

ASPIRASI FPP

FAKULTI PENGURUSAN DAN PERNIAGAAN, UiTM NEGERI SEMBILAN, KAMPUS SEREMBAN

ISSN 2735-0525

EDISI 2, 2023



**Dari Suri Rumah ke Usahawan:
Kisah Inspirasi Puan Hajah
Padzilah Enda Sulaiman**

**TikTok dalam
Perniagaan di
Malaysia: Menggenggam
Peluang Digital**

**Pengasas Produk dan
Pengilang OEM:
Kerjasama Tembusi Pasaran
dengan Cepat dan Mudah**

**Berniaga di
Usia Persaraan?**

**Usahawan Burger Berjaya:
Dato' Dr Ramly Mokni**

ASPIRASI FPP

Edisi 2, 2023

Diterbitkan oleh:

Universiti Teknologi MARA (UiTM)

Cawangan Negeri Sembilan

Pekan Parit Tinggi, 72000 Kuala Pilah

Negeri Sembilan, MALAYSIA

Tel : 606-4832100, Faks : 606-4842449

Tiada mana-mana bahagian dari majalah ini yang boleh diubah, disalin, diedar, dihantar semula, disiarkan, dipamerkan, diterbitkan, dilesenkan, dipindah, dijual dalam apa bentuk sekalipun tanpa mendapat kebenaran secara bertulis.

PENAFIAN: Sebarang maklumat yang terkandung dalam majalah ini merupakan pengetahuan dan pendapat peribadi penulis artikel. Pembaca dinasihatkan untuk mendapatkan pandangan profesional sebelum mengikuti mana-mana maklumat dalam majalah ini. Pihak universiti, penerbit dan sidang redaksi tidak akan bertanggungjawab dan menanggung sebarang risiko atas kerugian secara langsung atau tidak langsung atas maklumat yang dipaparkan.

ISSN : 2735-0525

Perpustakaan Negara Malaysia

Majalah ini diterbitkan dua kali setahun

©2023 Hakcipta Terpelihara





SIDANG REDAKSI

Penaung

Prof. Dr. Yamin Yasin

Penasihat

Dr. Noorlis Ahmad

Dr. Siti Sara Ibrahim

Pengerusi

Tengku Sharifeleani Ratul Maknu Tengku Sulaiman

Ketua Editor

Maziah Mohamed Arif

Editor

Nooraza Tukiran

Nurhanani Aflizan Mohamad Rusli

Dr. Wan Normila Mohamad

Setiausaha

Hafisah Yaakob

Kewangan

Mohd Elfee Ab Rashid

Penerbitan

Dr. Nurazilah Zainal

Penyunting Bahasa

Nur Alia Amirnordin

Iskandar Ariffin

Zaidatulhusna Mohd Isnani

Dr. Jamilah Mohd Mahyideen

Hilwana Abd Karim

Reka Bentuk & Grafik

Nur Fadhlina Zainal Abedin

Dr. Raja Mayang Delima Mohd Beta

Dr. Faridah Pardi

Komunikasi

Norhaniza Md Akhir

Percetakan

Bashir Ahmad Shabir Ahmad

ISI

KANDUNGAN

Nota Editor

1 Aspirasi

Dari Suri Rumah ke Usahawan: Kisah Inspirasi Puan Hajah Padzilah Enda Sulaiman

5 Pengurusan dan Strategi

Strategi Perniagaan Di Era Pos Pandemik

10 Kepimpinan

Usahawan Burger Berjaya: Dato' Dr Ramly Mokni

14 Pembangunan Diri

Berniaga di Usia Persaraan?

17 Ekonomi

Eco-Tourism: Pemacu Ekonomi Malaysia

22 Idea Perniagaan

Pengasas Produk dan Pengilang OEM: Kerjasama Tembusi Pasaran dengan Cepat dan Mudah

26 Kewangan dan Pelaburan

Model: Empat (4) Peringkat Kekayaan

28 Media Sosial

TikTok dalam Perniagaan di Malaysia: Menggenggam Peluang Digital

31 Teknologi

Transformasi Perniagaan Melalui Teknologi Digital

33 Umum

Tips Percutian DIY: Memaksimumkan Pengalaman Percutian Anda

36 Penulis Jemputan

Pembangunan Otak Demi Pembentukan Usahawan Yang Budiman

40 Pencapaian Fakulti

48 Aktiviti Fakulti



NOTA EDITOR



Di penghujung tahun 2023, dunia mengalami pelbagai dugaan. Di antaranya, Musim Jerebu yang melanda di Malaysia, Fenomena El Nino dilaporkan mengakibatkan Kepulauan Bali, Indonesia mengalami darurat Musim Kemarau, dan peperangan Palestine dan Israel yang menyayatkan hati penduduk Malaysia. Syukur Alhamdulillah kepada Yang Maha Esa, dengan pelbagai dugaan di serantau dunia, Malaysia masih bertahan, aman dan damai.

Seperti yang dijadualkan, Aspirasi Edisi 2, 2023 berjaya diterbitkan dalam tempoh masa yang ditetapkan. Ucapan jutaan terima kasih kepada semua pihak yang terlibat secara langsung atau tidak langsung dengan penerbitan edisi kali ini.

Tokoh Aspirasi pada kali ini ialah Puan Hajah Padzilah Enda Sulaiman, Pengasas Telekung Siti Khadijah (SK) merupakan seorang suri rumah dari Perak yang memulakan perniagaan telekung dalam usia 46 tahun tanpa pengalaman perniagaan atau pendidikan tinggi. Berada di pasaran selama 15 tahun jenama SK telah berkembang maju dan mempunyai 49 butik di seluruh Malaysia. Pencapaian beliau seharusnya dijadikan aspirasi untuk majukan diri walaupun di usia matang.

Edisi kali ini juga menampilkan tokoh perniagaan burger, Dato' Dr. Ramly Mokni, pengasas jenama Burger Ramly di sekmen Kepimpinan. Di sekmen ekonomi, menghuraikan peranan eko-pelancongan sebagai pemacu ekonomi Malaysia. Antara yang menarik juga, adalah di sekmen Teknologi yang membicarakan transformasi perniagaan melalui teknologi digital dan tip - tip percutian secara "DIY" dalam sekmen Umum.

Akhir kata, warga Malaysia diminta berhati – hati selalu, teruskan amalan norma baru, dan berdoa semoga kita semua diberi kesihatan yang baik, kelangsungan hidup yang lebih sejahtera, dan kemerdekaan untuk Palestine! Amin.

Salam positif untuk semua.

MAZIAH MOHAMED ARIF
Ketua Editor





TELEKUNG

SITI KHADIJAH

ASPIRASI

DARI SURI RUMAH KE USAHAWAN: KISAH INSPIRASI PUAN HAJAH PADZILAH ENDA SULAIMAN

Nur Fadhlina Zainal Abedin



Telekung Siti Khadijah (SK) diasaskan oleh Puan Hajah Padzilah Enda Sulaiman, seorang suri rumah dari Perak yang memulakan perniagaan telekung pada usia 46 tahun. Pada mulanya beliau adalah seorang wanita biasa tanpa pengalaman perniagaan atau pendidikan tinggi dengan tanggungjawab besar sebagai ibu kepada enam anak lelaki. Namun, beliau mengambil langkah berani dengan menceburi bidang perniagaan telekung premium yang praktikal dan cantik menggunakan kemahiran menjahit beliau.

SK muncul sebagai peneraju dalam R&D telekung di Malaysia. Setelah hampir 15 tahun, SK berjaya membuka 49 butik di seluruh negara, menjadikan telekung sebagai aspek penting dalam kehidupan wanita. Ia bukan sekadar pakaian ibadah, tetapi juga lambang kebijaksanaan dan keberanian seorang wanita dalam dunia perniagaan. Artikel ini akan meneroka lebih mendalam mengenai asal usul dan perkembangan SK, serta peranan Puan Hajah Padzilah dalam memberi inspirasi kepada wanita-wanita muda untuk mencapai impian mereka dalam dunia perniagaan yang sering kali didominasi oleh kaum lelaki.

Permulaan Perniagaan

Pada mulanya, Puan Hajah Padzilah dan suami mengambil langkah berani menceburkan diri dalam dunia perniagaan apabila suaminya bersara dari alam pekerjaan. Namun, percubaan awal itu tidak seperti yang diimpikan apabila hutang mulai membebani mereka. Walaupun berdepan tekanan yang besar, namun semangat untuk berjaya tidak pernah pudar. Dalam usaha mencari jalan keluar daripada masalah kewangan yang dihadapi, Puan Hajah Padzilah terlibat dalam pelbagai jenis perniagaan, termasuk menjual barangan kosmetik dan menyertai *Multi-Level Marketing* (MLM). Namun, perniagaan yang diceburi tidak membuahkan kejayaan dan pulangan yang diharapkan.

Puan Hajah Padzilah mula menyedari bahawa terdapat ramai kaum wanita yang berminat untuk mencari telekung yang selesa untuk beribadah. Malah, beliau menerima banyak permintaan daripada pelanggan yang ingin menjahit semula telekung mereka kerana merasa tidak selesa terutama di bahagian muka telekung. Masalah ini menjadi pemangkin kepada beliau untuk menceburi perniagaan telekung yang menjadi teras kepada ibadah seharian. Berbekalkan modal sebanyak RM10,000.00, beliau mengorak langkah dengan memulakan perniagaan telekung Siti Khadijah beliau.

Disebalik Nama Siti Khadijah

Nama Siti Khadijah merupakan suatu penghormatan dan penghargaan kepada seorang wanita yang sangat penting dalam sejarah Islam, iaitu Saidatina Siti Khadijah RA, isteri pertama Nabi Muhammad SAW. Bagi Puan Hajah Padzilah, Saidatina Khadijah adalah contoh sejati seorang wanita Islam yang memiliki segala keistimewaan - beliau adalah seorang wanita bangsawan yang kaya dan terkenal di Kota Makkah, bijaksana dalam perdagangan, serta disanjung dan disegani oleh masyarakat. Beliau menjelaskan bahawa sifat-sifat terpuji yang terdapat dalam diri Saidatina Khadijah ini yang menjadi sumber inspirasi yang mendorongnya untuk mengabadikan nama tersebut sebagai jenama produknya. Oleh itu, Siti Khadijah bukan sekadar jenama pakaian, tetapi juga satu ungkapan nilai-nilai keislaman dan inspirasi yang memacu setiap wanita untuk mencapai kejayaan dalam kehidupannya sebagaimana Saidatina Khadijah RA.

Telekung Siti Khadijah bukan hanya satu pakaian, tetapi juga lambang semangat dan tekad seorang wanita yang berusaha mengubah pandangan masyarakat tentang pemakaian pakaian ibadah.

Cabaran yang Dihadapi dalam Perjalanan Kejayaan SK

Permulaan perniagaan SK tidak datang dengan mudah. Dengan modal serendah RM10,000.00, Puan Hajah Padzilah mula menghasilkan 200 helai telekung. Walaupun beliau berusaha keras untuk menjualnya termasuk kepada agensi pelancongan yang membawa jemaah haji dan umrah, usaha tersebut tetap menghadapi kegagalan. Namun, beliau tidak berputus asa dengan berusaha meminta bantuan seorang rakan yang merupakan seorang wartawan akhbar untuk mempromosikan produknya. Artikel tersebut mendedahkan perjalanan beliau dalam perniagaan dan visi di sebalik telekung Siti Khadijah. Sejak itu, telekung Siti Khadijah mula menarik perhatian ramai dan berjaya menjadikannya sebagai salah satu jenama pakaian ibadah terkemuka di Malaysia.

Tetapi pada masa yang sama, terdapat juga kritikan dan persoalan tentang keperluan untuk mengkomersialkan pakaian beribadah. Namun, Puan Hajah Padzilah sentiasa menjelaskan bahawa tujuannya adalah untuk menggalakkan lebih banyak wanita mendekati diri kepada agama dan beribadah dengan lebih khusyuk melalui tatacara berpakaian semasa beribadah.

Selain itu, beliau juga sedar tentang lambakan produk tiruan SK di pasaran. Namun demikian, sebagai seorang usahawan yang memahami rintangan dan risiko perniagaan, Puan Hajah Padzilah menggagapnya sebagai motivasi dalam usaha menghasilkan rekaan yang lebih baik. Beliau berpandangan, ini adalah satu kebanggaan kerana ia membuktikan produk SK adalah terbaik dan menjadi produk yang dicemburui kejayaannya yang menyebabkan ada pihak yang cuba meniru bagi mendapat keuntungan percuma. Pada masa yang sama, ia memberikan cabaran yang kuat untuk telekung SK terus berada di hadapan dalam industri ini. Walaupun SK telah mencapai populariti yang tinggi, tetapi cabaran yang diterima dari jenama lain tidak boleh diabaikan. Saingan dalam pasaran telekung semakin sengit, dan ini menuntut SK untuk terus berinovasi dalam mereka cipta "design" telekung yang lebih unik dan berkualiti.



Strategi Pemasaran yang Berjaya

Kejayaan perniagaan telekung Siti Khadijah tidak hanya bergantung kepada kualiti produk mereka, tetapi juga kepada strategi pemasaran yang berkesan. Berikut adalah beberapa strategi pemasaran yang telah menyumbang kepada pertumbuhan dan kejayaan jenama ini:

1. Pemasaran Digital

Salah satu langkah penting adalah apabila anak lelaki Puan Hajah Padzilah yang pernah bekerja di Google Jepun mengambil peranan sebagai pemasar digital bagi Siti Khadijah. Beliau membina laman web untuk pembelian secara online. Ini membolehkan pelanggan dari seluruh Malaysia dan luar negara untuk lebih mudah membeli produk Siti Khadijah melalui platform digital.

2. Penampilan di Astro Go Shop

Keputusan untuk menjual produk Telekung Siti Khadijah di Astro Go Shop adalah perubahan yang signifikan. SK semakin mendapat perhatian masyarakat Malaysia melalui medium televisyen. Dengan pelbagai program dan slot pemasaran, ini adalah langkah yang baik dalam meningkatkan kesedaran mengenai produk SK.

3. Iklan di Papan Pengiklanan

Iklan visual yang menarik dan memikat membolehkan jenama ini menarik perhatian orang ramai.

4. Vending Machine Telekung

Salah satu strategi yang menarik adalah penggunaan vending machine untuk menjual telekung. Ini adalah langkah inovatif yang memudahkan pelanggan untuk membeli telekung dengan cepat dan mudah, terutamanya di kawasan rehat di lebuh raya. Ianya tidak hanya menyediakan aksesibiliti yang lebih baik kepada produk SK, tetapi juga mencipta pengalaman pembelian yang unik.

5. Memperluaskan pasaran

Siti Khadijah telah berjaya memperluaskan cawangan mereka ke lebih daripada 40 lokasi di Malaysia dan juga luar negara, termasuk Indonesia, Australia, United Kingdom, Kanada, dan Jepun. Ini adalah strategi penting dalam memperluaskan pasaran mereka dan memastikan produk mereka boleh diakses oleh pelanggan di seluruh dunia.

Bantu Ekonomi Masyarakat

Pada awal penubuhan SK, tumpuan Puan Hajah Padzilah adalah untuk membangunkan ekonomi keluarga, tetapi sekarang matlamatnya telah berubah kepada membantu ekonomi masyarakat setempat. Beliau menganggap perniagaannya sebagai satu platform untuk memberi peluang pekerjaan kepada masyarakat. Melalui perniagaannya, beliau telah membuka peluang pekerjaan kepada 700 penduduk tempatan. Dari jumlah tersebut, 200 orang adalah tukang jahit manakala yang lain terlibat dalam barisan hadapan seperti pengurus butik dan pembantu. Ini membantu meningkatkan taraf ekonomi mereka, termasuk ibu tunggal dan graduan universiti. Puan Hajah Padzilah sentiasa mengingatkan dirinya agar tidak cepat mengalah kerana beliau tahu bahawa ramai yang bergantung kepada perniagaannya untuk menyara kos pendapatan keluarga.

Selain memberi peluang pekerjaan, Puan Hajah Padzilah juga mempunyai rancangan untuk membuka lebih banyak butik SK di seluruh negara, serta mengukuhkan kedudukan di Indonesia dan negara-negara lain. Beliau juga bercadang untuk membentuk sebuah ekosistem francais di mana mereka akan melatih dan membantu 2,000 usahawan dropship untuk memajukan perniagaan mereka.





Selain daripada memberi peluang pekerjaan, beliau juga mengambil langkah untuk memperkenalkan modul kekeluargaan kepada pekerja-pekerjanya.

