

# Info USAHAWAN



# Sidang Editor

Syukur Alhamdulillah, dengan izinNya sekali lagi Info Usahawan berjaya diterbitkan bagi Edisi ke 12 iaitu keluaran Julai - Disember 2018. Tahniah kepada penyumbang artikel dan editor Info Usahawan atas kerjasama dan komitmen padu yang diberikan sepanjang tahun 2018. Tahun 2018 bakal melabuhkan tirai, semoga tahun 2019 memberi sinar kegemilangan kepada Info Usahawan dan kebahagiaan yang berterusan untuk kita semua, InshaAllah.

Teruskan memberi sokongan kepada Info Usahawan dan moga kita bertemu semula pada Edisi ke 13 nanti, InshaAllah..

## Selamat Tahun Baru



Pn Noorazlina Ahmad  
Ketua Editor  
Majalah Infousahawan

UiTM Cawangan Terengganu, Kampus Dungun.

## USAHAWAN DAN STRATEGI



**TIPS FOR MAKING BUSINESS PLAN PRESENTATIONS (PART 1)**

Dr Sakinah Mat Zin (UiTM Cawangan Kelantan), Nik Fazlin Hiriyati Nik Jaafar, Nik Fakrulhazri Nik Hassan, Norlaila Ibrahim, Mohd Ariff Kamaludin (UiTM Cawangan Terengganu), Irwan Ismail, Jannah Munirah Md Noor (UiTM Cawangan Johor), Nurul Syuhada Jasni (UiTM Puncak Alam), Ferozah Haini Mohamed Ahmad (UiTM Cawangan Melaka)



Business plan presentation is indispensable because in up to date's business environment, the competition is getting more competitive. It is no longer enough for you to have the necessary capability to come with a good business proposal, you should also be able to talk well and present yourself attractively to the panels. Giving a good business presentation to let other people know what the business all about is for the purpose of getting business referral.

**Outline the presentation.** The presentation is normally done with power point slides. Hence, it can ensure you do not forget anything important during the presentation. Create an outline of what points you want to highlight on each slide. Any great presentation should have the introduction, body, and conclusion. Avoid reading from slide.

You do not have to read aloud what the panels can read for themselves. This happens because you are unprepared and using slides as a memory-jogger. It is advisable to use slides only to reinforce their message rather than to outline their points. State the presentation's purpose clearly, and why your business plan is viable.

When finished preparing the presentation, save two copies of the file (current version + earlier version) to two disks or pendrives (working + backup) that are carried separately (by different member of the group) to the presentation.

**Prepare a variety of props for the presentation.** A whiteboard, flip chart, business cards, brochures, and physical objects are examples of good props to communicate the message. Moreover, those items will add variety and help maintain panel attention. Print your presentation: Have paper copies of your presentation available for the panels, printed either three or six slides per page. Most panels prefer to have the copies in advance so they can follow along more easily and take notes. Determine how long the presentation will be. Your panels will usually determine how long the presentation should be, including sufficient time for questions and answers. Clarify in advance how much time you will have and be sure to leave time for questions and still conclude on time. Avoid long-winded and boring presentation. A business plan presentation should disseminate the energy, insight and excitement.

**Avoid allocating too little time on the promotional aspects for the business during the presentation.** In other words, you have no or little idea how you are going to advertise/promote or market your products and services in order to get the feet through your doors. The plan presented merely reflects what others have done in the past with no imagination for advertising the business's products or service. In other words, the advertising/marketing plan has nothing new to offer with no thinking out of the box.

**The presentation should highlight on marketing intelligence.** How can you expect to capture a particular market if the entrepreneur has no idea of what your competitors are doing? Perhaps a list the differentiating factors showing a novel approach that will contribute to a competitive edge should be mentioned.

**Do not come late during the presentation.** By coming late, it shows that you cannot organize your time, that you do not pay attention to details, and you cannot put aside *this* to do *that* – you cannot set aside a pleasure to take care of business.

**In general, the business plan is completed by a group.** You might ponder upon; Does everyone have to present? Or just one person? A short presentation requires, only one person to present. But, if it is over 15 minutes long, more than one presenter (perhaps 10-15 minutes per presenter) is recommended.

**To be continued.**





## BAGAIMANA UNTUK KEKAL MAMPAN DALAM BIDANG PERNIAGAAN?

Menurut Kamus Dewan Bahasa, mampan membawa maksud mempunyai prestasi yang baik atau mampu berdaya saing. Sesungguhnya, bidang perniagaan mempunyai konsep yang sama seperti berkebun.

Untuk mendapatkan hasil tuaian yang baik, tanaman haruslah sentiasa dijaga rapi meliputi proses pembajaan yang sempurna, penyiraman mengikut jadual dan penggunaan racun yang sesuai bagi mengelakkan serangan serangga atau penyakit. Oleh itu, untuk sesuatu perniagaan itu kekal mampan, ia mempunyai rahsia tersendiri yang harus diketahui oleh setiap usahawan.



## USAHAWAN DAN STRATEGI

Ramai orang menganggap bahawa berniaga ini hanyalah untuk mendapat keuntungan. Apabila sudah untung, itu sudah mencukupi. Tiada penambahbaikan yang perlu dibuat untuk lebih maju dan menganggap tiada keperluan untuk mengembangkan perniagaan. Llopis (2015) daripada [www.forbes.com](http://www.forbes.com) menyatakan bahawa kebanyakan peniaga mahu perniagaan mereka berkembang maju namun hanya segelintir sahaja yang tahu cara yang betul untuk kekal relevan dalam bidang perniagaan. Lebih 75% perniagaan di Malaysia adalah perusahaan mikro yang sukar untuk bertahan (Bank Negara Malaysia, 2017). Untuk memastikan perniagaan terus berdaya saing, ia bukanlah hanya berlandaskan modal sahaja. Terdapat 6 faktor utama yang harus dititikberatkan oleh para usahawan dalam usaha memampankan perniagaan masing-masing iaitu:

### 1. KEMAHIRAN

Kemahiran berniaga merupakan tunjang kepada sesebuah syarikat. Dengan mempunyai kemahiran yang betul, pekerja akan lebih memahami cara kerja dan sekaligus dapat memenuhi kehendak pelanggan.

