

info

usahawan

issue
1/21

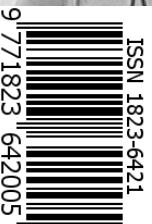
nota minda masmed

penjenamaan
semula

fenomena
zamsaham

elon musk.

VISIONARI
MEREVOLUSI
DUNIA





info

usahawan

nota minda masmed



Editorial

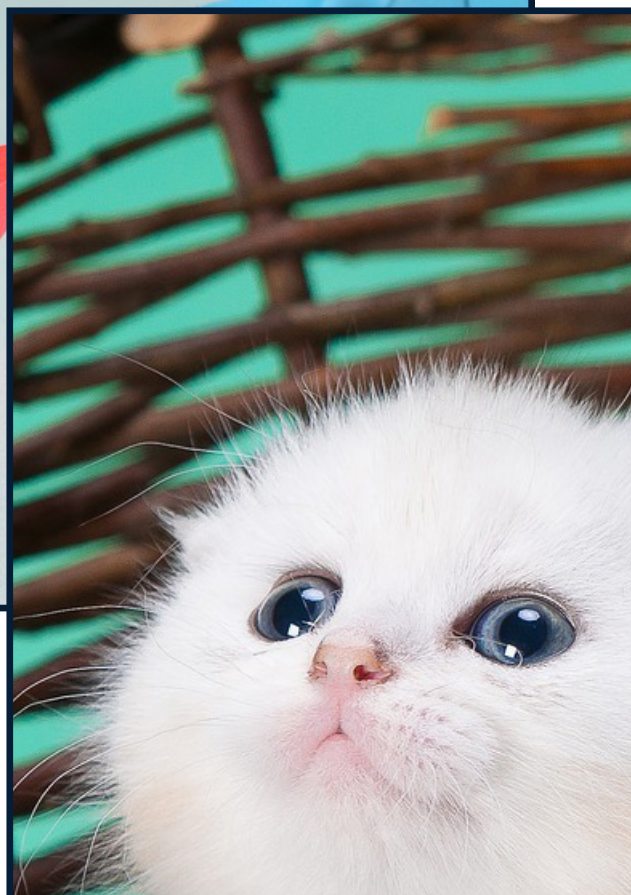
Ketua Editor
Nik Fazlin Hidayati Nik Jaafar

Editor Urusan
Noor Malinjasari Binti Ali

Editor Bahasa Inggeris
Nor Hayati Husin

Editor Bahasa Melayu
Wan Ahmad Khusairi Wan Chek
Suzila Mat Salleh
Nasiha Abdullah

Design
Izhar Hafifi Zainal Abidin



kandungan

elon musk: visionari merevolusi dunia	8
perniagaan keluarga butik Omar Ali	14
cheese bomb: dari graduan dbs ke usahawan pks	18
peringkat ekonomi menurut islam	20
Din: usahawan OKU berjiwa kental	26
usahawan atas talian: bahagian 1	30
senarai tingkahlaku yang patut dihindari usahawan muslim	36
graduan memilih keusahawanan sebagai kerjaya?	40
usahawan muda: peluang, cabaran dan kejayaan	42
jajan muhammad: minat dan dorongan ibu bapa	46
crowdfunding: perniagaan menerusi pendanaan orang ramai	50
model perniagaan yang unik	54
penjenamaan semula?	58
fenomena zamsaham	62
strategi usahawan DIY	65
usahawan berjaya, usahawan berstrategi	68
usahawan e-pendidikan: satu peluang & strategi - bahagian 1	72
usahawan e-pendidikan: satu peluang & strategi - bahagian 2	75
4 cara usahawan menjadi lebih inovatif	78
fokus & gigih: rahsia usahawan berjaya	80
ancaman kepada rekod kewangan - bahagian 7	84
untaian pantun sempena program webinar antarabangsa ekonomi rumpun melayu	87
terma tidak adil dalam kontrak: usahawan dan pengguna	88
peranan utama pengangkutan dalam perniagaan	90
nilai bahan terpakai kepada pereka tekstil	94
meremajakan rawatan tradisional dan komplementari di kalangan warga kota	98
merebut manfaat percukaian terhadap aset perniagaan	100
"order lain, dapat lain..."	104
online youngpreneur program (o.y.c): memperkasakan kompetensi keusahawanan pelajar	108
baunya tak disukai, khasiatnya tinggi	112
catch the wellness wave program 2020	116
strategi menjadi usahawan sosial	120
program subsidi upah kepada usahawan kecil dan sederhana	124

Assalamualaikum wbt dan Salam Sejahtera

Alhamdulillah, edisi pertama bagi tahun 2021 merangkap edisi ke 22. Buletin Infousahawan telah berjaya diterbitkan. Terima kasih di atas sokongan yang diberikan kerana tanpa sumbangan penulisan, sudah tentu buletin ini tidak mampu untuk diterbitkan. Semoga sokongan sebegini diteruskan sentiasa.

Di tahun 2021, pengamalan kebiasaan norma baharu diteruskan sejak ianya bermula pada tahun 2020 kesan dari pandemik Covid 19. Banyak sebenarnya yang telah berubah. Begitu juga dengan perkembangan keusahawanan baik di peringkat negara mahupun pusat pengajian tinggi. Perubahan landskap keusahawanan ini walau didorong oleh sesuatu yang sememangnya di luar jangka, tetap disambut secara positif oleh semua pihak yang terlibat termasuk UiTM menerusi Malaysian Academy of SME and Entrepreneurship Development (MASMED) sendiri. Visi untuk melahirkan usahawan graduan yang holistik tetap menjadi keutamaan malahan diperkasakan lagi dalam menyiapkan para graduan menghadapi dunia serba mencabar ini. Di MASMED sendiri, pelbagai strategi dirangka termasuk memikirkan langkah-langkah baharu bagi menjayakan agenda keusahawanan negara. Kepelbagaian bentuk program dan pendekatan juga perlu dititikberatkan agar impak yang lebih besar dapat diberikan kepada para pelajar di dalam situasi sekarang. Walaupun banyak pelaksanaan strategi secara bersemuka terpaksa dikemaskini, strategi secara atas talian mahupun menerusi kaedah-kaedah kreatif lain perlu diperkasakan.

Semoga perubahan dan norma baharu yang semakin menguasai kehidupan kita dari segenap sudut ini sentiasa memberikan kita nafas baru dan hikmah tersendiri untuk kebaikan bersama. Dan kepada semua pembaca, semoga bingkisan kali ini memberikan pelbagai ilmu dan perspektif baharu di dalam bidang keusahawanan.

Nik Fazlin Hiriyati Nik Jaafar



Salam sejahtera kepada pembaca yang dikasihi

Puji dan syukur kepada Yang Maha Esa kerana atas limpah kurniaNya, edisi infousahawan yang ke 22 untuk bulan Mac/April berjaya diterbitkan hasil daripada kerjasama semua terutamanya sumbangan sebanyak 33 artikel daripada para penulis sekalian daripada pelbagai kampus dan universiti. Sungguhpun pelbagai halangan terpaksa dihadapi pada peringkat awalnya, namun berkat sokongan padu sidang editor, ianya berjaya diatasi. Untuk edisi kali ini, ada beberapa pembaharuan yang telah dilaksanakan iaitu tema baru: sudut usahawan muda/alumni. Sudut ini mengetengahkan penglibatan pelajar dalam aktiviti keusahawanan mahupun pandangan daripada alumni (bekas para pelajar universiti) mengenai kegiatan keusahawanan mereka. Akhir kata, semoga edisi kali ini dapat memberi kepuasan kepada pembaca semua dalam mempelbagaikan sumber bacaan santai tetapi ilmiah dalam bidang keusahawanan.

Noor Malinjasari Binti Ali

corat coret editor urusan





elon musk.

VISIONARI
MEREVOLUSI
DUNIA

Ahmad Marzuki Amiruddin Othman, Filouz
Hashim, Fatimah Hashim
Fakulti Perakaunan, Universiti Teknologi MARA, Cawangan
Johor, Kampus Segamat, Johor

Menurut laporan CNBC, Elon Musk telah merangkul gelaran manusia terkaya di dunia, mengatasi kekayaan Jeff Bezos, pengasas Amazon, dengan nilai kekayaan sebanyak \$184 bilion. Di dalam ciapan Twitternya, Musk yang sangat 'workaholic' terpegun seketika dengan pencapaian tersebut, diikuti dengan ciapan seterusnya: 'Well, back to work...'

Minat Musk yang mendalam di dalam bidang teknologi dipupuk sejak dari kecil lagi, di mana beliau belajar 'coding' secara sendiri dan kemudiannya berjaya menjual 'source code' permainan video yang dihasilkannya dengan harga \$500 pada usia 12 tahun. Beliau amat sinonim dengan kerja keras dan kurang berminat dengan perkara material. Pendapatan yang diperolehinya disuntik kembali ke dalam perniagaan beliau. Artikel pendek ini merungkai dua perniagaan utama Musk yang berteraskan teknologi yang bakal merevolusi dunia.

SpaceX

Space Exploration Technologies (SpaceX) bernilai \$100 billion di mana Musk merupakan pemegang saham terbesar sebanyak 54%. Bagi Musk, tujuan utama kekayaannya adalah untuk mempercepatkan evolusi manusia ke angkasa lepas. SpaceX mempunyai misi: "to enable humans to become a spacefaring civilization and a multi-planet species by building a self-sustaining city on Mars". Roket yang dibina oleh SpaceX boleh berlepas dan mendarat di pengkalan pelancaran serta digunapakai beberap kali, seterusnya lebih menjimatkan kos. Antara pencapaian SpaceX termasuk:

- Roket Falcon 1 telah dilancarkan pada 2006,
- Pelancaran Falcon 9 pada 2010.
- Super Heavy-Starship mampu mengangkat muatan sebanyak 100,000 kilogram.
- Starship bakal membawa pelancong ke bulan dan Marikh. Kerjasama dengan NASA untuk mengadakan

pelancongan angkasa. Tiket - tiket untuk pelancongan ke bulan juga telah mula dijual.

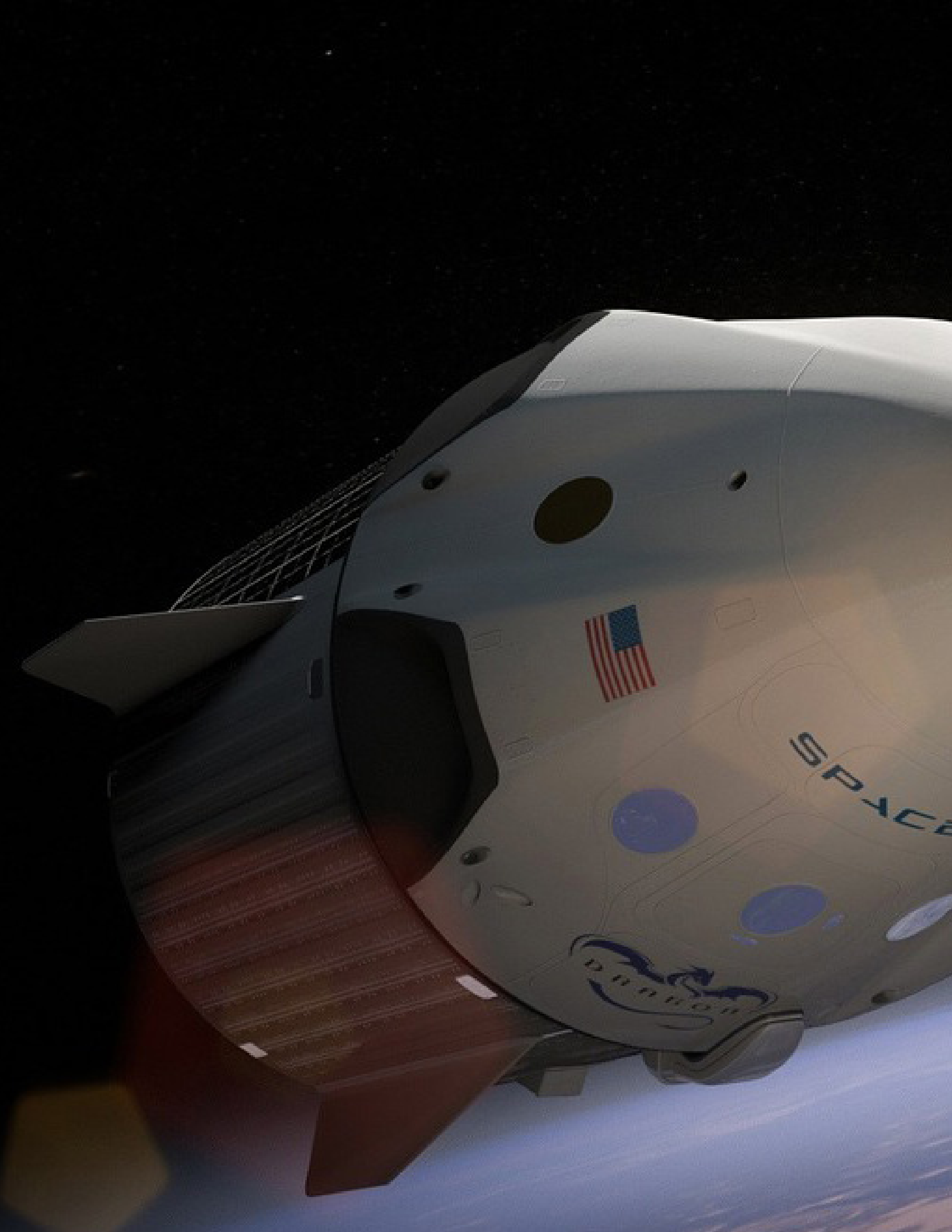
- Dragon membawa bekalan kepada angkasawan yang berada di stesen angkasa ISS.
- Pelancarkan satelit Starlink yang bakal menawarkan kemudahan internet kepada pelusuk dunia.
- Pembelian dua pelantar minyak di Port of Brownsville, Texas yang akan digunakan untuk pelancaran roket yang lebih besar.
- Penerbangan ke planet Marikh seawal tahun 2026.

Tesla

Tesla membuat senarai awam sebagai sebuah syarikat pada 2010 dengan nilai \$2.2 bilion. Bertempat di kilangnya di California, Tesla mengeluarkan kereta elektrik, panel solar, bateri, serta sumber tenaga bersih, dengan matlamat untuk menghasilkan kenderaan dan tenaga mesra alam untuk jangka masa panjang. Tesla berjaya menjadi pengeluar kereta

elektrik terlaris dunia, mencapai angka pengeluaran sebanyak 1 juta buah pada 2020. Model 3 merupakan model terlaris Tesla, dengan penjualan melebihi 500,000 kereta pada 2008. Kenderaan Tesla menggunakan bateri 'lithium-ion', seperti yang digunakan di dalam laptop, membolehkannya dicas berulang kali menggunakan plag elektrik. Model 3 mampu bergerak sehingga 354 km dengan sekali cas dan boleh mencapai kelajuan 200 km sejam. Rancangan terkini Tesla adalah memasarkan Model Y di China, dengan pembinaan kilangnya di Shanghai, dengan sasaran untuk menghasilkan 500,000 kereta setahun. Tesla menjadi syarikat asing pertama yang mempunyai kilang di China tanpa rakan strategik negara tersebut.

Sebagai kesimpulannya, Elon Musk berjaya mengumpulkan harta kekayaannya disebabkan kelebihanannya dalam dunia teknologi dan menjadi inspirasi kepada yang anak muda yang cenderung kepada teknologi untuk berjaya sepertinya.



Elon Reeve Musk

49 tahun

28 Jun 1971

Pretoria, Afrika Selatan

Ijazah di dalam bidang Ekonomi dan Fizik
dari University Pennsylvania (1991–1997)

Isteri: Talulah Riley, Anak: 7 orang

US\$ 182.8 billion pada (19 Januari 2021)

- Kini - Figura korporat, pereka industri, engineer, pelabur, dermawan.
- 1999 - Pengasas bersama syarikat perisian web Zip2, yang dijual kepada Compaq dengan harga \$307 million.
- 2001 - Pengasas PayPal, yang dijual kepada eBay dengan harga \$1.5 billion.
- 2002 - Pengasas, CEO, CTO, ketua pereka SpaceX.
- 2004 - CEO, arkitek kenderaan elektrik Tesla, Inc.
- 2006 - Pengasas syarikat tenaga solar SolarCity.
- 2015 - Pengasas bersama OpenAI In., syarikat berasaskan 'artificial intelligence' secara 'open source'.
- 2016 - Pengasas bersama Neuralink untuk kegunaan interface computer.
- 2016 - Pengasas The Boring Company: sebuah syarikat infrastruktur dan pembinaan terowong Hyperloop untuk kegunaan kenderaan elektrik kelajuan tinggi.

profil

The background of the entire page is a photograph of several children. In the foreground, a young boy is smiling and adjusting a white and blue patterned songket cap (tutupi) on his head. He is wearing a blue long-sleeved shirt with a striped pattern. Behind him, another child is partially visible, wearing a similar cap. To the left, two more children are looking down. The children are dressed in traditional Malay clothing, including songket shirts and sarongs. The background is a solid reddish-brown color.

Perniagaan Keluarga Butik

Omar Ali

Suzila Mat Salleh, Noor Malinjasari Ali, Siti Fatimah Mardiah Hamzah,
Hani Sakina Mohamad Yusof & Noor Hafiza Mohammed
Fakulti Pengurusan dan Perniagaan, Universiti Teknologi MARA Cawangan Terengganu,
Dungun, Terengganu.





image from omarell.com.my

Apabila mendengar nama butik Omar Ali, adakah anda terfikirkan baju Melayu? Butik Omar Ali mengekalkan konsep reka bentuk baju Melayu asli yang merupakan baju tradisional masyarakat melayu. Butik ini telah bermula sejak tahun 1935 yang terletak di Wisma Yakin di Jalan Masjid India dan kini berkembang sehingga 8 cawangan termasuklah di Kampung Baru (HQ), Wisma Yakin, Putrajaya, Taman Tun Dr. Ismail, Shah Alam, Taman Melawati, Bukit Tunku dan Gombak.

Di sebalik kejayaan Butik Omar Ali, berdiri gagah seorang wanita yang menerajuiperniagaanpeninggalanayahnya. Usahawan wanita yang meneruskan legasi ayahnya dan dibantu oleh adik beradiknya di bawah jenama Omar Ali merupakan anak bongsu daripada 11 orang adik-beradik. Azizah, merupakan seorang wanita yang cekal dan berjiwa besar demi mengekalkan baju tradisional negara. Azizah merupakan usahawan wanita yang berkelulusan dalam bidang Ekonomi dari Northern Illinois University, Amerika Syarikat. Memikirkan masa depan perniagaannya, Omar Ali juga telah menghantar anaknya Shaharir dan Muhammad Sohaimi ke London untuk meneruskan pengajian dalam bidang jahitan. Ilmu yang diperolehi oleh adik beradik ini dapat dikembangkan lagi melalui produk-produk, idea dan reka bentuk terkini bagi memenuhi permintaan pelanggan.

Rahsia kejayaan butik ini dan mampu bertahan hingga kini adalah disebabkan oleh hubungan kekeluargaan yang erat, sokongan, komited dan penyatuan keluarga untuk memajukan perniagaan peninggalan ayah mereka. Mutu jahitan yang kemas dan berkualiti juga amat dititikberatkan dalam menghasilkan baju melayu yang dapat memuaskan hati pelanggannya.

Ini merupakan legasi perniagaan warisan keluarga yang masih kekal hingga kini dan merupakan salah satu contoh usahawan yang patut diikuti oleh usahawan baru yang masih berjinak-jinak dalam bidang perniagaan. Perkara yang perlu dipentingkan adalah usaha untuk mencapai kejayaan dan jangan sekali-kali berputus asa dalam setiap tindakan yang dilakukan.

Kini, Butik Omar Ali mengembangkan sayap perniagaannya menggunakan medium media sosial seperti facebook, twitter dan Instagram serta perniagaan atas talian iaitu Omarali.com.my. Langkah yang diambil ini kerana perniagaan e-dagang adalah dilihat sebagai perniagaan yang semakin berkembang di Malaysia. Kejayaan ini sekaligus menggambarkan kegigihan anak melayu yang berani mengembangkan perniagaan yang dapat menembusi pasaran di peringkat antarabangsa.



Berat Bersih: +/- 100g

Produk Muslim Baniputra

MonsterBite
Snak Keju Rangup



Berat Bersih: +/- 100g

CHEESE BOMB
SOS KEJU PEDAS

CHEESE BOMB
SOS KEJU PEDAS

Produk Muslim Baniputra
MonsterBite
Snak Keju Rangup



CHEESE BOMB
SOS KEJU PEDAS

CHEESE BOMB
SOS KEJU PEDAS



cheese BOMB

dari graduan DBS ke usahawan PKS

Norazamimah binti Bogal
Fakulti Pengurusan dan Perniagaan, Universiti Teknologi
MARA Cawangan Melaka, Kampus Alor Gajah, Melaka

Cheese bomb adalah sos keju pedas pertama di Malaysia yang telah tular di media sosial semenjak tahun 2017. Sos unik ini adalah keluaran Mama G Food Industries Sdn. Bhd. Ia menggunakan jenama MamaG yang bertemakan 'bomb' iaitu sos yang mempunyai tahap kepedasan yang tinggi. Terdapat tiga variasi sos pedas yang dihasilkan iaitu Cheese bomb (sos keju pedas), Black bomb (sos madu pedas) dan Salted egg bomb (sos telur masin pedas).

Mama G Food Industries Sdn. Bhd. diketuai oleh En. Ridzwan Hafidz bin Rosli, 30 tahun yang merupakan alumni UiTM Melaka. Beliau adalah graduan lepasan Diploma dalam Pengajian Perniagaan (DBS) dan seterusnya telah melanjutkan pengajian ke peringkat Ijazah Pertama dalam bidang Pemasaran. Mempunyai passion yang tinggi terhadap makanan dan bidang perniagaan,

beliau sentiasa mengambil peluang dalam meningkatkan kualiti produk dengan mementingkan penghasilan produk yang bersih, halal dan selamat. Dengan kerjasama daripada pihak MARDI dan FAMA, beliau berjaya mendapatkan sijil halal daripada Jabatan Agama Islam Melaka (JAIM) dan sijil MESTI dari Kementerian Kesihatan Malaysia (KKM).

Kawalan ketat sentiasa diterapkan dalam setiap fasa pengeluaran produk bermula fasa input, fasa proses pengeluaran dan fasa output. Bagi memastikan kualiti produk terjaga dalam fasa input, syarikat ini hanya menggunakan bahan mentah terpilih iaitu keju sebenar dan madu asli, pekerja yang terlatih, telah menjalani kursus pemakanan dan juga telah mengambil suntikan typhoid untuk menjamin kebersihan dan keselamatan makanan. Selain itu, semua mesin perlu dibersihkan sebelum proses pengeluaran dimulakan.

Dalam fasa proses pengeluaran pula, kawalan ketat dibuat dengan mewajibkan pekerja memakai pakaian dan peralatan yang bersih dan sesuai iaitu apron, penutup kepala (headgear), sarung tangan dan penutup muka (face mask). Pekerja dikehendaki membuat pemantauan berkala semasa proses memasak. Sambil menunggu bahan masakan betul-betul masak iaitu mencapai suhu 90 celsius, semua mesin pembungkusan akan diselenggara dan botol-botol produk pula akan dinyahkuman menggunakan system disinfeksi ultra ungu (UV).

Kawalan kualiti semasa fasa pengeluaran dilaksanakan dengan memeriksa setiap produk dengan teliti bagi memastikan semua produk mencapai spesifikasi dan standard yang telah ditetapkan. Selepas itu, botol-botol produk tadi akan dimasukkan dalam kotak

bagi urusan pengedaran. Syarikat juga telah menyediakan pelbagai saluran maklum balas pelanggan melalui media sosial sebagai kawalan pembetulan (corrective control). Banyak pencapaian dan anugerah yang telah diperolehi oleh beliau sepanjang dalam pembabitan perniagaan sejak tahun 2012. Di antaranya anugerah Best SME daripada Jabatan Kesihatan Melaka dan Best Food Product bagi program Satu Daerah Satu Industri (SDSI) anjuran MITI.

Terkini, produk beliau telah menembusi pasaran stesen minyak Petronas, Petron dan Shell seluruh Malaysia. Diharapkan produk beliau akan dapat menembusi pasaran antarabangsa di masa hadapan melalui strategi pemasaran yang bersesuaian.

NEW
PENGUNGUN!