Melalui kursus kekeluargaan, mereka akan diajar tentang pengurusan kasih sayang, emosi, dan kewangan. Ini adalah usaha untuk menghadapi isu keruntuhan dan kemelut rumah tangga yang semakin berleluasa di kalangan pekerja. Puan Hajah Padzilah melihat jenama SK sebagai contoh bukan hanya dalam dunia perniagaan, tetapi juga dalam aspek keluarga. Beliau percaya bahawa kebahagiaan di rumah akan memberi kesan positif kepada prestasi pekerja di tempat kerja. Beliau juga tidak menolak kemungkinan untuk memperluaskan kursus kekeluargaan ini kepada pihak luar sekiranya ada permintaan.

KESIMPULAN

Kisah perniagaan telekung Siti Khadijah yang diasaskan oleh Puan Hajah Padzilah Enda Sulaiman adalah satu kisah yang memberi aspirasi kepada ramai wanita khususnya. Ini adalah cerminan kegigihan, ketekunan, dan keberanian seorang wanita dalam mengatasi cabaran dan mencapai kejayaan dalam perniagaan. Nasihat beliau kepada mereka yang ingin menceburkan diri dalam bidang perniagaan adalah untuk sentiasa berfikir positif, kuat, dan berani. Ia adalah ciri-ciri yang penting dalam menghadapi dunia perniagaan yang penuh dengan cabaran. Jangan berputus asa, tetapi teruskan usaha walaupun menghadapi kegagalan. Dengan tekad dan usaha yang berterusan, impian perniagaan boleh menjadi kenyataan.



PENGURUSAN & STRATEGI

STRATEGI PERNIAGAAN DI ERA POS PANDEMIK

Dr. Wan Normila Mohamad, Hafisah Yaakob, Dr.
Jamilah Mohd Mahyideen & Nurhanani Aflizan
Muhamad Rusli



Seiring dengan krisis kesihatan dan kemanusiaan yang teruk yang disebabkan oleh pandemik coronavirus, syarikat perniagaan di seluruh dunia menghadapi cabaran perniagaan yang sangat besar: kejatuhan permintaan pelanggan, pengubahsuaian kawal selia yang ketara, gangguan rantai bekalan, pengangguran, kemelesetan ekonomi dan peningkatan ketidakpastian. Melihat dari perspektif krisis kesihatan dan kemanusiaan, syarikat perniagaan memerlukan masa dan cara untuk pulih. Syarikat di seluruh dunia terpaksa mencari strategi dan teknik dengan keadaan dan tingkah laku pengguna yang berubah disamping mencari peluang semasa krisis. Ianya memerlukan inovasi, kreativiti dan pembangunan model perniagaan baharu.

Pengasas dan Ketua Pegawai Eksekutif di MarsBased dan Pengarah Barcelona di Startup Grind, Àlex Rodríguez Bacadit, berkongsi pendapat dari pemimpin perniagaan tentang strategi yang boleh digunakan untuk terus berjuang di alam perniagaan di arena pos pandemik.

“Banyak syarikat mengurangkan kos, antara yang jelas (ruang pejabat, perjalanan perniagaan) dan beberapa yang lebih drastik, seperti memberhentikan sebahagian daripada tenaga kerja atau menamatkan projek yang tidak perlu atau barisan perniagaan yang tidak menguntungkan. Secara umum, saya fikir kita semua faham bahawa ini boleh berlaku untuk masa yang lama dan kita semua bersedia untuk “forced hibernation”, untuk lebih berhati-hati dalam setiap strategi dan perancangan. Satu strategi yang mempengaruhi kami secara langsung ialah hampir setiap syarikat yang menggunakan pembekal perkhidmatan merundingkan semula kadar dan syarat kontrak mereka, mungkin untuk mempunyai harga yang lebih rendah atau jadual pembayaran yang lebih fleksibel. Manakala, yang lain telah memutuskan untuk menamatkan kontrak atau perjanjian dengan banyak penyedia dan hanya mempunyai satu yang besar yang meliputi semua bidang. Disamping itu, syarikat-syarikat juga telah menyumber luar sebahagian daripada perkara yang mereka lakukan secara dalaman untuk menjimatkan kos dan mengeksternalkan risiko pekerja baharu dalam masa yang tidak menentu.”

Strategi perniagaan untuk bertahan dan berkembang maju

1. Pelaburan dalam inovasi

Kebergantungan yang lebih besar pada teknologi menjurus kepada pelaburan dalam inovasi teknologi meningkat secara mendadak. Untuk terus bertahan, syarikat mengamalkan fleksibiliti pekerja bekerja dari rumah, dan perkhidmatan mereka boleh dibeli atau diakses dari dalam talian. Ini bermakna pembangunan perisian baharu, sistem digital dan kaedah komunikasi.

2. Perniagaan Atas Talian

Membeli-belah dalam talian iaitu e-dagang telah menjadi kaedah utama pembelian untuk pengguna di seluruh dunia. Bagi menjamin kejayaan perniagaan di dalam e-dagang, anda perlu berfikir lebih besar daripada e-dagang. Soalan teras yang wajib ditanya oleh peniaga kepada diri sendiri terlebih dahulu bukanlah, "Apakah pelaburan e-dagang yang perlu saya buat?" sebaliknya, "Apakah pengalaman pengguna yang perlu saya tawarkan?".

Pengalaman pengguna berkembang pesat daripada yang dibina berdasarkan proses transaksi beli-belah dalam kedai kepada yang berakar umbi dalam perhubungan yang mendalam, berterusan dan memperkaya. Sebagai peniaga, anda perlu mencipta perjalanan jalinan yang berkaitan dengan pengguna sasaran anda dan menstruktur ekosistem saluran anda, termasuk e-dagang, dengan cara yang memberikan pertambahan nilai sepanjang perjalanan itu.





3. Fokus Permintaan dalam Logistik

Perkembangan dalam e-dagang menjadikannya lebih mudah dan cepat untuk membeli-belah dalam talian. Walau bagaimanapun, produk masih perlu dihantar ke rumah pembeli menggunakan lori, kereta api, kapal terbang dan kapal. Peningkatan dalam e-dagang telah menyebabkan keperluan besar untuk logistik yang cepat dan boleh dipercayai. Syarikat-syarikat yang lebih kecil seperti J&T di Malaysia telah merasakan tekanan untuk menyesuaikan diri dengan cepat kepada permintaan logistik bagi memastikan kelangsungan hidup mereka semasa dan selepas pandemik. Namun, pandemik ini telah menyaksikan betapa banyaknya syarikat logistik terbina dan berkembang maju bagi memuaskan hati pelanggan dalam kesinambungan peluang perniagaan.

4. Pengubahsuaian Model Perniagaan

Pandemik telah menunjukkan perniagaan di semua industri bahawa mereka perlu mempunyai amalan yang membolehkan mereka menghadapi krisis yang tidak dijangka. Untuk terus hidup, perniagaan mesti berdaya tahan, bersesuaian dan kreatif. Jadi apa yang menjadikan syarikat berdaya tahan? Satu penyelesaian ialah ketangkasan. Pemodelan perniagaan tangkas ialah strategi perniagaan baharu yang mendapat momentum akibat wabak Covid. Ketangkasan perniagaan ialah keupayaan organisasi untuk menyesuaikan diri dengan cepat, bertindak balas dengan pantas, menjadi kreatif, memimpin perubahan dan mengekalkan kelebihan daya saingnya apabila berhadapan dengan masalah yang sukar dan ketidakpastian. Jika perniagaan boleh kekal tangkas, maka peluang untuk berjaya dan bertahan adalah lebih tinggi.

5. Penjenamaan Semula Imej Syarikat

Dengan sumber yang lebih sedikit untuk digunakan semula dan rangkaian pelanggan yang lebih kecil, perniagaan kecil telah mengalami pandemik lebih daripada yang lebih besar. Satu strategi untuk bersaing dengan syarikat yang lebih besar ialah penjenamaan semula. Menukar imej syarikat atau menawarkan perkhidmatan baharu yang bertindak balas kepada arah aliran baharu ialah cara terbaik untuk syarikat membezakan diri mereka daripada persaingan. Penjenamaan semula ialah cara syarikat menggunakan taktik psikologi untuk kelebihan mereka. Ini kerana ia membantu mengubah persepsi pelanggan terhadap jenama dan menggalakkan mereka untuk terlibat dengannya.

KESIMPULAN

Ahli teori pengurusan Henry Mintzberg terkenal mendefinisikan strategi sebagai 5Ps: pelan, muslihat, corak, kedudukan dan perspektif.

Untuk membuat keputusan strategik yang bijak, anda mesti memahami kedudukan organisasi anda dalam persekitaran anda. Siapa anda dalam pasaran anda, apakah peranan anda dalam ekosistem anda dan siapa pesaing utama anda? Anda juga mesti faham ke mana hala tuju dan objektif anda.

Pelan ialah satu tindakan yang menunjukkan jalan ke kedudukan yang anda ingin capai. Ia harus menjelaskan perkara yang anda perlu lakukan hari ini untuk mencapai objektif anda esok. Dalam konteks semasa, persoalannya ialah apa yang anda mesti lakukan untuk mengharungi krisis dan kembali ke perniagaan apabila ia berakhir.

Perspektif bermaksud cara sesebuah organisasi melihat dunia dan dirinya sendiri. Kemungkinan besar, budaya dan identiti anda akan berubah akibat wabak itu. Krisis boleh menyatukan orang ramai dan memudahkan semangat ketahanan kolektif — tetapi ia juga boleh menolak orang ramai, dengan individu tidak mempercayai satu sama lain dan kebanyakannya menjaga diri mereka sendiri. Adalah penting untuk mempertimbangkan bagaimana perspektif anda mungkin berkembang.

Cabarannya adalah untuk mengutamakan dan menyelaraskan inisiatif yang akan membuktikan masa depan organisasi. Berhati-hati dengan memulakan banyak projek yang semuanya bergantung pada sumber kritikal yang sama, yang mungkin individu tertentu, seperti pengurus atasan, atau jabatan tertentu, seperti IT. Dengan terlalu banyak inisiatif baharu, anda boleh berakhir dengan perang ke atas sumber yang melambatkan atau menggagalkan tindak balas strategik anda.

Akhir sekali, anda perlu menilai kesediaan organisasi anda. Adakah anda bersedia dan mampu melaksanakan projek yang telah anda gariskan, terutamanya jika kebanyakan organisasi anda telah beralih ke kerja jauh? Kelebihan sumber yang ada, bersama-sama dengan kelajuan dan kualiti proses membuat keputusan, sangat berbeza-beza dan perbezaan akan menentukan siapa yang mencapai dan siapa yang tidak berjaya.

Rujukan

1. <https://www.eseibusinessschool.com/5-business-strategies-for-surviving-the-pandemic/>
2. <https://hbr.org/2020/04/preparing-your-business-for-a-post-pandemic-world>



USAHAWAN BURGER BERJAYA



**DATO' DR
RAMLY MOKNI**

Iskandar Ariffin, Bashir Ahmad Shabir Ahmad
& Mohd Elfee Ab Rashidli

KEPIMPINAN

Berani mengambil risiko merupakan salah satu ciri penting yang perlu wujud dalam diri seseorang usahawan. Ciri ini membezakan seseorang usahawan dengan usahawan yang lain. Ini kerana risiko yang diambil perlu diiringi dengan penelitian yang tajam dan berhati-hati. Begitulah ciri yang terdapat dalam diri usahawan Melayu Islam yang terkenal iaitu Dato' Ramly bin Mokni, pemilik Ramly Food Processing Sdn. Bhd. Syarikat ini telah ditubuhkan pada 13 Julai 1984 dan fokus pada industri pembuatan produk makanan berasaskan daging lembu, ayam dan hasilan laut berjenama Ramly. Burger, nuget, *frankfurter* dan *drummet* adalah antara produk yang amat diminati ramai. Berkat kesungguhan beliau, akhirnya syarikatnya telah berjaya berkembang. Ramly Food Processing Sdn. Bhd, Ramly Mokni Marketing Sdn. Bhd, Ramly Supermart Sdn. Bhd dan Ramly Mokni Bakery Sdn. Bhd adalah contoh anak-anak syarikat miliknya. Sebagai tambahan, syarikatnya telah menerima tiga kali Anugerah dari Bank Pembangunan, "Anugerah Projek Terbaik" (1982), "Pembangunan Pelanggan Anugerah" (1984) dan "Anugerah Usahawan Jaya" (1992).

Dato' Ramly merupakan seorang tokoh usahawan Melayu yang telah mengecapi dan mencapai kejayaan dalam bidang keusahawanan dengan begitu cemerlang dan patut dicontohi oleh usahawan-usahawan bumiputera yang lain. Kejayaannya bukanlah dapat dinikmati dalam sekelip mata, tetapi terpaksa mengharungi pelbagai cabaran dan halangan. Kerana keyakinannya untuk menanggung risiko yang tinggi, dan ketabahan serta kecekalan hatinya, beliau telah dapat mengembangkan perniagaannya dari gerai menjual burger sehingga membuka kilang untuk mengeluarkan daging burger. Hari ini, jualan tahunan Ramly Burger mencecah RM1 billion dan daging yang digunakan untuk sehari menghampiri 1.5 tan untuk menghasilkan pelbagai jenis produk jenama Ramly.

Kegagalan demi kegagalan ditempuhi oleh beliau, namun kegagalan tersebut tidak menghalang beliau untuk terus berusaha sehingga mampu kekal relevan dalam industri makanan sejukbeku sehingga ke hari ini dan mampu mengembangkan perniagaan sehingga ke negara jiran, Singapura.





Ciri-ciri keusahawanan dan kepimpinan yang berkesan perlu wujud dalam diri seseorang usahawan yang berjaya. Dato' Ramly mempunyai pakej tersebut dalam usaha beliau mengemudi empayar perniagaannya. Usahawan yang berjaya perlu mempunyai ciri-ciri berikut:

1. Berani mengambil risiko

Seorang usahawan perlu berani untuk mengambil risiko dan peluang. Ini seterusnya akan membantu mereka menjadi lebih yakin dalam membuat keputusan. Apabila keyakinan diri seorang usahawan bertambah, maka ianya dapat membantu usahawan untuk membuat sesuatu perancangan perniagaan dengan lebih baik. Ini secara tidak langsung dapat membantu mengurangkan tahap risiko dan ketidaktentuan dalam perniagaan. Selain itu, sikap berani juga kebiasaannya membantu para usahawan untuk lebih peka dengan keperluan dan kehendak di sekeliling. Dato' Ramly berani mengambil risiko untuk melaksanakan perniagaan daging burgernya walaupun beliau menyedari bahawa 90 peratus rakyat Malaysia makan nasi dan nasi adalah makanan ruji bagi rakyat Malaysia.

2. Proaktif menghidu peluang baru

Usahawan perlu lebih proaktif. Proaktif bermaksud bijak menghidu peluang untuk menjana lebih pendapatan dan kekal relevan dalam pasaran. Bekerja keras di peringkat awal di samping perlu ada perancangan yang teliti dalam merancang strategi serta bijak merebut peluang yang ada. Beliau menyedari bahawa Malaysia memiliki kapasiti penduduk yang ramai dan kebanyakannya adalah beragama Islam yang mementingkan halal dan haram. Beliau telah mengambil langkah yang proaktif apabila beliau mencipta daging dan burgernya sendiri yang di jamin halal untuk rakyat Malaysia.

3. Semangat dan berwawasan

Semangat dan wawasan adalah apa yang diperlukan bagi seorang usahawan untuk memulakan sesuatu yang baru. Ia memberikan mereka peluang untuk meyakinkan orang lain agar percaya pada kemampuan mereka. Semangat yang dimiliki oleh pengasas burger ini sangat kuat apabila beliau dari jatuh beliau bangkit sehingga berjaya dan terkenal. Burgernya merupakan burger pertama yang diasaskan oleh rakyat Malaysia sendiri dan tertubuh di Malaysia. Satu-satunya burger yang tidak dapat diragui halalnyanya. Beliau seorang yang berwawasan.