### 3. MENGENALI PROSPEK PELANGGAN

Sebagai usahawan, kemahiran mengenali pelanggan yang tepat merupakan kunci utama kepada perniagaan untuk terus berkembang dari semasa ke semasa. Kemampuan mengenali golongan sasaran ini sangat penting, apatah lagi jika usahawan ingin menjadi pemain utama sesebuah

### 5. PEMIMPIN YANG BAGUS

Pemimpin yang bagus mampu memandang masalah sebagai peluang. Pengalaman yang dimiliki menjadikan mereka lebih bijak untuk membuat perancangan strategik dan pengurusan pintar untuk menghadapi masa hadapan.

### 2. BUDAYA KERJA

Amalan budaya kerja yang cekap bukan sahaja dapat mengukuhkan operasi syarikat tetapi juga dapat menjimatkan kos malah sekaligus memberi peluang yang lebih cerah untuk memajukan perniagaan.

### 4. BIJAK MEMBUAT KEPUTUSAN

Sebuah perniagaan akan lebih mudah berkembang maju jika mempunyai satu prosedur yang tepat untuk menyelesaikan masalah. Selain itu, ia dapat memupuk pekerja supaya bersikap lebih proaktif dan mengekalkan momentum yang positif dalam menghadapi sesuatu keadaan.

### 6. BERKEINGINAN

Mempunyai keinginan untuk maju ke hadapan adalah satu usaha untuk mengembangkan perniagaan. Kemajuan sesebuah syarikat bergantung sepenuhnya kepada semangat persefahaman di kalangan tenaga kerja untuk sama-sama berusaha menjadi yang lebih baik.

Kajian susulan dari *The Kauffman Foundation and Inc. Magazine* mendapati 2/3 daripada 5000 syarikat yang berkembang pesat telah mengalami kegagalan setelah 7 hingga 8 tahun beroperasi. Penyebab utama kepada kegagalan ini adalah kerana kebanyakan syarikat gagal melalui fasa yang terakhir dalam bidang perniagaan iaitu fasa kematangan (*Maturity: Self Sustain*). Untuk sesebuah syarikat itu mampu kekal mampan, usahawan perlu mempunyai sinergi yang berterusan dalam memacu perniagaan mereka.

# Ancaman Kepada Rekod Kewangan (Bahagian 3)

Ahmad Azman Mohamad Ramli  
UiTM Negeri Sembilan

Pada keluaran majalah ini yang lepas, kertas ini telah membincangkan tiga jenis ancaman yang boleh membahayakan rekod kewangan yang dimiliki oleh para usahawan. Ancaman-ancaman tersebut ialah suhu, kelembapan dan cahaya. Pada keluaran kali ini, kertas ini akan menyambung perbincangan tersebut dengan memberi tumpuan kepada dua jenis lagi ancaman iaitu habuk dan air.

## Ancaman daripada habuk

Sekiranya bilik penyimpanan rekod kewangan mengalami kadar kelembapan bandingan yang tinggi, habuk yang terkumpul di bilik penyimpanan akan menggalakkan pertumbuhan fungi (cendawan dan kulat) pada rekod tersebut. Bagi rekod kewangan yang diperbuat daripada kertas, fungi ini merosakkan rekod dengan cara ia mengeluarkan sejenis enzim yang dapat melembutkan kertas dan setelah itu ia akan mula memakan segala nutrien dalam kertas. Butiran yang halus dan tajam pada habuk juga boleh merosakkan rekod tersebut serta boleh membahayakan kesihatan manusia yang bertugas di bilik penyimpanan berkenaan. Gambar di bawah menunjukkan rekod jenis kertas yang telah diserang oleh kulat. Ancaman daripada habuk ini boleh dikawal dengan cara kerap membersihkan bilik penyimpanan rekod kewangan dengan menggunakan pencuci hampagas. Ini termasuk membersihkan rak dan almari tempat menyimpan rekod. Jangan menggunakan penyapu dan kain kerana tindakan ini hanya mengalihkan habuk ke tempat lain, bukan menghilangkan habuk tersebut secara kekal.



## Ancaman daripada air



Ancaman daripada air ini boleh dikawal dengan pelbagai cara. Antaranya, bangunan yang menempatkan bilik penyimpanan rekod kewangan tidak dibina di kawasan mudah banjir seperti di tepi sungai dan kawasan yang rendah. Saluran paip dan tangki air tidak ditempatkan di atas atau di sebelah bilik penyimpanan rekod. Rekod disimpan sekurang-kurangnya enam inci daripada paras lantai. Struktur bangunan bilik menyimpan rekod terutamanya bumbung dan dinding perlu sentiasa berada dalam keadaan baik dan tingkap bilik penyimpanan rekod perlu sentiasa ditutup, terutamanya ketika hujan.