MeSTI

PERINGKAT EKONOMI MENURUT ISLAM

Mazlan Osman

Fakulti Pengurusan dan Perniagaan, Universiti Teknologi
MARA Cawangan Terengganu, Terengganu





Islam adalah agama yang syumul dan lengkap. Ini telah dinyatakan oleh Allah SWT dalam Al Quran yang bermaksud, “Wahai orang-orang beriman, masuklah kamu ke dalam ajaran Islam secara keseluruhan” (Al Baqarah: 208). Maka berdasarkan maksud ayat tersebut, bidang ekonomi juga tidak terkecuali dari ajaran Islam dan ia perlu dibangunkan dan diperjuangkan ke tengah masyarakat.

Namun begitu, konsep ekonomi dalam Islam berbeza dengan konsep ekonomi bukan Islam. Konsep ekonomi dalam Islam bukan ciptaan akal manusia tetapi ia adalah konsep yang digariskan oleh Allah SWT. Sistem ekonomi ciptaan akal fikiran manusia hanya berorientasikan keuntungan material dan duniawi namun sistem ekonomi Islam mementingkan konsep ibadah dan berkhidmat kepada masyarakat. Modal utama dalam ekonomi ciptaan akal adalah duit namun modal utama dalam ekonomi Islam adalah taqwa.

Secara umumnya, ekonomi Islam boleh dibahagikan kepada tiga peringkat:

Ekonomi Fardu Kifayah

Ekonomi Komersil
Ekonomi Strategi

a) Ekonomi Fardu Kifayah

Matlamat utama ekonomi fardu kifayah adalah untuk memenuhi keperluan masyarakat Islam, terutamanya keperluan asas. Keuntungan adalah tujuan sampingan iaitu sekiranya ekonomi yang dibangunkan tidak mendatangkan keuntungan namun ia mesti dibangunkan juga kerana jika tidak dibangunkan maka seluruh umat Islam di sesuatu kawasan atau tempat tertentu akan berdosa.

Contohnya, membangunkan sebuah kedai runcit yang memenuhi keperluan asas masyarakat dalam sebuah taman atau kampung merupakan ekonomi fardu kifayah. Jika tidak ada sebuah kedai runcit di taman atau kampung berkenaan maka semua orang Islam di tempat tersebut berdosa. Oleh itu ia wajib dibangunkan sama ada mengalami keuntungan atau kerugian.

b) Ekonomi Komersil

Tujuan ekonomi komersil
agak berbeza dengan ekonomi

fardu kifayah. Fokus utama ekonomi komersil ialah untuk mendapat keuntungan disamping tidak mengabaikan peraturan-peraturan dan hukum hakam yang telah ditetapkan oleh ajaran Islam dalam membangunkan ekonomi.

Ekonomi komersil juga mempunyai beberapa objektif yang lain. Di antaranya ialah:

Menzahirkan syiar Islam dalam bidang ekonomi sekaligus menunjukkan bahawa Islam adalah agama yang syumul (lengkap). Membantu ekonomi fardu kifayah sekiranya ekonomi fardu kifayah mengalami kerugian. Membantu masyarakat Islam yang fakir dan miskin melalui konsep sedekah dan zakat berdasarkan keuntungan yang diperolehi. Memberi khidmat dan sumbangan kepada masyarakat bukan Islam yang memerlukan bantuan. Mendapat keselesaan dalam kehidupan sekaligus memudahkan umat Islam melakukan ibadah.

Ekonomi komersil tidak wajib dibangunkan dalam sesuatu kampung atau masyarakat. Sekiranya ekonomi komersil mengalami kerugian, ia boleh ditutup dan umat Islam dalam

kampung atau masyarakat setempat tidak dikira berdosa.

c) Ekonomi Strategi

Ekonomi strategi pula berbeza dengan ekonomi fardu kifayah dan ekonomi komersil. Ekonomi strategi bukan untuk mendapat keuntungan semata-mata dan bukan untuk fardu kifayah tetapi ia dibangunkan atas tujuan-tujuan yang tertentu.

Sebagai contoh, di antara tujuan ekonomi strategi ialah:

Mengelakkan daripada berlakunya monopoli dalam bidang ekonomi oleh golongan tertentu atau oleh orang bukan Islam. Menunjukkan kehebatan orang Islam melalui kejayaan yang dibangunkan dalam bidang ekonomi. Mengembangkan ajaran Islam melalui bidang ekonomi seperti menggunakan platform ekonomi untuk membantu sistem pendidikan Islam.

Ekonomi strategik tidak mempunyai tujuan khusus. Tujuan ekonomi strategi tiada had dan batasannya. Ia bergantung kepada waktu, tempat dan keadaan semasa.



DIN

USAHAWAN OKU BERJIWA KENTAL

Afidah Osman¹, Farihana Abdul Razak¹, Iza Faradiba Mohd Patel²

¹Jabatan Undang-Undang, Universiti Teknologi MARA
Cawangan Perak, Kampus Tapah, Perak

²Akademi Pengajian Bahasa, Universiti Teknologi MARA
Cawangan Perak, Kampus Seri Iskandar, Perak.



Menceburi bidang perniagaan mempunyai risiko yang tersendiri dan sekiranya tersalah langkah boleh membawa kepada kecundang, kekecewaan dan kerugian. Namun begitu, semangat kental yang ditunjukkan oleh seorang bapa tunggal berstatus Orang Kurang Upaya (OKU) bernama Nasiruddin bin Osoman akan diketengahkan di dalam penulisan ini dengan berkongsi mengenai cerita beliau sebagai seorang usahawan OKU. Ia juga selaras dengan pengenalan konsep UiTM kini iaitu 'Jom Cakna OKU'.

OKU ditakrifkan sebagai individu yang mempunyai kekurangan jangka panjang dari segi fizikal, mental intelektual atau deria yang apabila berinteraksi dengan pelbagai halangan, boleh menyekat penyertaan penuh dan berkesan mereka dalam masyarakat (Akta Orang Kurang Upaya, 2008).

Bergelar OKU pada era ini bukanlah suatu perkara yang mudah kerana berdepan dengan pelbagai cabaran dari setiap sudut sekali gus memerlukan golongan ini melengkapkan diri mereka dengan penguasaan ilmu, kemahiran, jati diri, pemikiran dan komunikasi. Tanpa

persediaan rapi yang khusus dan jitu, dikhuatiri golongan OKU ini mudah gagal.

Nasiruddin bin Osoman (yang dikenali sebagai 'Din') merupakan seorang bapa dan suami yang menjalani kehidupan bahagia bersama isteri dan anak lelakinya sebelum beliau terlibat dengan kemalangan jalanraya yang menukar statusnya daripada seorang yang normal kepada OKU. Semenjak itu, Din menghadapi keadaan yang memerlukan untuk berhadapan dengan situasi yang berbeza. Keadaannya teruji apabila isteri tercinta memilih untuk berpisah dengannya. Namun begitu, Din tetap bangkit dari kehidupannya dan tidak pernah berputus asa. Berkat sokongan serta doa ahli keluarga dan rakan-rakan, Din menceburkan diri dalam bidang perniagaan.

Demi memperoleh pengalaman dalam selok-belok dunia perniagaan, Din memberanikan diri membuat parang dengan berbekalkan modal bantuan ahli keluarga dan rakan-rakan. Memang diakui akan timbul masalah untuk berniaga, namun sebelum memulakan perniagaan ini lagi beliau sudah memikirkan segala-galanya.

Berkongsi mengenai perniagaanya, idea memulakan perniagaan tersebut timbul selepas mendapat maklumat berkenaan selok belok perniagaan parang daripada kumpulan whatsapp seni kayu dan batu Malaysia, kumpulan whatsapp seni pisau dan parang serta kumpulan whatsapp membeli senjata traditional Malaya. Bengkel parang Din terletak di tepi rumahnya sahaja. Pada peringkat awal, beliau membuat beberapa parang sebagai contoh untuk tujuan promosi. Beliau kemudian mempromosikan parangnya melalui ruangan Facebook dan whatsapp peribadi beliau sendiri. Hasil promosi tersebut, beliau mula mendapat tempahan. Apabila menerima tempahan, beliau akan berinteraksi dengan pelanggan untuk bertanya tentang kegunaan parang yang bakal dibuatnya itu. Ini kerana bahan kayu, tembaga, logam serta besi yang digunakan adalah berbeza mengikut kategori kegunaan parang. Interaksi dengan pelanggan amat penting dan dititikberatkan bagi memastikan pelanggan benar-benar berpuashati dengan kualiti serta harga parang yang ditawarkan. Din begitu mengambil berat dan mementingkan kualiti hasil kerjanya. Beliau memberi jaminan lima tahun untuk parang yang dihasilkan.

Kayu Juha, Kayu Akasia, Besi dan Temin adalah antara bahan asas yang diperlukan dalam pembuatan parang. Penggunaan kayu yang berbeza akan menghasilkan corak hulu dan sarung parang yang berbeza. Bahagian bilah parang pula diperbuat daripada besi. Manakala temin adalah bahan yang digunakan untuk menyambung parang dan hulunya. Temin lazimnya diperbuat daripada tembaga atau tanduk.

Din bukan sahaja membuat bilah parang, tetapi beliau mampu menghasilkan sarung dan hulu yang sangat cantik mengikut kehendak pelanggannya.

Kesimpulannya, mempelajari kemahiran baru dapat mengubah hidup seseorang untuk menjadi seorang usahawan. Peranan ahli keluarga dan sahabat adalah penting dalam mengiringi seseorang OKU untuk memulakan kerjaya baharu mereka sebagai usahawan.



Usaha awa atas talu

BAHAGIAN 1

Yau'mee Hayati Hj Mohamed Yusof
Fakulti Pengurusan dan Perniagaan, Universiti Teknologi
MARU, Cawangan Terengganu Kampus Dungun, Terengganu

an an



Image by mikhail nlove from pexels

Perniagaan merupakan satu pekerjaan paling tua di dunia sejak zaman berzaman. Semua jenis perniagaan bermula dengan konsep untung rugi. Sesuatu perniagaan bergantung kepada kehendak pembeli; semakin tinggi kehendak maka semakin tinggi keperluan. Dalam mencari kehendak pasaran, peranan teknik pemasaran juga memberi kesan. Apabila perubahan zaman berlaku, maka ia juga memberi kesan kepada perubahan teknik pemasaran. Ianya menjadi semakin kompleks sehinggakan pada zaman sekarang ini, sifat kepenggunaan (buyers behaviors) boleh dimanipulasi untuk tujuan

pemasaran. Oleh kerana itu, wujudlah pelbagai jenis platform bagi menilai sifat kepenggunaan untuk menarik pelanggan terhadap servis dan produk yang diiklankan.

Dalam menangani cabaran zaman revolusi 4.0, usahawan tidak lagi boleh menggunakan konsep menunggu pembeli datang seperti mana yang sering berlaku di kebanyakan kedai fizikal yang sedia ada. Ketika artikel ini ditulis, dunia sedang menghadapi pandemik global “COVID 19” yang mengancam kesihatan dan ekonomi setiap negara yang berisiko. Hampir setiap hari kedengaran kes kematian dan kes jangkitan yang menghalang kebanyakan pembeli berpotensi untuk keluar membeli belah. Atas sebab kesihatan, dunia menjadi semakin pasif di mana setiap orang berada di rumah dan menjalankan hampir semua urusan melalui atas talian. Di atas faktor tersebut, lebih ramai usahawan tradisional mahu tidak mahu semakin bersedia untuk belajar menggunakan platform atas talian yang wujud untuk mencari dan mengenalpasti pasaran bagi meluaskan lagi ruang perniagaan mereka.

PLATFORM PERNIAGAAN ATAS TALIAN

Pada awal abad 2000, dua pasaran yang ada pada talian di Malaysia ketika itu hanyalah laman sesawang

Mudah.my (2007), dan Lelong.my(1998). Menerusi platform terbabit, penjual dan pembeli berkomunikasi di atas talian untuk urusan perniagaan. Ketika itu, penggunaan telefon pintar hampir tiada dan majoriti masih lagi bergantung kepada khidmat pesanan ringkas atau lebih dikenali sebagai SMS (Short Message Service) dan juga panggilan telefon untuk berkomunikasi. Platform yang wujud ketika itu hanyalah untuk menjadi medium interaksi antara penjual dan pembeli. Perniagaan atas talian wujud tanpa publisiti yang meluas kerana masyarakat ketika itu masih tidak yakin untuk menggunakan kaedah pembelian atas talian atas pelbagai faktor, contohnya keselamatan.

Menjelang tahun 2010, industri perniagaan atas talian kian mendapat tempat seiring dengan penggunaan telefon pintar. Hampir semua ciri yang ada pada komputer wujud pada telefon pintar sehinggakan manusia hampir boleh melakukan semua tugas hanya menggunakan telefon pintar termasuk sidang video maya (video conferencing). Pembelian menjadi semakin mudah melalui pelbagai aplikasi yang dilengkapi dengan ciri ciri keselamatan.

Terdapat juga platform lain yang digunapakai usahawan atas talian sejak tahun 2015 melalui penyedia perkhidmatan jualan atas talian

antarabangsa seperti Lazada dan juga Shopee. Pelbagai cara telah digunapakai bagi mengekalkan kesetiaan pelanggan terhadap platform ini. Sebagai contoh Lazada menggunakan konsep “wish cart” untuk memaparkan barangan yang menjadi pilihan pengguna di atas platform media sosial pengguna. Keadaan berbeza digunapakai oleh Shopee di mana platform ini menawarkan pengalaman pembelian secara maya (virtual shopping). Ia membolehkan pengguna memiliki pengalaman menggunakan produk terbabit.

Kebolegunaan platform pemasaran atas talian untuk pelbagai jenis perniagaan bergantung pada saiz perniagaan. Ia turut bergantung kepada kemampuan usahawan untuk menguasai pengetahuan dalam mengendalikan platform yang mereka pilih sebagai penjana pendapatan perniagaan. Bagi yang memiliki peruntukan perbelanjaan yang rendah dan takut akan risiko pemasaran yang tidak menjadi, media sosial yang banyak menjadi pilihan pengguna adalah seperti Facebook, Instagram, WhatsApp dan Telegram. Adalah menjadi satu kelebihan kepada usahawan yang memiliki kemahiran menulis dan bercerita yang baik dalam menggunakan platform media sosial ini sebagai cara untuk menarik perhatian masyarakat terhadap kemahiran yang mereka miliki melalui penulisan blog atau video pendek atau review produk.

Sebagai contoh, di dalam artikel ini juga, penulis ingin berkongsi sedikit sejarah beberapa pengasas usahawan atas talian yang berjaya mendapat tempat melalui platform sebegini. Kebanyakan dari mereka bermula dari langkah yang kecil yang hanya bermula dengan minat berkongsi cerita yang seterusnya mendorong mereka untuk terus maju ke depan.

Datin Vivy Yusof dikenali sebagai pengasas jenama tudung DUCK di atas platform FashionValet memulakan asas perniagaan beliau melalui penulisan blog . Semasa zaman persekolahan, beliau aktif menulis blog dan berjaya mendapatkan sejumlah pelawat blog yang suka membaca penulisan beliau. Minat beliau terhadap fesyen juga mendorong beliau untuk menulis tentang fesyen sehingga timbul idea beliau dan suami untuk menjadikan fesyen atas talian sebagai platform perniagaan. Boleh dikatakan hampir kebanyakan pembeli setia tudung DUCK beliau merupakan pengikut blog beliau yang setia

- Vivy Yusof

Irfan Khairi ketika berusia 25 tahun hanya seorang freelancer yang berkerja dari rumah. Sesudah beliau tamat pengajian pada zaman kegawatan ekonomi pada 1998, beliau membuat keputusan untuk meneroka lebih mendalam tentang kebolehan internet di dalam perniagaan. Pada ketika itu, beliau hanya bermula dengan idea menjual peta Malaysia untuk pengembara di luar negara melalui platform EBay dan Amazon. Sehingga kini Irfan Khairi dikatakan antara tokoh motivasi terkenal dalam perniagaan internet bertaraf global.

- Irfan Khairi

Syahmi Syazli mungkin layak dikatakan sebagai seorang Youtuber yang berjaya. Berlatarbelakangkan pengajian kejuruteraan elektrik, minat beliau terhadap penerbitan video pendek semasa di bangku pengajian diploma membuatkan beliau merasakan jiwa beliau ke arah pembikinan video melalui platform YouTube. Keterujaan pengikut beliau terhadap video terbitan melalui Drama Spontan hampir boleh dibuktikan dengan jumlah langganan dan view hit yang diperolehi setiap kali video baru dimuat naik oleh beliau. Sehingga kini langganan kepada Channel Youtube Syahmi Sazli sudah pun mencapai 2.17 juta.

- Syahmi Syazli

Ketigatigatokohyangdiceritakanolehpenulissebenarnya membuktikan semakin ramai pengikut, semakin tinggi nilai yang diberikan kepada pengasas produk. Kebanyakan platform yang digunakan oleh influencer media sosial adalah mengunapakai konsep semakin ramai pengikut atau follower, semakin tinggi nilai yang diletakkan ke atas pengasas yang secara langsung mendorong kepada peningkatan jualan produk.

Kesimpulannya, dalam mengharungi cabaran Revolusi Industri 4.0, usahawan masa kini sudah tidak boleh lagi hanya duduk diam menunggu rezeki datang bergolek. Teknik pemasaran sudah berubah dan mahu tidak mahu usahawan juga perlu untuk berubah supaya tidak ketinggalan untuk sama-sama mendapatkan manfaat dari ledakan teknologi yang sedang melanda dunia.





senarai tingkah laku yang patut dihindari usahawan muslim

Surina Binti Nayan¹, Suhaimi Bin Nayan²

¹Academy of Language Studies, Universiti Teknologi MARA,
Cawangan Perlis, Kampus Arau, Perlis

²Universiti Kuala Lumpur (UniKL), Malaysian Spanish Institute
(MSI), Kulim Kedah

Adakah anda pernah mengalami situasi di mana pada pukul 2 petang anda merasa sangat lapar kerana belum makan semenjak dari pagi lagi, sudah membayar makanan yang dipilih, tetapi anda tidak ada selera untuk menjamah makanan tersebut? Apakah antara sebab yang mematahkan selera anda? Selain dari sikap pemilik serta pekerja yang tidak mesra pelanggan, ada antara faktor lain yang kadang kala menyebabkan kita tidak berselera untuk menjamah makanan yang nampak begitu lazat sekali. Sebagai contohnya di pinggan anda terhidangkan bakar, sambal belacan, ulama-ulaman serta kari ikan kering bersama udang serta nenas dan aromanya yang begitu membuka selera, namun adakalanya tindakan segelintir peniaga atau pelayan di gerai mahupun di restoran semasa mengendalikan makanan menyebabkan selera anda hilang atau terbantut.

Senarai semak ini merupakan senarai tingkah laku atau perbuatan mahupun penampilan yang patut dihindari agar perniagaan laris terutama untuk peniaga atau usahawan muslim kerana Islam sangat menekankan aspek taharah atau kebersihan dan kesucian makanan. Selain daripada menyajikan makanan yang bersih, suci dan enak serta halal, perkara-perkara atau tingkahlaku seperti yang disenaraikan di jadual 1 patut dihindari oleh usahawan Muslim kerana tidak bersesuaian dengan konsep Islam

yang menitikberatkan aspek taharah.

Tingkahlaku/Perbuatan yang tidak patut dilakukan atau dihindari semasa mengendalikan makanan serta melayan pelanggan

- Mencungkil gigi semasa berada di kaunter makanan atau terdapat pencungkil gigi yang sudah digunakan di kaunter bayaran.
- Merasai air kelapa semasa penyediaannya dengan meneguk melalui bekas yang sama yang mengandungi air kelapa untuk dibungkus kepada pelanggan (pengalaman penulis).
- Menghisap rokok sewaktu mengendalikan, menyediakan atau memasak makanan untuk pelanggan
- Kuku yang panjang, tidak bersih serta menjijikkan.
- Ada cebisan hingus sama ada yang kering atau basah di lubang hidung yang dapat dilihat dengan nyata oleh pelanggan..
- Bertahi mata
- Pakaian kotor serta berbau tidak enak.
- Kebersihan gigi tidak dijaga. Ini amat penting terutama sekali para pekerja yang mengambil pesanan makanan.
- Memicit jerawat, memegang hidung atau mengelap peluh tetapi tangan tidak dibasuh sebelum menebar roti canai atau mengendalikan makanan yang lainnya.

- Menggaru bahagian yang tidak sepatutnya digaru dan terus mengendali makanan tanpa membasuh tangan terlebih dahulu
- Menggaru bahagian muka tanpa membasuh tangan sebelum mengendali makanan atau membancuh air pesanan pelanggan.
- Bersin tanpa menutup mulut di hadapan pelanggan atau makanan atau masakan.
- Meludah di tempat menyediakan, mengendali masakan atau tempat menghidangkan makanan.
- Menghembus hidung yang berhingus tetapi ternampak oleh pelanggan.
- Memakai baju yang ada kesan peluh terutama sekali dibahagian ketiak.
- Kesan kudis di tangan terlihat secara nyata
- Menggigit pen atau pensil memasa mengambil pesanan dari pelanggan.
- Menggigit kuku.
- Berpenampilan kusut masai sebagai contohnya bermisai panjang menutupi bibir serta tidak terurus.
- Menyangkut kain mengelap meja yang basah dan lusuh di bahu.

Jika dilihat dari senarai yang dipaparkan, mungkin tidak pernah terlintas di dalam diri peniaga atau pengendali makanan akan betapa pentingnya menghindari perbuatan/tingkah laku seperti yang tercatat di jadual 1 kerana kelaziman mereka.

Namun begitu, ini tidak bermakna, perkara tersebut seharusnya dibiarkan begitu sahaja kerana boleh mengakibatkan peniaga kehilangan pelanggan. Ini adalah kerana perbuatan mereka itu boleh menimbulkan ketidakselesaan kepada pelanggan dan sekiranya peniaga mengambil sikap “acuh tidak acuh” atau tidak menyedari akan impak besar perbuatan tersebut kepada pelanggan, perniagaan mungkin akan terjejas di masa hadapan. Selain berbudi bahasa (sama ada pemilik atau pekerja), mempunyai tempat yang selesa untuk berniaga, menerima suntikan untuk pengendali makanan serta penampilan diri yang bersesuaian (bersih dan kemas) amat penting bagi memastikan perniagaan makanan berjaya.

Akhirnya, moga senarai semak ini dapat dijadikan panduan kepada para peniaga atau kita yang bercita-cita untuk membuka perniagaan yang berkaitan dengan makanan agar perniagaan boleh bertahan serta menjadi lebih maju di masa mendatang.

Isu graduan menganggur bukan merupakan satu isu baharu. Namun, setelah dunia dilanda pandemik Covid-19, isu ini telah menjadi lebih teruk dimana pelbagai industri serata dunia termasuk Malaysia terpaksa memberhentikan para pekerja mereka dan mengecilkan perniagaan. Oleh yang demikian, ramai orang termasuk graduan baharu yang tidak mempunyai pengalaman kerja terpaksa menjadi penganggur.

Diantara punca yang menyumbangkan kepada kadar pengangguran graduan adalah graduan terlalu memilih kerjaya serta lokasi untuk mendapat perkerjaan, yang menjadikan majikan sukar memberikan pekerjaan kepada fresh graduates (Bernama, 15 September 2020). Jumlah penganggur di Malaysia meningkat 17.10 peratus kepada 610,500 orang dengan kadar pengangguran 3.90 peratus pada Mac 2020, menurut statistik utama tenaga buruh, keluaran Jabatan Perangkaan (Malaysiakini, 8 May 2020).

Oleh yang demikian, kerajaan telah menyeru rakyat untuk menjadi lebih kreatif dalam menjana pendapatan lebih-lebih lagi dalam keadaan situasi dunia yang masih belum pulih dari serangan pandemik Covid-19. Justeru, ramai graduan memilih untuk menjana pendapatan melalui bidang keusahawanan. Dengan bantuan yang diberikan oleh kerajaan, lebih ramai

graduan kini memilih untuk berniaga. Kementerian Pembangunan Usahawan dan Koperasi (MEDAC) membuat pelbagai inisiatif diantaranya ialah Technopreneurship Programs for Fresh Graduate, iaitu program rintis kerjasama antara MEDAC dengan Perbadanan Pembangunan Teknologi Malaysia (MTDC). Program ini membangunkan kemahiran dan pengetahuan graduan mengenai teknologi 4.0 dan seterusnya berpotensi memberi peluang pekerjaan, selain menceburi bidang keusahawanan teknologi (Mohd Iskandar Ibrahim, Mohd Nasaruddin Parzi dan Fahmy A Rosli, 2020). Selain sukar mendapatkan pekerjaan, terdapat beberapa faktor lain menjadi pemangkin kepada lebih ramai graduan memilih untuk menjadi usahawan. Pelbagai kajian telah dilaksanakan dan didapati faktor latar belakang keluarga, faktor sikap dan faktor kemahiran menjadi pendorong kepada graduan untuk memilih kerjaya sebagai usahawan. Diantara faktor-faktor tersebut, faktor kemahiran merupakan faktor terpenting dalam mempengaruhi mereka menjadi seorang usahawan.