4. Budaya terbuka

Usahawan berjaya perlu tindakbalas pantas kepada keperluan pasaran yang sentiasa berubah. Sebagai contoh, seorang usahawan yang menjual pakaian, mereka perlu sentiasa peka dengan fesyen terkini bagi mengelakkan risiko kehilangan pelanggan. Disamping itu, usahawan perlu berani mengubah visi dan matlamat mereka untuk memenuhi keperluan pelanggan. Ia bukan sahaja menjadikan perniagaan usahawan terus maju bahkan akan menjadikan pelanggan terus setia dengan produk keluaran syarikat tersebut seperti Burger Ramly yang kini bukan sahaja tertumpu kepada burger, malah produknya telah di pelbagaikan dengan adanya pelbagai jenis nuget, sos, ubi kentang dan sebagainya. Ini menyebabkan pelanggan Burger Ramly tidak tertumpu hanya kepada burger tetapi makanan ringan yang lain juga.



5. Keinginan yang kuat untuk berjaya

Selain itu, seorang usahawan yang berwawasan seharusnya memiliki keinginan yang sangat kuat dalam mencapai kejayaan. Ini termasuklah memiliki keupayaan untuk kembali berdiri selepas menghadapi cabaran dan dugaan yang sukar. Ia akan menjadikan usahawan tidak mudah menyerah dalam segala hal. Seperti Dato' Ramly, beliau telah gagal dalam perusahaannya namun dia tetap bertahan dan tidak berputus asa apabila masih lagi meneruskan perniagaan itu secara kecil-kecilan sehingga berjaya dan gerai burgernya dikenali.

Kesimpulannya, usahawan yang berjaya perlu mempunyai gaya kepimpinan yang cekap, berjiwa kental di samping berani untuk mengambil risiko. Untuk kekal relevan dalam sesuatu perniagaan, perlu kepada kerja keras tanpa mudah berputus asa dan perlu berjiwa besar.



PEMBANGUNAN DIRI



BERNIAGA DI USIA PERSARAAN?

Maziah Mohamed Arif & Nooraza Tukiran

Dalam setahun dua kebelakangan ini, kita acap kali terlihat di lembaran berita ramainya pekerja, khususnya penjawat awam yang bersara awal dan menceburi bidang perniagaan. Persoalannya ialah adakah tindakan ini wajar? Persoalan ini dikupas secara umum dari segi kelebihan dan kekurangan, dan juga persiapan berniaga di usia lanjut.

Pastinya tidak mustahil bagi seseorang untuk memulakan perniagaan di usia lanjut. Banyak pengusaha yang berjaya memulai atau mengelola perniagaan di usia yang lebih tua. Contohnya Raymond Kroc mengasaskan McDonald's pada usia 52 tahun. John Pemberton memulakan bisnes Coca-Cola tatkala berusia 55 tahun. Manakala, Colonel Harland David Sanders mengasaskan KFC pada usia 66 tahun. Namun, ada beberapa perkara yang perlu diberi pertimbangan.

Pada usia yang lebih tua, agak sukar untuk memulakan perniagaan dari awal. Ini adalah kerana risiko kewangan dan kesukaran bagi mendapatkan potensi pelabur dalam memulakan perniagaan yang baru. Namun, berbekalkan pengalaman hidup dan pengetahuan yang telah terkumpul selama bertahun-tahun dapat membantu untuk mengenalpasti peluang perniagaan dengan bijak dan tepat.



Usia bukanlah halangan untuk memulakan atau mengembangkan perniagaan.

Kebaikan:

- **Pengalaman dan pengetahuan:** Seseorang yang telah melalui transisi kehidupan dari usia muda ke usia yang lebih matang dengan pelbagai situasi, pastinya memiliki pengalaman dan pengetahuan yang berharga dalam memulakan perniagaan.
- **Jaringan dan hubungan:** Seiring bertambahnya usia, seseorang biasanya memiliki jaringan dan hubungan yang luas. Hal ini dapat membantu dalam mempromosikan perniagaan dan membangun lingkaran kenalan yang penting untuk kejayaan perniagaan.
- **Kebebasan kewangan:** Di usia lanjut, seseorang mungkin telah mempersiapkan sumber kewangan untuk masa persaraan. Dengan memiliki sumber pendapatan tambahan dari perniagaan, hal ini dapat membantu meningkatkan kemampuan kewangan yang sedia ada.



Namun demikian, terdapat beberapa halangan yang harus dihadapi terutamanya bagi memulakan perniagaan di usia lanjut, seperti kesihatan dan stamina yang menurun, serta kesukaran dalam menghadapi teknologi yang terus berkembang. Oleh itu, sebelum memulakan perniagaan di usia lanjut, sebaiknya ada persediaan penilaian dan perancangan yang kukuh termasuklah mempertimbangkan faktor-faktor kesihatan dan sosial yang relevan.



Persiapan untuk berniaga di usia lanjut sebenarnya tidak jauh berbeza dengan persiapan untuk berniaga di usia yang lebih muda. Namun, ada beberapa perkara yang perlu dipertimbangkan agar dapat menjalankan perniagaan dengan lebih efektif dan efisien di usia lanjut. Berikut adalah beberapa perkara yang perlu dipertimbangkan:

1. **Menjaga kesihatan fizikal dan mental yang baik:** Kesihatan fizikal dan mental yang baik sangat penting dalam menjalankan perniagaan. Oleh itu, pastikan aturan jadual kerja yang realistik dan juga menjaga aspek kesihatan, seperti pola tidur yang baik, nutrisi yang seimbang, dan senaman.
2. **Menjaga hubungan baik dengan pelanggan:** Pelanggan adalah kunci kejayaan perniagaan. Oleh itu, pastikan untuk menjaga hubungan yang baik dengan pelanggan dan memperhatikan keperluan mereka. Dalam perniagaan, kepercayaan dan kesetiaan pelanggan sangat penting.
3. **Mengikuti tren dan perkembangan pasaran:** Perkembangan pasaran dan tren perniagaan terus berubah, terutama dalam era digital sekarang. Pastikan untuk terus mempelajari dan mengikuti tren terbaru dan memperbaharui strategi perniagaan anda secara berkala.
4. **Mengikuti perkembangan teknologi:** Teknologi sangat penting dalam dunia perniagaan. Pastikan untuk mengikuti, mempelajari dan memanfaatkan teknologi yang ada untuk meningkatkan kecekapan dan keberkesanan perniagaan anda.
5. **Menjaga kewangan yang sihat:** Kewangan yang sihat sangat penting dalam perniagaan. Pastikan untuk mengelola kewangan dengan baik dan membuat anggaran yang realistik. Jangan lupa untuk mengelola risiko dengan baik.
6. **Menjaga aspek undang-undang dan keizinan:** Keterbukaan tentang aspek undang-undang terkini, lesen dan yang terkait dengan perniagaan anda perlu diberi keutamaan. Pastikan perniagaan anda memenuhi semua syarat-syarat yang diperlukan.
7. **Membuat perancangan dan strategi:** Membuat perancangan dan strategi adalah hal yang penting, terutama jika anda merancang untuk keluar dari perniagaan pada masa hadapan. Pastikan untuk membuat perancangan yang jelas dan mempertimbangkan faktor-faktor seperti pemindahan kepemilikan, pengelolaan perniagaan, dan aspek kewangan.

Kesimpulannya, berniaga di usia lanjut mungkin tidak seintensif saat seseorang masih muda. Namun, itu tidak bermakna bahawa usia lanjut tidak sesuai untuk berniaga. Sebaliknya, dengan pengalaman, persiapan dan kebijaksanaan hidup, seseorang mungkin memiliki keunikan dalam menguruskan sesebuah perniagaan.



ECO-TOURISM

PEMACU EKONOMI MALAYSIA

Nurhanani Aflizan Muhamad Rusli, Dr. Jamilah Mohd Mahyideen,
Dr. Wan Normila Mohamad & Hafisah Yaakob



EKONOMI

Pelancongan ekologi ialah aktiviti yang melibatkan lawatan ke tempat-tempat yang mempunyai keindahan alam semula jadi. Secara amnya, eko-pelancongan bertumpu kepada interaksi dengan komponen alami dalam persekitaran semula jadi. Eko-pelancongan memberi tumpuan kepada perjalanan yang bertanggungjawab, pembangunan diri dan kelestarian alam sekitar. Eko-pelancongan lazimnya melibatkan perjalanan ke destinasi di mana flora, fauna dan warisan budaya merupakan tarikan utama. Eko-pelancongan bertujuan untuk menawarkan pelancong gambaran tentang kesan manusia terhadap alam sekitar dan untuk memupuk penghargaan yang lebih besar terhadap habitat semula jadi.

Eko-pelancongan menyasarkan kepada kesan alam sekitar yang minimum terhadap kawasan yang dilawati. Selain memupuk rasa hormat terhadap persekitaran semula jadi, eko-pelancongan juga membantu dalam mewujudkan faedah sosioekonomi kepada masyarakat di kawasan yang dilawati.

Eko-pelancongan merupakan salah satu produk pelancongan yang semakin popular dewasa ini. Ia telah diperkenalkan bukan sahaja di luar negara malah termasuk di Malaysia. Eko-pelancongan telah diberi perhatian dan mula dibangunkan dalam Rancangan Malaysia Ketujuh (RMK ke-7) dan Rancangan Malaysia Kelapan (RMK ke-8) dan dilaksanakan secara serius melalui penubuhan Pelan Eko-pelancongan Kebangsaan (2016-2025) pada tahun 2015.

Eko-pelancongan berbeza dengan pelancongan buatan manusia seperti di Menara Berkembar KLCC, Menara Kuala Lumpur, Zoo Negara dan sebagainya. Ia juga berbeza dengan konsep pelancongan massa "mass tourism" yang hanya memberi tumpuan dalam mempromosikan dan membangunkan destinasi pelancongan tanpa mengambil kira tentang penjagaan alam sekitar. Ini kerana, eko-pelancongan adalah berkonsepkan alam semula jadi dan melibatkan elemen pendidikan dan pembelajaran kepada pelancong dan penduduk tempatan melalui kepentingan pemeliharaan dan pemuliharaan alam semula jadi serta menyumbang faedah kepada ekonomi setempat disamping mereka boleh berhibur, merasai keseronokan dan menikmati keindahan alam.



Aktiviti eko-pelancongan akan memberi peluang kepada pelancong melawat kawasan-kawasan yang agak belum dimajukan untuk menyemai dan membangkitkan semangat penghargaan, penyertaan dan kepekaan penduduk tempatan khususnya dan pelancong.

— Pelancong dan penduduk setempat akan didedahkan tentang bagaimana mereka perlu menghargai alam sekitar di samping menikmati keindahannya pada masa yang sama.



Di Malaysia terdapat banyak destinasi eko-pelancongan yang telah diwujudkan untuk memberi pengalaman kepada pelancong sama ada dari dalam dan luar negara menikmati keindahan di kawasan semula jadi. Antara destinasi eko-pelancongan yang popular yang boleh disenaraikan ialah di Taman Negara Kuala Tahan (Pahang), Taman Negara Pulau Pinang (Pulau Pinang), Pulau Perhentian dan Pulau Redang, (Terengganu), Taman Negara Gua Mulu (Sarawak), Santuari Gajah Kuala Gandah (Pahang), Taman Geo Kilim Karst, Langkawi (Kedah), Pulau Sipadan dan Pulau Mabul (Sabah), Firefly Park Kuala Selangor dan lain-lain destinasi eko-pelancongan yang telah dibangunkan di seluruh negara.

Malaysia perlu mempunyai pemikiran ke depan dengan mengeksploitasi sumber alam semula jadi dan peninggalan sejarah di negara ini untuk menjana pendapatan negara. Banyak kelebihan dalam negara kita yang belum dimaksimum sepenuhnya, malah terbiar begitu lama. Sungai-sungai, gunung-ganang, warisan budaya berbilang masyarakat dalam setiap negeri perlu membuka mata kerajaan yang memerintah. Selepas dua tahun dibelenggu masalah ekonomi akibat Covid-19, pemulihan perlu pantas dengan meneroka sumber-sumber alam.

Penerokaan sektor pelancongan baharu akan membantu merangsang pertumbuhan ekonomi setempat berasaskan industri kecil dan sederhana (IKS) dalam kalangan rakyat terutama yang menetap di kawasan-kawasan terpencil dan luar bandar tetapi kaya dengan khazanah alam.



Impak Eko-Pelancongan terhadap Ekonomi

Tidak dapat dinafikan eko-pelancongan merupakan salah satu aktiviti pelancongan yang semakin popular dan digemari oleh pelancong pada masa kini. Secara amnya, produk eko-pelancongan dilihat amat memberikan impak yang positif dari sudut pembangunan industri pelancongan negara dan juga menghasilkan faedah dalam bentuk ekonomi kepada penduduk tempatan dan kerajaan. Ini dapat dilihat contoh destinasi eko-pelancongan di Pusat Konservasi Gajah Kebangsaan Kuala Gandah, Lanchang, Pahang di mana wujudnya kepelbagaian sumber ekonomi dan peluang pekerjaan kepada komuniti setempat dalam usaha pembangunan diri dan komuniti dalam ruang pembangunan tersebut. Dengan kehadiran pelancong yang ramai bukan sahaja dalam negara bahkan pelancong dari luar negara dapat meningkatkan lagi ekonomi setempat dan juga ekonomi negara khususnya melalui pendapatan tukaran wang asing yang mengalir masuk ke dalam negara.

Meningkatkan Sosio-Ekonomi Penduduk Tempatan

Ismail, Masron dan Ahmad (2014) menyatakan bahawa sektor pelancongan merupakan alat yang penting dalam pertumbuhan ekonomi negara yang mewujudkan peluang pekerjaan, peluang perniagaan, dan juga memperkasakan ekonomi masyarakat tempatan. Ramai isi rumah yang menukar pekerjaan dengan menceburi sektor ekonomi yang lebih baik khususnya pelancongan sebagai pekerja di resort, pemandu pelancong dan sebagainya. Masyarakat yang juga menetap di kampung atau kawasan pedalaman juga dapat menggunakan teknik dan kepakaran mereka dalam memproduksi kraf tangan khas Melayu yang diperbuat daripada rotan dan buluh dan sumber alam semula jadi yang lain. Secara tidak langsung, ramai masyarakat yang mempunyai kesempatan untuk menceburi industri pelancongan kerana peluang untuk mendapat keuntungan ialah luas. Selain itu, aktiviti inap desa merupakan contoh terbaik dalam hal ini. Inap desa di Sabah misalnya merupakan antara yang terbaik dan unik dengan penawaran aktiviti-aktiviti yang menarik dikawasan sekelilingnya. Inap desa Kampung Luanti di Sabah misalnya memiliki sebuah projek tagang yang bukan sahaja untuk tujuan perikanan tetapi juga memberikan pengalaman unik kepada pengunjung kerana para pelancong dapat menikmati spa ikan di kampung tersebut yang dijalankan oleh penduduk kampung. Dengan kehadiran pelancong yang ramai bukan sahaja dalam negara bahkan pelancong dari luar negara dapat meningkatkan lagi ekonomi setempat dan juga ekonomi negara khususnya juga melalui pendapatan tukaran wang asing yang mengalir masuk ke dalam negara.



Menggalakkan Kepelbagaian Aktiviti Ekonomi

Sektor pelancongan turut menggalakkan pertumbuhan atau perkembangan kepelbagaian ekonomi yang berkaitan seperti pengusahaan kedai runcit, kedai cenderamata dan kraf tangan, perniagaan makanan, pengangkutan, telekomunikasi, penginapan dan lain-lain yang berkait secara langsung dan tidak langsung dengan sektor pelancongan. Kawasan-kawasan mundur dapat dibangunkan apabila pembangunan sumber alam dilakukan untuk aktiviti pelancongan di kawasan tersebut. Sektor pelancongan berupaya menukarkan struktur ekonomi setempat yang bersifat tradisional kepada ekonomi moden di samping menggalakkan pertumbuhan pusat-pusat ekonomi yang baru khususnya di kawasan pedalaman dan luar bandar. Dengan kata lain, pelancongan desa sebenarnya dapat memajukan eko-pelancongan (*eco-tourism*) di kawasan-kawasan desa dan luar bandar bagi membawa manfaat ekonomi kepada kumpulan sasaran tempatan.

Rujukan:

1. <https://ms.wikipedia.org/wiki/Ekopelancongan>
2. <https://www.utusan.com.my/commentary/eko-pelancongan-di-mana-kita/>
3. <https://www.majalahsains.com/ekopelancongan-dan-impak-kepada-ekonomi-sosial-dan-alam-sekitar/>
4. Mohammad Roszaimin Rosli & Indera Syahrul Mat Radzuan (2022) Manfaat Ekopelancongan Terhadap Ekonomi Sektor Formal dan Informal: Kajian Kes di Pulau Chekas, Raub, Pahang



IDEA PERNIAGAAN

PENGASAS PRODUK DAN PENGILANG OEM: KERJASAMA TEMBUSI PASARAN DENGAN CEPAT DAN MUDAH

Nur Fadhlina Zainal Abedin & Dr. Faridah Pardi

Pengenalan – Apakah OEM?