## Usahawan Perlu Rebut Peluang Untuk Terlibat Dalam Zon Perdagangan Bebas Digital (DFTZ)

Zon Perdagangan Bebas Digital (DFTZ) Malaysia boleh di katakan sebagai zon perdagangan bebas digital terawal di dunia telah dilancarkan oleh bekas Perdana Menteri DS Najib Razak dan Pengasas serta Pengerusi Eksekutif Kumpulan Alibaba, Jack Ma. Jika kita teliti perkembangan industri perniagaan atas talian, usaha ini merupakan penyediaan sebuah e-Hub yang dirancang secara bersama antara Alibaba, sebuah syarikat perniagaan terkemuka dari China dan Kerajaan Malaysia menerusi MDeC di bawah perancangan Platform Dagangan Elektronik Dunia (eWTP). Ramai di kalangan masyarakat di Malaysia masih meragui keupayaan DFTZ yang di katakan bakal menjadi pemangkin pertumbuhan perdagangan elektronik (e-dagang) serta perusahaan kecil dan sederhana (PKS) Malaysia kerana, masyarakat masih kurang keyakinan untuk terlibat dengan perniagaan atas talian dari perspektif pembeli. Usaha kerajaan Malaysia untuk mewujudkan DFTZ ini perlu dilihat sebagai satu usaha berani dalam memacu transformasi ekonomi digital. Ini adalah kerana DFTZ ini merupakan zon perdagangan pertama di dunia yang menyediakan pelbagai fasiliti berbentuk fizikal dan maya bagi membantu perniagaan untuk menceburi perniagaan berasaskan internet/atas talian/online. Usaha ini adalah amat tepat kerana kedudukan Malaysia yang berada di tengah-tengah antara Thailand yang sedia kita ketahui amat maju dalam bidang ekonomi pertanian dan Singapura yang merupakan teraju utama dalam bidang ekonomi perkhidmatan. Untuk membolehkan Malaysia keluar dari bayangan dua negara ini kita perlu memacu ekonomi negara melalui usaha yang berlainan dari ekonomi yang berasaskan pertanian dan perkhidmatan. Atas faktor inilah, pelancaran DFTZ ini perlu dilihat sebagai satu usaha yang bijak di mana ekonomi yang berasaskan digital ini bukan sahaja mampu memacu ekonomi negara, bahkan ianya akan menyokong dan menjadi pelengkap kepada ekonomi yang berasaskan pertanian dan perkhidmatan yang di amalkan oleh negara jiran kita (Thailand dan Singapura). Ini adalah merupakan satu faktor kukuh mengapa sebahagian daripada Pelan Hala Tuju Strategik e-Dagang Kebangsaan menanggarkan pertumbuhan sektor e-Dagang akan berkembang daripada 10.8 peratus kepada 20.8 peratus menjelang tahun 2020. Dalam membangunkan DFTZ, kerajaan merancang untuk membangunkan tiga komponen utama untuk menyokong kejayaan DFTZ ini. Antaranya ialah Hab Pemenuhan Elektronik yang di jangka

meliputi kawasan Aeropolis KLIA, Sepang Selangor yang melibatkan kawasan seluas lapan hektar. Hab ini dilihat akan membantu PKS atau perniagaan tempatan mengeksport barangan mereka dengan lebih mudah dengan bantuan penyedia perkhidmatan terkemuka termasuk gudang dan perkhidmatan logistik yang lebih cekap dan teratur. Selain daripada itu Hab Perkhidmatan Satelit iaitu Bandar Internet akan disediakan di Kuala Lumpur melibatkan kawasan seluas 46,450 meter persegi. Bandar ini dijangka bakal menjadi hub digital premium untuk syarikat-syarikat tempatan dan global yang berkaitan internet bagi memudahkan sokongan, perkongsian rangkaian serta penyebaran pengetahuan. Seterusnya komponen terakhir pula ialah Platform Perkhidmatan Elektronik yang dibangunkan untuk mengurus perlepasan kargo dan proses-proses lain yang diperlukan untuk perdagangan merentasi sempadan dengan lebih cekap akan dibangunkan. Dengan adanya penstrukturan melalui pembangunan DFTZ ini, dijangka pelaksanaannya akan dapat melonjakkan sumbangan sektor PKS kepada nilai Keluaran Dalam Negara Kasar antara 60 peratus hingga 80 peratus berbanding hanya 37 peratus sahaja pada ketika ini. DFTZ juga dijangkakan bakal menggandakan pertumbuhan sektor PKS, seterusnya akan meningkatkan jumlah eksport barangan tempatan sebanyak RM112 bilion dan mewujudkan 60,000 peluang pekerjaan dari sektor industri yang berbeza menjelang tahun 2025. Pengusaha tempatan pula akan menyediakan barangan mereka mengikut piawaian antarabangsa untuk memastikan barangan mereka yang dahulunya hanya dijual di dalam negara bersedia untuk dijual di pasaran global dengan kewujudan DFTZ. Dengan adanya gabungan usaha ini, masyarakat perlu percaya pencapaian ekonomi negara dapat digandakan dengan menggunakan medium ekonomi digital. Adalah menjadi harapan besar agar projek DFTZ dimanfaatkan sepenuhnya oleh pengusaha-pengusaha PKS tempatan kerana DFTZ ini merupakan hab ekonomi digital pertama di dunia di luar China yang memberi tumpuan kepada pengembangan pasaran usahawan PKS dan usahawan muda di negara ini haruslah menjadi peneraju dan pemain utama dalam melaksanakan agenda pemantapan ekonomi negara.

## PASARAN HOMESTAY DI MUSIM PERAYAAN



Rumah tamu atau lebih dikenali sebagai homestay telah menjadi satu pilihan kepada saudara-mara yang ingin pulang ke

kampung halaman untuk menyambut hari raya. Keadaan ini dilihat sebagai satu peluang yang besar kepada penduduk setempat yang mempunyai rumah tamu di kawasan kampung.



## HOMESTAY SRI AYU

Peningkatan tempahan di musim perayaan menunjukkan perubahan gaya hidup masyarakat yang memikirkan keselesaan serta memudahkan ibubapa di kampung membuat persiapan. Tidak semua ibubapa mampu menyediakan rumah yang boleh memuatkan semua keluarga anak-anak yang makin berkembang. Namun, setiap ibubapa menginginkan semua ahli keluarga untuk berkumpul di pagi raya. Hal ini membuatkan timbulnya keperluan kepada homestay seperti yang sedia maklum, homestay menyediakan kelengkapan rumah kepada tetamu. Kelebihan homestay juga dilihat sebagai murah, besar dan selesa bergantung kepada lokasi. Puan Ayu Razma yang merupakan pemilik Homestay Sri Ayu di Pasir Mas, Kelantan berkongsi sambutan terhadap homestaynya semasa musim perayaan.



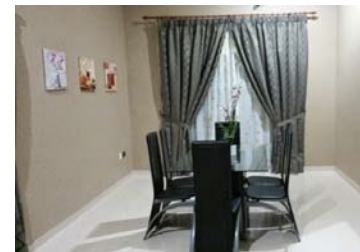
*“Setakat ni, boleh dikatakan ada permintaan setiap musim perayaan. Contoh, masa menyambut Aidilfitri baru-baru ini, walaupun penat tapi perlu korbankan masa jugalah sebab kebanyakan adalah pelanggan tetap saya”.*

Hal ini turut dinyatakan oleh pemilik homestay di Sg, Karang Pantai, Kuantan yang dikenali dengan panggilan Cik Nah. *“Boleh dikatakan tiap hari raya memang akan siap sedia homestay untuk disewakan. Kadang-kadang ada yang menunggu untuk masuk semasa pekerja bersihkan.”*



Permintaan terhadap pasaran homestay ini kperlu dilihat sebagai perkembangan positif terhadap sumber penjana pendapatan pasif kepada pemilik rumah yang berminat

untuk mengusahakannya. Selain dapat menyewakan rumah secara bulanan, mereka kini mampu memasarkan homestay secara sewaan harian.