Berbekalkan kemahiran ICT, perniagaan online seperti dropship yang tidak memerlukan modal permulaan, tidak perlu memegang stok serta pos dilakukan oleh pemilik menjadi pilihan utama graduan yang baru berjinak-jinak dalam dunia perniagaan. Ianya lebih selamat dan risk free. Bagi yang sudah mempunyai sedikit pengalaman dan modal pula memilih untuk menjadi

agen. Dengan menjadi agen, usahawan akan memegang stok barang, membuat pengeposan atau penghantaran barang-barang ke pembeli serta menjawab persoalan-persoalan pembeli. Agen mempunyai margin keuntungan yang lebih besar seiring dengan tanggungjawab yang lebih banyak. Ramai graduan yang sudah lebih setahun menjadi dropshipper akan memilih untuk menjadi agen untuk perkembangan perniagaan mereka.

Masyarakat Malaysia akan lebih maju sekiranya ramai menjadi usahawan kerana ciri-ciri seorang usahawan adalah berdaya saing, kreatif, inovatif dan tidak menyerah kalah. Graduan yang ingin

berjaya dalam bidang keusahawanan haruslah memupuk ciri-ciri tersebut selain sentiasa mencari ilmu dan peluang baru untuk berada selaras dengan perkembangan ekonomi dan teknologi dunia. Dunia kian berubah pantas, maka mahasiswa perlu tangkas dan berdaya saing supaya kekal berjaya dan mampu membina empayar perniagaan mereka sendiri, suatu hari nanti.

graduan memilih keusahawanan sebagai kerjaya?

Sarah Sabir Ahmad¹, Azfahane Zakaria², Mhd Azmin Mat Seman²

¹Fakulti Pengurusan dan Perniagaan, Universiti Teknologi MARA, Cawangan Kedah, Kampus Merbuk, Kedah

²Politeknik Sultan Abdul Halim Mu'adzam Shah, Jitra, Kedah, Malaysia



usahawan muda peluang, cabaran & kejayaan

Noor Afida Abu Bakar
Quadra Element Sdn Bhd

Dewasa ini, semakin ramai golongan muda yang berusaha untuk menggapai impian dan mendepani cabaran dengan menceburi bidang perniagaan dalam pelbagai pilihan sektor, namun diakui, bukan semua yang mampu mengharungi ranjau hingga ke akhirnya. Pelbagai onak dan duri perlu diatasi namaun sekiranya kita sabar, peluang dan kejayaan pasti ada. Saya merupakan Alumni UiTM Dungun, Terengganu di mana saya menamatkan pelajaran dalam bidang Diploma Pengurusan Perniagaan pada tahun 2004 dan kemudiannya di peringkat Ijazah Sarjana Muda Pengurusan Operasi dua tahun kemudiaannya, juga di UiTM Terengganu Kampus Dungun. Setelah menamatkan pengajian, saya mula bekerja dalam bidang berkaitan dan diberi peluang untuk mendalami selok belok mengenai bidang pengurusan operasi berkaitan farmaseutikal.

Saya dapat merasakan peluang untuk saya memulakan perniagaan apabila saya telah menimba pengalaman yang agak mendalam dan diberikan kepercayaan sepenuhnya untuk mengatasi apa jua permasalahan perniagaan yang dihadapi oleh syarikat tempat saya bekerja. Berbekalkan lapan (8) tahun pengalaman bekerja di dalam bidang pengurusan

operasi syarikat dan pengetahuan luas dalam bidang farmaseutikal dan kosmoseutikal, saya mendapat inspirasi untuk menubuhkan syarikat perniagaan sendiri iaitu Quadra Element Sdn Bhd. Bermula dengan syarikat milikan tunggal yang didaftarkan pada tahun 2010 kemudian pada tahun 2016 saya telah mendaftarkan pula syarikat milikan perkongsian bersama rakan niaga dengan milikan saham sebanyak 70.0 peratus.

Produk di bawah jenama Lafeira merupakan produk pertama dihasilkan menggunakan formulasi sendiri yang khusus digunakan untuk rawatan kulit. Memulakan perniagaan dengan berbekalkan modal sendiri, saya bersyukur perniagaan yang dibina makin berkembang. Produk yang dirumus khas untuk kulit sensitif. Lafeira yang dikilangkan di kilang bertaraf GMP (Good Manufacturing Product) di dalam negara dan menggunakan bahan aktif Tocotrienol dari kelapa sawit, Tocotrienol merupakan Vitamin E semulajadi dimana 40.0 hingga 60.0 peratus lebih efektif berbanding dengan Vitamin E lain di pasaran yang kebanyakannya berasaskan sintetik.

Walaubagaimanapun, pandemik yang melanda seluruh dunia turut memberi kesan ke atas syarikat saya dan ini merupakan antara cabaran yang

terpaksa saya hadapi. Namun begitu, saya bersyukur kerana perniagaan yang dijalankan masih lagi bertahan setelah enam tahun ia ditubuhkan. Sehingga kini, produk Lafeira telah di tempatkan di lebih 150 buah farmasi terpilih di seluruh Semenanjung Malaysia dan termasuk juga Sabah. Antara yang mampu membuatkan saya bertahan walaupun berhadapan dengan cabaran adalah sokongan daripada keluarga, ibu ayah dan juga suami tercinta yang banyak memberikan sokongan moral dan impak positif dalam menguruskan perniagaan saya. Pada pandangan saya, sokongan keluarga sangat penting dan merupakan tonggak inspirasi kejayaan. Selain itu, pengetahuan dan pengalaman adalah kunci kejayaan untuk menubuhkan sesuatu perniagaan. Disebabkan jumlah modal yang terhad, pentingnya pengurusan kewangan yang betul supaya syarikat dapat bertahan dalam jangka masa yang lama. Saya juga sering menghadirkan diri pada setiap persidangan tahunan untuk kajian kelapa sawit yang melibatkan peserta dari luar negara. Ini sangat membantu dalam menambah pengetahuan terutama kajian-kajian yang dihasilkan oleh para penyelidik dari luar dan dalam negara yang banyak memberi maklumat dan penemuan baru. Selain itu, saya juga melibatkan diri dalam program-program yang dianjurkan oleh pihak kerajaan

husus untuk usahawan tempatan dalam mengukuhkan strategi pemasaran produk.

Sebagai majikan, saya juga turun padang untuk berjumpa sendiri dengan pelanggan supaya hubungan perniagaan kekal lama dan dapat bertukar idea dan pandangan dengan mereka. Walaupun pengurusan masa adalah cabaran utama terutamanya dalam menguruskan rumahtangga, saya tetap cuba “mencuri” masa untuk membuat lawatan ke farmasi dan klinik yang mengedarkan produk-produk saya. Bidang perniagaan pada hari ini amat mencabar dan perlulah seiring dengan arus semasa. Saya berpandangan, walaupun penggunaan media sosial dapat meningkatkan hasil jualan yang sangat ketara namun kaedah berjumpa secara “berhadapan” atau face to face lebih menyakinkan para pelanggan terhadap produk saya lebih-lebih lagi apabila berurusan dengan ahli farmasi dan doktor perubatan. Saya juga sering berjumpa dengan rakan-rakan dalam bidang farmaseutikal serta perubatan demi meluaskan lagi kajian dan pengetahuan mengenai kepentingan penggunaan Tocotrienol di Malaysia. Ini kerana produk Lafeira masih melalui beberapa kajian dalam teknologi perubatan moden.

Kepada sesiapa yang ingin

memulakan perniagaan saya menyeru untuk menggunakan identiti sendiri supaya perniagaan yang dijalankan lebih bertahan lama. Utamakan untuk mengusahakan produk yang berkualiti dan tidak merbahaya kepada pengguna terutamanya jika kita ingin menjadi usahawan berkaitan bidang kosmetik. Biarlah produk kita dikenali melalui maklumbalas pengguna bukan disebabkan teknik pemasaran yang banyak memokuskan pada identiti pemiliknya dan bukan produk yang dipasarkan. Kita juga perlu bijak mencari peluang dengan menghasilkan produk baru yang mempunyai konsep berlainan daripada usahawan sedia ada. Ia juga adalah kunci utama untuk membina kejayaan dalam sesuatu perniagaan. Usahawan juga perlu mempunyai pelan pengurusan kewangan sekurang-kurangnya untuk tempoh 3 tahun dan mempunyai “Risk Management” serta “backup plan” jika perniagaan menghadapi masalah secara tiba-tiba.

Akhir kata, saya berdoa dan berharap semoga pandemik yang melanda dunia akan berakhir dengan segera dan agar semua usahawan dan pelajar tabah menghadapi waktu yang getir ini. Mudah-mudahan kejayaan akan menjadi milik kita semua.



MINAT & DORONGAN IBU BAPA

Farihana Abdul Razak¹, Anuar Kassim²

¹Jabatan Undang-Undang, Universiti Teknologi MARA
Cawangan Perak, Kampus Tapah, Malaysia.

²Pegawai Kanan Polis, Ibu Pejabat Polis Kontinjen Perak,
Ipoh, Malaysia.

Malaysia merupakan salah satu negara yang tidak terkecuali menerima kesan berikutan dengan pandemik Covid-19. Perintah Kawalan Pergerakan yang telah diumumkan pada 16 Mac 2020 telah menjejaskan pelbagai sektor termasuklah sektor ekonomi. Selain itu, pekerja diminta bekerja dari rumah (BDR) manakala pelajar sekolah dan institusi pengajian tinggi menerima pembelajaran secara dalam talian (ODR). Tujuan penulisan ini adalah mengetengahkan profil usahawan muda yang berhasrat membuka perniagaannya sendiri bagi memperoleh wang saku sendiri setelah tidak menerima wang belanja sekolah akibat daripada penutupan sekolah dan perlu belajar dari rumah.

Seorang pelajar berusia tujuh tahun diberi nama Muhammad bin Anuar yang mendapat pendidikan di Sekolah Kebangsaan Pendita Za'ba, Tapah Road, Perak telah berkali-kali memujuk ayah dan ibunya untuk berniaga di hadapan rumah bagi menjual aiskrim Malaysia kerana beliau telah hilang punca pendapatan harian iaitu wang belanja sekolah iaitu wang saku. Sejak kerajaan mengumumkan pembelajaran sekolah dijalankan secara dalam talian, anak kecil ini sudah tidak menerima wang saku

seperti biasa.

Pada mulanya, sebagai ibu bapa, permintaan anak tersebut dianggap sebagai suatu gurauan. Namun dari hari ke hari, permintaan untuk menjana pendapatan bagi diri sendiri dan keluarga seperti menjadi satu tekad dan azam bagi anak kecil ini. Akhirnya, setelah seminggu beliau memujuk kedua ibu bapanya, sebuah gerai kecil di hadapan rumahnya dikenali dengan 'JAJAN MUHAMMAD' di Tapah Road, Perak telah direalisasikan. Antara menu yang dicadangkan oleh anak kecil ini adalah aiskrim Malaysia dan juga keropok. Oleh itu, cadangan perniagaan ini pada mulanya dianggap sebagai gurauan namun kerana kesungguhan minat yang ditunjukkan dan dinyatakan melalui cadangan tersebut menyebabkan kedua-dua orang tuanya membantu menjadikan impian Muhammad suatu kenyataan.

Walaupun idea tersebut dicetuskan oleh Muhamamd bin Anuar, tetapi sebagai anak sulung, beliau turut mengajak adiknya, Nur Humaira berusia empat tahun untuk bersama-sama mengusahakan perniagaan tersebut.



Rajah 1: Proses Perkembangan Idea Usahawan Muda 'Jajan Muhammad'
Sumber: Penulis

Merujuk kepada Rajah 1, menurut Anchru P. (2019), minat didefinisikan sebagai keinginan yang tinggi terhadap sesuatu perkara dan berdasarkan profil usahawan muda yang dibincangkan didalam penulisan ini, idea yang tercetus adalah berpunca daripada minat yang terbit didalam personaliti individu tersebut. Hamid (2001) telah memperhalusi bahawa sokongan sosial adalah faktor penting yang mempengaruhi psikologi dan kesejahteraan anak dengan ibu bapa. Oleh itu, sokongan dan dorongan daripada ibu bapa terhadap minat yang dipamerkan oleh anak-anak dapat mempengaruhi kerohanian dan tingkah laku anak tersebut pada masa hadapan.

Setelah 2 minggu Jajan Muhammad diperkenalkan, beberapa menu baharu telah diperkenalkan:

- Peknga Nyoir atau lebih dikenali sebagai lempeng kelapa dengan gulai ayam - RM1 sekeping
- Mee Bakso - RM 4.50 sebungkus
- Mini Donut Manis Abang Muhammad - RM 0.50

Nasi Beriani Ayam - RM 6 sebungkus
Menu yang baharu ini telah dijual di gerai 'Jajan Muhammad' secara penghantaran ke rumah atau pembelian di gerai tersebut. Menu ini tidak dijual setiap hari tetapi berdasarkan permintaan daripada pelanggan. Justeru itu, penjualan menu-menu ini telah membantu meningkatkan keuntungan 'Jajan Muhammad'.

Selepas 45 hari, keuntungan daripada hasil keusahawan seorang pelajar tahun satu ini mencecah RM609.

Pada 7.1.2021, sebanyak RM 212 daripada hasil perniagaan usahawan muda ini telah digunakan oleh beliau bagi membeli peralatan sekolah.

Minat daripada seorang anak kecil bukanlah sesuatu yang sia-sia sekiranya ibu bapa memahami dan memperhalusi keinginan tersebut serta mendorong kepada merealisasikan impian anak itu.

Kesimpulannya, ibu bapa secara tidak langsung telah belajar tentang keusahawanan daripada anak kecil iaitu usahawan muda berdasarkan tindak tanduknya. Percaya atau tidak, anak adalah anugerah terindah yang memiliki minat berlainan antara satu sama lain. Ibu bapa adalah insan terbaik bagi mendorong minat tersebut.

Rujukan

Anchru P., A. (2019). Pengembangan Minat Belajar Dalam Pembelajaran. *Idaarah: Jurnal Manajemen Pendidikan*, 3(2), 205. <https://doi.org/10.24252/idaarah.v3i2.10012>

Hamid, T. A. (2001). Sokongan Sosial, Kualiti Hubungan dan Kesejahteraan Psikologi antara Anak Dewasa dengan Ibu Bapa. *Pertanika J. Soc. Sci. & Hum*, 9(1), 61-69. Retrieved from [http://www.pertanika.upm.edu.my/Pertanika PAPERS/JSSH Vol. 9 \(1\) Mar. 2001/06 JSSH Vol.09 \(1\) 2001 \(Pg 61-69\).pdf](http://www.pertanika.upm.edu.my/Pertanika%20PAPERS/JSSH%20Vol.%209%20(1)%20Mar.%202001/JSSH%20Vol.09%20(1)%202001%20(Pg%2061-69).pdf)



crowdfunding

Perniagaan Menerusi Pendanaan Orang Ramai

Nur Liyana Mohamed Yousop, Wan Mohd Farid
Wan Zakaria, Zuraidah Ahmad
Fakulti Pengurusan dan Perniagaan, Universiti Teknologi MARA
Cawangan Johor, Johor.

Pada masa kini, terdapat pelbagai kaedah boleh digunakan untuk pendanaan modal perniagaan. Antaranya dengan membuat pinjaman daripada pihak bank, pinjaman menerusi institusi pinjaman perniagaan seperti Tekun Nasional, pendanaan menerusi wang simpanan sendiri serta sumbangan daripada rakan atau ahli keluarga terdekat. Namun, kebelakangan ini, terdapat satu lagi kaedah yang semakin mendapat perhatian iaitu pendanaan menerusi sumbangan orang ramai.

Apa itu pendanaan orang ramai?

Pendanaan orang ramai atau 'crowdfunding' merupakan suatu usaha sama dalam membiayai sesebuah idea, projek atau perniagaan dengan mengumpulkan modal daripada penyokong atau penyumbang individu mahupun berkumpulan.

Bagaimana ia membantu perniagaan anda?

Sistem 'crowdfunding' telah menggunakan aplikasi dan laman sesawang di atas talian sebagai platform utama dalam mengumpulkan dana orang ramai. Dari sudut perniagaan, sistem ini berfungsi seperti rajah 1.



Rajah 1 : Perniagaan berasaskan 'crowdfunding'

Secara umumnya, setiap pencetus atau pencipta perlu menerangkan idea, projek dan perniagaan yang ingin dijalankan. Penerangan yang juga dinamakan sebagai kempen ini boleh dilakukan menerusi pelbagai kaedah di antaranya menerusi laman sesawang sedia ada seperti di Malaysia (Ethis Kapital, Pitchin Platforms), luar negara (Kicstarter, Indiegogo) atau menerusi media sosial. Pencetus juga perlu menjelaskan apa yang diperlukan, perincian dana, kaedah penyaluran dana serta tempoh kutipan dana dengan

terperinci kepada bakal pelabur yang berponesi untuk menyuntik modal. Penerangan menerusi kempen ini amat penting bagi meyakinkan penyokong untuk terus menyalurkan sumbangan dan secara tidak langsung mereliasasikan impian pencetus.

Di Malaysia, terdapat dua jenis pendanaan orang ramai (crowdfunding) yang popular iaitu:

- Pendanaan orang ramai tanpa ganjaran (tanpa janji)
- Pendanaan orang ramai dengan

ganjaran (dengan janji)

Pendanaan orang ramai tanpa ganjaran merupakan pengumpulan dana berdasarkan konsep sedekah. Kebiasaannya penyokong menyalurkan dana atas rasa ihsan, simpati atau dengan sikap ingin membantu seikhlas hati kepada pencetus tanpa mengharapkan apa-apa pulangan atau balasan. Pendanaan orang ramai dengan ganjaran pula menawarkan pulangan kepada penyokong di dalam apa jua bentuk balasan seperti pemilikan saham (sekiranya ia melibatkan syarikat yang besar), pembahagian keuntungan menerusi peratusan yang telah dipersetujui atau ganjaran bukan kewangan. Selain daripada kedua-dua jenis pendanaan orang ramai yang dinyatakan di atas, terdapat satu lagi bentuk pendanaan yang popular namun sasaran penyokongnya lebih menjurus ke arah skala yang lebih besar iaitu 'equity crowdfunding'.

Forum 'equity crowdfunding' buat kali pertama telah dianjurkan oleh Suruhanjaya Sekuriti Malaysia pada 19 hingga 20 September, 2014 yang mana seramai 600 peserta telah menghadiri forum tersebut terdiri daripada usahawan dan para pelabur. Tujuan forum ini diadakan adalah bagi mewujudkan kesedaran dalam masyarakat akan potensi 'equity crowdfunding' sebagai salah satu alternatif untuk memperolehi dana. Dengan kewujudan platform seperti ini, pencetus idea mempunyai pilihan untuk meraih modal yang diperlukan pada kos yang berpatutan berbanding memenuhi syarat yang lebih ketat yang dikenakan oleh institusi kewangan.

Bagi memastikan setiap idea,

projek atau perniagaan yang dijalankan tidak dilakukan dengan sia-sia, sesetengah platform 'crowdfunding' telah meletakkan beberapa terma dan syarat sekiranya idea, projek dan perniagaan gagal menepati matlamat, gagal mengumpulkan dana dalam tempoh yang ditetapkan atau memberikan impak yang negatif kepada masyarakat.

Halatuju perniagaan dan kepentingan 'crowdfunding'

Dalam menghadapi pandemik Covid-19, ramai yang melihat kewujudan 'crowdfunding' platform sebagai satu alternatif yang terbaik bagi membantu para peniaga terutamanya usahawan kecil dan orang yang kehilangan mata pencarian untuk memulakan perniagaan. Kesukaran untuk mendapatkan pinjaman serta ketidaktentuan ekonomi telah menyebabkan para usahawan kecil ini sukar untuk mendapatkan modal perniagaan. Sekiranya usahawan ini dapat mengemukakan idea serta projek perniagaan yang bernas, sudah pasti orang awam akan menyokong perniagaan mereka melalui platform ini. Apa yang pasti, dalam setiap perniagaan kunci utama ialah sentiasa mengemukakan idea yang kreatif, inovatif, mempunyai halatuju yang jelas dan mampu berdaya saing untuk kekal relevan tidak kira apa cabaran yang dihadapi untuk masa akan datang.



MODEL PERNIAGAAN YANG UNIK

Ahmad Marzuki Amiruddin Othman, Mohamad Albar
Bakar & Juyati Mohd Amin
Fakulti Perakaunan, Universiti Teknologi MARA Cawangan Johor,
Segamat, Johor.



Model Perniagaan merupakan konsep perniagaan yang diketengahkan oleh Peter Drucker di dalam Harvard Business Review yang membawa maksud “They are about identifying customers and competitors, their values and behavior. They are about a company’s strengths and weaknesses.” Ringkasnya, Model Perniagaan merujuk kepada perancangan sesebuah perniagaan untuk mendapatkan untung dengan menawarkan produk dan perkhidmatan kepada sasaran pengguna mereka. Artikel ini mengetengahkan tiga jenis perniagaan yang unik dan disasarkan kepada ‘target market’ mereka iaitu golongan yang kesunyian.

RENTAL FAMILY SERVICE (RFS)

Jepun terkenal dengan warganya yang ‘workaholic’ dan terlalu fokus kepada kerjaya. Kesan dari itu, nilai kekeluargaan merosot dan mempunyai saiz keluarga yang kecil. Ramai keluarga di Jepun mempunyai tidak lebih dari dua anak dan semakin ramai juga yang tidak berkahwin. Perkhidmatan Rental Family Service (RFS) dilihat mampu mengisi kekosongan ini di mana ahli keluarga ‘boleh disewa’. Pelakon berbayar ini akan beraksi sebagai rakan dan ahli keluarga untuk sebarang acara sosial seperti menghadiri majlis perkahwinan atau menjalin hubungan. Perniagaan seperti ini dikesan seawal 1990, seperti yang ditawarkan oleh syarikat Japan Efficiency Corporation. Perkhidmatan

RFS ini dianggap unik kerana budaya masyarakat Asia yang menjaga air muka serta bermasyarakat. Berikut adalah antara perkhidmatan RFS yang ditawarkan:

- Ibu bapa menyewa pasangan kepada anak mereka yang bujang supaya tidak dipandang serong oleh masyarakat.
- Anak yang kehilangan ibu bapa akan menyewa ibu bapa untuk berlakon dengan memberi kasih sayang kepada mereka.
- Tetamu diupah untuk meramaikan majlis perkahwinan pada harga ¥20,000, dengan perkhidmatan tambahan seperti tarian dan nyanyian yang memerlukan bayaran tambahan sebanyak ¥5,000.
- Tetamu diupah untuk meratap dan menangis pada majlis pengkebumian.
- ‘Foreigners’ atau ‘Mat Salleh’ diupah sebagai pekerja syarikat untuk menaikkan imej syarikat serta meningkatkan pelaburan yang dikenali sebagai ‘White Guy Window Dressing’.
- Pelakon juga disediakan untuk bergambar yang dimuatnaik di media sosial pada harga ¥8,000 sejam. Ini bertujuan menaikkan populariti penyewa tersebut.

RENT-A-DADDY

Jake Orr, seorang pemandu trak dari New South Wales, Australia, bijak menghidu peluang perniagaan dengan

menubuhkan 'Rent-A-Daddy (RAD)' yang menawarkan peluang untuk ibu tunggal serta anak-anak tanpa bapa. Umum mengetahui bahawa kepentingan peranan seorang ayah di dalam tumbesaran anak dalam pembentukan sifat-sifat positif seperti pencapaian IQ yang lebih tinggi, lebih bermotivasi, kurang ponteng sekolah, dan kurang menampilkan masalah sosial dan mental.