Kebelakangan ini, terdapat kemunculan pengasas-pengasas pelbagai produk seumpama cendawan yang tumbuh selepas hujan. Ini kerana di Malaysia, Industri Pengilang Peralatan Asal atau istilah Inggeris nya; *Original Equipment Manufacturer* (OEM) telah berkembang menjadi sebuah alternatif mudah dalam merealisasikan konsep perniagaan mereka tanpa perlu menangani kerumitan menubuhkan fasiliti pembuatan sendiri. Permintaan terhadap OEM di Malaysia bukan sahaja daripada usahawan tempatan tetapi juga daripada syarikat global secara amnya.

Pada asasnya, OEM melibatkan kerjasama antara dua pihak iaitu pengasas produk dan pengilang OEM yang berkepakaran dan bertauliah. Ia adalah perkongsian dinamik di antara dua pihak ini di mana idea produk pengasas (konsep, spesifikasi, dan pandangan pasaran) menjadi kenyataan melalui kepakaran pengilang OEM yang mempunyai pengalaman dan pengetahuan teknikal dalam pengeluaran. OEM memberi pelbagai faedah kepada pengasas produk termasuk dapat menghasilkan produk dengan kos dan risiko yang lebih rendah berbanding membina fasiliti pengeluaran sendiri.





KELEBIHAN OEM

1. Keberkesanan Kos

Antara kelebihan yang paling ketara dalam operasi OEM adalah kos yang lebih rendah serta praktikal. Proses meliputi pembuatan peralatan, penyelidikan dan pembangunan, dan operasi pengeluaran memerlukan kos yang amat tinggi. Melalui OEM, pengasas produk tidak perlu membuat pelaburan besar dalam penyediaan infrastruktur pembuatan. Mereka hanya perlu membayar untuk perkhidmatan pengeluaran yang diperlukan.

2. Kepakaran dan Teknologi

Pengeluar OEM biasanya mempunyai kepakaran dan teknologi canggih dalam bidang mereka. Ini membolehkan pengasas produk mendapatkan manfaat dari pengetahuan dan kepakaran mereka tanpa perlu membangunkan kemahiran sendiri atau mencari tenaga pakar.

3. Fokus kepada Pembangunan Produk

Dengan memilih untuk bekerjasama dengan pengeluar OEM, pengasas produk dapat menumpukan tenaga dan sumber kepada pembangunan dan pengukuhan produk termasuk pemasaran. Ini termasuk pemilihan bahan, reka bentuk produk, dan pematuhan terhadap spesifikasi yang ditetapkan.

4. Kebolehskalaan dan Daya Tahan

Menerusi OEM, pengasas produk berupaya menambah keuntungan dari peningkatan kemampuan pengeluaran seiring dengan pertambahan permintaan terhadap produk. Ini membolehkan penyesuaian mudah dalam skala pengeluaran mengikut keperluan pasaran tanpa meningkatkan kos *overhead*.

5. Mengurangkan Risiko

Menguruskan operasi pengeluaran sendiri melibatkan risiko yang tinggi seperti isu kualiti produk, kesan perubahan teknologi, atau perubahan dalam permintaan pasaran. Melalui kerjasama dengan pengeluar OEM, risiko ini dapat dikurangkan kerana pengeluar sudah mempunyai pengetahuan dan maklumat mendalam tentang pasaran produk berkenaan.

6. Menjimatkan Masa

Melalui OEM, pengasas produk boleh mengurangkan masa yang diperlukan untuk membawa produk ke pasaran. Ini adalah kerana pengeluar OEM biasanya mempunyai proses pengeluaran yang mapan dengan tenaga kerja yang berpengalaman dan cekap, serta mempunyai rangkaian pemasaran yang luas.

7. Akses kepada kemampuan R&D

Pengeluar OEM biasanya mempunyai kemampuan penyelidikan dan pembangunan yang kukuh. Ini boleh dimanfaatkan oleh pengasas produk untuk menambahbaik dan mempertingkatkan kualiti produk mereka sepanjang masa.



Bagi pengasas produk yang mungkin tidak mempunyai pengetahuan mendalam tentang prosedur dan peraturan seperti keperluan berdaftar dengan Kementerian Kesihatan Malaysia (KKM), pensijilan MeSTI untuk jaminan keselamatan makanan, kelulusan sijil halal, pengauditan dan sebagainya, pihak pengilang OEM dapat menguruskan prosedur ini.

Melalui kerjasama dengan pengeluar OEM yang berpengalaman, pengasas produk dapat mengurangkan risiko ketidakpatuhan piawaian yang ditetapkan. Risiko tindakan undang-undang atau denda akibat ketidakpatuhan juga dapat dikurangkan. Kelebihan ini seterusnya membolehkan mereka melancarkan produk dengan yakin tanpa perlu berdepan dengan risiko masalah undang-undang atau pemeriksaan yang tidak diinginkan.

Pematuhan peraturan dan undang-undang sangat penting terutamanya dalam menjaga reputasi jenama dan menarik keyakinan pelanggan.

KELEBIHAN DARI SEGI PROSEDUR DAN PERATURAN

1. Kepatuhan Peraturan dan Piawaian Industri

Pengeluar OEM biasanya memahami sepenuhnya keperluan peraturan dan piawaian industri yang ditetapkan oleh pihak berkuasa. Melalui kerjasama dengan pengeluar OEM, pengasas produk dapat memastikan bahawa produk berkenaan mematuhi semua peraturan dan piawaian yang ditetapkan.

2. Pengurusan Proses Kelulusan

Proses mendapatkan kelulusan dari agensi contohnya KKM atau JAKIM boleh menjadi rumit dan memerlukan pemahaman yang mendalam. Pengeluar OEM yang sudah berpengalaman dapat membantu menguruskan proses ini dengan lancar dan mengatasi sebarang masalah yang mungkin timbul. Contohnya jika produk tersebut melibatkan permohonan sijil halal atau memerlukan kelulusan pihak berkuasa agama, pengeluar OEM yang berpengalaman berupaya membantu proses tersebut diuruskan dengan betul.

3. Penyediaan Dokumentasi dan Rekod

Agensi seperti KKM atau JAKIM mungkin akan menjalankan pemeriksaan atau audit dari masa ke semasa. Pengilang OEM yang berpengalaman dalam pengurusan audit boleh membantu pengasas produk dalam mengemaskini dokumen dan rekod yang diperlukan untuk mematuhi peraturan dan piawai yang berkenaan. Ini termasuk rekod proses pembuatan, bahan-bahan yang digunakan dan pemeriksaan kualiti.

LANGKAH-LANGKAH

Secara umumnya, langkah-langkah yang digalakkan apabila ingin mengeluarkan sesuatu produk dengan pengilang OEM adalah:

1. Penjanaan dan Definisi Idea

Proses bermula dengan mengilhamkan idea produk yang menyelesaikan masalah pasaran. Tentukan sasaran pasaran dan pelanggan, ciri-ciri khas yang ditawarkan dan sebagainya.

2. Penyelidikan dan Perancangan

Pengusaha perlu memahami landskap pasaran, persaingan, dan potensi permintaan produk yang akan dikeluarkan. Penerangan tentang spesifikasi, elemen reka bentuk, dan fungsi produk juga adalah perlu difahami dengan mendalam.

3. Kenal Pasti Rakan OEM yang Tepat

Lakukan penyelidikan pengilang OEM yang pakar dalam industri produk yang ingin dikeluarkan. Kenalpasti pengilang yang terbukti menghasilkan produk berkualiti tinggi dan menawarkan pilihan yang bersesuaian.

4. Penyesuaian dan Kerjasama

Berkolaborasi rapat dengan pengilang OEM yang dipilih untuk menyesuaikan reka bentuk, bahan dan ciri-ciri produk. Prototaip dan sampel dapat membantu dalam membentuk produk akhir yang sejajar dengan kehendak syarikat.

5. Perjanjian Kerjasama

Menandatangani perjanjian pengeluaran yang merangkumi terma, tanggungjawab, jangka masa, termasuk aspek kos dan hak harta intelek.

Contoh:

PROSES OEM DALAM F&B

1. Penciptaan Resipi/Penyusunan Formula

Bekerjasama rapat dengan pengilang OEM untuk merumuskan resipi atau komposisi produk. Ini merangkumi menentukan kuantiti ramuan, profil pemakanan, rasa, tekstur dan penampilan.

2. Pencarian Ramuan

Syarikat jenama dan pengilang OEM bekerjasama untuk mendapatkan ramuan yang diperlukan. Ini boleh merangkumi bahan mentah seperti tepung dan rempah untuk produk makanan atau minyak pati dan ekstrak botani untuk produk kecantikan.

3. Sampel dan Ujian Produk

Prototaip dibangunkan oleh pengilang OEM berdasarkan resipi. Syarikat jenama menilai sampel ini dari segi rasa, kualiti dan pematuhan terhadap spesifikasi. Ujian berulang memastikan produk akhir memenuhi piawaian yang dikehendaki.

4. Pembuatan dan Pembungkusan

Setelah produk diperbaiki, pengilang OEM akan meningkatkan pengeluaran. Ini melibatkan mendapatkan, memproses dan menghasilkan ramuan mengikut resipi yang diluluskan. Sambil itu, bahan pembungkusan dipilih dan diberi jenama selaras dengan identiti jenama.

5. Kawalan Kualiti dan Jaminan

Sepanjang pengeluaran, langkah-langkah kawalan kualiti yang ketat dilaksanakan untuk memastikan konsistensi dan keselamatan. Ini termasuk ujian untuk pencemar, kestabilan dan pematuhan terhadap piawaian kawalan.

6. Pengedaran dan Pemasaran

Pengilang OEM membungkus produk akhir dan menghantar ke pusat pengedaran. Syarikat jenama bertanggungjawab untuk pemasaran, pembinaan jenama dan mempromosikan produk kepada pengguna.

Kesimpulan

Mengasaskan produk melalui OEM adalah tentang inovasi, kerjasama, dan kecekapan OEM di Malaysia. Ia seumpama landasan yang membolehkan usahawan membawa idea produk mereka menjadi kenyataan tanpa kerumitan infrastruktur pembuatan. Walaupun begitu, pemilihan pengilang OEM mestilah bertaraf GMP (*Good Manufacturer Practice*). Ia adalah pengiktirafan yang diberikan oleh badan kerajaan kepada sesebuah kilang yang menepati panduan dalam menghasilkan produk OEM. Kilang OEM bertaraf GMP dapat menjamin penghasilan produk yang berkualiti tinggi. Bagi memastikan produk kekal relevan dalam pasaran, ia tidak semudah mengasaskan sesebuah produk semata-mata. Ia memerlukan komitmen yang tinggi untuk memastikan produk dapat bersaing dan menjadi pilihan ramai.

KEWANGAN DAN PELABURAN

MODEL: EMPAT (4) PERINGKAT KEKAYAAN

Mohd Elfee Ab Rashid, Iskandar Arifin &
Bashir Ahmad Sabir Ahmad

'Apabila anda cuba untuk memahami cara untuk mengawal kewangan anda, mungkin agak sukar untuk mengenalpasti di mana hendak bermula.'



10 Orang Terkaya Malaysia 2020

 1 Robert Kuok \$11500J (-\$1300J) <small>Savit, Perkapalan, Hartanah</small>	 2 Quek Long Chan \$9700J (+\$900J) <small>Perbankan, Hartanah</small>	 3 Ananda Krishnan \$5900J (-\$900J) <small>Telecoms, Perkhidmatan Wajap</small>	 4 Chen Lip Keong \$5300J (+\$300J) <small>Kelako, Hartanah, Tenaga</small>	 5 Teh Hong Piew \$4850J (-\$1850J) <small>Perbankan</small>
 6 Lee Yaw Chor & Yeow Seng \$4800J <small>(Meraka dari Lee Shin Cheng, Basri Savit, Hartanah)</small>	 7 Lim Kwi Thay \$3200J (-\$1200J) <small>Kelako</small>	 8 Koon Poh Keong, Poh Ming & Poh Weng \$3000J (+\$400J) <small>Aluminiun</small>	 9 Nisan Nam Han \$2800J (+\$600J) <small>Serang Tangan Statistik</small>	 10 Lau Cho Kan \$2300J (-\$1100J) <small>Savit, Hartanah</small>

Sumber: Forbes. *Perbezaan dan 2019. **Angka dalam ROS. Ekonomi Rakyat

Sudah pasti akan banyak persoalan yang timbul di fikiran apabila kita cuba untuk mengawal kewangan kita antaranya:

- Patutkah kita mengurangkan perbelanjaan harian dengan melupakan secawan kopi yang mahal atau menahan diri daripada menekan butang beli sekarang yang menggoda?
- Adakah ianya lebih penting memberi tumpuan untuk menambah pendapatan? Jika makan gaji, perlukah bertukar kepada pekerjaan yang menawarkan gaji yang lebih lumayan?

- Jika sebagai peniaga adakah perlu untuk pertimbangkan lebih banyak pengiklanan, meningkatkan harga atau mencari pelanggan yang lain?
- Adakah pelaburan merupakan kunci kepada kebebasan kewangan anda?

Tapi pada akhirnya kita merasakan sangat sukar untuk memberi keutamaan terutamanya apabila setiap aspek kewangan kita saling berhubung dan berkaitan dengan setiap bahagian yang lain, malah ramai daripada kita akhirnya cuba untuk melakukan semuanya serentak dan keputusannya adalah kita tidak mencapai objektif yang kita kehendaki.

Hakikatnya, tidak ada satu jawapan tepat yang sesuai dengan semua orang apabila ia berkaitan dengan mengawal kewangan anda. Tetapi, mungkin ada jawapan yang tepat untuk kita sekiranya kita tahu di mana tahap kita sekarang, maka kemungkinannya kita boleh memikirkan keutamaan yang seterusnya yang terbaik untuk kita lakukan. Empat (4) peringkat kekayaan merupakan model mudah yang boleh membantu kita melakukan perkara tersebut.

Peringkat manakah yang paling menggambarkan keadaan kewangan kita?

Peringkat 1

KESTABILAN [Perbelanjaan = Pendapatan]

Katakan kita bekerja dengan gaji RM60,000 setahun, dan perbelanjaan hidup kita juga RM60,000 setahun. Ini bermakna kita berada pada peringkat kestabilan. Pendapatan kita adalah sama dengan perbelanjaan kita. Pada akhir setiap bulan, kita tidak mempunyai apa-apa lagi dalam akaun bank, tetapi perbelanjaan dan pendapatan kita adalah stabil. Kita tidak menambah hutang dan pada masa yang sama kita tidak mempunyai simpanan.

Peringkat 2

KESELAMATAN [Perbelanjaan < Pendapatan + Tabungan untuk perkara luar jangka]

Jika kita memperoleh pendapatan RM60,000 setahun dan perbelanjaan kita ialah RM50,000 setahun maka kita mungkin berada pada peringkat keselamatan. Dalam konteks ini perbelanjaan kita dilindungi oleh pendapatan yang kita perolehi dan dengan sedikit baki simpanan. Pada peringkat ini, kita mempunyai tabungan 'rainy day fund' yang bermakna kita mempunyai lebih wang untuk menampung perbelanjaan kita sekiranya sesuatu yang tidak dijangka berlaku.

Peringkat 3

KEBEBASAN [Perbelanjaan < Pendapatan aset]

Inilah yang dinamakan "kebebasan kewangan" yang kebanyakan sukar untuk kita takrifkan. Pada peringkat ini, apa jua perbelanjaan sara hidup kita akan ditanggung oleh wang yang dijana oleh aset kita seperti pendapatan daripada harta seperti hasil kutipan sewa, dividen daripada saham, atau keuntungan daripada perniagaan yang kita tidak perlu usahakan. Sebarang jumlah wang yang kita perolehi adalah bonus kerana pada tahap ini, segala perbelanjaan untuk kehidupan kita dilindungi oleh pendapatan aset kita. Dalam erti kata lain, sebaik sahaja kita capai peringkat kebebasan kewangan, kita tidak lagi perlu bekerja untuk mengekalkan taraf hidup kerana hasil pelaburan kita akan menampung kos harian kita.