# KUASA MEMBELI PENGGUNA = SEGALANYA

FARHANA IDRIS, APB UITM SEGAMAT

## USAHAWAN DAN PELANGGAN



Situasi terkini Segar Amat, Pasaraya UO (Untung Orang Ramai) akan ditutup. Sedang giat ber"moving out sale" dari 30 Julai sehingga 19 Ogos 2018. Masyarakat di Segamat riuh rendah. Nasib yang sama pernah menimpa Pasaraya *Giant*, digantikan dengan Pasaraya *Cowboy* sekarang. Katanya suam-suam kuta juga. Pasaraya besar, pengurusan bersilih ganti, mampukah melawan kuasa pembeli?

(sambungan) Dalam artikel sebelum ini dalam Info Usahawan, konsep 4P (Product, Price, Place & Promotion) diketengahkan oleh Puan Noorazlina Ahmad dan Encik Nik Fakrulhazri Nik Hassan. Kembali ke realiti, produk yang ditawarkan di Pasaraya UO Segamat adalah sama sepertimana ditawarkan di mana-mana pasaraya bersifat sederhana (ketepikan barangan berjenama). Harga yang ditawarkan agak lebih sedikit berbanding pasaraya bersifat borong, contoh Pasaraya Cowboy dan Pasaraya Nirwana. Tempat letaknya Segamat amat strategik, di Segamat Central (nama terkini) bersebelahan dengan Terminal Bas/ Teksi Segamat. Namun, satu kekurangan besar adalah kedudukannya di lower ground bangunan tersebut. Pengunjung biasanya hanya berlegar di bahagian ground floor kerana adanya tarikan utama dengan pembukaan cawangan KFC. Manakala tarikan di tingkat satu adalah Kedai Buku Popular dan Mr Diy. Bahagian promosi pula, tiada kekurangan dilihat milenia ini menggunakan sepenuhnya promosi percuma di media sosial untuk menghebahkan promosi-promosi menarik untuk barangan yang mereka jual. Persoalannya kini, mengapa pasaraya besar di Segamat yang menawarkan pelbagai pilihan kepada pengguna tidak mampu bertahan lebih lama? Adakah faktor lokasi daerah Segamat itu sendiri menyebabkan hanya penduduk Segamat dan sekitarnya sahaja akan berbelanja di sini? Jarak daripada Kuala Lumpur ke Batu Pahat atau Melaka, bahkan Johor Bahru melencongkan orang luar daripada membeli belah di Segamat. Kuasa membeli penduduk Segamat pula agak rendah, kerana rata-rata penduduk di daerah ini mengharapkan hasil komoditi sawit dan getah yang tidak menentu. Pasaraya borong seperti Nirwana dan Kedai ECO RM2 misalnya, masih menggamit pembeli. Ini menunjukkan masih ramai warga Segamat gemar membeli belah di tempat yang lebih murah dan banyak pilihan berbanding pasaraya yang menawarkan harga yang lebih mahal, setanding dengan kualitinya. Mereka mengeneipkan bahagian kualiti barangan, mengutamakan hal meng'ada'kan barangan tersebut. Jadi para usahawan Segamat di luar sana, mampukah anda menidakkan kenyataan ini? Untuk bertahan dalam situasi ekonomi di Segamat sememangnya amat mencabar. Sekadar pandangan saya sebagai pengguna, para usahawan Segamat perlulah membuang sikap malu, ego dan menawarkan produk mereka sejajar dengan keperluan masyarakat setempat. Buanglah rasa syok sendiri dan utamakan kehendak marhaen. Mungkin itu tips pertama yang boleh dicuba oleh usahawan bagi menempatkan produk, jualan dan perniagaan anda di Segamat.



# USAHAWAN DAN PELANGGAN



## WANITA (WOMEN) SEBAGAI PENGGUNA DIGITAL PLATFORM (NETIZEN) KUASA BARU EKONOMI DIGITAL

Siti Hajar Md. Jani  
Afizan Amer  
UiTM Negeri Sembilan

### 1. Remaja(Youth): Pencipta kreatif kandungan iklan digital

Dalam era ekonomi digital, kemahiran kreatif untuk membangunkan kandungan iklan digital yang kreatif atau (Content is The New Ad) merupakan kemahiran yang dipelopori oleh golongan remaja. Bahkan penggunaan hashtag yang kreatif sebagai tagline atau ( #Hashtag is The New Tagline) juga menjadi satu wadah baru dalam pengiklanan digital yang diterajui oleh golongan remaja. Pihak-pihak yang berkepentingan dalam membangun ekonomi digital seperti kerajaan dan juga pemain industri utama yang lain, yang tidak mengikuti perkembangan ini mungkin akan terkeluar dari persaingan dan tidak dapat menjalankan fungsi mereka dalam perkembangan ekonomi digital. Firma perniagaan yang gagal mengikuti perkembangan fenomena tersebut dalam (content marketing) contohnya akan ketinggalan terutama oleh jenama-jenama yang menjadikan segmen remaja atau anak muda sebagai golongan sasaran. Ini adalah tuntutan naluri remaja, yang selalu menginginkan sesuatu yang baru dan segar dalam setiap maklumat yang dipaparkan di platform digital apabila dikemas kini. Strategi perniagaan dan pendekatan yang lebih dinamik dan santai diperlukan untuk menguasai pasaran digital hari ini.

