baharu untuk menyertai program latihan dengan tumpuan penuh.

PENGHARGAAN

Kertas kerja ini merupakan kajian yang dilakukan oleh Unit Penyelidikan dan Pembangunan, *Malaysian Research and Education Foundation* (MyREF) terhadap program latihan keusahawanan (*MyREF Digital Entrepreneur Program*) dengan kerjasama Yayasan Ihtimam Malaysia (YIM). Jutaan terima kasih diucapkan kepada ETIQA Takaful yang telah menyumbang dana bagi tujuan pelaksanaan program latihan dan keusahawanan *MyREF Digital Entrepreneur*.

RUJUKAN

Badgett, M.V. L., Nezhad, S., Waaldijk, K. & Rodgers, Y. V. D. M (2014). *The relationship between LGBT inclusion and economic development: An analysis of emerging economic*. LA: The William Institute UCLA School of Law.

- Diakses daripada <https://williamsinstitute.law.ucla.edu/>, pada Ogos 2020.
- Flores, A.F. (2019). *Social acceptance of LGBT people in 174 countries 1987 to 2017*. LA: Williams Institute.
- Khairul Hamimah Mohammad Jodi & Noor Hafizah Mohd Haridi. (2018). *Cabaran dan pendekatan dakwah golongan LGBT: Satu kajian di Pertubuhan Usrah Fitrah*. International seminar on human development (Is-Hud'18), Academy of Islamic Study University of Malaya.
- Martos, A.J., Wilson, P. A. & Meyer, I. H. (2017). Lesbian, gay, bisexual and transgender (LGBT) health service in the United States: Origin, evolution and contemporary landscape. *Journal of PLoS ONE*, 12, 7: e0180544. <http://doi.org/10.1371/journal.pone.0180544>.
- Mohamad Afandi Md Ismail & Mohd Sabree Nasri. (2019). Gejala LGBT di Malaysia: Isu dan cabaran penyelesaian. *Journal of Law and Governance*, Vol 2., no.1, 51-65.
- Mohd Izwan Md Yusof, Muhd Najib Abdul Kadir, Mazlan Ibrahim, Khader Ahmad & Murshidi Mohd Noor (2015). *Hadis-hadis sabih berkaitan perlakuan LGBT*. Kuala Lumpur: Jabatan Kemajuan Islam Malaysia.
- Noor Hafizah Haridi, Kamal Azmi Abd. Rahman & Rosni Wazir. (2016). Metodologi dakwah terhadap golongan lesbian, gay, biseksual dan transgender (LGBT). *Jurnal Pengajian Islam*, bil. 9, 11.
- Noor Hafizah Mohd Haridi & Norsaleha Mohd Saleh. (2018). *Pertubuhan Usrah Fitrah*. Prosiding of International Conference on Islamiyyat Studies, International Islamic University College Selangor.
- Petah Wazzan Iskandar & Mohd Nasaruddin Parzi. (2015). Program Mukharyam pulih golongan LGBT. Berita Harian. <https://libraryguides.vu.edu.au/apa-referencing/7Newspapers>.
- Poushter, J. & Kent, N. (2020). *The global divide on homosexuality persists: But increasing acceptance in many countries over past two decades*. US: Pew Research Center. Diakses daripada <https://www.pewresearch.org/global/2020/06/25/global-divide-on-homosexuality> persists/ pada ogos 2020.
- Siti Amirah Akilah Abd Rahim, Hanisah Abdul Rahman & Farahwahida Mohd Yusof. (2019). Transgender di Malaysia. *International Journal of Islamic Civilizational Studies*, Vol. 6, no. 3-2, pp.67-77. Tt.
- Suriati Ghazali, Jabil Mapjabil & Azilah Mohamad Nor (2011). Infrastruktur komuniti dan hubungannya dengan golongan transeksual di Institusi Pengajian Tinggi Awam Malaysia. *Jurnal Kemanusiaan*, bil. 18., 1675-1930.
- Yatimah, S. & Mohd Tajudin, N. (2008). *Teori Kauseling al-Ghazali*. Selangor: PTS Islamika.

Yatimah, S., & Mohd Tajudin, N. (2011). *Teori Kaunseling al-Ghazali* (3rd ed.).
Kuala Lumpur: PTS Publications & Distribution Sdn. Bhd.