



UNIVERSITI
TEKNOLOGI
MARA

Cawangan Terengganu

20
EDISI

No issn:1823-6421

info

USAHA RAN



PENAUNG:

DR ROSMAN MAHMOOD

CHIEF EDITOR/KETUA EDITOR:

PUAN NIK FAZLIN HIRYATI NIK JAAFAR

MANAGING EDITOR/EDITOR URUSAN:

CIK NOOR MALINJASARI BINTI ALI

EDITOR

PUAN SUZILA MAT SALLEH

PUAN NASIHA ABDULLAH

PUAN NORHAYATI HUSIN

PUAN ROSEZIAHAZNI ABD GHANI

PUAN 'ATIQA RASHIDAH ABU SAMAH

PUAN HASMIDA MOHD NOOR

PUAN RASLINA MOHAMED NOR

PUAN SITI FATIMAH MARDIAH HAMZAH

ENCIK WAN AHMAD KHUSAIRI WAN CHEK

DESIGNER/PEREKABENTUK

ENCIK ABDUL RANI JUSOH

PUAN NOOR HAFIZA MOHAMMED

Isi Kandungan

m/s

Corat Coret Ketua Pengarang	1
Catatan Editor Urusan	2
Ancaman Kepada Rekod Kewangan (Bahagian Ke 10)	3-4
Kisah Kejayaan Kosmetik Alha Alfa	5
Aliran Tunai: Cabaran Semasa Dan Cadangan Solusi	6
Amanlan Keusahawanan Sosial Islam	7-8
Berkelulusan Jurutera Tapi Pilih Jadi Nelayan	9-10
Transformasi Hobi Kepada Penjanaan Pendapatan	11-13
Usahawan Siswa: Peranan Ipt Menyemarakkan Budaya Keusahawanan	14-15
Peranan Usahawan Dalam Melesarikan Alam Sekitar	16-17
Cabaran Dalam Melaksanakan Pendidikan Keusahawanan	18-19
Ciri-Ciri Usaahwan Berjaya	20-21
Dari Kerja Jkr, Kini Sebagai Usahawan	22
Dari Wartawan Kini Usahawan Kek	23-24
Fatin Amalina – Konvokesyen Pencetus Motivasi	25-56
Implikasi Pengurusan Aliran Tunai Tidak Sempurna Terhadap Perniagaan	27-28
Impak Kenaikan Harga Barang Kepada Usahawan Mikro	29-30
Isu Dan Cabaran Industri Kraftangan Malaysia Dalam Era Digitalisasi	31-32
Vivy Yusof: Malaysian Fashion Icon And Social Media–Savvy Businesswoman	33
Kepelbagaian Kemahiran Adalah Teras Asas Kejayaan Usahawan	34-35
Tenunan Kain Keringkam: Bumi Kenyalang Merentasi Ke Persada Dunia	36-38
Kewajipan Usahawan Menjamin Keselamatan Dan Kesihatan Pekerjaan Di Tempat Kerja	39-40
Memahami Nisbah Semasa Dalam Menilai Kedudukan Kewangan Perniagaan	41-42
Nasi Daging Ayaq Asam Tapah: Istimewa Dan Lazat	43
Peniaga Digital Ekonomi Bijak Cukai	44-46
Whatsapp Business Sebagai Strategi Perniagaan	47-48
Li Ka Shing: Sang Billionair Bergelar Superman	49-50
Perniagaan Di Rumah: Pemacu Pertumbuhan Ekonomi Negara	51-52
Profil Usahawan Kira Farm: Pertanian Organik Bukan Sekadar Kebun Belakang Rumah	53-54
Pendapatan Surirumah: Perniagaan Dari Rumah Yang Menguntungkan	55

Corat Coret Ketua Pengarang



Assalamualaikum wbt dan Salam Sejahtera semua

Edisi kali ini, saya berbesar hati untuk cuba berpantun. Ringkas dan padat tetapi penuh dengan kata-kata penghargaan. Pantun dua kerat ya.