### 2. Wanita(Women): Usahawan Utama Ekonomi Digital

Banyak kajian telah menemukan dengan adanya ekonomi digital, golongan wanita yang tidak aktif dalam kegiatan ekonomi boleh menyumbang semula ke dalam kegiatan ekonomi dengan berniaga secara online dari rumah. Selain dari itu, wanita moden juga lebih cenderung untuk melakukan kerja samping secara santai dan melibatkan aktiviti yang selari dengan minat mereka. Penglibatan wanita dalam menggerakkan ekonomi digital kini di lihat semakin dominan kerana jumlah mereka yang ramai dan minat yang mendalam, samaada di media offline dan online. Dalam konteks tersebut, 'digital selling' menjadi semakin relevan di kalangan wanita. Digital platform menjadi jawapan bagaimana kerajaan mahu membawa semula golongan wanita yang tidak bekerja menyumbang semula ke dalam sektor ekonomi yang mereka minati untuk menambah baik keperluan ekonomi mereka khususnya ketika kecemasan (anxieties) dan memenuhi hasrat (desire) kaum perempuan sendiri.

### 2. Pengguna digital platform (Netizen): Commerce in Action

Dalam perkembangan teknologi informasi yang berasaskan internet, faktor ini telah membuat banyak organisasi perniagaan berlumba-lumba menguasai pasaran dunia perniagaan digital. Ini telah menyebabkan perniagaan berasaskan platform digital telah menjadi trend yang makin berkembang. Walaupun demikian saluran perniagaan bersifat offline tidaklah mati atau perlu dipinggirkan kerana inilah yang menjadi tanda kehadiran nyata sebuah WOW BRAND di mata pelanggan. Bagi pemain ekonomi digital yang berjaya, mereka akan menyedari hal ini dan memilih untuk mengintegrasikan kedua-duanya. Integrasi ini akan mewujudkan satu ledakan model perniagaan terkini iaitu, O2O COMMERCE (online-to-offline commerce). Bagi membolehkan pihak yang berkepentingan dalam perkembangan ekonomi digital ini seperti kerajaan dan pemain industri dapat merangka strategi yang ampuh bagi mendepani ketiga kelompok (sub-culture) penting ini, mereka perlu terlebih dahulu memahami tingkah laku kelompok ini. Ini adalah kerana kelompok ini sangat terbuka terhadap perkembangan media baru, di mana pihak kerajaan dan pemain industri harus bijak mewujudkan hubungan (engagement) dengan kelompok ini. Pihak kerajaan dan pemain industri seharusnya memahami cita rasa dan citra kehidupan kelompok ini melalui media sosial.





## PROFIL USAHAWAN

### INSPIRASI TOKOH USAHAWAN DAN PAKAR ILMUAN KELAINAN UPAYA (SIRI I)

Nur Liyana Mohamed Yousop, Zuraidah Ahmad, Roslina Mohamad Shafi (Ph.D), Nur'Asyiqin Ramdhan, Norhasniza Mohd Hasan Abdullah, Shashazrina Roslan  
UiTM Cawangan Johor

#### 'HENDAK SERIBU DAYA, TIDAK HENDAK SERIBU DALIH'

Menjadi usahawan dan pakar ilmunan kelainan upaya yang berjaya, bukanlah suatu perkara yang mudah jika tiadanya usaha, iltizam dan keyakinan diri yang tinggi. Bagi usahawan-usahawan dan pakar ilmunan ini, cabaran dalam mengharungi dunia perniagaan dan pendidikan pada hari ini sudah semestinya sukar untuk mereka tempuhi. Kekurangan yang dimiliki mungkin dilihat sebagai liabiliti bagi sesetengah golongan masyarakat. Namun siapa sangka liabiliti yang dimiliki akhirnya menjadi aset yang disanjung dan dihormati. Kuncinya "sabar", "tekad" dan "percaya diri". Menerusi artikel ini, kami akan mengetengahkan lima tokoh usahawan dan seorang pakar ilmunan kelainan upaya di Malaysia yang berjaya dalam bidang masing-masing menerusi dua siri penulisan.

#### Lee Thiam Wah

Walaupun cabaran dunia perniagaan begitu hebat, namun seorang anak muda kelainan upaya telah memasang azam untuk mencabar diri beliau di dalam dunia perniagaan. Pada usia seawal 23 tahun, anak muda yang bernama Lee Thiam Wah, seorang pesakit poliomyelitis sejak berumur 8 bulan, berkerusi roda sepanjang hayat dan hanya berkelulusan sekolah rendah telah membuka sebuah pasaraya yang dinamakan sebagai Pasaraya Hiap Hoe. Malangnya perniagaan beliau tidak bertahan lama dan terpaksa dijual lantaran persaingan yang sengit. Namun, sebagai seorang yang kental dan bersemangat waja, usaha beliau tidak hanya terkubur di situ. Berbekalkan modal jualan Pasaraya Hiap Hoe, pada tahun 1999, beliau sekali lagi telah cuba bangkit dengan membuka sebuah pasar mini yang dinamakan sebagai "Mini Market 99". Siapa sangka cubaaan kedua Lee Thiam Wah ini telah menjadi titik tolak kepada kejayaan beliau. Kini, "Mini Market 99" telah dikenali sebagai "99 Speedmart", mempunyai lebih 1,000 cawangan di Malaysia, memiliki lebih daripada 10,000 orang pekerja dan nilai syarikat yang dianggarkan sekitar RM3.5 billion.





## Muhammad Zahrin Ahmad

Dengan berbekalkan modal sendiri tanpa mendapat bantuan daripada mana-mana pihak, Muhammad Zahrin Ahmad berjaya menempa nama sebagai usahawan kelainan upaya yang berjaya. Sedar akan kekurangan diri, graduan Ijazah Sarjana Muda Perniagaan dari Universiti Malaysia Sabah ini sama sekali tidak meletakkan harapan untuk bekerja makan gaji bahkan lebih selesa untuk berniaga sendiri. Lalu, anak keenam daripada sepuluh adik-beradik ini tidak memerlukan masa yang lama untuk membuka perniagaan sendiri. Dengan memperkenalkan produk yang berasaskan ikan bilis, perniagaan Muhammad Zahrin (Serunding Ibuku) mampu menjana pendapatan sehingga mencecah RM10,000 sebulan.