Pada kadar A\$30 (RM90.95) sejam, perkhidmatan yang ditawarkan meliputi menghabiskan masa bersama anak, menghadiri aktiviti sukan sekolah, mengajar pengetahuan 'life skills' seperti penyelenggaraan kereta dan menghantar dan mengambil anak ke sekolah. Orr juga akan menghadiri acara-acara kekeluargaan dengan bayaran tambahan seperti keraian, sambutan hari jadi dan bergambar 'selfie'. Seronokkah mempunyai ayah segera seperti Orr?

Siapa sangka iklan seorang lelaki untuk 'to do nothing' menjadi perniagaan yang menguntungkan! Shoji Morimoto, 37, dari Tokyo, Jepun, telah mengiklankan dirinya sebagai teman yang 'tidak berbuat apa - apa' dengan bayaran 10,000 yen (£70). Dengan bayaran tersebut, beliau sudi menemani sesiapa sebagai teman, tetapi tidak akan 'melakukan apa-apa', kecuali untuk makan, minum dan berbual. Model Perniagaan beliau nampak ringkas tetapi sangat menepati budaya Jepun yang kesepian, sehingga ramai yang membayar untuk mendapat khidmat peneman beliau.

Mula menawarkan perkhidmatannya pada 2018 secara percuma, Morimoto akhirnya terpaksa mengenakan bayaran kerana permintaan yang tinggi terhadap perkhidmatan beliau. Beliau mempunyai purata pelanggan sebanyak 3 hingga ke 4 pelanggan sehari dan telah mempunyai sehingga 3,000 pelanggan semenjak penubuhan perniagaan tersebut. Morimoto juga telah menerbitkan buku serta menginspirasi drama televisyen dan mempunyai 270,000 pengikut Twitter. Ujar pelajar Phd jurusan Fizik dari Universiti Osaka ini, pelanggan beliau membeli perkhidmatan beliau kerana memerlukan seorang teman untuk berbual serta sepasang telinga untuk mendengar. Beliau turut diundang bergambar, berjalan-jalan, menikmati makanan serta mendengar keluhan pelanggan mengenai kerja dan kehidupan mereka.



PENJENAMAAN SEMULA?

Afizan Bin Ameri¹ dan Siti Hajar Binti Md. Jani²

¹Fakulti Pengurusan dan Perniagaan, Universiti Teknologi MARA
Cawangan Negeri Sembilan, Kampus Rembau, Negeri Sembilan.

²Fakulti Pengurusan dan Perniagaan, Universiti Teknologi MARA
Cawangan Negeri Sembilan, Kampus Kuala Pilah, Negeri Sembilan.



Penjenamaan semula adalah usaha yang dilakukan oleh syarikat atau usahawan untuk mengubah atau memperbaharui jenama yang ada supaya menjadi lebih baik, tanpa mengabaikan matlamat asal syarikat yang berorientasikan keuntungan.

Proses penjenamaan semula

Penjenamaan semula adalah perubahan jenama, biasanya sinonim dengan menukar logo atau simbol jenama. Dengan kata lain, semasa tempoh penjenamaan semula, apa yang berubah adalah nilai dalam jenama itu sendiri.

Secara amnya, syarikat melakukan penjenamaan semula atas beberapa sebab:

1. Kewangan. Syarikat yang membuat penyusunan semula kewangan memerlukan identiti baru.
2. Kewujudan pengurusan/kepemimpinan baru. Apabila bekerjasama dengan kepimpinan baru, “tanda atau simbol” diperlukan untuk kepimpinan yang dipimpin.
3. Analisis pasaran prospektif. Setelah beberapa tahun dalam perniagaan, sesebuah syarikat perlu menentukan semula matlamatnya

dan merancang untuk mengubah kedudukannya di kawasan baru yang memerlukan imej baru untuk mencerminkan hal ini.

4. Penggabungan. Beberapa syarikat bergabung menjadi syarikat baru, dengan nama baru, yang menjadi alasan kemunculan syarikat baru itu.

Terdapat beberapa sebab lain untuk penjenamaan semula dalam syarikat iaitu:

1. Identiti syarikat tidak dapat mewakili perkhidmatan syarikat.
2. Syarikat tersebut mempunyai reputasi buruk di mata orang ramai.
3. Usahawan berharap dapat memberikan sesuatu yang baru dalam bentuk penambahbaikan dalam syarikat.

Penjenamaan Semula atau Penempatan Semula?

Penjenamaan semula

Penjenamaan semula didefinisikan sebagai proses memberi nama jenama baru atau identiti baru kepada produk atau perkhidmatan yang ada tanpa perubahan ketara dalam faedah yang ditawarkan oleh produk.

Terdapat dua jenis penjenamaan semula iaitu yang pertama adalah jika anda menukar jenama sepenuhnya (contohnya dari Bell Atlantic ke Verizon; Cellular One ke Cingular Wireless). Kedua, penjenamaan semula sebagai hasil pengubahsuaian jenama yang sudah mapan (produk bijirin Coco Krispies menjadi Coco Pops, produk pembersihan Jif menjadi Cif, produk minuman Nestle Quik menjadi Nesquik).

Penetapan Semula Jenama

Reposisi jenama mempunyai makna yang berbeza. Istilah ini lebih sesuai jika aktiviti tersebut membawa kepada memberi kedudukan atau makna baru kepada jenama yang ada, dengan meningkatkan produk atau perkhidmatan yang ditawarkan, tanpa mengubah nama jenama. Salah satu contoh penempatan semula jenama adalah proses menukar imej jenama Samsung untuk menjadi jenama global. Beberapa tahun yang lalu, Samsung masih dikenali dan dikaitkan sebagai produk buatan Korea dan konservatif. Kini, dengan mengekalkan nama Samsung, setelah melalui proses pengubahsuaian jenama yang menyeluruh, imejnya telah berubah menjadi jenama global yang moden dan inovatif.

Sebab mengapa kedua-dua istilah ini sering digunakan bersama atau bergantian adalah kerana secara amnya dalam penjenamaan semula, usahawan akan memanfaatkan peluang ini untuk melakukan penjenamaan semula pada masa yang sama.



FENOMENA ZAMSAHAM

Ahmad Marzuki Amiruddin Othman¹, Khadijah Yahya,
Filouz Hashim & Musmailina Mustafa Kamal
Fakulti Perakaunan, Universiti Teknologi MARA Cawangan Johor,
Segamat, Johor

Fenomena Zamsaham atau nama sebenarnya, Norizam Tukiman, mula menjadi tular setelah 'keberanian' beliau membeli pasukan The Red Warriors (TRW) pada September 2020, kelab tersohor Pantai Timur yang dibelenggu masalah hutang serta tunggakan gaji dan berdepan dengan kes FIFA, Lembaga Hasil Dalam Negeri (LHDN) dan Kumpulan Wang Simpanan Pekerja (KWSP). Situasi pemilikan kelab Kelantan ini unik kerana bukan sahaja Zamsaham tiada latar belakang bolasepak malah beliau berasal dari Johor, negeri yang dianggap antara seteru utama Kelantan di dalam kancah bolasepak tanah air. Umum maklum bahawa sejarah pengurusan kelab ini ditunjangi oleh anak negeri Kelantan, seperti Tan Sri Anuar Musa serta Dato Sri Vida. Artikel ini mendalami fenomena Zamsaham dan melihat bagaimana beliau menguruskan empayar perniagaan beliau.

- Norizam Tukiman
- 39 tahun
- 17 April 1981
- Johor Bahru, Johor
- Diploma Analisa Pelaburan (DIIA) UiTM Segamat
- Isteri dan enam orang anak
- Pengasas Unclezam Frozen Food Network Sdn Bhd, Zamburger Sdn Bhd dan Zamsaham Hotel & Resort, Presiden Persatuan Pelabur Strategik Melayu Malaysia, Timbalan Presiden Dewan Perniagaan Iskandar Malaysia

Zamsaham mula menceburkan diri secara tidak langsung dalam bidang pelaburan saham sejak dari bangku sekolah lagi. Beliau mempunyai pengalaman 20 tahun sebagai seorang pakar pelaburan, konsultan dan remisier berlesen. Beliau merupakan ahli bersekutu Persatuan Juruteknik Pasaran bagi kelulusan Chartered Market Technician (CMT) yang berpangkalan di New York, Amerika Syarikat. Zamsaham mempunyai Lesen Perunding Unit Amanah Saham yang dikeluarkan oleh Persekutuan Pengurus - Pengurus Pelaburan Malaysia (FiMM) dan Lesen Wakil Niaga Pasaran Hadapan Bursa Malaysia (FKLI).

Pelaburan di dalam pasukan The Red Warriors (TRW)

Zamsaham telah membelanjakan RM6.8 juta untuk membeli 100% saham syarikat The Red Warriors (TRW). Dalam usaha mengembalikan semula kegemilangan bola sepak Kelantan, beliau mempunyai perancangan untuk mendaftarkan syarikat TRW Sdn Bhd di dalam Bursa Malaysia. Beliau yakin bahawa keuntungan bakal diperolehi dalam tempoh 5 hingga 10 tahun akan datang apabila keyakinan peminat dapat dikembalikan. Antara faktor beliau memilih Kelantan adalah disebabkan aura penyokongnya yang dianggap mempunyai 'fan base' terbesar di Malaysia. Penyokong pasukan Kelantan akan sentiasa memenuhi stadium sekalipun beraksi di gelanggang lawan.

Pelaburan Zamsaham di dalam Industri Makanan 'Frozen Food'

Industri produk sejuk beku memiliki potensi untuk berkembang pesat sejajar dengan gaya hidup terkini yang sentiasa bergerak pantas. Zamsaham mempunyai kilang produk sejuk beku di bawah anak syarikat Unclezam Frozen Food Network Sdn Bhd (Unclezam Frozen). Kilang ini berstatus GMP, MESTI, HACCP dan mempunyai tidak kurang 100 produk halal seperti burger, aiskrim, pizza, nasi beriani, mee bandung, petitpai abalone, ikan patin masak tempoyak, puyuh pop, samosa johor, karipap, gendang kasturi dan roti canai. Unclezam Frozen kini memiliki 24 stokis di seluruh negara. Dalam mengembangkan perniagaan produk sejuk beku ini, Unclezam Frozen mencari ejen bumiputera dengan menawarkan pakej lengkap e-français dengan kos RM6,900, merangkumi bekalan produk, penyejuk beku, laman web, kad perniagaan, risalah dan bunting, selain keuntungan sehingga 20% daripada setiap produk yang dijual. Unclezam Frozen juga bakal disenaraikan di Bursa Malaysia. Ini tentunya sangat menarik kerana tidak ramai usahawan makanan halal bumiputera disenaraikan di bursa tempatan.

Pelaburan Zamsaham di dalam Rangkaian Hotel Syariah

Zamsaham turut terlibat di dalam industri perhotelan melalui anak syarikatnya, Zamsaham Hotel. Hotel yang terletak bersebelahan Lapangan Terbang Antarabangsa Senai ini berkonsepkan hotel butik dengan ciri pasaran saham global, menawarkan kira-kira 30 bilik, serta bilik seminar yang mampu memuatkan 150 orang. Di samping itu juga, Zamsaham Hotel turut komited mewujudkan rangkaian hotel syariah terbesar di negara ini melalui pengambilalihan dan pemilikan (Mergers and Acquisition (M&A)) 220 hotel butik berpotensi yang terkesan akibat pandemik Covid-19. Zamsaham Hotel bersedia memberi peluang kepada mana - mana hotel yang ditutup, mempunyai masalah aliran tunai atau terpaksa memberhentikan pekerja, untuk diambil alih. Mereka akan diberi keuntungan bulanan dalam bentuk sewaan pajakan. Objektif utama Zamsaham Hotel meluaskan rangkaianannya adalah untuk mentransformasikan hotel terbabit kepada patuh syariah serta menampilkan imej hotel bersih dan berkualiti setanding hotel ternama.

Strategi Usahawan DIY

Wan Nazriah Wan Nawawi & Noorazlin Ramli
Fakulti Pengurusan Hotel dan Pelancongan, Universiti Teknologi MARA
Cawangan Terengganu, Dungun, Terengganu.

Semakin ramai rakyat Malaysia mula terpengkil untuk berniaga dengan adanya pelbagai platform secara atas talian yang memudahkan mereka untuk memasarkan produk yang dihasilkan. Produk kecantikan adalah pilihan utama bagi usahawan muda yang baru menggunakan produk buatan sendiri Do it Yourself (DIY) ataupun produk Homemade. Sebilangan besar yang menjual produk DIY atau homemade ini datang daripada mereka yang benar-benar organik lover iaitu mereka adalah pengguna tegar produk organik ini dan timbulnya idea mereka untuk berkongsi dengan orang ramai sebagai jualan.

Secara amnya, setiap orang mahu penampilan mereka menarik, sama ada lelaki atau wanita. Selain cara pemakaian, penjagaan muka dan badan juga adalah sangat penting untuk membina keyakinan diri dan kelihatan lebih menarik serta berketerampilan positif. Sasaran pasaran bukan sahaja tertumpu kepada produk kecantikan wanita, malah produk untuk lelaki juga dilihat mendapat sambutan yang baik. Dalam satu data daripada Jabatan Perangkaan Malaysia mengenai anggaran penduduk semasa Malaysia 2019, jantina lelaki (16.8 juta – 51.5%) jauh lebih ramai daripada wanita (15.9 juta – 48.5%) dengan perbezaan sebanyak 0.9 juta (3%) membawa kepada nisbah jantina 107 orang lelaki bagi 100 orang wanita. Ayuh mulakan

strategi anda!

Strategi untuk bergelar usahawan DIY yang berjaya melalui perniagaan produk kecantikan:

Promosi tanpa henti!

Produk yang bagus perlu disebar luas tanpa henti. Walaupun anda mempunyai produk yang bagus tetapi jika tiada orang yang tahu maka tersimpanlah produk tanpa pengetahuan pembeli. Gunakan media sosial sebagai tempat mempromosikan produk anda. Banyak platform yang boleh digunakan sama ada percuma atau berbayar. Antaranya adalah Facebook (Profile, Page, Group dan Ads), Blog, Google Ads, Instagram, YouTube dan shopee.

Berikan sampel percuma kepada orang yang berpengaruh di media sosial.

Kebanyakan Instafamous dan blogger yang mempunyai puluhan ribu followers dapat membantu meluaskan potensi jualan. Make-up Artist juga dilihat berpengaruh untuk review produk anda. Sekiranya anda mempunyai modal yang besar, pengaruh artis-artis tanahair yang mempunyai jutaan followers sebagai duta juga dapat membantu peningkatan jualan. Cara ini memerlukan modal yang banyak tetapi ianya akan meluaskan pasaran kepada pembeli serta lebih cepat tersebar dengan kuasa viral.

Jalanan hubungan perniagaan

Wujudkan jalinan hubungan perniagaan dengan kedai, spa, kafe atau mana-mana perniagaan yang dilihat berpotensi untuk bekerjasama. Berikan secara consignment pada peringkat permulaan. Persetujuan situasi menang-menang yang mana anda terus promosikan produk anda untuk berada di premis berkenaan dan secara tidak langsung anda menambah nilai kepada premis tersebut dengan iklan anda. Selain daripada premis perniagaan, anda juga boleh bekerjasama dengan peniaga atas talian untuk menggunakan produk kecantikan anda dengan membuat Live Tutorial di sosial media dan ditonton oleh beribu orang. Minta mereka review produk anda semasa membuat Live.

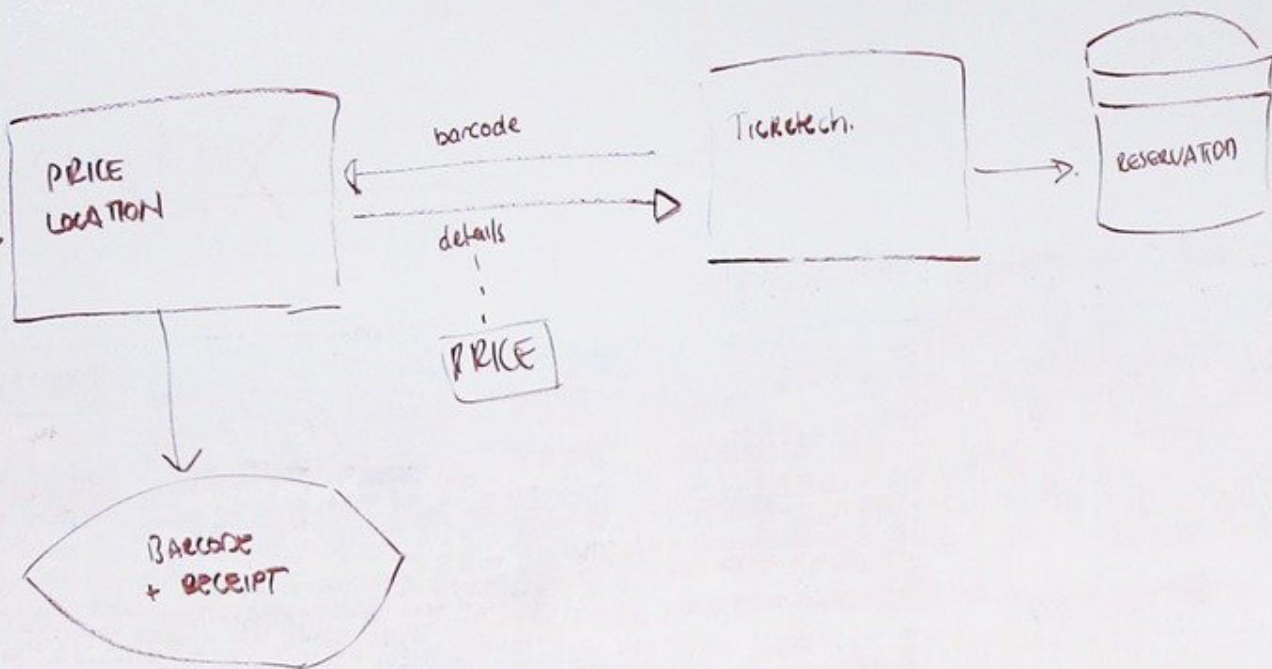
Gunakan Teknik softselling

Soft selling bermaksud membina kredibiliti dan kepercayaan pembeli terlebih dahulu dengan berkongsi maklumat dan informasi. Apabila dapat membina kepercayaan dan kredibiliti, usahawan juga dapat membina perniagaan yang lebih baik. Contohnya, berkongsi petua kecantikan sebelum meletakkan post jualan di wall. Perkongsian ini membuka pandangan pembeli untuk menitikberatkan kecantikan dan tertarik untuk mendapatkan manfaat daripada produk yang dijual.

Paling UTAMA! Produk sendiri atau menjadi ejen (dropship)

Sekiranya anda mempunyai modal besar dan kemahiran, memiliki produk sendiri adalah pilihan terbaik. Namun, sekiranya anda kekurangan modal, bolehlah dimulakan dengan menjadi usahawan iaitu ejen atau dropship produk orang lain yang berkualiti. Setelah berkeyakinan, bolehlah miliki produk sendiri untuk mendapat pulangan yang lebih besar.



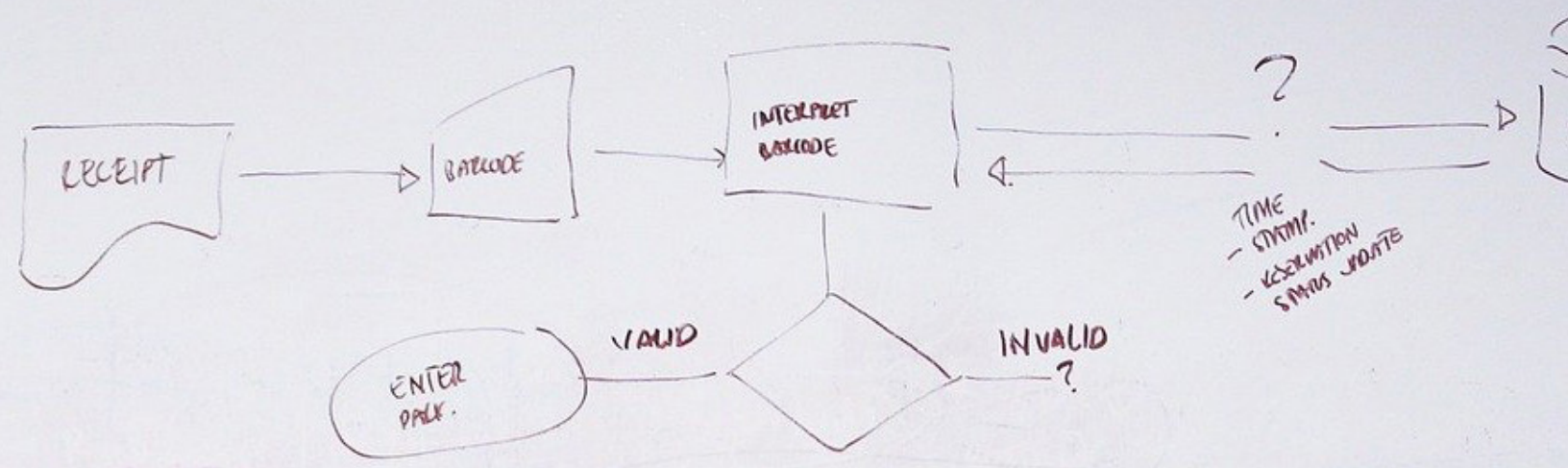


Usahawan Berjaya, Usahawan Berstrategi

Azfahane Zakaria¹, Syed Mohammed Alhady² & Sarah Sabir Ahmad¹

¹ Fakulti Pengurusan dan Perniagaan, Universiti Teknologi MARA, Cawangan Kedah, Kampus Merbuk, Kedah.

² Fakulti Pengurusan Maklumat, Universiti Teknologi MARA, Cawangan Kedah, Kampus Merbuk, Kedah.



ENTRY

EXIT



Dewasa ini ramai yang berkecimpung dalam bidang perniagaan. Sesetengah mungkin disebabkan minat, ada juga yang disebabkan oleh peluang yang datang bergolek dan tidak kurang yang terpaksa untuk menampung kehidupan. Lain orang lain sebabnya tetapi, walau apa pun sebabnya, untuk berjaya dan terus sukses, semuanya memerlukan strategi dan amalan yang konsisten. Jom kita lihat strategi dan amalan yang dimaksudkan.

Peka dengan keadaan sekeliling

Dalam menjalankan perniagaan, kehendak pengguna atau pelanggan adalah faktor yang menentukan sama ada barangan atau perkhidmatan kita dibeli/dibayar oleh mereka. Kehendak pelanggan mesti diberi keutamaan. Sebagai contoh, pengusaha Humaira Design, Encik Adnan, 46 tahun yang mula menceburkan diri dalam perniagaan tudung pada sekitar tahun 2005 dan kemudiannya menambah

koleksi barangan jualan pakaian muslimah setelah menyedari bahawa ramai wanita muslimah menghadapi kesukaran untuk mendapatkan pakaian patuh syariah untuk segmen harian pada harga berpatutan. Sifat peka akan kesukaran yang dihadapi oleh wanita muslimah telah membolehkan beliau memahami kehendak pelanggan dan seterusnya fokus dalam mempelbagaikan produk jualan.

Tingkatkan dan mantapkan ilmu

Para usahawan juga perlu meningkatkan dan memantapkan ilmu yang ada. Penguasaan ilmu yang cukup dan betul dalam kalangan usahawan akan memantapkan lagi perniagaan yang sedia ada. Contoh yang paling ketara ialah ilmu jualan di alam maya. Sejak dunia dilanda pandemik COVID-19, hampir kesemua perniagaan beralih ke platform pemasaran atas talian. Usahawan yang sentiasa menitikberatkan pemantapan ilmu perniagaan di atas talian

STRA

mempunyai peluang lebih luas dan terbuka untuk memasarkan produk/perkhidmatan kerana perniagaan alam maya membuka banyak peluang untuk ramai netizen untuk melihat apa usahawan cuba pasarkan.

Proaktif

Usahawan yang berjaya adalah mereka yang sentiasa bergerak dan berusaha mencari peluang. Usahawan proaktif tidak menunggu untuk peluang datang bergolek dan tidak berpeluk tubuh atau selesa dengan keadaan yang statik. Mereka yang proaktif akan terus mencari peluang baru walaupun dalam apa jua keadaan di samping melihat segala kegagalan sebagai panduan untuk belajar memperbaiki diri dan menghasilkan sesuatu yang baru. Usahawan proaktif juga tidak akan segan silu untuk mendapatkan maklum balas dari pelanggan atau pun orang luar, kerana mereka tahu, setiap maklum balas adalah satu cabang ilmu yang membolehkan mereka meningkatkan produk dan

perkhidmatan mereka.