Keusahawanan itu agenda Malaysia
Tuan puan menulis tak pernah sia-sia

Penulis tak putus hantar tulisan
Terima kasih atas sumbangan

Jangan jemu jangan bosan
Kami sentiasa menanti nantikan

Penulisan ringkas mahupun Panjang
Besar manfaat pahala dirancang

Bertemu lagi di edisi mendatang.

Terima kasih.

Nik Fazlin Hiriyati Nik Jaafar
Ketua Editor

Catatan Editor Urusan

Alhamdulillah edisi 29 telah terbit walaupun dalam keadaan tercungap-cungap lantaran masing-masing disibukkan dengan tugas hakiki yang tidak pernah terhenti. Jika ketua editor berpantun dalam coretannya, saya cuba untuk mengukir bait bait puisi. Dan menyentuh mengenai puisi, kami juga menerima puisi anda andai bertepatan dengan tema usahawan Akhir kata, terimalah puisi yang tidak seberapa ini

Teman

Seandainya tenagaku tak lagi pantas
Seandainya mindaku tak lagi cerdas
Seandainya tanganku tak lagi tangkas
Seandainya kakiku tak lagi cergas

Mohon teman maafkan daku
Mohon teman doakan daku
Mohon teman semangat daku
Mohon teman jangan tinggalkan daku

Moga yang baik-baik sahaja untuk kalian
Moga yang indah-indah sahaja untuk kalian

Moga perjalanan kalian dan aku sama sama diringankan
Moga urusan dunia dan akhirat kalian dan aku sama-sama dimudahkan

Moga kita semua mendapat pengampunan dari Nya.

Terima kasih dan wassalam.

Salam hormat

NOOR

Noor Malinjasari Binti Ali
Editor/Penyunting Urusan



Ancaman Kepada Rekod Kewangan *(Bahagian Ke 10)*

Ahmad Azman Mohamad Ramli

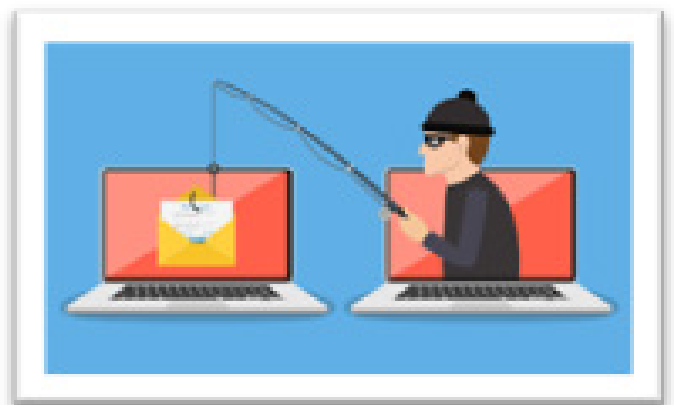
Fakulti Pengurusan Maklumat, UiTM Cawangan Negeri Sembilan, Kampus Rembau
ahmadazman@uitm.edu.my

Dalam artikel keluaran yang lepas, penulis telah membincang dua jenis ancaman yang boleh membahayakan rekod kewangan elektronik yang dimiliki oleh para usahawan. Ancaman tersebut ialah kecuriaian manusia dan gangguan bekalan elektrik. Dalam artikel keluaran kali ini, penulis akan menyambung perbincangan dengan memberi tumpuan kepada dua jenis lagi ancaman iaitu perbuatan jenayah dan keusangan teknologi.

Perbuatan Jenayah

Disebabkan ciri-ciri rekod kewangan elektronik yang rapuh seperti mudah diakses, dipinda, disalin dan dimusnahkan, rekod ini sangat terdedah kepada perbuatan jenayah seperti penyelewengan dan kecurian. Contohnya akhbar Utusan Borneo yang bertarikh 20 Februari 2014 melaporkan Polis Selangor berjaya mematahkan sindiket antarabangsa terbesar membabitkan pengklonan kad ATM yang digunakan dalam penipuan perbankan di Malaysia. Kejayaan itu berikutan tertangkapnya dua lelaki warganegara Sri Lanka bersama 2,217 keping kad ATM klon pelbagai jenis di sebuah kondominium di Ampang dekat sini pada Isnin lepas (17 Feb). Akhbar Malaysiakini yang bertarikh 5 Ogos 2022 pula melaporkan terdapat enam jenis penipuan dalam talian iaitu Macau Scam, jenayah e-dagang, pinjaman tidak wujud, pelaburan tidak wujud, 419 scam atau love scam, dan memancing data (*phishing*). Macau Scam atau panggilan penyamaran/penipuan sehingga kini merekodkan 4,912 kes melibatkan kerugian RM199.8 juta, jenayah e-dagang mencatatkan 5,397 kes dengan kerugian RM71.6 juta, dan e-financial fraud (penipuan kewangan dalam talian) atau phishing pula sebanyak 543 kes dengan kerugian RM40.5 juta