Hasil usaha gigih, semangat serta sokongan ibu dan keluarga, kini, Serunding Ibuku telah memasuki pasaran seluruh Malaysia. Harapan Muhammad Zahrin, beliau bercita-cita untuk melebarkan sayap perniagaan dengan membuka restoran sendiri serta memajukan perniagaan sehingga ke peringkat antarabangsa pada masa hadapan. Walaupun berstatus OKU, beliau tidak menjadikan ia sebagai alasan untuk tidak berusaha lebih baik berbanding orang lain.

## Prof. Dr. Ismail Salleh

Tanggal 27 Ogos 2009, menyaksikan pemergian Prof. Dr. Ismail Salleh, iaitu seorang pensyarah dan pakar ekonomi dari Universiti Kebangsaan Malaysia (UKM) yang telah berjaya dalam hidupnya, walaupun tanpa nikmat penglihatan sejak berusia 13 tahun. Beliau merupakan seorang graduan Sarjana Muda Sains dalam bidang Ekonomi dan Sains Politik daripada State University of New York pada 1973, kemudian menerima Ijazah Sarjana (Ekonomi) pada 1974 dan Ijazah Kedoktoran pada 1977, kedua-duanya daripada University of Illinois.

Beliau amat cemerlang dalam pelajaran sehingga menjadi orang buta pertama di dunia mencapai Ph.D, dan diiktiraf oleh Guinness Book of Records. Kejayaan demi kejayaan yang diraih oleh anak kelahiran Pasir Mas, Kelantan ini amat dikagumi dan menjadi motivasi hebat kepada golongan kelainan kurang upaya yang lain. Allahyarham Prof. Dr. Ismail telah meninggalkan pelbagai rekod yang sungguh cemerlang sepanjang kerjayanya sebagai seorang ahli akademik dan pakar ekonomi. Kerjayanya bermula di Jabatan Analisa Ekonomi dan Dasar Awam di Fakulti Ekonomi, UKM pada 1977 sebelum mengetuai jabatan tersebut selama 3 tahun. Pada 1989, beliau telah dilantik menjadi Timbalan Pengarah Eksekutif Centre of Economic Research and Services dan seterusnya dengan kecemerlangan dan kepakarannya dalam ekonomi beliau dilantik menjadi Felo Pelawat di ISIS sebagai Penolong Ketua Pengarah dan kemudian Timbalan Ketua Pengarah. Beliau juga menganggotai Majlis Perundingan Ekonomi Negara (MAPEN) dan Majlis Tindakan Ekonomi Negara (MTEN). Beliau juga dilantik sebagai Senator pertama daripada orang buta pada Disember 2007, Ketua Pegawai Eksekutif Twintech Holdings, Presiden Persatuan Bagi Orang Buta Malaysia pada 2007 dan kemudian menjadi Pengerusi Hospital Mata Tun Hussein Onn. Beliau juga turut menjadi Pengerusi East Asia, International Council for the Education of the People With Visual Impairment (ICEVI) dan turut menganggotai Majlis Pendidikan Tinggi Negara dan dalam masa yang sama memimpin Persatuan Pendidikan Tinggi Swasta Bumiputera Kebangsaan. Beliau juga menduduki pelbagai kerusi penasihat yang ditubuhkan oleh kerajaan seperti NITF, KWSP, Yayasan Tenaga Nasional dan Malaysia Business Council. Dengan pelbagai sumbangan besar, beliau dianugerahkan Ijazah Kehormat Doktor Persuratan oleh Irish International University. Sejak tahun 2000, Prof Dr. Ismail juga menjadi Profesor Ajung di Universiti Utara Malaysia. Beliau menerima anugerah Johan Setia Mahkota (JSM) daripada Yang di-Pertuan Agong dan Pingat Kepujian Tertinggi daripada kerajaan negeri Pulau Pinang. Gelaran Datuk diperolehnya pada 2001 daripada Yang di-Pertuan Agong.





## KEBAIKAN TANPA SEMPADAN

Shakirah Mohd Saad  
UiTM Cawangan Kedah

Kebaikan dalam bahasa mudah sesuatu yang dapat menimbulkan ketenangan, menghapuskan ketegangan, mewujudkan kedamaian dan impak kemakmuran akhirnya akan timbul dalam segenap sudut sosial dan ekonomi. Secara am pengertian kebaikan dalam Islam mencakupi dimensi ibadah dan kepedulian sosial atau “hablum minallah” (hubungan dengan Allah) dan “hablum minan naas” (hubungan dengan sesama manusia). Peribahasa Melayu menyatakan bahawa buat baik berpada-pada buat jahat jangan sekali, kini memerlukan kepedulian dan pengolahan semula dalam konteks semasa. Perkataan berpada-pada boleh memberikan pelbagai penafsiran yang menjurus kepada kebatasan fungsi kebaikan. Al-Quran yang merupakan rujukan Agung jelas menyatakan seorang Mukmin akan meningkatkan amalan dengan kebaikan yang dilakukan dengan ikhlas akan mengatasi kebatilan. Islam agama yang sangat Indah dengan jelas Sirah Rasullullah s.a.w merekodkan setiap pekerti Rasullullah s.a.w meletakkan kebaikan mengatasi kejahatan, menggariskan dalam perhubungan insan kebaikan akan membawa pulangan samaada didunia dan semestinya di akhirat. Kebaikan dilakukan tanpa batasan.