Peringkat 4

KEMEWAHAN [Kepelbagaian pendapatan aset]

Peringkat akhir kekayaan adalah kemewahan. Seperti mana dengan kebebasan, semua perbelanjaan kehidupan kita ditanggung sepenuhnya oleh pendapatan daripada aset kita. Malahan lebih daripada itu, ini adalah merupakan titik tolak di mana kita mula mempelbagaikan bentuk pelaburan dalam banyak bentuk aset yang berbeza. Pada peringkat ini, kita mula memahami keseluruhan pasaran dan peranan yang boleh kita laksanakan dalam pasaran tersebut.

Kita mungkin membaca sambil memikirkan bahawa semua peringkat adalah baik dan bagus tetapi kita tidak pasti kita di peringkat yang mana. Ini mungkin disebabkan kita merupakan seseorang yang bekerja sendiri yang mana pendapatan kita tidak konsisten dan perbelanjaan kehidupan pula sentiasa berubah atau sebenar-benarnya kita tidak pasti keadaan kewangan kita. Apabila kita menghadapi masalah ini sebenarnya kita tidak bersendirian. Ini adalah peringkat di mana kita gelarkan ia sebagai peringkat ketidakstabilan. Dalam edisi akan datang kita akan mengupas lebih lanjut berkaitan peringkat ketidakstabilan ini dan bagaimana kita boleh lakukan peralihan dari satu peringkat ke peringkat yang lain mengikut sistem piramid 4 peringkat kekayaan.

Artikel ini diadaptasi daripada penulisan oleh Joanna Martin – One of many™

TikTok dalam Perniagaan di Malaysia: Menggenggam Peluang Digital

Nur Alia Amirnordin, Hilwana Abd Karim, Dr. Nurazilah Zainal, Norhaniza Md Akhir
& Tengku Sharifeleani Ratul Maknu Tengku Sulaiman

Pengenalan

Dalam era digital yang semakin canggih, perniagaan di Malaysia semakin peka terhadap kepentingan memanfaatkan platform media sosial untuk meningkatkan daya saing mereka. Salah satu platform yang semakin mendapat tumpuan adalah TikTok. TikTok, sebuah aplikasi media sosial yang popular di kalangan generasi muda, memberikan peluang yang besar kepada pemilik perniagaan untuk memasarkan produk dan perkhidmatan mereka kepada khalayak yang lebih luas dan beraneka ragam. TikTok mula diperkenalkan pada tahun 2016 oleh syarikat teknologi China, ByteDance. Aplikasi ini membolehkan pengguna membuat dan berkongsi video pendek dalam pelbagai genre seperti tarian, komedi, muzik, serta pelbagai kandungan kreatif lain. Pengguna TikTok boleh menggunakan muzik popular, dialog filem, serta efek khas untuk menambahkan elemen kreatif kepada video mereka. Keunikan ini telah menarik perhatian jutaan pengguna dari pelbagai peringkat umur di seluruh dunia.

Mengapa TikTok Penting dalam Perniagaan

TikTok telah mencapai populariti yang mengagumkan di Malaysia dan seluruh dunia, dengan jutaan pengguna aktif setiap hari. Fenomena ini tidak boleh diabaikan oleh pemilik perniagaan di negara ini. Terdapat beberapa sebab mengapa TikTok penting dalam perniagaan di Malaysia:

1. Jangkauan Global dan Pemilihan Sasaran: TikTok mempunyai lebih daripada ratusan juta pengguna di seluruh dunia, yang membuka peluang kepada perniagaan untuk mencapai audiens global. Sasaran audiens boleh dipilih berdasarkan faktor-faktor seperti umur, minat, lokasi geografi dan banyak lagi bagi membolehkan anda menyusun kempen perniagaan yang menepati sasaran pelanggan.

2. Kandungan Kreatif dan Pendek: Kandungan di TikTok adalah pendek dan mudah diakses, biasanya hanya berlangsung beberapa saat. Ini merangsang kreativiti dalam menyampaikan mesej perniagaan anda dengan cara yang berbeza dan menarik perhatian.

3. Kebolehcapaian Organik: TikTok masih relatif baru dalam pemasaran media sosial, jadi peluang untuk mencapai audiens secara organik masih terbuka. Kandungan yang menarik dan kreatif boleh menjadi tular dengan cepat, tanpa perlu pelaburan besar.

4. Peluang Pemasaran Influencer: Banyak pengguna TikTok dengan pengikut yang besar (influencer) telah mencipta reputasi positif dalam platform ini. Mereka boleh membantu mempromosikan produk atau perkhidmatan perniagaan kepada pengikut mereka disamping membantu membangunkan jenama dan meningkatkan jualan.

5. Trend dan Kandungan Tular: TikTok dikenali kerana trend kandungannya yang sering menjadi tular. Pemilik perniagaan boleh menyertai trend ini dengan mencipta kandungan yang relevan, memberi peluang untuk menarik lebih banyak perhatian pengguna dan mendapat pendedahan.

6. Penglibatan dan Interaksi: TikTok menyediakan pelbagai alat interaktif seperti komen, sokongan, dan "duet" yang membolehkan pengguna berinteraksi dengan kandungan video secara langsung. Ini membina hubungan lebih dekat antara jenama dan pengguna.

7. Kandungan Berfokus Visual: TikTok adalah platform berfokus visual yang menjadikannya sangat sesuai untuk jenama yang ingin menonjolkan produk atau perkhidmatan mereka melalui kandungan yang menarik.

8. Penilaian Prestasi: TikTok menyediakan alat analitik yang membolehkan pemilik akaun menilai prestasi dan kandungan yang dikongsikan. Ini memudahkan mereka untuk memantau perkembangan dan menyesuaikan strategi perniagaan berdasarkan data yang diperoleh.

Namun, seperti mana-mana platform lain, kejayaan di TikTok juga bergantung pada pemahaman mendalam tentang audiens, kandungan yang relevan dan strategi pemasaran yang efektif.

Cabaran TikTok

Namun begitu, penggunaan TikTok dalam perniagaan juga menghadapi cabaran tertentu:

1. Kecairan Kandungan: Mencipta kandungan yang padat dan menarik dalam masa yang singkat boleh menjadi cabaran. Pemilik perniagaan perlu belajar menyampaikan mesej utama mereka dengan jelas dalam format video pendek.

2. Kesesuaian Kandungan: Pemilik perniagaan perlu memastikan kandungan mereka selaras dengan budaya dan nilai tempatan. Disamping itu, perlu memahami audiens sasaran dan menghasilkan kandungan yang relevan. Kandungan TikTok juga perlu mengambil kira sensitiviti adat, agama dan budaya masyarakat.

3. Saingan sengit: TikTok penuh dengan kandungan dari pelbagai pengguna dan perniagaan. Pemilik perniagaan perlu mencipta kandungan yang unik dan berbeza daripada saingan mereka. Persaingan menghasilkan video dan konten yang baharu memerlukan mereka sentiasa berfikir secara kreatif dan terkehadapan dari yang lain.

4. Jumlah tontonan: Mendapatkan tontonan dan keterlibatan yang tinggi adalah penting di TikTok. Tetapi, ia mungkin sukar untuk mendapatkan pengikut yang ramai pada awal penggunaan TikTok.

5. Pengurusan Masa: Aktif di TikTok memerlukan masa dan usaha yang berterusan. Pemilik perniagaan mungkin akan menghadapi cabaran dalam menguruskan platform ini sambil menjalankan urusan perniagaan mereka.

Strategi Berjaya dalam Menggunakan TikTok

Untuk berjaya menggunakan TikTok dalam perniagaan, terdapat beberapa strategi yang boleh diambil kira:

- 1. Kenali Audiens Sasaran:** Memahami siapa audiens sasaran anda adalah langkah penting. Ini akan membantu anda mencipta kandungan yang relevan dan menarik untuk mereka.
- 2. Kreatif dan Berinovasi:** TikTok adalah platform yang sangat visual dan kreatif. Fokuskan pada mencipta kandungan yang unik, menarik, dan menyeronokkan. Buatlah video yang memanfaatkan trend semasa, bunyi, efek visual dan suntingan yang dinamik.
- 3. Konsistensi dan Interaksi:** Konsisten dalam menghasilkan kandungan baru dan berinteraksi dengan pengguna adalah penting. Ini membina hubungan dan membantu menarik lebih ramai pengikut.
- 4. Kolaborasi dengan Penggiat TikTok:** Bekerjasama dengan penggiat kandungan yang popular dapat membantu meningkatkan jangkauan kandungan anda. Pilih mereka yang berkaitan dengan industri atau bidang perniagaan anda. Kolaborasi ini boleh membawa pengikut baru dan membantu memperluas jaringan anda.
- 5. Gunakan muzik yang sesuai:** Lagu-lagu popular dan efek suara adalah sebahagian daripada budaya TikTok. Pilih muzik yang sesuai dengan kandungan anda dan boleh mencetuskan respon emosi dari audiens.

Kesimpulan

TikTok telah muncul sebagai platform penting dalam perniagaan di Malaysia. Dengan kreativiti, strategi yang tepat, dan kesedaran mengenai cabaran yang wujud, perniagaan di Malaysia boleh memanfaatkan potensi TikTok untuk meningkatkan pemasaran dan pertumbuhan mereka dalam era digital yang semakin berkembang pesat. Dengan kreativiti, usahawan di Malaysia boleh menggabungkan kekuatan TikTok dalam usaha mereka untuk mencapai pertumbuhan perniagaan yang lebih mampan dengan mengambil inisiatif untuk memahami platform ini dan audiensnya serta memberi komitmen dalam menghasilkan kandungan berkualiti mengikut trend terkini.



TEKNOLOGI

TRANSFORMASI PERNIAGAAN MELALUI TEKNOLOGI DIGITAL

Dr. Nurazilah Zainal, Che Nurul Huda Che Bahrun, Hilwana Abd Karim, Nur Alia Amirnordin,
Norhaniza Md Akhir & Tengku Sharifeleani Ratul Maknu Tengku Sulaiman

Dunia berkembang semakin pesat dalam semua bidang termasuklah bidang teknologi. Setiap tahun, kita melihat pakar - pakar menghasilkan pelbagai jenis teknologi yang membantu manusia dalam menjalani kehidupan harian. Penggunaan teknologi juga telah meresap dalam dunia perniagaan. Hampir semua perniagaan dan industri di seluruh dunia menggunakan teknologi, bermula daripada operasi asas hingga operasi yang lebih kompleks. Kebergantungan kepada teknologi juga berlaku seawal di peringkat penyelidikan dan pembangunan (R&D), pengeluaran sehinggalah kepada penghantaran produk dan perkhidmatan. Kini semua perusahaan berpotensi untuk ke peringkat antarabangsa melalui penggunaan teknologi. Tanpa teknologi, idea globalisasi ini tidak akan menjadi kenyataan.

Inisiatif Kerajaan Melalui Belanjawan 2023

Covid-19 telah mengubah gaya hidup kita semua dengan menghadkan pergerakan dan pertemuan, serta menggalakkan penggunaan aplikasi digital yang lebih meluas. Ini sekali gus mendorong dan menjadi pemangkin untuk meningkatkan keupayaan penggunaan teknologi maklumat dalam kehidupan seharian. Para usahawan perusahaan kecil dan sederhana (PKS) serta mikro telah disaran mempersiapkan diri melalui penggunaan teknologi digital bagi menghadapi senario perniagaan yang berbeza.

Perdana Menteri Malaysia, Datuk Seri Anwar Ibrahim dalam pembentangan Belanjawan 2023 telah menyeru semua peniaga untuk segera beradaptasi dengan teknologi digital supaya boleh meluaskan pasaran produk dan perkhidmatan mereka. Sebagai sokongan aktiviti automasi dan pendigitalan perniagaan, sejumlah RM100 juta disediakan di bawah Skim Geran Pendigitalan Perusahaan Kecil dan Sederhana (PKS) dan penjaja kecil. Selain itu, terdapat usaha pemeraksanaan peranan Pusat Ekonomi Digital (PEDi) yang bertujuan untuk membantu peniaga kecil dengan pengetahuan teknologi maklumat dan komunikasi (ICT) dan e-Dagang. Pada masa yang sama, Datuk Seri Anwar Ibrahim yang juga Menteri Kewangan, telah mengumumkan bahawa geran padanan sehingga RM5,000 akan dibayar kepada PKS dan penjaja kecil yang melanggan aplikasi pendigitalan perniagaan seperti sistem titik jualan (*Point on Sales*), perakaunan atau pengurusan inventori.

Sistem Titik Jualan (POS)

Tahun 2023 menandakan permulaan untuk mengintegrasikan teknologi di dalam perniagaan. Walaupun kedengarannya mahal, teknologi ini sebenarnya kini boleh didapati pada harga yang mampu milik. Selepas pandemik, para peniaga masih terkesan bagi mencari solusi untuk beroperasi sambil mengekalkan jarak sosial. Di sinilah teknologi digital muncul untuk memudahkan pengurusan dan operasi perniagaan. Oleh itu, ramai peniaga beralih menggunakan teknologi seperti kod QR, pesanan dalam talian, pembayaran tanpa sentuh, inventori automatik dan perisian pengurusan kakitangan. Semua komponen di atas boleh didapati dalam satu sistem, iaitu Point of Sale (POS). POS merupakan pusat utama bagi pengusaha mengendalikan perniagaan mereka dengan lancar serta memberi lebih tumpuan dalam memberikan perkhidmatan pelanggan yang terbaik. POS kini adalah satu keperluan dalam setiap cawangan industri makanan dan minuman (FnB). Ia menyediakan data penting yang membantu peniaga membuat keputusan dalam mengendalikan perniagaan. Beberapa langkah perlu diambil bagi memproses data untuk menjana keuntungan perniagaan:

Data + Analisis + Tindakan = Keuntungan

1. Meningkatkan hubungan pelanggan

Informasi pelanggan di dalam sistem POS bukanlah sekadar butir peribadi mereka semata-mata. Ciri ini dibangunkan untuk meningkatkan kesetiaan (*loyalty*) pelanggan, menjadikan kedai anda sebagai pilihan utama mereka. Informasi seperti jenis alergi, tarikh hari jadi dan tempat tinggal pelanggan membantu peniaga memberikan servis yang lebih *personalised* kepada pelanggan.

2. Mengawal inventori dan sisa makanan

Apabila peniaga mempunyai inventori yang lebih sistematik, ia boleh memantau keperluan bahan dengan lebih tepat dan mengurangkan pembaziran. Data inventori di dalam sistem POS membolehkan pengusaha melihat menu yang laris dijual. Dengan itu, peniaga boleh menentukan sama ada mengekalkan menu yang tidak menguntungkan atau mengubah senarai menu untuk menjadi lebih menarik bagi memikat pelanggan.

3. Mengurus kakitangan

Data yang diperolehi sistem POS dapat menganalisis waktu puncak perniagaan, membantu pengusaha menyusun jadual kakitangan dengan lebih cekap. Mungkin tidak boleh meramal dengan tepat waktu atau masa pelanggan akan bertambah, tetapi dengan menggunakan sistem data yang tepat ini, ia membantu pengusaha merancang jadual pekerja dengan lebih strategik. Dengan ciri-ciri yang terdapat di dalam sistem POS ini, isu pelanggan lari atau servis yang tidak memuaskan dapat dielakkan.

4. Pelaburan yang membawa pulang modal

Sistem POS sangat berguna untuk peniaga FnB kerana ia membekalkan informasi yang berpotensi meningkatkan prestasi perniagaan. Dengan mengambil langkah yang tepat berdasarkan data yang diperolehi, ia dapat membawa pulang modal dan menjamin keuntungan.

Untuk Malaysia menjadi sebuah negara berpendapatan tinggi, amatlah penting untuk memastikan ekosistem digital negara diperkukuhkan. Pendigitalan, penerimaan penggunaan teknologi dan inovasi juga perlu demi mencapai pertumbuhan ekonomi yang mampan. Langkah tersebut sangat berguna untuk memastikan perniagaan kekal relevan dan mampu berdaya saing. Perniagaan tidak dapat berada pada keadaan yang sama seperti sebelumnya kerana tabiat dan gaya hidup masyarakat selalu berubah. Mereka sudah membiasakan diri dengan penggunaan dalam talian dan teknologi berkaitan. Penggunaan talian dan teknologi sudah menjadi norma, dengan pembelian melalui platform e-dagang, pembayaran tanpa tunai dan penggunaan aplikasi moden yang semakin meningkat selepas pandemik Covid-19. Landskap perniagaan telah berubah dan usahawan yang gagal menyesuaikan diri dengan platform dalam talian dan teknologi akan ketinggalan.