Kakitangan atau bekas kakitangan sesuatu syarikat atau organisasi adalah sumber utama kepada perbuatan jenayah terhadap rekod kewangan elektronik di tempat kerja mereka. Hal ini disebabkan mereka sangat biasa dengan perkakasan dan perisian komputer yang terdapat di tempat kerja mereka. Oleh itu, hal ini menyebabkan mereka mudah melakukan perbuatan jenayah terhadap rekod kewangan elektronik yang berada di bawah kendalian masing-masing. Contoh perbuatan jenayah yang biasa mereka lakukan ialah penjualan maklumat sulit kewangan untuk keuntungan peribadi, memusnahkan perisian dan peralatan komputer untuk tujuan khianat, memasukkan perisian merbahaya ke dalam komputer dan dengan sengaja memusnahkan rekod kewangan elektronik di bawah kendalian mereka.



Rajah 1: Serangan *Phishing*

Sumber: <https://business-review.eu/tech/online/cybercrimes-on-the-rise>

Keusangan Teknologi

Teknologi digital berkembang dengan begitu pesat sekali. Oleh itu, perisian dan perkakasan yang digunakan untuk menghasilkan dan menyimpan rekod kewangan elektronik mudah menjadi usang (tidak biasa lagi dipakai) apabila ianya digantikan dengan perisian dan perkakasan yang lebih terkini atau lebih moden. Fenomena ini dikenali sebagai keusangan teknologi.

Keusangan teknologi boleh menyebabkan rekod kewangan elektronik tidak dapat diakses atau difahami oleh pengguna. Contohnya, media penyimpanan rekod kewangan elektronik seperti disket lapan inci dan lima suku inci telah tiada lagi atau amat sukar diperolehi daripada pasaran. Oleh itu, media penyimpanan terkini seperti cakera padat (compact disks) dan cakera digital serba boleh (digital versatile disks) tidak mustahil juga akan usang pada suatu masa nanti. Satu lagi contoh, perisian aplikasi *WordStar* digunakan dengan meluas pada tahun 1980an. Bagaimanapun, perisian ini tidak boleh lagi diperolehi daripada pasaran sekarang. Begitu juga dengan perisian sistem seperti *Windows 95 dan 98*. Perisian sistem ini juga amat sukar diperolehi daripada pasaran sekarang. Sekiranya rekod kewangan elektronik masih lagi menggunakan perisian-perisian ini, maka sekarang rekod tersebut amat sukar untuk diakses oleh pengguna.

(Akan bersambung di keluaran hadapan)