Pendekatan Islam dalam perhubungan sosial “hablul minal nas” meletakkan bahawa kebaikan tanpa sempadan yang dipraktikkan Rasullullah s.a.w telah banyak membawa impak positif dalam sudut dakwah islamiah, penghormatan dan kekaguman dari pihak lawan, dan meraih kesan positif kepada pembangunan spiritual hidup insan. Sebahagian kajian yang dijalankan oleh Barat terhadap kebaikan yang dilakukan tanpa mengharap balasan dijelaskan sebagai “arts or giving unconditionally” menunjukkan bukti bahawa kebahagiaan “happiness” akan lahir dengan kebaikan tanpa sempadan. “Personal Influences” salah satu model dalam perhubungan awam juga menyokong bahawa kebaikan berterusan tanpa syarat merupakan kuasa dominan yang akan dapat mempengaruhi perhubungan individu. Ia memberikan kesan yang lebih berkekalan dari kaedah-kaedah komunikasi lain. Kebaikan perlu dijadikan visi setiap sektor ekonomi dan sosial. Keusahawan yang merupakan salah satu aktiviti ekonomi yang digerakkan dengan bermotifkan keuntungan, perlu meletakkan kebaikan tanpa sempadan sebagai intipati. Ungkapan “tipu wajib..kalau tidak mana nak untung” perlu dihapuskan, pemahaman yang sempit mengenai kebaikan dan berpada, pasti memberikan impak kepada keberkatan aktiviti keusahawanan. Pendidikan kini wajib menggariskan konsep keindahan melakukan kebaikan dari segenap sudut amalan dan praktis. Generasi kini yang gagal melihat kebaikan secara holistik, menjuruskan mereka kepada kebatasan “berpada-pada” di dalam diri



mereka dalam melakukan kebaikan. Kebimbangan timbul di hati mereka untuk melakukan kebaikan, kerana tidak mendapat imbalan dari tindakan mereka. Sifat berpada-pada dalam melaksanakan kebaikan mungkin timbul, akibat faktor-faktor sekeliling kebimbangan dimanupulasi, ditindas jika kelihatan baik atau “terlalu baik” atau faktor dalaman individu seperti kurang keyakinan diri untuk melakukan kebaikan. Masyarakat hari ini yang mengkategorikan “berpada-pada” di dalam melakukan kebaikan menyebabkan keraguan timbul dalam pelaksanaannya. Keyakinan perlu diterap di kalangan kanak-kanak bahawa kebaikan perlu dilakukan tanpa ragu-ragu tanpa bersyarat. Kaedah pelaksanaannya dalam bentuk modul latihan, silibus pelajaran dan sokongan media perlu dilakukan secara berterusan dan holistik. Pemahaman kebaikan merupakan asas utama suatu perkara mulia yang dilihat dengan kekaguman perlu bagi mewujudkan rentetan positif kepada tindakan-tindakan lain. Etika atau nilai merupakan perkara yang mendasari aktiviti keusahawanan juga perlu ditekankan dalam segenap lapisan sistem penyampaian mengenai keusahawanan. Kegagalan menterjemahkan keusahawanan dalam kerangka nilai akan melahirkan keusahawanan yang hanya berorientasikan keuntungan semata-mata, yang tidak mustahil menghalalkan cara bagi mencapai objektif. Paparan isu-isu di media jelas membongkar amalan keusahawanan yang negatif akibat tidak melihat kebaikan perlu sentiasa wujud. Kebaikan perlu dijenamakan semula bukan sebagai kelemahan atau kekurangan tetapi sebagai kekuatan yang menghasilkan pelbagai perkara yang diluar dugaan dan memberikan keindahan kepada setiap insan. Kebaikan bukan sesuatu yang perlu

## KEUSAHAWANAN SOSIAL



ditakuti, dipandang rendah dan dikaitkan dengan kelemahan stigma ini perlu dikikis. Usaha yang belum mencukupi dalam memberikan definisi yang hebat kepada kebaikan menyebabkan kejahatan kelihatan benar, indah dan menguntungkan. Media yang tidak bertanggungjawab menyetengahkan kejahatan dapat menghasilkan pulangan segera, hebat dan dikagumi; contoh Mafia dan Gengster adalah fenomena dimana kejahatan mengatasi kebaikan. Sesetengah filem-filem Barat jelas menerapkan bahawa kejahatan adalah perlu, yang mana ia adalah sesuatu yang boleh menjejaskan pemikiran kanak-kanak generasi kini. Kebaikan tidak lagi dianggap agung dan pejuang kebaikan akhirkan tewas dalam kemelut kejahatan yang diterapkan. Jiwa anak-anak generasi kini menjadi ampuh dalam memperjuangkan kebaikan. Kata-kata seperti disebut “tak menipu mana nak untung” atau “kalau tak rasuah mana tak kaya” perlu dibasmi, ini semua dapat dilaksanakan jika kanak-kanak diterapkan dengan nilai kebaikan yang hebat. Kebaikan perlu diwarnakan dengan tarikan-tarikan hebat, seperti dalam Al-Quran rujukan yang Agung, syurga menjadi janji dijelaskan dengan sempurna menjadikan hati seorang insan yang rindukan syurga tidak lagi mengendahkan kejahatan walau dipujuk rayu syaitan. Impak pemahaman kebaikan dalam konteks yang tepat akan menjurus kepada keuntungan sosial ekonomi Negara. Pelaburan kepada nilai sosial yang tinggi yang dilaksanakan dalam perancangan strategik setiap fasa aktiviti kehidupan, perlu sentiasa diolah dan ditambahbaik. Pendidikan merupakan gerbang proses utama yang perlu *dipost mortem* bagi melahirkan generasi yang dapat melihat kebaikan dalam konteks yang tepat.



KS

**Arus moden masa kini memerlukan perbelanjaan yang besar dalam kehidupan seharian terutamanya kepada eksekutif muda yang rata-rata ingin mencari kepuasan dalam berbelanja untuk keperluan harian. Malah kadang-kadang duit gaji sahaja belum tentu dapat memenuhi kehendak “jiwa muda” yang sentiasa inginkan barangan berjenama dan eksklusif.**