UMUM

Tips Percutian DIY

MEMAKSIMUMKAN PENGALAMAN PERCUTIAN ANDA

Norhaniza Md Akhir, Tengku Sharifeleani Ratul Maknu
Tengku Sulaiman & Zaidatulhusna Mohd Isnani



Percutian DIY (Do-It-Yourself) semakin popular di kalangan pelancong masa kini. Ini adalah cara yang hebat untuk merancang dan mengendalikan pengalaman percutian anda sendiri tanpa mengikut pakej pelancongan standard. Dengan sedikit perancangan dan penyediaan, anda boleh menjalani percutian yang unik dan memuaskan. Di dalam artikel ini, kami akan kongsi beberapa tips penting untuk anda yang ingin mencuba percutian secara DIY.

1. Rancang Itinerari dengan Teliti

Langkah pertama untuk percutian DIY yang berjaya adalah merancang itinerari anda dengan teliti. Tetapkan destinasi yang ingin anda kunjungi, tarikh perjalanan dan berapa lama anda akan bercuti. Buat senarai tempat-tempat yang ingin anda lawati dan aktiviti-aktiviti yang ingin anda lakukan di setiap destinasi. Anda juga perlu ketahui tujuan utama percutian anda, sama ada untuk bersantai, menjelajah destinasi baru atau merasai pengalaman budaya tempatan. Itinerari juga perlu mengambilkira siapa yang akan mengikut trip tersebut. Warga emas, kanak-kanak dan Orang Kurang Upaya (OKU) juga perlu diambil kira dalam membuat perancangan percutian. Ini akan membantu anda menguruskan masa dengan lebih baik dan memastikan anda tidak terlepas peluang untuk eksplorasi budaya tempatan.

2. Kaji Destinasi Anda

Sebelum berangkat, lakukan penyelidikan mendalam tentang destinasi anda. Ketahui tentang budaya tempatan, makanan terkenal, tarikan popular dan juga peraturan tempatan yang perlu anda patuhi. Dengan pengetahuan yang mencukupi, anda akan lebih bersedia untuk berinteraksi dengan penduduk tempatan dan menghormati adat serta budaya mereka.

3. Penginapan yang Fleksibel

Apabila merancang percutian DIY, pilihan penginapan sangat penting. Pertimbangkan untuk menginap di tempat penginapan yang fleksibel seperti homestay atau Airbnb. Ini tidak hanya memberikan anda lebih banyak ruang dan privasi, tetapi juga membolehkan anda berinteraksi dengan tuan rumah tempatan yang boleh memberi tip-tips berguna mengenai tempat terbaik untuk dilawati.

4. Anggaran dengan Bijak

Percutian DIY mungkin boleh menjadi lebih menjimatkan berbanding pakej pelancongan standard, tetapi masih penting untuk mempunyai anggaran yang bijak. Tetapkan jumlah wang untuk penginapan, makanan, pengangkutan dan aktiviti. Cuba untuk berbelanja dengan bijak dan elakkan penggunaan berlebihan. Buat tempahan penginapan dan tiket pengangkutan lebih awal untuk mendapatkan harga yang lebih baik.

5. Pengangkutan Awam dan Jalan Kaki

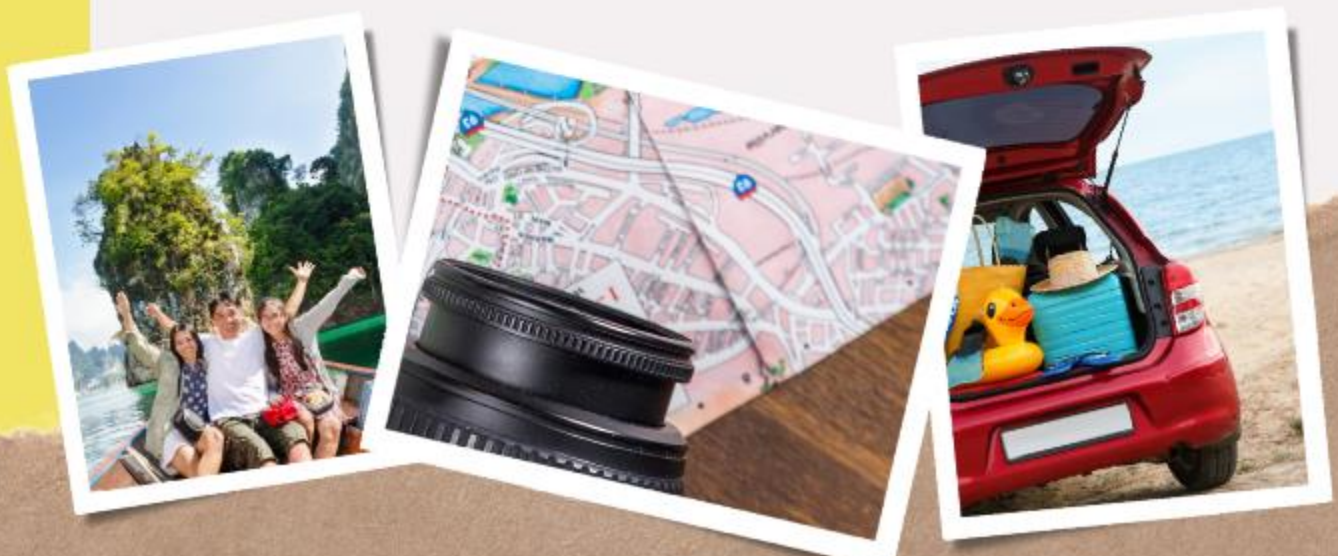
Sebagai sebahagian daripada pengalaman percutian DIY, cuba gunakan pengangkutan awam dan jalan kaki sebanyak yang anda boleh. Ini tidak hanya membantu anda menjimatkan wang, tetapi juga memberi anda peluang untuk merasai suasana setempat dengan lebih mendalam. Elakkan menggunakan teksi atau kenderaan sewaan jika ia tidak diperlukan.

Langkah seterusnya adalah persediaan sebelum percutian DIY anda:

- **Pakai Pakaian Selesa:** bawa pakaian selesa dan sesuai dengan cuaca destinasi. Jangan lupa untuk sediakan baju hujan atau pakaian sukan jika diperlukan.
- **Dokumen Perjalanan:** pastikan anda mempunyai pasport dan visa yang masih sah tempoh (jika perlu), tiket penerbangan dan dokumen penting lain seperti kad kesihatan atau insurans perjalanan.
- **Peralatan Peribadi:** Bawa alat peribadi seperti berus gigi, ubat-ubatan dan barang-barang kebersihan peribadi.
- **Peta dan Aplikasi Telefon:** Muat turun aplikasi telefon pintar yang membantu anda bergerak ke destinasi yang dipilih seperti peta dan panduan pelancongan.

Apabila anda tiba di destinasi anda, terdapat beberapa langkah penting untuk menguruskan percutian DIY anda. Ikuti tips kami:

- **Jaga Keselamatan:** Sentiasalah utamakan keselamatan anda. Ambil tahu lokasi kedutaan, nombor kecemasan dan cara untuk berhubung dengan keluarga atau rakan anda.
- **Rasai Pengalaman Tempatan:** Salah satu keistimewaan percutian DIY adalah peluang untuk mencuba makanan tempatan. Elakkan restoran antarabangsa yang biasa anda jumpa di rumah. Sebaliknya dengan mencuba makanan di gerai jalan, kedai kopi tempatan dan pasar malam. Ini adalah cara terbaik untuk merasai hidangan "authentic" dan merasai kehidupan tempatan. Cuba juga berinteraksi dengan penduduk tempatan atau menyertai acara tempatan mereka.
- **Fleksibiliti:** Ingatlah bahawa percutian DIY adalah tentang fleksibiliti. Walau bagaimanapun hebatnya perancangan anda, kadangkala tidak semua perkara akan berjalan seperti yang dirancang. Bersedia untuk membuat perubahan kecil dalam jadual anda jika diperlukan. Biarkan diri anda terbuka untuk peluang-peluang baru yang mungkin muncul.
- **Mengurus Masa:** Berikan masa yang mencukupi untuk setiap aktiviti dan perjalanan. Jangan terlalu tergesa-gesa atau terlalu santai.
- **Mengambil Gambar dan Catatan Kenangan:** Abadikan kenangan dengan mengambil gambar dan catatan perjalanan. Ini akan menjadi ingatan yang berharga.



Walaupun percutian DIY ini mempunyai banyak kelebihan, terdapat juga beberapa cabaran yang perlu diatasi. Berikut adalah beberapa cabaran yang akan dihadapi oleh semua pelancong yang memilih percutian DIY terutamanya semasa proses perancangan dan perjalanan percutian mereka.

- **Penyelidikan yang mendalam:** Merancang percutian DIY memerlukan banyak persediaan bagi mengkaji tentang destinasi, aktiviti, pemilihan tempat penginapan dan lain-lain. Ini memerlukan masa dan usaha untuk mengumpul semua maklumat yang mencukupi sebelum memulakan percutian anda.
- **Ketidakpastian keadaan:** Percutian DIY boleh membawa kejutan yang tidak dijangka seperti perubahan cuaca, masalah pengangkutan atau peristiwa yang tidak diduga. Anda seharusnya bersedia untuk mengatasi situasi ini dengan fleksibel.
- **Kekurangan Pengalaman Tempatan:** Setiap pelancong bukan penduduk tempatan, anda mungkin tidak mempunyai pengetahuan mendalam tentang tempat yang akan anda lawati. Ini boleh membuatkan anda terlepas peluang mendapatkan maklumat yang tepat.
- **Pemilihan Penginapan:** Menyemak ulasan dan memilih penginapan yang baik boleh menjadi salah satu cabaran. Anda perlu memastikan penginapan yang sesuai dengan anggaran dan memenuhi standard yang dikehendaki. Cabaran adalah dari segi menilai setiap ulasan terdahulu oleh pengunjung yang pernah menginap di situ.

- **Bahasa dan Komunikasi:** Di destinasi yang menggunakan bahasa yang berbeza, bahasa mungkin menjadi halangan dalam berkomunikasi dengan orang tempatan atau membaca tanda-tanda nama jalan.
- **Kehilangan/kesuntukan Masa:** Tanpa bantuan pemandu atau pakej pelancongan, anda mungkin mengalami situasi di mana anda memerlukan masa yang lebih lama untuk mencari tempat atau aktiviti tertentu.
- **Kos yang tidak dijangka:** Kos yang tidak dijangka seperti bayaran tambahan atau perbelanjaan tak terduga boleh muncul semasa percutian. Anda perlu mempunyai sedikit ruang dalam anggaran untuk mengatasi situasi ini.
- **Keletihan akibat merancang sendiri:** Merancang percutian DIY boleh mengambil masa dan tenaga yang banyak. Ini boleh menyebabkan keletihan dan boleh mengganggu kegembiraan anda sebelum percutian bermula.

Kesimpulannya, percutian DIY boleh menjadi pengalaman yang mengagumkan dan memuaskan jika dilakukan dengan baik. Merancang, membuat penyelidikan dan kesediaan untuk beradaptasi adalah kunci kejayaan percutian seperti ini. Walaupun terdapat cabaran dalam percutian DIY, ramai yang merasakan bahawa pengalaman peribadi dan peluang untuk menyesuaikan perjalanan adalah lebih berbaloi daripada cabaran yang dihadapi. Menangani cabaran ini dengan bijak dan berhati-hati akan membantu anda menikmati percutian yang penuh kenangan. Oleh itu, dengan mengikuti tips-tips di atas, anda akan dapat memaksimumkan pengalaman percutian DIY anda dan membawa pulang kenangan indah yang tidak akan dilupakan. Selamat bercuti!



PENULIS JEMPUTAN

PEMBANGUNAN OTAK DEMI PEMBENTUKAN USAHAWAN YANG BUDIMAN

Dr. Rossidi bin Usop
Pensyarah Kanan, Universiti Sains Islam Malaysia



Penemuan sains moden “neuroscience” mendapati bahawa manusia mempunyai tiga jenis otak iaitu otak kepala, otak hati dan otak perut atau “head-brain, heart-brain dan gut-brain”. Secara lebih khusus, otak kepala atau nama saintifiknya (cephalic brain), otak hati (cardiac brain) dan otak perut (enteric brain), mempunyai pertalian komunikasi secara berterusan antara satu sama lain pada satu-satu masa. Justeru, setiap organ mempunyai rangkaian neuro yang kompleks serta mampu menyimpan dan memproses maklumat yang diterima. Tambahan lagi, setiap organ otak tersebut mempunyai kapasiti yang berbeza antara satu sama lain, iaitu otak kepala terdiri daripada 100 bilion neuron, otak hati terdiri daripada 40,000 neuron manakala otak perut pula meliputi 100 juta neuron.

PERANAN OTAK KEPADA AKAL, BUDI DAN SIKAP

Otak kepala berperanan membentuk akal atau intelek bagi setiap manusia. Organ ini berfungsi sebagai tempat untuk memproses maklumat dengan bertindak sebagai agen untuk berfikir, mewujudkan persepsi kognitif, membuat makna bagi sesuatu perkara serta merupakan organ yang berperanan untuk melahirkan kreativiti bagi seseorang usahawan. Bagi orang Melayu, akal intelek ini lah yang merujuk kepada budi.

Kedua, peranan otak hati atau qalbu sering dikaitkan dengan fungsi emosi seseorang iaitu tempat bagi memproses perasaan dan rasa seperti sedih, gembira, kecewa, takut dan sebagainya. Justeru, manusia yang sudah tiada perasaan dan rasa merupakan manusia yang hakikatnya sudah mati.

Manakala, otak perut pula dicipta dan direka untuk memberi tumpuan kepada sikap diri. Sikap di sini merujuk kepada pemeliharaan diri dengan kata lain sikap ini adalah akar kepada keberanian seseorang. Oleh yang demikian, usahawan yang bekerja tanpa adanya akal, emosi dan sikap pastinya tidak akan dapat menjadi seorang usahawan yang budiman.

Dengan yang demikian, ketiga-tiga otak yang dibincangkan di atas memainkan peranan untuk menjadikan manusia itu manusia. Maka, penentu jenis manusia dapat ditentukan dengan melihat sejauh mana manusia dapat mendidik akal, hati dan sikap mereka. Persoalannya, apakah usahawan hari ini merupakan individu yang kosong jiwanya (spiritualiti)? Atau dengan gambaran yang lain, usahawan yang kosong jiwanya merupakan usahawan yang tidak ada roh bermakna tidak ada adab dari segi konteksnya. Oleh itu, bagaimana untuk membangunkan seorang usahawan yang tinggi nilai akal-budinya selaras dengan hasrat untuk melahirkan seorang usahawan yang budiman?

PEMBANGUNAN USAHAWAN BUDIMAN

Merujuk kepada Kamus Dewan, definisi budiman adalah merujuk kepada orang yang berakal dan bijaksana. Istilah budiman berasal daripada perkataan budi yang merangkumi rangkaian tiga elemen utama iaitu budi bahasa, budi pekerti dan budi bicara. Usahawan budiman lazimnya mempunyai roh yang baik. Hal ini kerana, roh bersifat sebagai penentu kepada segala tindakan dan keputusan yang akan dilakukan oleh seorang usahawan. Setiap keputusan dan tindakan yang bakal dilakukan bermula daripada otak hati yang membuat keputusan berdasarkan niat yang ikhlas kerana Allah S.W.T.

Hati, Akal dan Sikap Membentuk Budi

Seorang usahawan yang baik niatnya, pasti keputusan dan tindakan akan turut menjadi baik. Ini merupakan satu hubung kait atau komunikasi yang amat rapat dalam konteks sebagai seorang usahawan. Oleh sebab itu, peranan hati (niat) yang membuat keputusan itu sangat penting menurut pandangan Islam. Lazimnya, kebanyakan usahawan memulakan perniagaan itu dengan niat untuk membuat duit, adalah tidak salah, namun sekiranya dengan membuat keuntungan semata-mata untuk kemewahan diri sendiri sahaja tanpa memberikan manfaat kepada masyarakat pengguna adalah ditegah oleh agama.