Mempunyai Misi

Usahawan yang mempunyai misi adalah usahawan yang positif dan bermotivasi. Sifat ini akan membolehkan para usahawan untuk merancang dan sentiasa bersedia untuk segala kemungkinan. Mereka boleh meramal berdasarkan ilmu dan data tentang keperluan perniagaan di masa hadapan.

Menjadi impian setiap usahawan untuk menjana pendapatan yang optimum dari perniagaan yang diusahakan. Adalah menjadi adat andainya ada dalam kalangan usahawan yang mungkin menghadapi cabaran sebelum dapat mengecapi kejayaan. Sekiranya ia terjadi kepada anda, jangan putus asa, perbaiki diri dan cuba ikuti empat perkara di atas.

USAHAWAN E -PENDIDIKAN: SATU PELUANG & STRATEGI

BAHAGIAN 1

Iza Faradiba Mohammad Pateli¹, Afidah Osoman², Farihana Abdul Razak² Nora Harun³

¹ Akademi Pengajian Bahasa, Universiti Teknologi Mara, Cawangan Perak, Kampus Seri Iskandar, Perak.

² Fakulti Undang-Undang, Universiti Teknologi Mara, Cawangan Perak, Kampus Tapah, Perak

³ Akademi Pengajian Bahasa, Universiti Teknologi Mara, Cawangan Perak, Kampus Tapah, Perak

Tidak dinafikan ramai yang terkesan akibat dari fenomena pandemik Covid-19. Namun, ini bukanlah satu alasan untuk kita berpeluk tubuh dan menunggu peluang rezeki datang bergolek. Kerajaan melalui inisiatif Pelan Jana Semula Ekonomi Negara (PENJANA) telah menggariskan penambahbaikan serta rangsangan untuk merancakkan lagi industri e-Dagang (<https://mdec.my/ms/go-ecommerce/penjana/#penjana-init>).

Bagi graduan yang baru menamatkan pengajian dan mungkin terkesan akibat kekurangan permintaan sumber manusia di dalam pelbagai sektor industri di Malaysia, anda mungkin boleh menceburkan diri di dalam bidang pendidikan dengan menawarkan khidmat sebagai tutor atas talian atau online tutor.

Bidang ini mempunyai prospek yang tinggi. Menurut kajian yang dijalankan di Amerika Syarikat, IBIS World (2020) mendapati pasaran untuk bidang ini telah meningkat sebanyak 4.1% pada tahun 2020 di mana permintaan untuk sektor ini dijangka akan meningkat akibat faktor pandemik serta peningkatan jumlah permintaan bagi kelas-kelas peperiksaan.

Sebelum merancang untuk menceburi bidang ini, ada beberapa persoalan pokok yang perlu diambil kira. Ini bagi mengelakkan dari berlakunya pembaziran dalam aspek kos, tenaga dan masa. Persoalan utama menurut Hull (2020), adalah, adakah anda mempunyai minat yang mendalam di dalam bidang pendidikan? Seterusnya, adakah anda mempunyai kemahiran

serta kesabaran untuk menceburi bidang pendidikan? Selain itu, adakah anda juga mempunyai kemahiran yang mendalam tentang subjek atau bidang kemahiran yang akan diajar? Jika anda menjawab 'ya' untuk semua persoalan di atas maka anda adalah calon yang sesuai dan tepat untuk menceburkan diri di dalam bidang ini.

Tidak dinafikan bidang ini menawarkan pelbagai kelebihan terutamanya bagi mereka yang mempunyai kekangan masa, keluarga serta komitmen pekerjaan sepenuh masa. Selain dari dapat merancang masa dengan lebih berkualiti memandangkan perniagaan ini bersifat fleksibel, ianya juga mampu memberikan kepuasan kerana khidmat yang ditawarkan sebagai seorang pendidik ini mempunyai kelebihan dan kepuasannya yang tersendiri (Hull, 2020).

Melalui bidang ini, anda menawarkan bimbingan serta khidmat kepada pelajar-pelajar yang sudah tentu ganjarannya dapat dilihat melalui keputusan peperiksaan yang cemerlang. Yang paling utama, perniagaan ini membolehkan anda bekerja dari rumah tidak kira secara separuh atau sepenuh masa! Menarik bukan?

Setelah berjaya mengenalpasti kecenderungan anda dan melihat kepada kelebihan bidang ini, kita boleh mula mengatur strategi untuk memulakan perniagaan ini. Di dalam bahagian pertama penulisan ini, penulis akan membincangkan terlebih dahulu tentang dua strategi utama untuk memulakan perniagaan ini. Berikut adalah dua strategi utama

tersebut:

- **Kelayakan dan Latar Belakang Pendidikan**

Walaupun anda tidak mempunyai kelayakan formal atau kelayakan iktisas di dalam bidang perguruan, anda perlu memiliki sekurang-kurangnya Ijazah Sarjana Muda di dalam mata pelajaran yang akan diajar. Pengalaman mengajar juga adalah penting untuk menyokong kelayakan anda. Di Malaysia, tutor digalakkan untuk menganggotai Malaysian Tutor Association (MTA). Pihak MTA ada menggariskan kelayakan standard yang minimum untuk dipenuhi bagi menjaga serta menjamin kualiti serta kredibiliti ahli-ahli berdaftar. Selain daripada itu, ahli berdaftar juga boleh menggunakan logo MTA untuk tujuan promosi yang sekaligus dapat meningkatkan imej mereka di mata pelanggan sasaran (<http://www.mta.org.my/>).

- **Peranti atau Gajet (Hardware)**

Peranti serta perkakasan yang terkini, tepat dan canggih adalah sangat penting. Oleh itu, jangan lokek untuk melaburkan sejumlah wang bagi membeli desktop atau komputer riba yang terkini serta dilengkapi dengan capaian internet yang laju. Selain itu, laburkan juga modal untuk sebuah webcam, headset yang dilengkapi mikrofon dan pembesar suara yang berkualiti agar dapat menghasilkan kualiti audio yang berkesan dan jelas. Anda juga boleh melabur untuk sebuah tablet atau digital drawing pad dan pen stylus untuk digunakan bersama-sama perisian virtual whiteboard. Peralatan-peralatan ini saling melengkapi dan memudahkan anda untuk melakukan

ilustrasi, penerangan dan berkongsi konsep kepada pelajar (Hull, 2020).

Di dalam bahagian kedua nanti penulis akan membincangkan tentang tiga lagi strategi yang boleh diguna pakai untuk memulakan perniagaan e-Pendidikan ini. Sebagai rumusan, bidang e-Pendidikan ini menawarkan kelebihanannya yang tersendiri. Jika anda mementingkan fleksibiliti serta memerlukan keseimbangan di antara masa bersama keluarga dan kerjaya, bidang ini adalah untuk anda. Dua strategi yang di bincangkan juga perlu diambilkira kerana ia memerlukan sedikit pelaburan daripada pihak anda.

Rujukan

IBIS World. (September 15, 2020). Online Tutoring Services in the US - Market Size 2002-2026. <https://www.ibisworld.com/industry-statistics/market-size/online-tutoring-services-united-states/>

Kempen E-dagang Kepada Perusahaan Mikro dan IKS. (2020) Inisiatif e-Dagang Penjana. <https://mdec.my/ms/go-ecommerce/penjana/#penjana-init>

About MTA. (2011). Malaysian Tutor Association. <http://www.mta.org.my/index.html>

Hull, L. (April 20, 2020). How To Start An Online Tutoring Business: Prerequisites & 8 Steps To Success <https://www.merchantmaverick.com/start-tutoring-business-online/?fbclid=IwAR0XFF8EzGMcC9EikjfkGRKV7pWtrVGgJYNzDzFaawFp8Gy951QgQtSpY>

USAHAWAN E -PENDIDIKAN: SATU PELUANG & STRATEGI

BAHAGIAN 2

Iza Faradiba Mohammad Patel,¹ Afidah Osoman,² Farihana
Abdul Razak² Nora Harun³

¹ Akademi Pengajian Bahasa, Universiti Teknologi Mara, Cawangan Perak,
Kampus Seri Iskandar, Perak.

² Fakulti Undang-Undang, Universiti Teknologi Mara, Cawangan Perak,
Kampus Tapah, Perak.

³ Akademi Pengajian Bahasa, Universiti Teknologi Mara, Cawangan Perak,
Kampus Tapah, Perak.

Di bahagian pertama, penulis telah membincangkan kelebihan serta dua strategi yang perlu untuk berjaya sebagai usahawan e-pendidikan. Kelebihan menceburi bidang ini terletak kepada faktor fleksibiliti. Minat pula adalah ciri utama selain strategi seperti latar belakang pendidikan serta memiliki akses kepada peranti yang terkini dan bersesuaian. Berikut adalah empat lagi strategi yang akan diperhalusi.

- **Aplikasi (Softwares)**

Rujuk Jadual 1.

- **Aspek Kewangan**

Terdapat beberapa aspek kewangan yang perlu diambil kira seperti yuran bulanan yang perlu dibayar oleh pelajar serta mod pembayaran. Bayaran yuran tertakluk kepada budi bicara tutor. Dalam menentukan jumlah bayaran, kita boleh menetapkan amaun berasaskan kriteria seperti tahap pelajar dan jenis mata pelajaran. Selain itu, pengalaman, latar belakang dan kepakaran tutor juga perlu diambil kira. Yuran juga boleh ditetapkan secara bulanan atau mengikut jam temu.

Jika kita mempunyai sasaran pelanggan dari luar negara, mod pembayaran boleh dilakukan melalui kaedah Paypal atau kaedah-kaedah alternatif lain yang mudah. Di Malaysia amnya, kaedah perbankan atas talian adalah kaedah yang paling popular dan mudah. Contoh perbankan atas talian adalah Maybank2u, Cimbclicks dan DuitNow.

- **Pemasaran**

Pembinaan laman sesawang:
Laman sesawang dapat membantu

memudahkan pelanggan mendapatkan maklumat dengan menggunakan kata kunci. Terdapat beberapa 'website builder' percuma seperti Wix, GoDaddy, Stringkingly, Weebly, WordPress yang mempunyai objektif serta untuk kumpulan sasaran yang berbeza.

(<https://www.websitebuilderexpert.com/website-builders/free>)

Penggunaan laman media sosial:

Medium Facebook serta Instagram adalah platform yang paling sesuai kerana popularitinya. Dengan membuka akaun perniagaan di Facebook, kita boleh berkongsi maklumat perniagaan, alamat website, testimoni serta review pelanggan untuk menggalakkan keternampakan serta engagement. Pelajari juga kaedah copywriting di Facebook, Twitter serta Instagram untuk penulisan secara berkesan agar suapan kita mendapat perkongsian yang tinggi.

Pengiklanan di 'local classified listing services':

Mudah.my mungkin boleh digunakan bagi yang baru berjinak-jinak di dalam bidang ini kerana promosi di laman sesawang ini lebih tertumpu kepada kawasan setempat.

- **Pendaftaran dengan 'online tutoring service providers'**

Khidmat ini memberikan platform untuk memasarkan perkhidmatan dan membantu kita untuk menguruskan pengajaran di mana promosi serta pembayaran yuran pelanggan akan diuruskan sepenuhnya oleh agensi terbabit. Opsyen ini boleh diambil kira sekiranya kita tidak mempunyai jaringan sosial yang besar, perlukan pekerjaan dalam masa yang singkat, tiada kemahiran ICT yang luas serta

Jenis Aplikasi	Contoh Aplikasi	Fungsi
Aplikasi Panggilan Video	- Zoom Meetings - Google Meet - Cisco Webex - Team Meetings	- Semua aplikasi ini mempunyai fungsi yang sama iaitu membolehkan kita melakukan panggilan video secara terancang dan berjadual. Pautan untuk meeting juga boleh di hantar melalui emel, aplikasi WhatsApp atau Telegram. - Di dalam memilih aplikasi, aspek screen sharing adalah amat penting kerana kelas atas talian memerlukan tutor untuk bersemuka serta berkongsi slaid dengan pelajar.
Aplikasi Virtual Whiteboard	- Ziteboard - Stomboard - Scribblar	- Aplikasi whiteboard membolehkan tutor melukis, menulis serta berkongsi carta secara interaktif. - Sesetengah aplikasi panggilan video juga ada dilengkapi whiteboard seperti Zoom, Webex dan Google Meet. Peranti yang dinyatakan sebelum ini akan digunakan bersama-sama aplikasi ini.
Aplikasi untuk perkongsian dokumen secara maya (cloud) atau Pelantar Pengajaran	- Google Classroom - Microsoft Teams - Edmodo	- Aplikasi yang di senaraikan mempunyai pelbagai tools untuk tujuan perkongsian dokumen, semakan secara synchronized serta aplikasi untuk kolaborasi (kerja kumpulan). - Fungsi seperti 'Assignments' 'Rubrics' dan 'Assessment' membolehkan kita melakukan kuiz untuk menyemak tahap kefahaman pelajar dan sekaligus kita dapat memantau perkembangan pelajar dengan mudah dan sistematik

Jadual 1

bersedia untuk membayar yuran perkhidmatan yang dikenakan. Perkhidmatan ini juga akan menggariskan beberapa syarat lain yang perlu dipatuhi untuk menyertai agensi tersebut. Antara yang tersenarai di Malaysia adalah Myprivatetutor.my, Snapask.com, Golearn.com.my, dan Superprof.com.my.

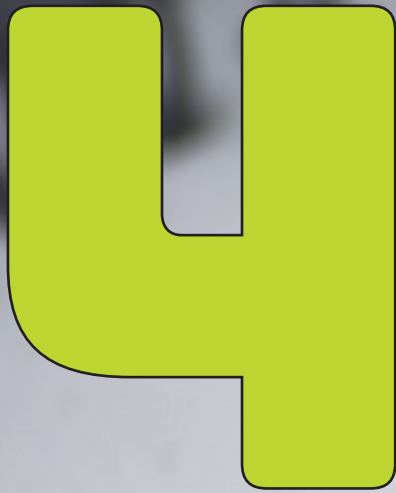
Kesimpulannya, ilmu pengetahuan, kemahiran serta perancangan minda yang strategik adalah amat penting bagi memastikan kejayaan dalam dunia perniagaan. Kita tidak boleh menafikan bahawa sedikit masa diperlukan untuk mengenal pasti potensi, kekuatan serta kemahiran diri. Dalam masa yang sama, kita juga perlu mengatur strategi serta berkorban masa dan tenaga untuk membina reputasi positif dan jaringan sosial yang besar. Apa yang paling penting, susun strategi, aturkan langkah dan bulatkan tekad. Kejayaan pasti di tangan anda!

Rujukan

Hull, L. (April 20, 2020). How To Start An Online Tutoring Business: Prerequisites & 8 Steps To Success. <https://www.merchantmaverick.com/start-tutoring-business-online/?fbclid=IwAR0XFF8EzGMC9EikjifGRKV7pWtrVGgJYNzDzFaawFp8Gy951QgQtSpY>

Website Builder Expert. (2021). 10 Best Free Website Builders in 2021. <https://www.websitebuilderexpert.com/website-builders/free/>

How to become an online tutor? (Februari 7, 2021). How To Become An Online Tutor in Malaysia? <https://coachmohdnoor.com/how-to-become-online-tutor-in-malaysia.htm?>



4

CARA USAHAWAN MENJADI LEBIH INOVATIF

Afizan Bin Ameri, Siti Hajar Binti Md. Jani²

¹Fakulti Pengurusan dan Perniagaan, Universiti Teknologi MARA
Cawangan Negeri Sembilan, Kampus Rembau, Negeri Sembilan.

²Fakulti Pengurusan dan Perniagaan, Universiti Teknologi MARA
Cawangan Negeri Sembilan, Kampus Kuala Pilah, Negeri Sembilan.

Mencuba untuk menjadi lebih inovatif nampaknya sukar, atau bahkan mustahil, bagi sesetengah usahawan. Mereka merasa sukar kerana kreativiti bukanlah sesuatu yang boleh dihidupkan sesuka hati. Pada dasarnya, kunci untuk menjadi inovatif adalah melihat masalah dari perspektif yang berbeza. Berikut adalah beberapa cara untuk menghidupkan suis inovasi para usahawan:

1. Bayangkan yang paling teruk

Bagaimana jika anda kehilangan pelanggan terbesar anda? Bagaimana jika industri yang anda bina mengalami masalah? Bagaimana jika anda mempunyai lebih banyak pesaing? Anda boleh mendapatkan jawapannya jika anda memikirkan peluang yang tidak anda fikirkan. Mencuba mengubah strategi keseluruhan juga boleh menjadi pencetus untuk menyegarkan industri.

2. Berpura-pura kekurangan sumber

Aliran wang yang lancar memang bagus, tetapi inilah yang membuat usahawan selesa dan cenderung untuk malas berubah. Bayangkan jika anda kehabisan wang, apakah yang akan anda lakukan? Fikirkan kejadian seperti ini dalam beberapa senario, kemudian tentukan idea terbaik untuk menanganinya. Sekiranya anda tidak tahu apa yang harus dilakukan dan tidak mempunyai pilihan lain, cubalah fokus pada perkara penting dan boleh membuat perbezaan.

3. Berpura-pura tidak ada peraturan

Setiap perniagaan mempunyai peraturan, baik tertulis dan tidak bertulis. Tetapi apa yang akan usahawan lakukan sekiranya mereka tidak dibenarkan menggunakan kaedah untuk menyelesaikan masalah semasa? Bagaimana jika mereka diberi kebebasan untuk menggunakan cara mereka sendiri? Kadang-kadang “peraturan” bukan peraturan. Cuma kebiasaan usahawan dalam menyelesaikan masalah.

4. Berpura-pura anda hanya mempunyai lima minit untuk menyelesaikan masalah tersebut

Kepantasan adalah permulaan inovasi. Pilih satu masalah dan paksa diri anda untuk membuat keputusan dalam lima minit. Bayangkan anda hanya mempunyai lima minit untuk membuat keputusan mengenai anggaran pejabat. Sekiranya anda terpaksa melakukan sesuatu sekarang, apa yang akan anda lakukan?

Diharapkan artikel ini dapat membangkitkan semangat inovasi di kalangan para pembaca sekalian. Selamat berkreaitiviti dan menghasilkan inovasi anda..

What?!

Fokus & Gigih: Rahsia Usahawan Berjaya

Dr Ruzanifah Kosnin¹, Dr. Nor Hayati Samba Mohamed²

¹ Universiti Malaysia Kelantan

² Universiti Teknologi MARA Cawangan Kelantan



Untuk artikel ini, kami akan menerangkan dua tabiat iaitu F dan G, tabiat penting yang dapat menjamin kejayaan usahawan. F merujuk kepada Fokus dan G merujuk kepada Gigih.

Fokus

Menurut kamus Dewan Bahasa dan Pustaka, fokus diertikan sebagai sesuatu yang menjadi pusat perhatian. Sebagai usahawan, fokus bermaksud kekal pada satu perkara pada satu masa. Dalam dunia perniagaan, berbagai peluang kadangkala hadir apabila usahawan telah mencapai satu tahap kejayaan. Ini adalah lumrah kerana kejayaan seseorang usahawan itu membuka jalan untuk pihak lain menawarkan pelbagai peluang dan harapan. Di sinilah seseorang usahawan itu perlu bijak memisahkan antara peluang yang boleh membawa perniagaannya ke arah kejayaan yang lebih baik lagi ataupun sebaliknya merencatkan perjalanan perniagaannya. Betapa ramai usahawan yang menjalankan perniagaan hanya separuh jalan kerana merasakan ada peluang lain yang lebih baik menantinya di hadapan. Oleh itu, sekiranya usahawan telah menemui satu perniagaan yang baik, dia perlulah fokus menjalankan perniagaan tersebut sehingga mahir dan meluaskan lagi empayar perniagaannya.

Seorang usahawan berjaya pernah berkongsi pandangannya kepada penulis. Beliau mengatakan membina perniagaan ini bukanlah untuk mendapatkan keuntungan semata-mata, tetapi ia juga adalah landasan untuk membangunkan manusia. Setiap usahawan tentunya tidak melakukan perniagaannya sendirian. Untuk

berjaya dalam meluaskan perniagaan, usahawan memerlukan kepada sumber tenaga kerja yang ramai, bagus dan berjaya juga. Apabila fokus diberikan untuk membangunkan manusia atau sumber tenaga kerja ini, adalah mustahil untuk usahawan menukar-nukar perniagaannya. Oleh yang demikian, salah satu resepi untuk kejayaan usahawan adalah fokus kepada apa yang dilakukannya. Namun fokus kepada satu perniagaan bukanlah bermaksud tidak boleh membuat perniagaan lain. Jika usahawan telah membuktikan perniagaannya perlu diubah untuk kelangsungan hidup, maka tiada jalan lain selain membuat perubahan.

Fokus untuk usahawan bukanlah hanya kepada tidak menukar perniagaan, malah ia lebih luas dan mencakupi perkara-perkara kecil juga. Bagaimana usahawan menguruskan tugasnya sehari-hari juga memerlukan elemen fokus ini. Bagaimanapun kekal fokus kepada satu perkara bukanlah mudah di zaman teknologi moden dan perubahan persekitaran perniagaan yang berlaku dengan sangat pantas. Oleh yang demikian, salah satu cara untuk fokus adalah dengan mempunyai impian yang besar dan arah tujuan yang jelas. Fokus adalah suatu karakter yang perlu dididik di dalam diri. Sebagai umat Islam, solat adalah latihan terbaik untuk menerapkan karakter fokus dalam diri iaitu apabila individu perlu khusyuk dalam solat. Allah SWT berfirman dalam Surah al-Mukminun, ayat 1-2 yang bermaksud: “Benar-benar sangat beruntung orang-orang beriman. Yakni mereka yang khusyuk dalam mengerjakan sembahyang.” Allah SWT mengarahkan kita untuk khusyuk iaitu memberi sepenuh tumpuan terhadap

ibadat solat. Solat mengandungi falsafah atau hikmah tersendiri yang perlu kita hayati. Khusyuk ialah tunduk dan berasa rendah diri dengan menumpukan fikiran, menenangkan hati dan anggota semasa solat semata-mata kerana Allah S.W.T. Oleh itu, khusyuk dalam solat juga sepatutnya meninggalkan impak positif dalam mendidik kita supaya fokus terhadap tugas harian. Usahawan mukmin yang berjaya dapat dilihat dari karakternya dalam memenuhi tuntutan solat kepada Penciptanya.

Gigih

Elemen penentu kejayaan usahawan yang seterusnya adalah gigih. Gigih diertikan sebagai keras hati, tegar hati, atau patuh kepada pendirian sendiri oleh Dewan Bahasa dan Pustaka, manakala kegigihan pula bermaksud kesungguhan atau keteguhan berpegang pada pendapat atau sesuatu. Kegigihan adalah ciri penting usahawan berjaya. Didorong oleh semangat yang tidak dapat dilunturkan, usahawan yang berjaya tidak akan pernah melepaskan impian mereka untuk membina perniagaan yang berdaya maju. Kepada usahawan yang gigih, tidak ada halangan yang terlalu besar bagi mereka. Makanya, karakter gigih ini adalah salah satu ciri utama untuk membangun perniagaan yang berjaya.

Setiap usahawan yang ingin membangunkan perniagaan pasti akan melalui saat-saat sukar. Apatah lagi di waktu kita dilanda pandemik Covid-19 seperti sekarang di mana banyak perniagaan berada pada tahap yang kritikal. Pada waktu inilah kekuatan usahawan secara fizikal, mental dan spiritual akan teruji. Sekiranya

seseorang yang ditimpa saat sukar, membuat keputusan untuk mencari jalan penyelesaian secara kreatif, sehingga masalahnya selesai dan saat sukar itu pun berlalu pergi, maka dia dikategorikan sebagai individu yang gigih untuk memastikan impiannya untuk berjaya tercapai. Kajian mendapati asnaf yang gigih mampu mengeluarkan diri mereka daripada penerima zakat kepada pemberi zakat apabila menceburi bidang perniagaan (M Ashraf & Farooq, 2017).

Kegigihan ini sesuatu tabiat yang jarang ditemui oleh orang-orang kebanyakan. Tetapi setiap usahawan yang sangat berjaya, mereka semuanya mempunyai tabiat ini. Kegigihan adalah sikap yang tidak mudah untuk dilakukan kerana usahawan yang gigih adalah usahawan yang tidak kenal erti putus asa walaupun mengalami kegagalan berkali-kali. Mereka menganggap kegagalan yang mereka alami hanya mendekatkan mereka kepada kejayaan.