## PERNIAGAAN SUBLET GANDAKAN DUIT BULANAN EKSEKUTIF MUDA

Mohammad Bin Abdullah  
UITM Cawangan Johor



## KEUSAHAWANAN SOSIAL

Oleh hal yang demikian, semakin ramai eksekutif muda menjalankan kerja-kerja sambil bagi menambah duit gaji yang diperolehi setiap bulan. Ada di antara mereka yang berniaga secara langsung atau di internet, malah ada yang membuka gerai jualan samaada di tapak pesta ataupun di uptown. Tetapi kesemua perniagaan yang melibatkan jualan ini memerlukan masa dan tenaga yang banyak dalam mengaut keuntungan. Di sini saya ingin kongsi sedikit info berkenaan perniagaan sublet yang sangat membantu dalam menambahkan sumber pendapatan yang tidak memerlukan banyak masa dan tenaga. Mungkin ramai yang tertanya-tanya apa sebenarnya perniagaan sublet dan bagaimana ia boleh membantu dalam menjana pendapatan. Sublet merupakan sewa atas sewa iaitu rumah yang kita sewa disewakan pula kepada orang lain. Sublet tidak salah disisi undang-undang asalkan kita sebagai penyewa mendapat keizinan bertulis daripada tuan rumah sebelum rumah itu dibuat sebagai perniagaan sublet. Bagi golongan muda yang baharu sahaja bekerja, mana mungkin dapat mengumpul hartanah yang banyak. Oleh itu, jalannya adalah dengan menyewakan rumah yang kita sewa kepada orang lain. Terdapat beberapa cara yang diguna pakai dalam mendapatkan keuntungan sublet ini antaranya sewa per rumah, sewa per bilik atau sewa per kepala (individu). Dari semi keuntungannya pula, sebagai contoh, bayaran rumah yang disewa adalah seribu sebulan (RM1000), apabila rumah tersebut disewakan secara per bilik, misal kata RM400 di darabkan dengan 4 bilik maka jumlah keseluruhan menjadi RM1600 sebulan dan keuntungannya adalah RM600 setiap bulan. Bagi memikat hati penyewa, rumah hendaklah berkeadaan bersih, dilengkapi perabot dan biasanya harga sewa termasuk bayaran utiliti seperti bil air dan elektrik. Sekiranya kita pandai memancing penyewa, kita boleh tambahkan astro dan wifi secara percuma dan kita boleh menaikkan harga bilik sewa berkenaan. Walaupun keuntungan sublet ini jelas akan tetapi kita sebagai seorang subletter perlu berhadapan risiko modal, untung dan rugi. Seringkali kita sebagai subletter dikatakan untung atas angin atau mengambil kesempatan, akan tetapi perlu diingat adakalanya subletter perlu menanggung dulu pembayaran duit bayaran sewa kepada tuan rumah sekiranya penyewa lambat membuat bayaran atau tiada penyewa yang berminat untuk menyewa. Ini kerana rumah yang disewa telah pun ada perjanjian tarikh bayarannya. Sebagai kesimpulan, eksekutif muda perlu kreatif dan berani dalam menceburi bidang perniagaan, tidak kira apa jenis perniagaan sekalipun dalam menambah pendapatan bulanan.



# Parkiossa

Nur Dalila Adenan  
UiTM Cawangan Terengganu



Petai atau nama saintifiknya "Parkia Speciosa", tumbuh liar di hutan tropika dan ia boleh didapati di perkampungan Melayu. Ia adalah makanan eksotik di kawasan tropika, dan merupakan salah satu daripada makanan orang Malaysia yang dipanggil 'ulam'. Secara tradisinya, penduduk tempatan percaya benih tumbuhan ini boleh dijadikan ubat untuk merawat pelbagai penyakit dan gejala seperti diabetes, masalah buah pinggang dan sakit kepala. Walau bagaimanapun, dengan kehadiran bau yang tidak menyenangkan, ia menjadikannya kurang digemari.



### Objektif

- Memberikan nafas baru dalam industri makanan dengan mengetengahkan ulam-ulaman sebagai elemen dalam produk makanan.
- Meningkatkan kesedaran dalam kalangan masyarakat akan kepentingan ulam dalam diet seharian.
- Dapat dipasarkan ke pasaran yang lebih meluas dengan menjalankan penyelidikan yang lebih terperinci.

Justeru, bagi merealisasikan inovasi produk berasaskan ulam-ulaman, Kelab MyAgrosis UiTMCT telah berjaya mengeluarkan produk PARKIOSA iaitu coklat yang berperisa petai yang telah didaftarkan sebagai produk pertama keluaran Kelab MyAgrosis. Ia terbukti mempunyai rasa unik dan baik untuk kesihatan yang mengandungi antioxidant, vitamin, tenaga dan protein. Hasil daripada penemuan, ianya tidak kurang seperti rasa kacang Almond. Uniknya, Parkiosa dicipta untuk menggabungkan makanan tradisional dengan coklat bagi menarik perhatian masyarakat setempat terutamanya remaja dan kanak-kanak. Coklat Parkiosa adalah hasil inovasi dari buah petai mempunyai bau dan rasa 'petai' mentah. Coklat Parkiosa adalah coklat yang enak dan boleh dinikmati oleh orang ramai dari pelbagai peringkat umur malahan khasiatnya juga sebagai coklat bar tenaga atau 'energy bar'.



## ISTIMEWA

Keistimewaan produk Parkiosa adalah ianya dihasilkan secara manual dengan menggunakan coklat atau koko terpilih yang sesuai dengan selera rakyat negara ini. Dengan inovasi coklat petai ini, Parkiosa juga boleh diperkenalkan kepada orang ramai dan berpotensi untuk dieksport keluar dari negara sebagai salah satu coklat yang luar biasa.

Produk Parkiosa telah dipertandingkan dalam beberapa pertandingan inovasi dan berjaya meraih Emas di EPIC 2018 | Educational Project of Innovation Competition dan juga tempat keempat di dalam pertandingan MyAgrosis Cup 2018 dengan membawa pulang RM500.00. Semoga produk ini akan menjadi satu inisiatif dalam usaha menjayakan penglibatan mahasiswa dengan agropreneur dan menggalakkan masyarakat untuk menerima petai sebagai salah satu produk makanan yang berkhasiat. Berkat usaha penasihat dan juga pelajar (ahli kelab), maka produk seterusnya yang bakal diketengahkan adalah Petai Chips yang akan mula diproses dan dikeluarkan pada pertengahan tahun 2019 sebagai kesinambungan produk berasaskan petai.



**PENAUNG**

*YBhg. Prof Madya Dr. Abdol Samad Nawi*

**PENASIHAT**

*Dr. Rosman Mahmood*

**KETUA EDITOR**

*Noorazlina Ahmad*

**SIDANG EDITOR**

*Suzila Mat Salleh*

*Noradzianie Muhd Zin*

**REKABENTUK DAN GRAFIK**

*Norizan Ahmed*

*“Semoga bertemu lagi di lain edisi”*