Seorang usahawan yang budi bahasanya baik, menurut kebiasaannya budi pekerti atau perbuatannya dan budi bicaranya juga turut baik. Jarang sekali seorang manusia yang budi bahasanya yang baik disusuli dengan perbuatan dan tutur bicara yang berlawanan iaitu kasar. Budi bahasa yang dimaksudkan di sini ialah usahawan yang berbudi bahasa dengan pekerja, pelanggan, pembekal, ahli keluarganya dan masyarakat lain secara amnya. Inilah karakter usahawan yang hendak kita lahirkan iaitu usahawan yang bijak berbudi atau dengan kata lain berani dan bijaksana. Kedua-dua elemen ini penting kerana ramai usahawan yang berani tetapi tidak bijaksana, atau sebaliknya individu yang bijaksana (wisdom) tetapi tidak berani mengambil risiko tidak akan mampu menghasilkan produktiviti kearah pembangunan ekonomi negara sekali gus gagal menjadi usahawan yang budiman.

Selanjutnya, melahirkan usahawan yang bijak berbudi memerlukan tingkah-laku usahawan yang beradab iaitu singkatan akronim bagi amanah, dekar, adil dan bestari. Pertama, usahawan beradab dia beramanah, dia tidak akan berkompromi kepada amanah yang dipertanggungjawabkan kepadanya. Kedua, dekar satu istilah lama orang Melayu yang bermaksud berani, orang beradab itu menjadikan usahawan seorang yang mempunyai keberanian untuk menjaga amanah. Ketiga, usahawan yang beradab akan berlaku adil dan saksama di tempat kerjanya dan kepada masyarakat penggunanya. Situasi sebegini penting untuk memastikan produktiviti yang cekap di tempat kerja, bahkan seorang pemimpin itu iaitu usahawan mestilah adil dan saksama kepada pekerja dan pelanggannya. Keempat, seorang usahawan itu mesti bestari dari segi proses, iaitu seorang usahawan mesti tahu bila dan bagaimana untuk melakukan sesuatu keputusan menggunakan akal dari kepalanya, hatinya dan perutnya. Keempat-empat elemen di atas jika digabungkan akan mewujudkan suatu suasana tempat kerja yang tinggi produktiviti.





Hati budi, akal budi dan sikap budi menjadi penentu kepada produktiviti kerana hati, akal dan sikap itu bergabung dan tidak berfungsi secara berasingan. Bagaimana untuk menggabungkan hati, akal dan sikap ini supaya dapat melahirkan seorang usahawan yang budiman adalah melalui didikan kepada otak hati, kepala dan perut kita. Ianya berikutan, di sekolah kita hanya mendapat didikan kepada akal sahaja dengan mengabaikan didikan terhadap emosi menyebabkan sesetengah usahawan gagal mengawal perasaan apabila dibelenggu pelbagai permasalahan dalam perniagaan yang akhirnya bertindak membunuh diri dan sebagainya. Justeru, sebijak manapun usahawan itu belum dapat menghasilkan produktiviti yang baik andai masih gagal mendidik emosinya. Oleh itu, hasil gabung jalin hati, akal dan sikap akan melahirkan usahawan yang mempunyai budaya sejahtera yang kreatif dan inovatif.

Selanjutnya, peranan sikap pula merujuk kepada refleksi peranan otak perut. Seseorang usahawan sepatutnya hanya makan dan minum dari sumber yang baik sahaja iaitu makan benda yang halal dan toyyib. Bertitik tolak daripada hasil makanan yang tidak halal boleh melahirkan budaya rasuah, memikirkan kebendaan sahaja dan sebagainya. Ini kerana, makanan dan rezeki yang menjadi sajian kita akan mempengaruhi sifat, perangai, air muka, hati, dan keseluruhan kehidupan. Sesungguhnya haram itu jelas, halal itu jelas dan antara kedua-duanya ada benda-benda yang syubahah. Allah S.W.T berfirman bermaksud:

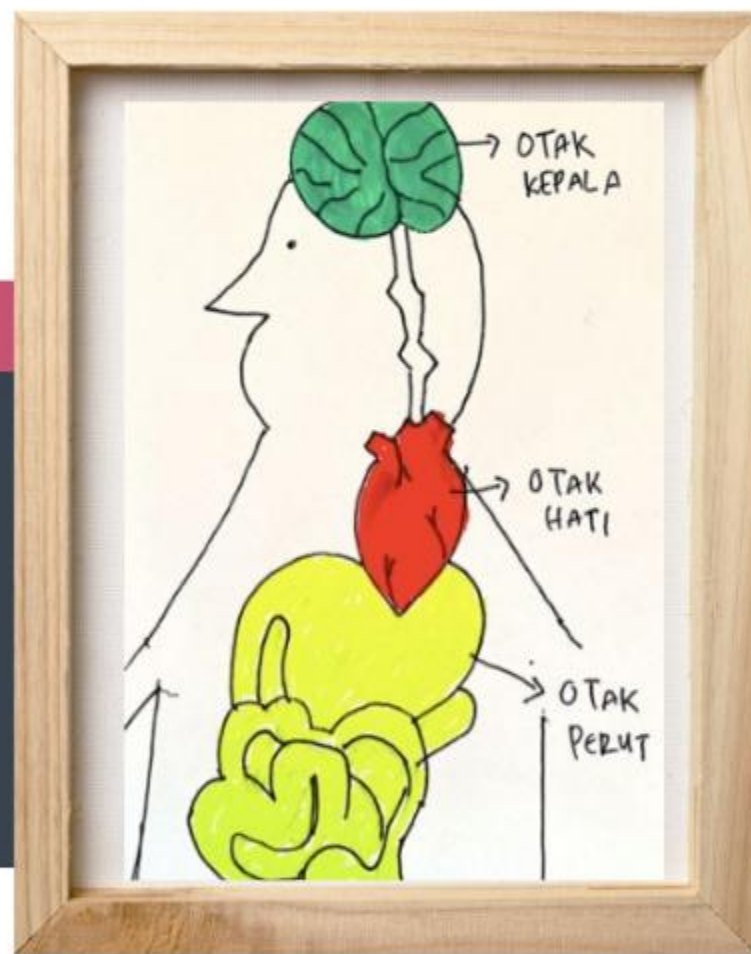
"Dan janganlah kamu makan (atau mengambil) harta (orang lain) antara kamu dengan jalan yang salah, dan jangan pula kamu menghulurkan harta kamu (memberi rasuah) kepada hakim kerana hendak memakan (atau mengambil) sebahagian daripada harta manusia dengan (berbuat) dosa, pada hal kamu mengetahui (salahnya)." (Surah al-Baqarah, ayat 188)

Secara kesimpulannya, ketiga-tiga otak ini akan menjadi sempadan yang akan merasionalkan dan akhirnya membentuk hati, akal dan sikap.

PRINSIP KESEJAHTERAAN MEMBENTUK USAHAWAN BUDIMAN

Prinsip kesejahteraan memerlukan keseimbangan dalaman dan luaran seorang usahawan. Secara khusus, usahawan memerlukan keseimbangan di luar (macrobalance) dan keseimbangan di dalam (microbalance) untuk mencapai kesejahteraan. Apa yang kita cari dalam kesejahteraan hidup adalah kebahagiaan kepada diri dan masyarakat. Apabila usahawan sudah tahu bagaimana untuk mengimbangi ketiga-tiga otak, barulah usahawan boleh menyertai gelanggang perniagaan. Usahawan dikira sudah bersedia untuk memasuki dunia yang nyata untuk mengimbangi ekonomi, budaya dan masyarakat apabila individu tersebut memahami prinsip kesejahteraan yang sebenar. Usahawan masuk ke dunia perniagaan secara bersedia adalah usahawan yang tidak mengganggu gugat alam sekitar (ecology), merosakan ekonomi (economics) ataupun mencemarkan budaya (cultural) serta masyarakat (societal) yang akhirnya melahirkan keseimbangan di luar dan keseimbangan di dalam diri.

Akhir kalam, keseimbangan luar dan dalam mewujudkan usahawan yang eksklusif iaitu hubungan dalaman kita dengan kita sendiri melahirkan keseimbangan hubungan dengan manusia, alam sekitar dan tuhan. Kesemuanya adalah hasil daripada pendidikan terhadap ketiga-tiga otak yang dikurniakan oleh tuhan.



Keseimbangan akal, hati dan sikap bakal melahirkan usahawan yang budiman.



PENCAPAIAN **FAKULTI**

PENCAPAIAN FAKULTI

Disediakan oleh:
YM Tengku Sharifeleani Ratul Maknu Tengku Sulaiman

Tahniah!



DR. WAN NORMILA MOHAMAD
ANUGERAH TOKOH AKADEMIK 2022



HILWANA ABD KARIM
ANUGERAH PERKHIDMATAN
CEMERLANG 2022

LANTIKAN LUAR KAMPUS

PROF. MADYA DR. NURAZILAH ZAINAL

- Felo Institut Kepimpinan dan Pengurusan (ILD) Bandar Enstek
- Perunding Pembangunan Kepimpinan Lembaga Pengarah Universiti Awam Akademi Kepimpinan Pendidikan Tinggi (AKEPT)
- Penasihat Akademik, Program Diploma Pengurusan Perniagaan Kolej Vokasional, Kementerian Pendidikan Malaysia (KPM)
- Ahli Bersekutu Pusat Kecemerlangan Pengajian Tinggi (HiCoE) UiTM Accounting Research Institute (ARI)
- AJK Mesyuarat Pengurusan Dalaman, Institut Kepimpinan dan Pembangunan (ILD) UiTM
- AJK Penilaian Konsultant, Institut Kepimpinan dan Pembangunan (ILD) UiTM

DR. JAMILAH MOHD MAHYIDEEN

- Panel Temuduga Calon PhD Fast Track, Program BA 950 lantikan UiTM Cawangan Johor

Z Aidatul Husna Mohd Isnani

- Jurulatih Kecemerlangan Operasi (Operational Excellence Trainer - InQKA)
- Penilai Luar iQMS
- Editor/Pewasit Jurnal Inovasi Malaysia (JURIM)
- External Examiner, Meritus University
- Panel Penilai AKNC UiTM

DR. WAN NORMILA MOHAMAD

- Panel Penasihat Program Diploma Kesetiausahaan (DSK), Jabatan Perdagangan (JP), Politeknik Sultan Idris Shah (PSIS)
- Pemeriksa Luar (External Examiner) Master of Business Administration in Healthcare Management (MBAHM), International Medical University (IMU)
- External Assessor, Masters of Business Administration (MBA) Alfa University College (AUC)
- MOOC Evaluator, iCePs UiTM Penilai Geran Dalaman, UiTMCNS Pengerusi Viva-Voce, IPSIS UiTMCNS

MOHD ELFEE AB RASHID

- Felo Unit Jaminan Kualiti Dalaman Institut Kualiti dan Pengembangan Ilmu (InQKA)
- Jurulatih Kecemerlangan Operasi (Operational Excellence Trainer - InQKA)
- Ahli Persatuan Ekonomi Malaysia

DR. FARIDAH PARDI

- Rakan Pembimbing Perkhidmatan Awam Malaysia (AKRAB), Jabatan Perkhidmatan Awam (JPA)
- Panel Penemuduga Biasiswa Kementerian Pelajaran Jepun (MEXT 2024)
- Ahli Seumur Hidup, Persatuan Ekonomi Malaysia

PENYELIAAN - PASCA SISWAZAH

PROF. MADYA DR. NURAZILAH ZAINAL

Penyelia Utama (Main Supervisor)

Che Nurul Huda Che Bahrun

Doctor of Philosophy (PhD)

Fakulti Pengurusan dan Perniagaan

UiTM Cawangan Negeri Sembilan

Penyelia Utama (Main Supervisor)

Saiyidah Aisyah Binti Anwar Azmy

Master of Science

Fakulti Pengurusan dan Perniagaan

UiTM Cawangan Negeri Sembilan

Penyelia Bersama (Co-Supervisor)

Ruzzle Affandee Bin Abdul Sarah

Master of Science

Fakulti Pengurusan dan Perniagaan

UiTM Cawangan Negeri Sembilan

DR. WAN NORMILA MOHAMAD

Penyelia Bersama (Co-Supervisor)

Saiyidah Aisyah Binti Anwar Azmy

Master of Science

Fakulti Pengurusan dan Perniagaan

UiTM Cawangan Negeri Sembilan

Penyelia Bersama (Co-Supervisor)

Zhu Fei

School of Management

Universiti Sains Malaysia (USM)

DR. JAMILAH MOHD MAHYIDEEN

Penyelia Bersama (Co-Supervisor)

Che Nurul Huda Che Bahrun

Doctor of Philosophy (PhD)

Fakulti Pengurusan dan Perniagaan

UiTM Cawangan Negeri Sembilan

PENERBITAN

Kassim, N. M., **Mohamad, W. N.**, & Hashim, N. H. (2023). The Effect of the COVID-19 Pandemic on the Mobile Messaging Application Among Millennials in Public Universities in Malaysia. *International Journal of Enterprise Information Systems (IJEIS)*, 18(1), 1-21.

Rahim, N. F., Bakri, M. H., Fianto, B. A., **Zainal, N.**, & Hussein Al Shami, S. A. (2023). Measurement and structural modelling on factors of Islamic Fintech adoption among millennials in Malaysia. *Journal of Islamic Marketing*, 14(6), 1463-1487.

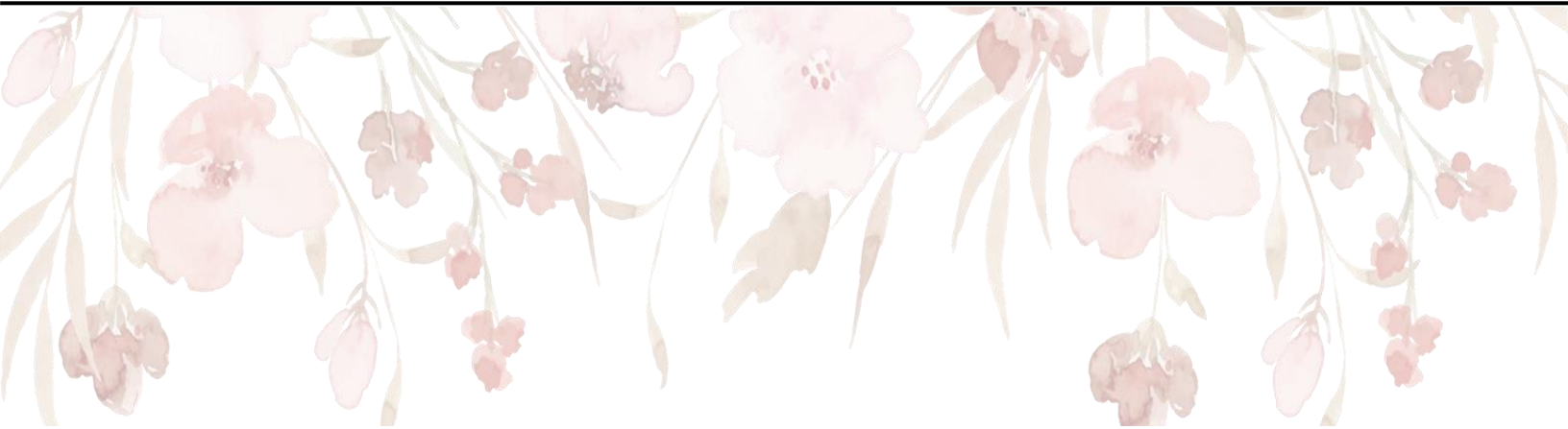
Murdiati, E., **Zainal, N.**, Syarifudin, A., Sanusi, Z. M., & Rodzi, Z. M. (2023). Impact of Women Borrowers Culture on the Financial Efficiency of Microfinance Institutions in ASEAN-4 Countries. *Journal of Intercultural Communication*, 23(2), 25-32.

Kasim, E. S., Awalludin, N. R., **Zainal, N.**, Ismail, A., & Ahmad Shukri, N. H. (2023). The effect of financial literacy, financial behaviour and financial stress on awareness of investment scams among retirees. *Journal of Financial Crime*.

Abedin N. F. Z., Musa A. H., Idris A. R., Selamat S. M., Baharuddin F. N. & Antara P. M. (2023). Exploring Gender and Faculty Disparity in Academic Performance at UiTM Seremban Campus. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences* Vol. 13, No. 11.

Paramasivam P., Ahmad T. S. A. S., Ahmad I, **Abedin N. F. Z.** & Mustapha W. Z. W. (2023) To Copy or not to Copy: Knowledge and Reasons for Plagiarism. *International Journal of Social Science Research*, Vol. 11, No. 2.

Purwarno, Ekalestari S., Suhendi A., Shanti A. & **Abedin, N. F. Z.** (2023). Students' Readiness and Perception on the Effectiveness of Online Education Post Covid-19 Pandemic. *World Journal of English Language*, 13(7), 1-68.