Kesimpulannya, usahawan sejati ialah mereka yang sentiasa berusaha memperbaiki diri dan pencapaiannya. Kejayaan mereka dalam perniagaan menuntut komitmen yang berterusan dalam memperbaiki diri terhadap apa yang mereka lakukan dan cara mereka berfikir. Oleh yang demikian siri ini berkongsi tabiat-tabiat untuk membantu usahawan mencapai kejayaan.

Rujukan

M Ashraf, M. A., & Farooq, M. O. (2017). Zakat, persistence of poverty and structural-incidental segmented approach: A survey of literature. *Journal of Islamic Financial Studies*, 3(1), 17-31. <https://doi.org/10.12785/jifs/030102>

Ancaman Kepada Rekod Kewangan

Bahagian ke 7

Ahmad Azman Mohamad Ramli
Fakulti Pengurusan Maklumat, Universiti Teknologi MARA,
Cawangan Negeri Sembilan, Kampus Rembau, Negeri Sembilan



Pada edisi yang lepas, penulis telah membincangkan tentang dua jenis ancaman yang membahayakan rekod kewangan yang dimiliki oleh para usahawan. Ancaman-ancaman tersebut ialah makhluk perosak dan juga manusia. Artikel kali ini akan menyambung perbincangan tersebut dengan memberi tumpuan kepada satu lagi jenis ancaman iaitu serangan perisian. Serangan jenis ini merbahaya terhadap rekod kewangan kerana ianya akan menyerang rekod kewangan elektronik yang wujud dalam format Microsoft Words, Microsoft Excel, Microsoft Power Point dan sebagainya yang ada dalam sistem komputer.

Secara ringkasnya, perisian merbahaya terhadap sistem komputer merujuk kepada program komputer yang dicipta oleh seseorang dengan niat jahat. Para usahawan perlu berhati-hati kerana perisian merbahaya komputer ini apabila menyerang sesuatu sistem komputer, ianya boleh mengganggu kelancaran perniagaan seperti melambatkan perjalanan sistem komputer, memusnahkan dokumen kewangan elektronik, menutup sistem komputer peribadi yang sedang berfungsi dan menyebabkan perisian sistem komputer tidak berfungsi dengan baik. Contoh perisian merbahaya komputer itu ialah seperti virus komputer, cecacing (worms), kuda trojan (trojan horses) dan logic bombs. Perisian-perisian merbahaya ini adalah jenis berjangkit kerana ianya boleh merebak dari satu komputer ke satu komputer yang lain melalui rangkaian komputer atau melalui perkongsian media penyimpanan

yang telah dijangkiti seperti cakera liut, removal hardisk, flash memory devices dan sebagainya.

Bagaimanapun, perisian-perisian merbahaya ini tidak boleh menyebabkan kerosakan penuh kepada sistem komputer. Contohnya, ia tidak boleh merosakkan peralatan komputer seperti monitor, papan kekunci dan processor. Perisian tersebut juga tidak boleh merosakkan kesemua rekod elektronik kewangan yang terdapat dalam sesuatu sistem komputer.

Di antara kaedah yang boleh digunakan oleh para usahawan untuk melindungi rekod kewangan elektronik dari ancaman perisian merbahaya ialah dengan menggunakan perisian perlindungan (antivirus) seperti dalam Rajah 2. Perisian ini perlu dimasukkan ke dalam sistem komputer untuk mendapatkan perlindungan. Apabila perisian ini sudah berada dalam sistem komputer, ia akan mengesan, mengkuarantin atau memusnahkan perisian-perisian merbahaya yang berada di dalam sesuatu sistem komputer. Bagaimanapun, untuk mendapatkan perlindungan yang maksimum, perisian ini perlu sentiasa dikemaskini daripada laman sesawang syarikat pengeluar perisian tersebut.

Bersambung di keluaran hadapan



Untaian Pantun Sempena Program Webinar Antarabangsa Ekonomi Rumpun Melayu

Universiti Teknologi MARA Cawangan Melaka, Malaysia dan Bengkulu, Indonesia

Mohd Ab Malek bin Md Shah
Jabatan Undang-Undang, Universiti Teknologi MARA, Kampus
Alor Gajah, Melaka

TEMA: Filantropi Islam Memperkasakan Ekonomi Rumpun Melayu (Siri 1)

Filantropi Islam acuan terbaik
Perkasa ekonomi Muslim sejagat
Akhlah terpuji sama dididik
Berjaya duniawi sejahtera di akhirat.

TEMA: Usahawan dan Keusahawanan Pemangkin Ekonomi Rumpun Melayu Era IR 4.0 (Siri 2)

Usahawan budiman, kelangsungan peradaban,
Menongkah cabaran dambaan perjuangan
Mencicip kemakmuran menitip perpaduan
Dirgahayu Malaysia Indonesia melimpah sanjungan.

TEMA: Instrumen Waqaf Pemangkin Kemajuan Ekonomi Rumpun Melayu (Siri 3)

Malaysia - Indonesia sama diberkahi,
Sama berjuang merentas sempadan,
Memperkasa waqaf sejahtera ummah,
Kelangsungan berzaman peradaban insan.

TEMA: Peranan Zakat Dalam Memacu Kejayaan Asnaf Zakat (Siri 4)

Muafakat bersama membawa berkat,
Sejahtera selamanya umat sejagat,
Suburnya zakat demi maslahat,
Cemerlang di dunia hebatnya di akhirat.

TEMA: Ekonomi Rumpun Melayu: Sejarah Kegemilangan dan Cabaran Kontemporari (Siri 5)

Cemerlang sirah menempa nama,
Menempuh cabaran bersilih ganti,
Gemilang ummah di persada dunia,
Suluh perjuangan kejayaan hakiki.

Kontrak adalah perjanjian yang memperuntukkan mengenai perihal urusan perniagaan, tanggungjawab dan hak pihak-pihak yang berkontrak serta mengikat pihak tersebut menjadikan kontrak itu sah dari segi undang-undang. Perjanjian tersebut boleh dilaksanakan secara lisan, bertulis dan melalui perbuatan atau kombinasi lisan, penulisan dan perbuatan.

Isu di dalam perundangan kontrak merupakan antara yang sering mendapat perhatian terutama apabila pihak-pihak berkontrak tidak lagi menjalankan tanggungjawab seperti yang dijanjikan. Sering kali kita berhadapan dengan keadaan iaitu apabila sesuatu perniagaan memerlukan dokumen perjanjian secara bertulis diantara pihak-pihak yang ingin berkontrak, terdapat klausa dalam perjanjian tersebut yang bersifat tidak jelas, tiada perundangan, lebih memberi kebaikan kepada pembuat kontrak dan menyorot kepada terdapatnya terma tidak adil kepada pihak yang satu lagi iaitu pihak pengguna. Kontrak bentuk seragam yang digunakan secara meluas pada hari ini menguatkan lagi penggunaan terma tidak adil.

Terma tidak adil diperuntukkan di dalam Akta Perlindungan Pengguna 1999 (Akta 599) Pindaan 2010. Akta ini telah dipinda pada tahun 2010 dengan menambah perkara berhubung terma tidak adil di Bahagian IIIA iaitu seksyen 24A sehingga 24J.

Kepentingan tentang ilmu penggunaan terma tidak adil dalam kontrak tidak hanya sebagai perlindungan kepada pengguna tetapi juga kepada peniaga, iaitu usahawan. Secara tidak langsung, penggunaan

Terma Tidak Adil dalam Kontrak: Usahawan & Pengguna

Farihana Abdul Razak¹ dan Prof. Dr. Zuhairah Ariff

Abd Ghadas²

¹Jabatan Undang-Undang, Universiti Teknologi MARA
Cawangan Perak, Tapah, Perak

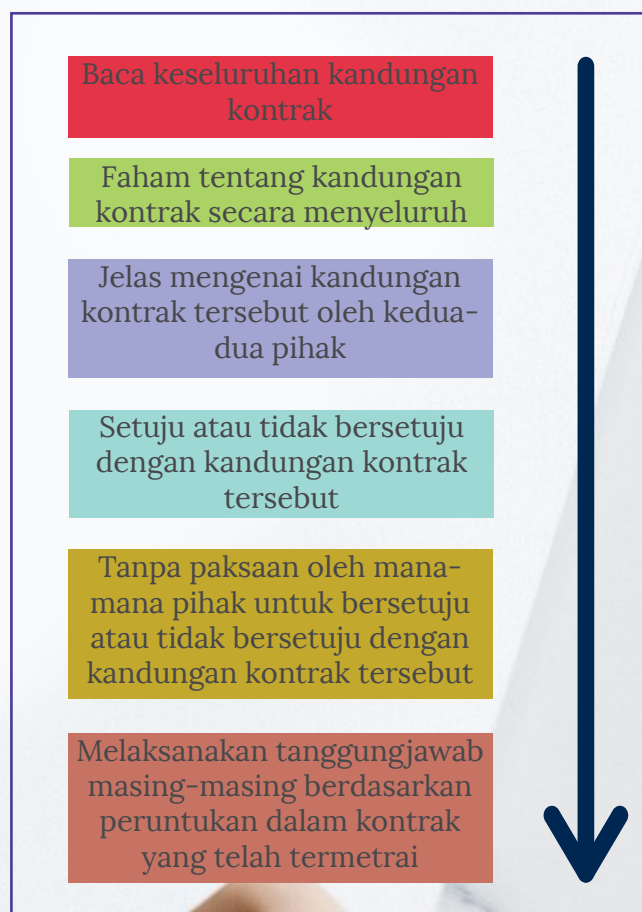
²Fakulti Undang-Undang dan Hubungan Antarabangsa,
Universiti Sultan Zainal Abidin, Kuala Terengganu, Terengganu

terma tidak adil oleh para peniaga dalam kontrak tanpa merujuk kepada mana-mana pihak yang lebih arif tentang perundangan boleh mengakibatkan kerugian dan tindakan undang-undang kepada peniaga apabila timbulnya perselisihan dan pertelingkahan kontrak antara pengguna dan peniaga.

Perkara ini berlaku sekiranya pengguna sebagai pihak berkontrak menyedari bahawa terdapatnya terma tidak adil dalam kontrak dan mereka juga tidak diberikan peluang untuk berunding tentang terma tidak adil yang terdapat dalam kontrak tersebut. Justeru itu, pengguna akan membawa kes ke mahkamah terutamanya apabila perundingan dengan pihak peniaga tidak dapat dicapai. Dalam situasi ini, sekiranya terma tidak adil digunakan, bahagian klausa tersebut akan terbatal. Namun begitu perjanjian yang lain yang terdapat dalam kontrak tersebut kekal sah.

Rajah 1 menunjukkan kerangka idea oleh penulis untuk pihak-pihak berkontrak sebelum dan semasa membuat perjanjian. Semasa menandatangani kontrak, pihak-pihak berkontrak haruslah bertenang dan membuat keputusan dengan sewajarnya kerana perjanjian yang dipersetujui akan mengikat pihak-pihak tersebut untuk melaksanakan tanggungjawab mereka.

Oleh itu, cadangan kerangka idea oleh penulis ini diharapkan dapat membantu pengguna dan peniaga dalam membuat perjanjian dan berkontrak.



Rajah 1



The background features several large, overlapping orange geometric shapes, including a prominent pyramid on the left and various angular polygons on the right, creating a modern, abstract design.

Peranan Utama Pengangkutan dalam Perniagaan & Ekonomi

Serta Kesannya Kepada Usahawan

Noor Malinjasari Binti Ali, Suzila Mat Salleh, Raslina Mohamed Nor,
Hasmida Mohd Noor, Siti Fatimah Mardiah Hamzah & Ruzaidah
Sulong@A.Rashid

Fakulti Pengurusan dan Perniagaan, Universiti Teknologi MARA Cawangan Terengganu,
Dungun, Terengganu, Malaysia

Pengangkutan merupakan antara penyumbang utama kepada bidang ekonomi dan merupakan salah satu strategi perniagaan dalam bidang yang kompetitif dan mencabar. Pengangkutan merupakan aktiviti yang menghubungkan antara perniagaan dengan rakan perniagaan yang lain dalam rantai bekalan (supply chain) seperti pembekal dan pelanggan dan merupakan antara pengaruh penting dalam memastikan pelanggan berpuas hati dengan syarikat.

Apakah definisi pengangkutan? Pengangkutan ditakrifkan sebagai pergerakan penumpang atau barangan bermula daripada tempat asal hingga sampai ke destinasi akhir di mana sesuatu barangan atau perkhidmatan itu menjadi lebih tinggi hasilnya atau lebih bernilai. Oleh itu, pengangkutan amat penting dalam aktiviti ekonomi dan perniagaan. Pengangkutan menyediakan perkhidmatan utama yang menghubungkan antara pembekal dan pelanggan dengan memindahkan barangan daripada lokasi di mana ia mula dikeluarkan kepada lokasi di mana barangan tersebut mendapat permintaan.

Peranan utama pengangkutan yang paling ketara adalah melalui aktiviti logistik. Ia merupakan elemen penting dalam menyokong aktiviti ekonomi melalui utiliti tempat dan masa (place and time utility). Utiliti tempat merujuk kepada perbezaan antara tempat barangan itu dikeluarkan dan tempat di mana terdapatnya

permintaan pelanggan manakala utiliti masa merujuk kepada masa apabila produk itu dikeluarkan dan masa apabila produk itu diperlukan atau apabila produk itu mula mendapat permintaan. Dengan bekerja rapat bersama perancang inventori, profesional dalam bidang pengangkutan (seperti syarikat-syarikat logistik) perlu memastikan bahawa produk tersedia apabila pelanggan memerlukannya atau apabila ada permintaan terhadap barangan atau perkhidmatan daripada pelanggan yang berkaitan dengan aktiviti perniagaan.

Adakalanya pengangkutan merupakan penyebab utama apabila sesuatu syarikat tidak mempunyai keupayaan melayan pelanggan dengan sempurna. Penghantaran yang lewat menjadi punca kepada masalah perkhidmatan dan menyebabkan aduan dibuat oleh pelanggan terhadap perkhidmatan dan barangan yang ditawarkan oleh syarikat tersebut. Kadangkala, barangan tersebut mengalami sedikit kerosakan semasa dalam transit, atau para pekerja gudang mungkin memungkah barangan yang salah ke lokasi penghantaran. Barangan yang sedikit rosak ini menyebabkan pelanggan kecewa dan tidak berpuas hati dengan perkhidmatan yang ditawarkan. Ini akan memberi kesan yang lebih serius kepada usahawan terbabit sekiranya pelanggan mengambil keputusan untuk tidak lagi membeli barangan daripada usahawan terbabit sebaliknya membeli daripada pesaing yang lain untuk pembelian di

masa hadapan.

Namun begitu, sekiranya barangan dapat dihantar tepat pada waktunya tanpa ada kecacatan pada barangan secara konsisten, ia memberi keyakinan kepada pelanggan terhadap mutu perkhidmatan dan barangan yang ditawarkan oleh usahawan dan sekaligus perniagaan tersebut mendapat permintaan yang berterusan dan keuntungan yang berpanjangan.

Peranan kedua pengangkutan dalam aspek ekonomi adalah melalui kos perkhidmatan. Kos pengangkutan menjadi isu kerana ia merupakan penentu sama ada sesuatu transaksi daripada pelanggan itu boleh menjana keuntungan atau sebaliknya. Kos pengangkutan bergantung kepada ciri-ciri tertentu mod pengangkutan. Mod pengangkutan udara lebih cepat sampai ke destinasi tetapi melibatkan kos yang tinggi dan kadangkala tidak berbaloi dengan transaksi yang dijalankan. Tambahan pula bukan semua barangan sesuai menggunakan mod pengangkutan udara seperti barangan yang merbahaya dan mudah meletup. Mod pengangkutan laut pula jauh lebih murah namun ia merupakan antara pengangkutan yang paling perlahan sungguhpun pengangkutan jenis ini sangat sesuai untuk mengangkut barangan merbahaya. Namun, kedua-dua mod pengangkutan udara dan laut ini tidak menyediakan perkhidmatan pengangkutan dari pintu ke pintu seperti pengangkutan darat. Pengangkutan darat pula

lebih terhad liputannya dan biasanya digunakan untuk perkhidmatan dalam negara sahaja. Oleh itu, usahawan atau pengurus rantai bekalan perlu mempertimbangkan dengan teliti kos pengangkutan barangan ketika menentukan penghantaran produk atau barangan dengan kaedah yang paling ekonomik, selamat dan berkesan.

Sebagai kesimpulannya, artikel ini menerangkan dua peranan utama pengangkutan iaitu sebagai sokongan kepada aktiviti logistik dan kos penghantaran perkhidmatan. Pengangkutan yang sentiasa sampai tepat pada waktunya tanpa mengalami apa-apa kerosakan pada barangan secara konsisten akan menyebabkan pelanggan berpuas hati dan menjadi pelanggan setia dan begitu juga sebaliknya.

Rujukan

Nurazlina, S. & Sham, R., *Fundamentals of Transport*, Oxford University Press, 2015, ISBN: 9789834715212

Faulks, R.W., *International Transport*, Kogan Page Ltd., 1999, ISBN: 9780749428327

Hibbs, J., *An Introduction to Transport Studies*, 3rd Edition, Kogan Page Ltd., 2000, ISBN: 9780749429461

NILAI BAHAN TERPAKAI KEPADA PEREKA TEKSTIL

Zainab Anuar¹, Hamdan Haji Lias¹ dan Haslinda Abdul Hamid²

¹Fakulti Seni Lukis dan Seni Reka, Universiti Teknologi MARA Cawangan Kelantan, Kelantan.

²Fakulti Pengurusan Maklumat, Universiti Teknologi MARA Cawangan Kelantan, Kelantan.



Dunia pengajaran dan pembelajaran adalah suatu tugas yang amat besar di mata dunia kerana tenaga pengajarnya bakal melahirkan generasi bijak pandai dalam segala bidang. Namun begitu, tenaga pengajar perlulah sentiasa menjadi seorang yang “up to date” supaya seiring dengan permintaan industri serta perkembangan teknologi semasa di era industri revolusi yang ke-4 (4IR).

Encik Hamdan Haji Lias merupakan seorang Pensyarah Kanan di UiTM Cawangan Kelantan di mana beliau menjadikan alam sekitar terutamanya bahan alam semulajadi dan bahan buatan manusia yang rosak tanpa diguna pakai dijadikan sebagai sumber inspirasi dalam penghasilan reka corak batik kontemporari. Oleh itu, beliau telah mencipta alatan blok batik yang diperbuat daripada kawat besi terpakai dan menghasilkan blok batik menggunakan bahan buluh. Menerusi penghasilan inovasi tersebut, beliau telah

blok buluh

memenangi beberapa pertandingan sama ada di peringkat universiti mahupun antarabangsa. Di peringkat universiti, beliau pernah memenangi pingat perak bagi pertandingan inovasi IIDEX2017 dan ICON2017. Bagi peringkat antarabangsa pula, beliau pernah menyertai Pertandingan Batik Piala Seri Endon yang dianjurkan oleh Yayasan Budi Penyayang Malaysia iaitu pada tahun 2014, 2015, 2016 dan 2018 yang telah membawakan rekaan corak batik terhasil dari kajian tersebut. Pertandingan ini merupakan landasan pengukuran penerimaan dan pengiktirafan dari pihak industri tekstil batik khususnya di Malaysia. Di samping itu, ia dapat mempromosikan, menjana pendapatan dan dapat memberi sumbangan dalam bidang akademik serta kepakaran sebagai pensyarah. Pencapaian ini amat membanggakan di mana beliau telah menjadi role model kepada pelajar untuk mencipta nama dan kejayaan pada masa hadapan sebagai seorang usahawan.

Berbeza pula dengan penulis, beliau lebih cenderung kepada penghasilan karya seni serat kreatif (fiber art creative) daripada bahan terbuang seperti fabrik. Antara projek yang pernah dihasilkan adalah seni hiasan dinding. Seperti mana yang kita sedia maklum, bahan terpakai yang dibuang di tempat pelupusan sampah akan menyebabkan pencemaran alam sekaligus memberi ancaman kepada manusia serta hidupan alam yang lain kerana ia sukar dilupuskan atau dikitar semula. Bahan fabrik terpakai ini, jika digunakan semula, dapat bertahan untuk beberapa tahun lagi jika dijadikan produk baru. Ia mempunyai

fiber



te

nilai yang tersendiri di mana apabila ianya menjadi sesebuah karya, ia boleh dijual dengan harga ratusan ringgit. Selain menjadikan fabrik terpakai ini sebagai produk berharga, penulis juga menyertai beberapa pameran seni di peringkat antarabangsa. Landasan ini sebenarnya merupakan cara terpantas untuk memasarkan produk serta karya seni di mana ia dapat dilihat oleh warga umum yang mungkin merupakan bakal pelanggan kita pada masa hadapan.

Perkongsian ini diharap dapat membuka minda para pelajar yang sedang menjalani pengajian di dalam bidang ini mengenai peluang pekerjaan pada masa akan datang. Oleh yang demikian, kajian ini merupakan satu alternatif kerjaya dalam menggunakan bahan terbuang dan memberi peluang pekerjaan kepada graduan untuk menjadi usahawan yang berjaya.

Rujukan

"Kita Sama" Appreciating Similarities & Diversities, in The 11th ASIA FIBER ART EXHIBITION AND SYMPOSIUM, MALAYSIA 2019 (AFA11) catalogue, ISBN 978-967-5741-85-2, 2019, p. 46.

2017 ISSUE, in the Batik Guild magazine is produce by Yayasan Budi Penyayang Malaysia, Copyright 2012. Batik Guild Sdn Bhd., ISSN: 1985-3297, 2017, p. 26-27.

A. Osman., 'Ini Sebabnya Mengapa Pakaian Lama Jarang Dikitar Semula', 2018. <https://iluminasi.com/bm/ini-sebabnya-mengapa-pakaian-lama-jarang-dikitar-semula.html>

image by mibaty from pixabay

ek K S ti

The background of the entire page is a soft-focus photograph of two hands, one in the foreground and one in the background, each holding a green bottle with a white cap. The hands are positioned as if they are about to use the bottles, possibly for a massage or skincare routine. The lighting is warm and the colors are muted, creating a serene and professional atmosphere.

MEREMAJAKAN

Rawatan Tradisional & Komplementari di Kalangan Warga Kota

Nur Syazana Yildirim & Nor Hafizah Mazlan
Fakulti Pengurusan Hotel dan Pelancongan, Universiti Teknologi MARA
Cawangan Pulau Pinang, Permatang Pauh, Pulau Pinang

Bekam atau Hijamah adalah kaedah rawatan alternatif yang tidak asing bagi masyarakat di negara ini. Ia merupakan kaedah rawatan alternatif yang digunakan oleh masyarakat Islam dan Cina dalam usaha mengatasi pelbagai jenis penyakit. Dengan menggunakan strategi penjenamaan dan pemasaran yang betul di media sosial, seseorang usahawan secara tidak langsung dapat memperkenalkan rawatan alternatif sepertiurut badan dan bekam kepada pelbagai golongan masyarakat terutamanya yang berada di kawasan bandar.

Mengambil kira trend dan permintaan masa kini, Mohammad Noor Firdaus Yahya, 30, pemilik 'Sayatan Home-Mobile Spa', adalah bekas pelajar kejuruteraan Mekanikal di UiTM Permatang Pauh. Beliau telah menceburi bidang ini dengan membawa pelbagai pembaharuan dan keunikan yang tersendiri. Antaranya adalah dengan mewujudkan suasana spa di rumah pelanggan melalui perkhidmatan dari rumah ke rumah, penyediaan katil bergerak, beg mudah alih, mesin pelembap udara, air herba madu dan lain-lain. Walaupun beliau mempunyai pekerjaan tetap dalam bidang kejuruteraan, namun beliau tetap gigih mengusahakan perkhidmatan rawatan alternatif ini sebagai pekerjaan tambahannya.

Minatnya mula timbul selepas melihat ayahnya mahir mengurus ahli keluarganya di kampung. Menyedari akan minat anaknya itu, ayahnya memberi peluang berkongsi ilmu dan beberapa

contoh praktikal kepada anaknya. Menurut beliau, "Ayah sayalah pendorong utama bagaimana saya terjebak dalam bidang ini". Beliau merupakan seorang pesara tentera darat dan mula menyediakan rawatan urutan semenjak umur 18 tahun lagi. Setelah berpenen ketika berumur 45 tahun, beliau menceburi bidang ini secara sepenuh masa dan mula menjadi tenaga pengajar dalam bidang urutan kepada petugas-petugas spa di beberapa hotel terkemuka di Port Dickson. "Oleh itu, mudah bagi saya untuk menguasai teknik asas mengurus yang saya kuasai sejak usia muda lagi", kata graduan Tunas Mekar UiTM Pulau Pinang itu.

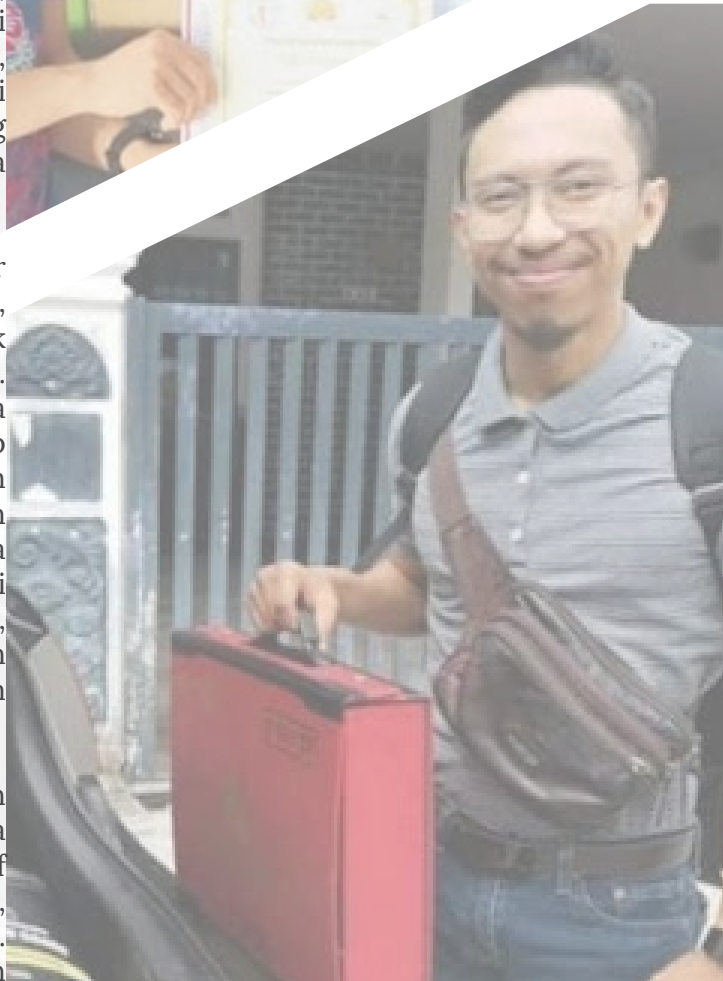
Beliau yang mempunyai minat yang tinggi dalam bidang perniagaan semenjak dibangku sekolah lagi, telah meneroka beberapa cabang perniagaan seperti bidang perkhidmatan, peruncitan dan juga makanan. Antara anugerah dan geran yang pernah diperolehi oleh beliau dalam bidang ini adalah Sijil Kemahiran Malaysia (SKM) di Giat MARA, penerima geran perniagaan TUBE SME Corporation, penerima geran Jabatan Pertanian dan juga bantuan perniagaan zakat. Beliau berkata "Perkhidmatan ini dipilih kerana minat yang mendalam dan keyakinan yang kuat terhadap potensi prospeknya dan mempromosikan rawatan sunnah melalui pendekatan yang lebih menarik walaupun bidang ini kurang diminati anak-anak muda masa kini".

Antara cabaran yang pernah beliau hadapi adalah memecahkan stigma masyarakat yang menilai had umur perawat khususnya dalam bidang

rawatan komplementari dan tradisional. Perawat dalam lingkungan umur 40-an adalah dikategorikan sebagai seorang yang berpengalaman. Beliau berkata, “Bagi masyarakat berhampiran rumah ayah saya, mereka telah mengetahui dan memahami keupayaan saya sejak dahulu lagi. Namun, saya perlu membina imej baharu bagi meningkatkan keyakinan pelanggan yang tidak memahami latar belakang saya sebagai anak tukang urut”.

Dengan membelanjakan hampir RM2,000.00 sebagai modal pertamanya, beliau kini sudah mula mengorak langkah dengan lebih selesa dan yakin. Menurut beliau, “Alhamdulillah, kini saya mempunyai lebih dari 60 pelanggan tetap dari pelbagai latar belakang. Kebanyakan pelanggan beliau adalah dari golongan profesional, sektor industri berat dan juga warga rentan. Beliau menyediakan pelbagai jenis perkhidmatan seperti urutan badan, saraf, batin, rawatan fasdu, bekam darah menggunakan jarum atau pisau, bekam angin dan juga bekam api.

Ketika ditanya mengenai rancangan masa hadapan, beliau sedang meneroka pelbagai jenis rawatan alternatif termasuklah rawatan kiropraktik, refleksologi dan juga akupunktur. Menurut beliau, “Ayah selalu mengatakan bahawa dia nampak saya mempunyai jiwa perawat sejak kecil lagi. Kaedah berbekam merupakan amalan sunnah khususnya berbekam secara ‘sayatan’ pisau bekam yang merupakan kaedah asli yang digunakan oleh Rasulullah. Oleh itu, saya memilihnya sebagai nama perniagaan saya bagi memberi perkhidmatan dan menyampaikan pengetahuan kepada masyarakat. Badan yang sihat dan pahala pun dapat insyaAllah”, katanya.





Nor Hafizah Abd Mansor, Ahmad Marzuki Amiruddin Othman &
Musmailina Mustafa Kamal
Fakulti Perakaunan, Universiti Teknologi MARA Cawangan Johor, Segamat, Johor.

MEREBUT MANFAAT PERCUKAIAN KE ATAS ASET PERNIAGAAN

Setiap perniagaan memerlukan aset untuk menjalankan operasi perniagaan mereka. Menurut kamus Dewan Bahasa dan Pustaka (edisi 4), aset boleh didefinisikan sebagai wang tunai atau harta benda. Aset merupakan harta milik entiti perniagaan yang diperlukan untuk menjana pendapatan perniagaan. Aset mempunyai jangka hayat yang tertentu dan memerlukan sejumlah wang yang besar untuk mendapatkannya. Pembelian aset perlu diperhalusi agar tidak mendatangkan beban kewangan serta pembaziran sumber pada kemudian hari.

Aset Dari Perspektif Perakaunan Kewangan

Standard Perakaunan MFRS116 menggunakan istilah 'harta, loji dan peralatan' mewakili maksud aset. Aset ini juga boleh dikelaskan kepada 'Aset Tetap' yang dimiliki lebih setahun dan 'Aset Semasa' yang dimiliki kurang setahun. Oleh kerana matlamat utama aset digunakan bagi penjana pulangan perniagaan untuk jangka masa yang panjang, aset tersebut tertakluk kepada pengiraan susut nilai.

Aset Dari Perspektif Percukaian

Public Ruling 6/2015 mendefinisikan aset sebagai "plant and machinery used for the purposes of a business and on which qualifying expenditure has been incurred".

Ianya tertumpu kepada loji dan jentera serta perbelanjaan yang layak ke atas aset – aset tersebut, seperti pembelian mesin berat serta pengubahsuaian.

Layanan Aset Dari Perspektif Perakaunan Kewangan

Nilai aset boleh dilihat secara jelas di Penyata Kedudukan Kewangan manakala Susut Nilai tahun semasa dipaparkan di Penyata Untung Atau Rugi.

Layanan Aset Dari Perspektif Percukaian

Dari perspektif percukaian, susut nilai yang dikira di Penyata Untung atau Rugi tidak diiktiraf sebagai pengurangan, maka ianya harus ditambah semula. Ini menyebabkan pendapatan terlaras sesebuah perniagaan bertambah, yang memungkinkan penambahan cukai.

Merebut Manfaat Percukaian

Usahawan mempunyai insentif untuk mengurangkan cukai yang perlu dibayar melalui aset perniagaan dari perspektif percukaian dengan peruntukan Elaun Modal (Capital Allowance). Elaun Modal ini dapat mengurangkan pendapatan berkanun sesebuah perniagaan yang menyebabkan pengurangan cukai kena bayar tahun tersebut. Ini merupakan manfaat yang baik kepada perniagaan. Untuk mendapat

kelayakan pengurangan cukai, Elaun Modal hanya boleh dikira ke atas perbelanjaan Modal Layak sahaja, merangkumi harga aset, kos pemasangan aset serta kos penyediaan tapak untuk menempatkan aset. Semakin besar perbelanjaan terhadap aset, semakin banyak Elaun Modal boleh dituntut dan kesannya, semakin kurang cukai kena bayar bagi perniagaan tersebut. Perniagaan juga harus peka bahawa lebih Modal Layak boleh dibawa ke tahun berikutnya untuk dituntut. Kelemahan usahawan dalam memahami perbelanjaan Modal Layak pasti merugikan perniagaan mereka. Keistimewaan Elaun Modal berbanding Susut Nilai adalah kerana ia mempunyai dua kadar bagi tahun pertama yang dikenali sebagai Elaun Permulaan (Initial Allowance) dan Elaun Tahunan (Annual Allowance). Kadar kedua - dua elaun ini adalah berbeza. Elaun Tahunan akan terus dituntut sehingga tuntutan pengurangan cukai dibuat sepenuhnya.

Semakin banyak aset sesuatu perniagaan, maka semakin banyaklah perbelanjaan Elaun Modal boleh dituntut dalam mengurangkan cukai kena bayar. Tidak dapat dinafikan bahawa aset penting bagi penjana pulangan kepada perniagaan. Namun, perniagaan juga harus bijak merebut manfaat hasil pemilikan aset tersebut dari perspektif percukaian.





A close-up photograph of an elephant's eye and trunk. The eye is partially visible, showing a greenish-brown iris. The trunk is covered in fine, white hairs. A blue silhouette of the Malay Peninsula is overlaid on the right side of the image, partially obscuring the elephant's trunk and the background.

“ORDER
LAIN,
DAPAT
LAIN....”

Mimi Sofiah Ahmad Mustafa
Jabatan Undang-Undang, Universiti Teknologi MARA, Cawangan Melaka
Kampus Alor Gajah, Melaka

Sudah beberapa kali penulis dihampiri oleh para pelajar yang bertanya mengenai barang yang mereka beli samada secara terus dengan penjual ataupun yang dibeli secara atas talian. Banyak isu yang timbul tetapi soalan yang sering ditanya ialah mengenai barang yang diterima tidak sama seperti yang ditempah atau diperihalkan kepada penjual/pembekal. “Madam, saya order kasut kuning, dapat kasut biru”. “Saya nak size M, dia bagi size XL!”. “Macamana ni Madam...banyak saya order ni...untuk satu fakulti kot! Saya bagi design lain, design lain yang dibuatnya!! Huaaaaa!” Itu antara yang banyak yang diadukan kepada saya selaku pensyarah yang mengajar kursus undang-undang.

Jawapan penulis sama sahaja untuk semua situasi di atas. Kita rujuk undang-undang ya! Ada banyak undang-undang yang boleh dirujuk tetapi penulis akan memberi fokus kepada Akta Jualan Barangan (AJB) 1957 (Sales of Goods Act 1957) (Akta 382) dan juga Akta Perlindungan Pengguna (APP) 1999 (Consumer Protection Act 1999) (Akta 599). Kedua-dua akta ini diluluskan oleh Parlimen untuk membantu semua pihak yang berjual beli, samada pembeli/pengguna mahupun penjual/pembekal/pengilang, untuk mengetahui hak dan tanggungjawab masing-masing dalam urusan jual beli itu. Jadi, bila sudah diketahui hak dan tanggungjawab masing-masing, ia akan menyukarkan pelanggaran hak masing-masing. Maka semua pihak akan berurusan dengan hati yang tenang dan gembira.

Dalam senario di mana seseorang pembeli itu tidak mendapat barangan

seperti mana yang dikehendakinya, seksyen 15 AJB 1957 dirujuk di mana terdapat terma termaklum di bawah undang-undang bahawa barangan yang diserahkan kepada pembeli mestilah sama seperti yang diperihalkan semasa kontrak dibuat. Oleh itu, jika Kak Tim menempah 100 kg cendawan shitake daripada Mak Som, sudah pastilah Kak Tim mesti mendapat seperti yang telah ditempahnya. Jika Kak Tim mendapat 80 kg cendawan shitake dan 20 kg cendawan butang, itu tidak bertepatan dengan apa yang ditempahnya dan ini membolehkan Kak Tim untuk memulangkan keseluruhan bekalan itu dan memohon wangnya kembali jika telah dibayar kepada Mak Som. Di bawah APP 1999 pula, situasi di atas boleh dirujuk di bawah seksyen 34 yang mana terdapat satu jaminan bahawa barang yang ditempah itu mestilah sama seperti yang diperihalkan.

Terdapat beberapa perbezaan peruntukan antara AJB dan APP walaupun kedua-duanya mempunyai objektif yang sama. Namun perbezaan yang ada itu semuanya membolehkan setiap pihak mendapat langkah pemulihan di atas setiap pelanggaran di bawah undang-undang yang berkenaan. Untuk AJB, langkah pemulihan yang boleh dituntut oleh Kak Tim di atas ialah tuntutan ganti rugi dan pemulangan barang kepada penjual di samping pemulangan wang yang telah dibayar kepada Mak Som. Di bawah APP pula, Kak Tim boleh memaksa Mak Som untuk menyerahkan 20kg cendawan shitake yang telah ditukarkan kepada cendawan butang itu. Jika Mak Som enggan, Kak Tim boleh mengusulkan tuntutan ke Tribunal

Pengguna bagi tuntutan kurang daripada RM25,000 terhadap Mak Som. Borang Tribunal Pengguna ini boleh didapati dari pejabat KPDNHEP atau pun secara atas talian.

Secara kesimpulannya, perihal dagangan adalah sesuatu yang sangat penting dalam setiap urusan perniagaan, besar ataupun kecil jumlah jualbelinya. Mahkamah sangat serius dalam menangani kes-kes seumpama ini dan sentiasa mengambil pendekatan yang ketat dalam mengaplikasi undang-undang sedia ada bagi memberi hak kepada semua pihak yang menuntut. Sebagai contoh, dalam sebuah kes *Nagurdas Purshotumdas & Co v Mitsui Bussan Kaisha Ltd* (1911) 12 SSLR 67, penjual telah diarahkan oleh mahkamah untuk membayar ganti rugi kepada pembeli yang membeli tepung daripada mereka. Penjual telah tidak mengikut pembelian seperti sebelumnya yang telah diminta oleh pembeli dan membekalkan tepung yang walaupun kualitinya lebih baik tetapi tidak mempamerkan logo atau brand yang sama seperti terdahulunya yang diperihalkan oleh pembeli. Terdapat banyak lagi kes lain yang mempamerkan keengganan mahkamah untuk bersikap toleransi dalam pelanggaran aspek perundangan ini kerana apa yang dipersetujui antara penjual dan pembeli semasa membentuk kontrak jualan barangan itu adalah sesuatu yang perlu dihormati dan dijunjung oleh pihak-pihak yang berkontrak itu. Dengan itu, penulis ingin berpesan kepada semua samada para usahawan ataupun pengguna untuk mengambil cakna tentang hak dan tanggungjawab ini supaya masing-masing boleh menyelesaikan sebarang

pertelingkahan dengan solusi yang berlandaskan undang-undang, bukannya mengikut perasaan marah atau rasa tidak puashati. Selamat berurusan jual beli secara sah di sisi undang-undang!

Rujukan

Akta Kontrak 1950 (Cth.) s.2(h) (Malaysia)

Pheng, LM & Detta JJ. (2009) *Business Law*. Oxford University Press. Shah Alam, Selangor.

Nasreen Miza., Hilmy Nasrijal (2020). 'Business Law', Internal Circulation, UiTM Cawangan Melaka.



Image by winsker from pixabay



Image by adhee23 from pixabay

ONLINE YOUNGPRENEUR PROGRAM (O.Y.C): MEMPERKASAKAN KOMPETENSI KEUSAHAWANAN PELAJAR

Nik Fazlin Hiriyati Nik Jaafar, Azlina Shamsudin, Sholehah
Abdullah I, Norchahaya Johar, Wan Ahmad Khusairi Wan Chek,
Norzaidah Ngali
MASMED, Universiti Teknologi MARA, Cawangan Terengganu Kampus Dungun,
Malaysia

Dewasa ini, bidang keusahawanan merupakan suatu bidang yang sangat luas untuk diterokai terutamanya oleh golongan muda. Pemerhatian yang dilaksanakan ke atas para pelajar university, mendapati bahawa ramai pelajar yang berminat untuk menjalankan perniagaan ketika mereka masih belajar. Namun, mereka mempunyai beberapa kekangan yang telah menghadkan potensi dan minat mereka. Antara perkara yang sering menjadi halangan ialah tiada ilmu kursus berkenaan cara menjalankan perniagaan, tiada bimbingan khas daripada mereka yang berpengetahuan dan kurang keyakinan diri. Justeru itu, satu program latihan keusahawanan secara berstruktur dicadangkan agar dapat membantu mereka melibatkan diri dan mengatasi kekangan yang dinyatakan.

Program ini akan melibatkan dua pihak iaitu pelajar dan pensyarah pembimbing. Ia berbentuk realiti atau hands-on di mana para pelajar dikehendaki untuk berniaga secara atas talian dan akan dipantau rapi oleh pensyarah pembimbing. Perniagaan atas talian dilihat sebagai alternatif terbaik dalam memantapkan usaha ini mengikut norma baru akibat pendamik Covid 19 akhir-akhir ini. Pelajar yang terpilih akan menjalani program intensif ini selama enam bulan dan program ini akan dilaksanakan selama dua semester. Selain bertujuan untuk melahirkan usahawan yang berdaya

saing, program ini juga diharapkan dapat membantu pelajar menjadikan ianya sebagai kerjaya berikutan peratusan mendapatkan pekerjaan selepas tamat belajar kebelakangan ini adalah sangat rendah. Akhir sekali program ini juga menerapkan faktor sumbangan usahawan pada masyarakat dan mengaplikasi konsep corporate social responsibility (CSR) supaya dapat melahirkan usahawan yang berdaya berdaya saing akan juga usahawan yang menyumbang kepada masyarakat secara khususnya.

Antara objektif pelaksanaan program ini adalah seperti berikut:

- Menyediakan platform khas untuk para pelajar berniaga;
- Membantu menambahbaik kemahiran keusahawanan pelajar ke potensi sebenar;
- Membuka ruang kepada potensi sinergi dan kerjasama strategik pelajar dan pensyarah;
- Membantu meningkatkan minat dan kecenderungan di dalam bidang keusahawanan; dan
- Memberi sumbangan kepada masyarakat sekeliling (CSR)

Kaedah pelaksanaan yang dicadangkan adalah meliputi tiga (3) fasa utama di mana setiap fasa mempunyai tujuan dan matlamat yang tersendiri. Program ini diatur untuk memberikan pendedahan secara teori dan praktikal kepada para peserta. Penganjur juga ingin memastikan program ini

memberikan skop komprehensif dan dimensi yang berbeza kepada para peserta agar impak program yang lebih baik dapat diterima oleh para peserta.

Tiga (3) fasa yang dimaksudkan ialah;

1) Pendedahan ilmu dan teori keusahawanan (silibus berstruktur) iaitu perkongsian ilmu dan pengalaman daripada usahawan berjaya;

2) Penetapan barangan jualan dan sasaran di mana para peserta akan mula berniaga secara atas talian, pemantauan dan laporan serta semakan dan penambahbaikan; dan

3) Perkongsian Impak dan penutup.

Sebagai kesimpulannya, diharapkan program ini dapat mencapai matlamat sebagaimana yang diharapkan. Dengan izinNya, maklumbalas dan testimoni daripada semua pihak yang terlibat dengan program ini terutamanya para peserta akan dianalisis bagi memastikan impak yang diharapkan dapat direalisasikan. Segala ruang penambahbaikan akan dikenalpasti dan ditambahbaik dari semasa ke semasa. Program-program sebegini akan diteruskan lagi jika berjaya mendapatkan maklum balas yang positif.



UNIVERSITI
TEKNOLOGI
MARA

Cawangan Terengganu



MASMED
Malaysian Academy of SME and
Entrepreneurship Development

ONLINE YOUNGPREENEUR COMPETITION (O.Y.C)

Program realiti pertandingan 'online business'
Bimbingan daripada fasilitator keusahawanan
Percuma 'start-up kit' bernilai RM60

**HADIAH BERNILAI
RM2,000 UNTUK
DIMENANGI**

1. Terbuka kepada pelajar
UiTM CAWANGAN TERENGGANU sahaja
2. SEDANG menjalankan online business
dengan produk/servis yang berpotensi
3. Penyertaan bersama bukti " SCREENSHOT"
perniagaan online dari media sosial.

TARIKH TUTUP PENYERTAAN: 4 MAC 2021

PROGRAM BERMULA: 14 MAC 2021



IMBAS Untuk Sertai
Penyertaan adalah TERHAD...!!

BAUNYA TIDAK DISUKAI... KHASIATNYA TINGGI

Rozita Shamsuddin, Emilia Abdull Manan, Mohd Masdi Abdul
Manan, Raja Norazila Raja Mohd Yusof
Fakulti Seni Lukis dan Seni Reka, Universiti Teknologi MARA, Cawangan Kelantan,
Kampus Machang, Kelantan

Roza Ventures telah didaftarkan di bawah akta perniagaan pada 10hb Mei 2020 dan dimiliki sepenuhnya oleh Encik Khairunnazar bin Muhamad Adis sebagai pemilik tunggal syarikat. Di bawah Roza Ventures, pihak syarikat telah menubuhkan satu jenama produk iaitu 'Roza Homemade Recipe' iaitu Roza GHP (Roza Garlic Herbs Pickle). Matlamat utama jenama ini adalah untuk mengeluarkan produk makanan tambahan keluaran sendiri dari hasil tanaman sendiri (Homemade and Homegrown Product).

Garlic Herbs Pickle (Jeruk Bawang Putih dan Herba) Ia adalah jeruk (pickle) bawang putih dan bawang lanang (solo garlic) yang sihat dan tinggi kandungan nutrisi. Ia diperam (fermented) dengan cuka epal organik sebagai penggalak (starter) pertumbuhan prebiotic dan probiotik (bakteria baik) dan diperisakan dengan herba-herba terpilih untuk memberi rasa yang enak dan tekstur yang ranggup. Ia ditambah dengan madu hutan asli yang mendapat kelulusan KKM dan tidak menggunakan sebarang bahan kimia dan pengawet tiruan di dalam proses pembuatannya.

Dengan Roza GHP, pengguna boleh mengambilnya pada bila-bila masa. Enak dimakan bersama ulam dan salad atau dimakan dengan sandwich, juga enak dimakan dengan

makanan kegemaran lain atau boleh dimakan begitu sahaja. Ianya adalah suatu produk yang versatile. Roza GHP membuatkan pengguna tidak jemu untuk mendapatkan khasiat semulajadi ini setiap hari sebagai makanan tambahan untuk kesihatan, tanpa menyedari baunya yang agak kuat sesuai dengan tagline Roza GHP, Mudah, Sihat, Sedap (Simply, Healthy & Delicious).

Idea untuk menghasilkan produk ini bermula dari minat yang mendalam terhadap bahan makanan berasaskan cuka organik sebagai pengawet semulajadi yang menurut kajian ianya semakin mendapat sambutan dan popular di seluruh dunia. Ini kerana wujudnya kesedaran yang tinggi tentang kesan berbahaya yang datangnya dari penggunaan pengawet dari sumber bahan kimia dalam makanan yang boleh mejejaskan kesihatan dalam jangka masa panjang

Melalui penyelidikan, produk berasaskan cuka semulajadi masih lagi kurang di dalam pasaran tempatan. Kebanyakan produk berasaskan cuka di dalam pasaran masa kini, samada dibuat daripada cuka buatan atau yang telah diseterilkan dan ditambah bahan kimia sebagai bahan pengawet untuk menjadikannya tahan lama. Proses tersebut telah menyebabkan produk kehilangan nutrisi dan kesegarannya.

Roza GHP telah dipasarkan secara kecil-kecilan terutama kepada rakan-rakan terdekat dan serta dipasarkan juga secara atas talian (online). Semenjak produk Roza GHP diperkenalkan pada 10hb Mei tahun lalu, ia telah mendapat komen-komen yang positif dan diterima baik oleh para pembeli. Maklumbalas inilah membuat keyakinan terhadap prospek masa hadapan produk ini. Rancangan masa depan adalah untuk meluaskan pasaran produk ini ke peringkat yang lebih tinggi agar terus dikenali pengguna. Sasaran masa depan adalah untuk memasarkan produk ini di pasaraya besar seperti Maidin, Giant dan pasaraya halal di seluruh negara.