Idris A. R., **Abedin N. F. Z.**, Musa A. H., Antara P. M., a Baharuddin F. N., Selamat S. M. (2023). Ageing Population in Malaysia: A Conceptual Paper on The Effects and Challenges. *International Journal of Academic Research In Business and Social Sciences*. Vol. 13 , No. 11, 2023.

Selamat S. M., Baharuddin F. N., Idris A. R., Musa A.H., Antara P. M., **Abedin N. F. Z. (2023)**. The Employability Skills Mastered by Fresh Graduates Towards the Expectation of Employers: A Conceptual Paper. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*. Vol. 13 , No. 11, 2023.

Abedin, N. F. Z. & Pardi F. (2023). An Overview of Basic Econometrics: A Short Notes E-book. *Inventopia 2023: Fbm-seremban International Innovation Competition (Fbm-siic) Extended Abstract Book*. Universiti Teknologi MARA Cawangan Negeri Sembilan.

INOVASI

Tahniah!



DIAMOND AWARD

INVENTOPIA 2023

"E-INVEST"

**HILWANA ABD KARIM, NORASYIKIN ABDULLAH FAHAMI, ZATI HALWANI
ABD RAHIM, FARAH WAHEEDA AZHAR & SITI KHATIJAH NOR ABDUL
RAHIM**



GOLD AWARD

eCONDEV 2023

“ABC OF WRITING YOUR RESEARCH PROPOSAL”

SITI SARA IBRAHIM, NURAZILAH BINTI ZAINAL, MOHAMAD FIRDAUS BIN AHMAD, WAN ADMIZA BINTI WAN HASSAN, NUR FADHLINA BINTI ZAINAL ABEDIN, TUAN SARIFAH AINI BINTI SYED AHMAD, MASITAH BT AHMAD, SITI NADIAH BINTI MOHD ALI & MUHAMMAD SYUKRI BIN ABDULLAH

INVENTOPIA 2023

“BIZZMATH DEAL 2.0: A WINNING HAND IN BUSINESS MATH EDUCATION”

DR. ZAHARI MD. RODZI, DR. WAN NORMILA MOHAMAD, MOHD SYAHRIL IBRAHIM, SARAHIZA MOHMAD, ABDUL FATAH ABD GHANI, NUR HAIDAR HANAF
(COPYRIGHT)

“SIGHTMATE (WHITE CANE)”

NUR ALEA NATASYA BINTI AMIR HAMDAN, NUR MAISYUHADA BINTI MOHD IZZUDIN, NUR AINA FARHANA BINTI ROSLI, AKMAL SYAKIRAH BINTI AHMADI, NUR FATHIAH FATIN BINTI MOHAMAD FAUZI, INTAN MASTURA BINTI ZUBAIDI, DR. RAJA MAYANG DELIMA MOHD BETA



SILVER AWARD

INVENTOPIA 2023

“ESN? AN OVERVIEW OF BASIC ECONOMETRICS”

DR. MARIYAM SHAHUNEEZA NASEER, NUR FADHLINA ZAINAL ABEDIN & DR. FARIDAH PARDI

“INTEGRATED WORKPLACE M-HEALTH APP”

DR. RAJA MAYANG DELIMA MOHD BETA, SITI ROSNITA SAKARJI, DR. AYU KAMAREENA ABDULLAH THANI, SITI NUR ZAHIRAH OMAR, DR. NURHIDAYAH ROSELY (COPYRIGHT)

BRONZE AWARD

ITALIIC2023

“ECO-CPOINT: BRIDGING ONLINE CLASS COMMUNICATION”

DR. JAMILAH MOHD MAHYIDEEN, HAFISAH YAAKOB, Z Aidatulhusna MOHD ISNANI & MAZIAH MOHAMED ARIF

INVENTOPIA 2023

“ADVENTURAMYST MALAYSIA”

DR. MOHD SHARIMAN BIN SHAFIE, DR. RAJA MAYANG DELIMA MOHD BETA, CIK AIDA ROHA ABDUL RASID (COPYRIGHT)



AKTIVITI FAKULTI

AKTIVITI FAKULTI

Disediakan oleh: Mohd Elfee Ab Rashid

LETTER OF INTENTION (LOI) BERSAMA UNIVERSITAS ISLAM RADEN FATAH PALEMBANG INDONESIA (UIN)

Pada 28 Ogos 2023, seramai lapan (8) orang pensyarah FPP telah menyertai program menandatangani *Letter of Intention (LOI)* dan mengadakan aktiviti akademik dan penyelidikan ke Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang Indonesia (UIN).

Antara matlamat kunjungan warga FPP ke UIN ini adalah untuk berkongsi ilmu pengetahuan dan kepakaran bersama pelajar dan pensyarah dari Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang, menjalinkan jaringan antarabangsa yang lebih erat dengan universiti-universiti di Indonesia yang mempunyai kekuatan dalam bidang sains dan teknikal selain untuk mempertingkatkan dan mengembangkan kolaborasi UiTM dengan universiti-universiti di Asia Tenggara. Selain itu, objektif utama lawatan ini adalah untuk menandatangani Memorandum persefahaman bersama Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang. Dengan adanya program sebegini diharapkan dapat meningkatkan lagi visibiliti UiTM Cawangan Negeri Sembilan di persada antarabangsa dan tahap kepakaran dan ilmu pengetahuan di kalangan pensyarah.



Disediakan oleh: Mohd Elfee Ab Rashid

KUNJUNGAN DELEGASI UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN FATAH PALEMBANG INDONESIA (UIN) KE UITM CAWANGAN NEGERI SEMBILAN KAMPUS SEREMBAN

Pada 12 September 2023, FPP UiTM Kampus Seremban telah menerima kunjungan balas 10 delegasi dari Universitas Islam Negeri Raden Fatah Indonesia (UIN) yang diketuai oleh Dr Komaruddin, Ketua Pusat Penyelidikan UIN. Kunjungan selama setengah hari itu adalah sebagai kunjungan balas FPP sebelum ini ke universiti tersebut. Selain itu kunjungan ini juga bermatlamat untuk meningkatkan kerjasama antara kedua-dua universiti terutamanya dalam bidang penyelidikan dan juga perkongsian kepakaran.

Delegasi dari UIN telah diberi taklimat oleh Koordinator FPP berkaitan dengan pencapaian FPP serta perancangan dan hala tuju FPP pada masa kini dan masa hadapan. Dalam sesi kunjungan itu juga beberapa wakil daripada UIN telah membentangkan laporan penyelidikan mereka kepada warga FPP.

Ketibaan delegasi UIN ke Kampus Seremban telah disambut dengan meriah oleh Koordinator FPP, Yang Mulia Tengku Sharifeleani Ratul Maknu Tengku Sulaiman bersama-sama dengan seluruh warga pensyarah FPP serta Koordinator Korporat, Dr Nor Monica Ahmad.



Diakhir kunjungan, delegasi UIN telah dibawa melawat ke beberapa fasiliti dalam kampus UiTM Kampus Seremban seperti bangunan fakulti FS KM dan FS PPP, gymnasium di Fakulti Sains Sukan dan Rekreasi (FSR) dan Perpustakaan Tun Abdul Razak (PTAR).



Disediakan oleh: Mohd Elfee Ab Rashid

BENGGKEL PEMURNIAN FAIL KURSUS DAN FAIL PENGAJARAN FAKULTI PENGURUSAN DAN PERNIAGAAN (FPP)

Pada 21 & 22 September 2023, Jawatankuasa Fail Kursus FPP telah menganjurkan satu bengkel yang bertujuan untuk pemurnian dan pengemaskinian semua fail kursus, fail portfolio dan fail pengajaran milik warga akademik fakulti. Matlamat lain bengkel dua hari ini adalah sebagai persediaan warga akademik fakulti untuk menghadapi audit yang akan dijalankan oleh pihak UiTM secara dalaman dan luaran dari segi dokumentasi yang berkaitan kursus yang ditawarkan oleh FPP dan kursus yang diajar oleh setiap pensyarah FPP.



Disediakan oleh: Nur Fadhlina Zainal Abedin

CSR: BANTUAN KEWANGAN KEPADA PELAJAR UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN FATAH PALEMBANG INDONESIA (UIN)

Pada 28 Ogos 2023, sebuah program *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang bertujuan memberikan bantuan kewangan kepada pelajar Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang, Indonesia (UIN) telah diadakan. Sebanyak 20 pelajar terpilih menerima sumbangan berupa wang tunai dan buah tangan daripada Malaysia. Inisiatif ini merupakan hasil sumbangan ikhlas daripada staf-staf Fakulti Pengurusan Perniagaan, Kampus Seremban. Bantuan ini diharapkan dapat membantu meringankan beban kewangan pelajar-pelajar tersebut serta memperkuat hubungan antara kedua buah institusi.



Disediakan oleh: Nur Fadhlina Zainal Abedin

LETTER OF INTENTION (LOI) BERSAMA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS, UNIVERSITAS INDONESIA (UI)

Pada 30 Ogos 2023, Fakulti Pengurusan Perniagaan, Kampus Seremban, telah menandatangani *Letter of Intention (LOI)* bersama Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Indonesia (UI). Acara penting ini telah berlangsung di kampus utama UI, Depok Jakarta. Seramai 10 orang staf FPP Kampus Seremban telah ke Jakarta untuk menjayakan majlis menandatangani LOI ini. Kejayaan majlis ini mencerminkan komitmen kedua-dua institusi untuk memperkuatkan jalinan kerjasama dan pertukaran ilmu pengetahuan pada masa hadapan.



Disediakan oleh: Nur Fadhlina Zainal Abedin

INVENTOPIA 2023: FBM-SEREMBAN INTERNATIONAL INNOVATION COMPETITION (FBM-SIIC)



UNIVERSITI TEKNOLOGI MARA

INVENTOPIA 2023

FBM-SEREMBAN INTERNATIONAL INNOVATION COMPETITION (FBM-SIIC)

13 OCTOBER 2023
(RESULTS ANNOUNCEMENT)

"Ideas Unleashed: The Ultimate Innovation Challenge"

<p>Categories & Fees</p> <p>A. Science, Technology, Engineering & Mathematics</p> <p>A1. Professional - (RM120 / USD25)</p> <p>A2. Higher Institution Student - (RM80 / USD18)</p> <p>A3. School Student - (RM50 / USD10)</p> <p>B. Social Sciences & Humanities</p> <p>B1. Professional - (RM120 / USD25)</p> <p>B2. Higher Institution Student - (RM80 / USD18)</p> <p>B3. School Student - (RM50 / USD10)</p>	<p>Deadline:</p> <p>Registration 15 September 2023</p> <p>Payment & Video Submission 22 September 2023</p> <p>DIAMOND GOLD SILVER BRONZE</p> <p>BEST VIDEO FOR EACH CATEGORY</p>
---	---

ORGANISED BY:
FACULTY OF BUSINESS AND MANAGEMENT
UNIVERSITI TEKNOLOGI MARA
NEGERI SEMBILAN, SEREMBAN CAMPUS

inventopiafbmsiic.wixsite.com/home



Pertandingan inovasi 'INVENTOPIA 2023: FBM-Seremban International Innovation Competition (FBM-SIIC)' telah berlangsung sepanjang Ogos hingga Oktober 2023. Sejumlah lebih daripada 50 penyertaan, termasuk daripada Indonesia dan Maldives, telah memeriahkan pertandingan ini. Keputusan pemenang telah diumumkan pada 13 Oktober 2023.

Selain itu, peserta turut menghantar 'extended abstract' idea inovasi mereka. Pada 31 Oktober 2023, kompilasi idea inovasi tersebut telah berjaya diterbitkan, memberikan peluang kepada para peserta untuk memperoleh pengiktirafan lebih meluas dan berkongsi pengetahuan inovatif mereka dengan masyarakat. Kejayaan pertandingan ini mencerminkan semangat dan komitmen Fakulti Pengurusan Perniagaan, Kampus Seremban dalam memupuk kecemerlangan dan inovasi di kalangan pelajar dan profesional.

Disediakan oleh: Nur Fadhlina Zainal Abedin

SESI PERKONGSIAN TIPS DAN PERSEDIAAN *POSTGRADUATE* STAF FPP KAMPUS SEREMBAN

Pada 3 November 2023, Fakulti Pengurusan Perniagaan (FPP), Kampus Seremban, telah mengadakan sesi perkongsian bertujuan untuk memberikan panduan dan tips kepada staf, terutamanya dalam persediaan proposal PhD. Sesi ini merupakan platform interaktif di mana pengalaman dan pengetahuan dikongsi oleh Dr. Normila Mohamad, Dr. Jamilah Mohd Mahyideen dan Dr. Faridah Pardi. Melalui inisiatif ini, FPP Kampus Seremban berusaha untuk memperkukuhkan kemahiran dan meningkatkan motivasi staf FPP Kampus Seremban untuk melanjutkan Pelajaran ke peringkat PhD.



Disediakan oleh: Hilwana Abd Karim

BENGKEL PELAN STRATEGIK 2024 DAN MAJLIS ANUGERAH ASPIRASI 2022-23

Pada 4 November 2023 telah berlangsung Bengkel Pelan Strategik bagi tahun 2024 dan Majlis Anugerah Aspirasi bagi tahun 2022 yang bertempat di Cyberview Resort and Spa, Cyberjaya. Tujuan program ini diadakan ialah menetapkan bidang tujahan KPI FPP Kampus Seremban bagi tahun 2024 dengan merancang aktiviti atau inisiatif program yang perlu dilaksanakan bagi mencapai KPI tersebut.

Program ini turut bertujuan meraikan kejayaan staf FPP yang meraih pelbagai kejayaan pada tahun 2022 dengan menawarkan pelbagai anugerah iaitu Anugerah Sosial dan Anugerah Akademik seperti Anugerah Khas Fakulti, Anugerah Penerima Geran Terbanyak, Anugerah Penulisan dan Penerbitan Terbanyak, Anugerah Kepimpinan, Anugerah Pendidik Digital dan Anugerah Srikandi yang diberikan kepada staf yang telah berjuang untuk pulih dari penyakit kanser dan kembali menyumbang tenaga semula kepada FPP.





Tahniah!

SENARAI ANUGERAH AKADEMIK MAJLIS ASPIRASI FPP 2023 UITM CAWANGAN NEGERI SEMBILAN KAMPUS SEREMBAN

Anugerah Khas Fakulti 2022

Prof. Madya Dr. Nurazilah Binti Zainal

Anugerah Penerima Geran Terbanyak

Prof. Madya Dr. Nurazilah Binti Zainal

Anugerah Srikandi

Nurhanani Aflizan Binti Rusli

Anugerah Penulisan Dan Penerbitan

Nur Fadhlina Binti Zainal Abedin

Anugerah Kepimpinan

Dr. Wan Normila Binti Mohamad

Anugerah Pendidik Digital

Maziah Binti Mohamed Arif

Tahniah!

Pensyarah Paling Up-To-Date

Mohd Elfee Bin Ab Rashid

Pensyarah Paling Popular

Prof. Madya Dr. Nurazilah Binti Zainal

Pensyarah Paling Lemah Lembut

Nurhanani Aflizan Binti Rusli

Pensyarah Paling Kreatif

Nur Fadhlina Binti Zainal Abedin

Pensyarah Paling Teliti

Dr. Wan Normila Binti Mohamad

Pensyarah Paling Lucu

Bashir Ahmad Bin Shabir Ahmad

Pensyarah Paling Berketerampilan

Norhaniza Md Akhir

Pensyarah Paling Sporting

Dr. Jamilah Binti Mohd Mahyideen

Pensyarah Paling Alim

Iskandar Bin Ariffin

Pensyarah Paling Berdedikasi

Nur Alia Binti Amirnordin

Pensyarah Paling Berwibawa

Zaidatulhusna Binti Mohd Isnani

Pensyarah Paling Prihatin

YM Tengku Sharifeleani Ratul Maknu

Pensyarah Paling Aktif

YM Dr. Mayang Delima Binti Mohd Beta

Pensyarah Paling Rajin

Hilwana Abd Karim

Pensyarah Paling Ceria

Dr. Faridah Binti Pardi

Pensyarah Paling Membantu

Hafisah Binti Yaakob

Pensyarah Paling Punctual

Nooraza Binti Tukiran



"Bangunlah pagi hari untuk mencari rezeki dan keperluanmu. Sesungguhnya pada pagi hari terdapat barakah dan keberuntungan."

- Tiada sumber