Secara kesimpulannya, produk GHP memang terbukti mempunyai banyak khasiat melalui kesan positif kepada pengguna sungguhpun satu kajian yang terperinci perlu dilaksanakan untuk membuktikan keberkesanannya. Diharapkan produk ini mampu memartabatkan produk Muslim dan membanyakkan lagi usahawan di kalangan Bumiputera di Malaysia.



Bawang putih merupakan bahan utama di dalam produk Roza GHP

Antara Herba yang menjadi bahan campuran utama adalah Basil, Dill dan Parsley.

Bahan diadunkan dan disimpan di dalam balang fermentasi yang digunakan untuk proses pemeraman

Adunan yang diperam mengambil masa kira-kira seminggu sebelum boleh di botolkan dan seterusnya diedar dan dipasarkan.

PENERANGAN PROSES
PEMBUATAN ROZA GHP



The background of the entire page is a dense, overlapping pattern of stylized tropical leaves. The leaves are in various shades of bright pink, magenta, and cyan blue, with some orange and yellow accents. The shapes include large monstera-like leaves, palm fronds, and various types of ferns and smaller leafy plants. The overall effect is a vibrant, energetic, and tropical aesthetic.

Catch the Wellness Wave Program 2020

Yau'mee Hayati Hj Mohamed Yusofi, Nik Fazlin Hiriyati Nik Jaafari,
Marha Abdol Ghapar¹, Norzaidah Ngaliz, Ahmad Sujairi Johari,
Luqmanul Hakim Zulkornain⁴ & Wan Ahmad Khusairi Wan Chek³
¹Fakulti Pengurusan & Perniagaan, Universiti Teknologi MARA, Cawangan
Terengganu, Kampus Dungun, Terengganu, Malaysia
²Fakulti Pengurusan Hotel & Pelancongan, Universiti Teknologi MARA, Cawangan
Terengganu, Kampus Dungun, Terengganu, Malaysia
³Fakulti Kejuruteraan Elektrik, Universiti Teknologi MARA, Cawangan Terengganu,
Kampus Dungun, Terengganu, Malaysia
⁴Akademik Pengajian Bahasa, Universiti Teknologi MARA, Cawangan
Terengganu, Kampus Dungun, Terengganu, Malaysia

“Jom Fit and Fight Covid (J2FC): Catch The Wellness Wave Program”

merupakan program anjuran Unit Kesihatan dengan kerjasama MASMED dan Unit Sukan UiTMCT. Ia merupakan satu inisiatif dan landasan yang baik dalam usaha menyebarkan informasi dan maklumat mengenai kesihatan diri dalam kalangan warga UiTM khasnya dan masyarakat setempat amnya. Pihak penganjur percaya pengetahuan tentang kesihatan amat penting kerana ia berkait rapat dengan prestasi di tempat kerja. Badan dan minda yang sihat pastinya akan menghasilkan produktiviti yang maksimum dalam memenuhi tuntutan kerja dan mencapai matlamat organisasi. Program ini merupakan kerjasama kali ke enam (6) bersama Pantai Lab Sdn Bhd dan yang ke empat (4) bersama U.n.i Farmasi Sdn Bhd. Kedua-dua pihak menawarkan kepakaran masing-masing untuk saling bekerjasama bagi menjayakan aktiviti khidmat masyarakat ini. Menariknya, penganjuran kali ini dibuat ketika pelaksanaan Perintah Kawalan Pergerakan Bersyarat (PKPB) berkuatkuasa. Dan semestinya pelaksanaan program ini telah mengambil kira “Standard Operating Procedure” (SOP) PKPB yang telah ditetapkan oleh pihak pengurusan UiTM.

Program ini mempunyai beberapa bentuk penganjuran aktiviti seperti saringan kesihatan dan perkongsian ilmu secara webinar. Bagi peserta saringan kesihatan, pihak penganjur menetapkan had seramai 30 orang sahaja untuk setiap sesi di mana terdapat tiga (3) sesi disediakan dengan jumlah keseluruhan 89 orang peserta dan dijalankan di Unit Kesihatan. Manakala untuk sesi taklimat kesihatan, penganjur telah mengambil langkah dengan mengubah kebiasaan penganjuran dengan melaksanakan sesi ini secara atas talian pada 1/12 dan 7/12/2020. Secara keseluruhannya, program ini dianggap berjaya dan mendapat sambutan yang sangat baik daripada para peserta. Perkongsian ilmu dan pengalaman oleh penceramah melalui slot yang disediakan sangat menarik, bermanfaat dan mudah difahami. Kebanyakan para peserta mencadangkan agar program ini diadakan secara tahunan.

Program Saringan “Catch the Wellness Wave”

Sesi saringan kesihatan merupakan slot utama penganjuran. Peserta digalakkan untuk berpuasa sekurang-kurangnya 8 jam sebelum hari pengambilan sampel darah dan urin. Ini penting bagi

memastikan sampel yang diambil lebih berkualiti dan seterusnya dapat memberikan keputusan yang lebih tepat selepas ujian dilakukan. Proses ini diuruskan oleh wakil Pantai Lab dan dibantu oleh staf Unit Kesihatan UiTMCT. Seterusnya, laporan kesihatan peserta diberikan seminggu selepas sesi ini.

Program “Virtual Health Week”

Para penceramah berkongsi ilmu dan maklumat mengenai topik masing-masing melalui kemudahan studio Unit Komunikasi dan Korporat UiTMCT di mana slot ini dilaksanakan secara siaran langsung melalui platform YouTube Live dan Google Meet. Link program adalah seperti berikut:

Slot 1&2: SENAMAN MUDAH DI PEJABAT & STRATEGI MENGHADAPI KEMURUNGAN (<https://www.youtube.com/watch?v=4vhwfm3xs9o>)

Slot 3: KONSULTASI SARINGAN KESIHATAN: (<https://drive.google.com/file/d/1R8u3OrQEBAKmne5A16nRIMiSYAh0vVzT/view?usp=sharing>)

Slot 4&5: KENALI UBAT ANDA & NUTRISI DIET KANAK-KANAK (https://www.youtube.com/watch?v=PZe_kgGNXNQ)

Setiap slot perkongsian ilmu atau webinar turut di selangi

dengan kuiz yang mendapat tajaan hadiah adalah daripada U.n.i Farmasi (Dungun). Sekalung penghargaan dan terima kasih diucapkan kepada pihak U.n.i Farmasi (Dungun) di atas tajaan hadiah yang lumayan.

Program ini ternyata tidak dapat dijayakan tanpa kolaborasi mantap daripada beberapa unit dalaman UiTMCT seperti MASMED, Unit Kesihatan, Unit Sukan mahupun pihak luar yang sama-sama berganding bahu walaupun negara kita sedang berhadapan dengan pandemik COVID-19. Oleh itu, sekalung penghargaan kepada rakan-rakan penganjur seperti tertera di bawah:

1. Pakar Diet Hospital Dungun
2. U.n.i Farmasi (Dungun)
3. Unit Kerjaya dan Kaunseling UiTMCT
4. Pantai Lab Sdn Bhd (Cawangan Kerteh)
5. Juruterapi Pusat Rawatan Ulul Albab

Analisis Maklumbalas Penganjuran Program

Kebanyakan maklumbalas peserta adalah pada skala 4 dan 5 iaitu sangat bersetuju dengan keseluruhan pelaksanaan program baik dari segi kandungan slot, pemilihan penceramah mahupun kesesuaian slot masa walaupun terdapat kekangan PKPB yang terpaksa dihadapi.

PENUTUP

Diharapkan program yang baik ini akan dapat terus dilaksanakan agar manfaatnya dapat diberikan kepada lebih ramai peserta lagi di masa akan datang. Pihak penganjur sentiasa berusaha untuk menambahbaik input program dan sentiasa mengalukan cadangan daripada semua. Semoga kerjasama yang terjalin di antara UiTM dan pihak luar juga dapat diteruskan malah dimantapkan lagi selepas ini.

UNIVERSITI TEKNOLOGI MARA Cawangan Terengganu

JOM! FIT FIGHT! COVID-19

CATCH THE WELLNESS WAVE PROGRAM 3.0

Date	Time	Activity	Location
02 DIS 2020 (RABU)	9.00 PAGI	SENAMAN MUDAH DI PEJABAT UNIT SUKAN UiTMCT STRATEGI MENGHADAPI KEMURONGAN UNIT KERJAYA & KAUNSELING UiTMCT	YOUTUBE STUDIO UiTM TERENGGANU & FB LIVE UiTM TERENGGANU
	10.00 PAGI	KONSULTASI KENALI UBAT ANDA DUTA KENALI UBAT ANDA NUTRISI & DIET KANAK-KANAK PAKAR PEMAKANAN HOSPITAL DUNGUN	YOUTUBE STUDIO UiTM TERENGGANU & FB LIVE UiTM TERENGGANU

07 DIS 2020 (ISNIN)

11.00 PAGI

MASMED Malaysian Academy of SME and Entrepreneurship Development
PANTAI PREMIER PATHOLOGY
Unifarmas
UiTM *di hatiku*
50 Ulang Tahun Pusat Sukan UiTM Terengganu



STRATEGI MENJADI USAHAWAN SOSIAL

Mohd Aidil Riduan Awang Kader & Musramaini Mustapha
Fakulti Pengurusan dan Perniagaan, Universiti Teknologi MARA Cawangan
Pahang, Jengka, Pahang.

Keusahawanan sosial di Malaysia masih baru dan belum diketahui umum secara meluas. Konsep usahawan sosial berpaksikan serampang dua mata iaitu tidak hanya berorientasikan keuntungan semata-mata tetapi juga untuk mencapai impak sosial yang positif demi kesejahteraan masyarakat. Walaupun masih baru di Malaysia, keusahawanan sosial dilihat dapat meningkatkan pendapatan terutamanya bagi golongan B40. Usahawan sosial secara umumnya mempunyai ciri-ciri usahawan yang sama dengan usahawan lain seperti kreatif, inovatif, sanggup menghadapi risiko dan sebagainya. Cuma yang membezakannya ialah usahawan sosial cuba memikirkan cara yang kreatif dan inovatif untuk membantu menyelesaikan atau mengurangkan sesuatu masalah berkaitan sosial seperti pengangguran, masalah ibu tunggal, orang kurang upaya, meningkatkan pendapatan golongan B40 dan masalah berkaitan alam sekitar. Menurut Laporan Malaysian Social Enterprise Blueprint 2015-2018, kerajaan menitikberatkan keusahawanan sosial di Malaysia dengan memperuntukkan sebanyak RM20 juta untuk mengembangkan lagi bidang keusahawanan sosial ini. Malaysia Global Innovation and Creativity Centre (MAGIC) diwujudkan bagi tujuan ini. Seorang usahawan sosial yang berjaya harus mempunyai visi dan keinginan

untuk mengaplikasikan kemahiran dan kepakarannya ke arah menyumbangkan impak positif kepada masyarakat dan alam sekitar sekaligus membantu meningkatkan ekonomi negara.

Terdapat banyak contoh keusahawanan sosial yang telah berjaya diusahakan sama ada di dalam mahupun di luar negara. Misalnya, Bank Grameen di Bangladesh yang diusahakan oleh Muhammed Yunus memberi pinjaman kepada orang miskin tanpa cagaran untuk memulakan perniagaan secara kecil-kecilan bagi mengurangkan kadar kemiskinan. Selain itu, chef selebriti terkenal, Jamie Oliver telah membuka sebuah restoran dinamakan sebagai Fifteen dengan mengambil pekerja di kalangan belia menganggur dan bermasalah di Britain. Di Malaysia pula, seorang ibu tunggal telah mengusahakan perniagaan jahitan daripada bahan terbuang yang dinamakan SURI. Perniagaan ini juga telah dapat membantu 10 ibu tunggal dengan mengambil mereka bekerja. Selain itu, seorang usahawan “Aiskrim Malaysia”, Myfizro telah mengambil pekerja di kalangan ibu tunggal dan belia B40 serta membuka francais bagi membantu golongan B40 untuk menjalankan perniagaan kecil-kecilan. Di Langkawi pula, sebuah perniagaan gunting rambut dikenali sebagai Joe’s Barber Shop mengambil pekerja di kalangan anak jalanan yang

dilihat berbakat menggunting rambut dengan harapan dapat mengubah nasib keluarga mereka dengan menawarkan pekerjaan kepada golongan ini. Kesemua contoh di atas telah membuktikan bahawa usahawan sosial bukanlah semata-mata mementingkan keuntungan tetapi mahu membantu mengubah kehidupan masyarakat sekitarnya dengan meningkatkan pendapatan golongan yang memerlukan sekaligus dapat mengurangkan masalah sosial di persekitarannya.

Jadi bagaimana seseorang individu itu boleh menjadi seorang usahawan sosial? Terdapat tujuh strategi yang boleh diikuti oleh seseorang individu untuk menjadi usahawan sosial. Pertama, individu itu perlu mempunyai idea perniagaan yang jelas. Ini bermakna individu tersebut perlu mengetahui apa produk atau perkhidmatan yang hendak dijual dan apa keunikan produk atau perkhidmatan tersebut berbanding yang sedia ada di pasaran. Kedua, individu itu juga harus menyediakan sebuah proposal atau rancangan perniagaan yang mudah tetapi jelas dan lengkap. Ini termasuklah butiran lengkap mengenai perancangan pentadbiran, perancangan operasi, perancangan pemasaran dan perancangan kewangan yang mudah difahami terutama oleh pelabur dan agensi berkaitan

yang boleh memberi pinjaman dan berminat untuk bekerjasama.

Ketiga ialah mencari dana atau modal permulaan. Modal ini boleh diperolehi daripada simpanan sendiri, pinjaman daripada keluarga, agensi kerajaan mahupun swasta, bank dan sebagainya. Kini terdapat banyak agensi kerajaan mahupun swasta yang menyediakan geran pelancaran untuk memulakan perniagaan. Keempat, individu ini seterusnya perlu membentuk pasukan yang dapat membantu. Ini boleh dicapai dengan menggunakan konsep mentor-mentee. Individu yang ingin menjadi usahawan sosial juga boleh mendapatkan khidmat nasihat daripada seorang mentor yang telah berjaya. Selain itu, mereka juga perlu memilih rakan kongsi yang boleh membantu mengendalikan perniagaan ini bersama-sama apabila diperlukan.

Disamping itu juga, sokongan daripada pihak kerajaan mahupun swasta juga penting jika ingin menceburi keusahawanan sosial ini memandangkan bidang ini adalah sesuatu yang agak baru di Malaysia. Agensi seperti MAGIC dapat menyediakan khidmat nasihat, mentor dan sebagainya untuk bakal usahawan ini melengkapkan diri dengan ilmu dan kemahiran berkaitan keusahawanan sosial ini. Kelima, bina sebuah jenama

yang mudah diingati dan dikenali umum. Penjenamaan ini penting bagi memasarkan sesuatu produk atau perkhidmatan kepada pengguna supaya mereka mudah mengingati dan membeli produk atau perkhidmatan kita. Tanpa aktiviti pemasaran yang agresif dan berkesan adalah sukar untuk sesuatu produk itu dikenali terutama bagi produk yang baru di pasaran. Keenam, mendaftarkan perniagaan. Ini boleh dilakukan dengan menghubungi Suruhanjaya Syarikat Malaysia (SSM) untuk mendaftar perniagaan secara sah. Akhir sekali, apabila semua ini selesai, seseorang individu itu boleh memulakan perniagaannya. Pastikan produk atau perkhidmatan yang dijual berkualiti dan yang paling penting adalah mencapai kedua-dua objektif keusahawanan iaitu mendapatkan keuntungan dan mencapai objektif sosial seperti memberi peluang kepada golongan yang memerlukan untuk menambahkan pendapatan.

Kesimpulannya, semua pihak berperanan dalam membantu menjayakan keusahawanan sosial ini. Perkara utama adalah minat yang mendalam oleh individu dalam membantu menyelesaikan masalah sosial yang berlaku di persekitarannya melalui aktiviti perniagaan yang dijalankan selain mendapat galakan dan sokongan daripada masyarakat setempat,

agensi kerajaan mahupun swasta. Diharapkan dengan adanya keusahawanan sosial ini dapatlah meningkatkan lagi taraf ekonomi dan sosial masyarakat di Malaysia.

Rujukan

Malaysia Social Enterprise Blueprint 2015-2018. Diambil dari <https://atasbe.mymagic.my/multimedia/pdf/MSEB%20FINAL%20-%20web.pdf>

Ng A. (2018). 5 Perniagaan Sosial Di Malaysia Yang Bakal Buat Anda Kagum. Diambil dari <https://toodia.my/2018/12/22/5-perniagaan-sosial-di-malaysia-yang-bakal-buat-anda-kagum/>

Tahir I.R. & Ali Z. (2018). Menggalakkan Keusahawanan Sosial di kalangan Belia. Diambil dari <https://mycommunity.ump.edu.my/index.php/en/knowledge-transfer-programme-ktp/118-menggalakkan-keusahawanan-sosial-di-kalangan-belia-ida-rizyani-tahir-dr-zuraina-ali>

Pearson A. (2018). How to start a social enterprise. Diambil dari <https://whitefuse.com/blog/start-social-enterprise>

Basarudin N. (2018). Keusahawanan sosial rapat jurang pendapatan. Diambil dari <http://www.iiu.edu.my/my/news/keusahawanan-sosial-rapat-jurang-pendapatan>

Program Subsidi Upah Kepada Usahawan Kecil & Sederhana

Ahmad Marzuki Amiruddin Othman, Musmailina Mustafa Kamal,
Nor Hafizah Abd Mansor
Fakulti Perakaunan, Universiti Teknologi MARA Cawangan Segamat, Johor.



Encik Adam, seorang usahawan rangkaian chalet di Terengganu, berasa buntu memikirkan masa depan perniagaan yang telah diusahakannya semenjak 10 tahun lalu. PKP yang berterusan menyebabkan kemerosotan serius dalam perniagaannya. Di samping itu, beliau juga mencari cara untuk mengekalkan 30 pekerja yang telah bersamanya sejak penubuhan syarikat itu. Dengan mengambilkira rintihan usahawan PKS seperti Encik Adam, yang teruk terjejas oleh wabak Covid-19, Perdana Menteri Tan Sri Muhyiddin Yassin mencadangkan melalui bantuan pada 18 Januari 2021 beberapa rancangan rangsangan ekonomi melalui bantuan “Perlindungan Ekonomi dan Rakyat Malaysia” (PERMAI) berjumlah RM15 billion berbentuk bantuan subsidi dan percukaian. Antara bantuan PERMAI meliputi Program Subsidi Upah (PSU) 3.0 di mana pemberian PSU akan dilanjutkan kepada majikan PKS yang memenuhi syarat.

PROGRAM SUBSIDI UPAH (PSU)

Program Subsidi Upah (PSU) merupakan bantuan kewangan yang diberikan kepada majikan PKS bagi membantu mereka yang terkesan dari segi ekonomi akibat COVID-19 agar dapat meneruskan operasi serta mengelakkan pekerja kehilangan pekerjaan. Antara kesan Covid-19 yang teruk melanda PKS adalah di mana berlakunya penurunan pendapatan, peningkatan kos, tidak dapat membayar sewa kedai serta hutang perniagaan sehingga akhirnya terpaksa ‘gulung tikar’. Data yang dikeluarkan oleh Jabatan Perangkaan Negara merekodkan kadar pengangguran meningkat sebanyak 5% atau 778,800 pada April 2020, sementara rekod pemberhentian pekerja yang dilaporkan kepada Perkeso berjumlah 48,727 orang dari Januari hingga 30 Jun 2020. Sektor paling terjejas terdiri dari sektor perkhidmatan, pembuatan, penginapan, makanan, kesenian, hiburan dan rekreasi. PSU dapat membantu perniagaan PKS untuk tidak memberhentikan pekerja sesuka hati, juga tidak boleh memotong gaji pekerja atau memaksa pekerja untuk mengambil cuti tanpa gaji.

PSU telah ditawarkan oleh kerajaan secara berperingkat iaitu PSU 1.0, PSU 2.0 dan PSU 3.0. PSU 3.0 akan memberi manfaat kewangan kepada 70,000 perniagaan PKS serta 90,000 pekerja PKS. Setiap pekerja bakal menerima sebanyak RM600 sebulan dan inisiatif ini dianggap berkesan kerana terdapat pengurangan bantuan yang ketara antara PSU 3.0 berbanding dengan PSU sebelumnya. Sebagai perbandingan:



Pengurangan bantuan kewangan:	PSU 1.0 berjumlah RM13.5 bilion, sementara PSU 3.0 hanya sebanyak RM1.5 bilion.	Penjimatan sebanyak RM12.0 bilion
Pengurangan Pekerja yang menerima manfaat:	PSU 1.0 berjumlah 2.63 juta, dibandingkan dengan 90,000 pekerja pada PSU 3.0.	Pengurangan sebanyak 1.73 juta penerima

Ini sedikit sebanyak membuktikan keberkesanan pakej ransangan ekonomi dalam mengeluarkan PKS dari belenggu kerugian yang melanda tatkala bermulanya PKP. Untuk melayakkan PKS memperoleh manfaat dari PSU 3.0, syarat-syarat berikut harus dipatuhi:

Warganegara Malaysia.

Masih aktif menjalankan perniagaan.

Pekerja seramai 200 – 500 orang dengan pendapatan pekerja kurang dari RM4,000.

Kadar penurunan pendapatan PKS sebanyak lebih 50% berbanding Januari 2020.

Tidak memberhentikan pekerja selama 6 bulan setelah menerima PSU.

Mendaftar bantuan PSU di perkeso.gov.my.

Diringkaskan pelaksanaan PSU yang telah ditawarkan oleh kerajaan secara berperingkat:

PSU	PAKEJ	TARIKH PERMOHONAN	SEKTOR PENGKHUSUSAN	HAD BIL PEKERJA	TEMPOH PSU
1.0	PRIHATIN dan PENJANA	1 April – 30 September 2020	Semua sektor	200	6 bulan
2.0	KITA PRIHATIN 1	1 Oktober – 31 Disember 2020	Semua sektor	200	6 bulan bagi permohonan baru
3.0	BELANJAWAN 2021	1 Januari– 30 Jun 2021	Pelancongan & runcit	500	6 bulan bagi permohonan baru
	PERMAI	19 Januari 2021 – 30 Jun 2021	Semua sektor di negeri yang terlibat dengan PKP	500	1 bulan

Hasil dari pelaksanaan PSU melalui pakej ransangan ekonomi kerajaan diakui amat membantu PKS untuk meneruskan kelangsungan operasi mereka seperti yang diperakui oleh

Pengarah Eksekutif, Persekutuan Majikan Malaysia, Datuk Shamsuddin Bardan. Kesan pemulihan ekonomi tersebut menyaksikan PKS dibantu dan mengurangkan masalah pengangguran negara sebanyak 1.3 bilion pekerja. Sekiranya 'trend' ini berterusan, nescaya Malaysia akan berjaya memantapkan lagi pencapaiannya di dalam sektor ekonomi melalui PKS.

Rujukan

<https://www.perkeso.gov.my>

<https://twitter.com/bernamadotcom>

<https://www.bernama.com/en/>

<https://www.crowe.com/my/news/permai-tax-measures-and-subsidies>

<https://www.crowe.com/my/news/malaysia-kita-prihatin-economic-stimulus-package-2020>

<https://www.nst.com.my/news/government-public-policy/2020/11/639865/wage-subsidy-programme-26mil-workers-322k-employers>

<https://www.nst.com.my/news/nation/2020/11/641195/retaining-workers-wage-subsidies>

<https://www.nst.com.my/news/nation/2020/09/626703/mef-welcomes-latest-wage-subsidy-programme>

<https://www.nst.com.my/news/nation/2020/09/626890/wage-subsidy-20-helps-sustain-businesses-employees>

<https://www.nst.com.my/news/nation/2020/09/627185/kita-prihatin-mef-praises-wage-subsidy-programme>

<https://www.nst.com.my/news/nation/2020/09/627121/jobs-secure-thanks-wage-subsidy-programme>

<https://www.nst.com.my/news/nation/2020/09/627814/i-used-bpn-restart-my-business>

<https://www.thestar.com.my/news/nation/2020/11/06/wage-subsidy-programme-extended-another-three-months>

<https://www.mef.org.my>