Rajah 2: Media penyimpanan rekod kewangan elektronik yang usang

Kosmetik Alha Alfa

Roszi Naszariah Nasni Naseri¹ dan Norlela Abas²

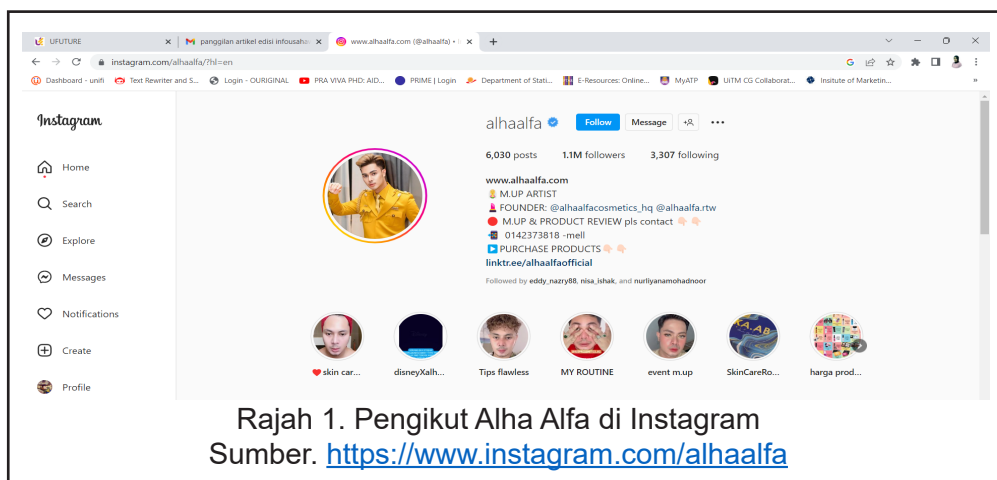
¹Fakulti Pengurusan dan Perniagaan, UNIVERSITI TEKNOLOGI MARA,
KM26, JALAN LENDU, 78000 Alor Gajah, Melaka, Malaysia

²Fakulti Pengurusan dan Perniagaan, UNIVERSITI TEKNOLOGI MARA,
Jalan Lembah Kesang 1/1-2, Kampung Seri Mendapat, 77300 Merlimau, Melaka

*Email Penulis: roszinaseri@uitm.edu.my

Alha Alfa Kosmetik merupakan perintis dalam pasaran kosmetik organik yang diasaskan oleh Dato' Al Halim Mohd Al Fadzil atau lebih dikenali sebagai Dato' Alha Alfa. Beliau mengorak langkah pertamanya dalam dunia perniagaan pada tahun 2017, apabila beliau berjaya mengeluarkan produk pertamanya, Alha Alfa Lenses, yang merupakan hasil kerjasama dengan sebuah kilang tempatan. Kemudian, beliau mengembangkan pasaran dan beralih kepada barangan kosmetik organik seperti bedak asas, maskara, bayangan mata, pemerah pipi dan sebagainya. Kesemua produk Alha Alfa tergolong dalam kategori Kosmetik organik bermaksud ianya dihasilkan secara semula jadi, lulus ujian saintifik, dan diiktiraf oleh Kementerian Kesihatan Malaysia (KKM). Faktor ini telah menjadikan kosmetik ini dipercayai dan diterima di pasaran tempatan, walaupun terdapat banyak lambakan produk yang berasal dari dalam dan luar negara. Maklum balas yang diberikan oleh pengguna juga adalah sangat mengejutkan. Ramai antara mereka yang beralih menggunakan produk Alha Alfa Kosmetik selepas menyedari produk tempatan ini setaraf kualitinya dengan produk antarabangsa. Memiliki latar belakang pendidikan yang berlainan dengan bidang yang diceburinya sekarang nyata tidak menghalang beliau untuk berjaya dengan cemerlang di dalam bidang yang diceburinya sekarang.

Minat yang mendalam dan tidak kenal erti putus asa meletakkan beliau sebaris dengan pemain industri kosmetik yang lain di Malaysia. Hanya bermula dengan niat ingin membantu kedua ibu bapa menyara keluarga nyata telah menjadikan diri usahawan ini seorang yang kental mengharungi pelbagai cabaran di dalam dunia perniagaan. Kini, jenama Alha Alfa Kosmetik telah berjaya menembusi pasaran negara jiran seperti Indonesia dan Singapura. Alha Alfa Kosmetik juga telah berkembang atas kepercayaan dan permintaan tinggi oleh peminat kosmetik organik. Keadaan ini telah menarik minat ramai pencinta kosmetik dari pembuatan bahan-bahan berasaskan sumber semula jadi yang pastinya akan memberi manfaat kepada wajah pengguna. Selain itu, Alha Alfa bukan sahaja mencipta barisan kosmetik sendiri, tetapi juga melakukan perkhidmatan sebagai jurusolek untuk pelanggannya, termasuk pengantin perempuan dan artis tempatan. Atas kepercayaan yang diberikan oleh pengguna, Alha Alfa juga telah mewujudkan pelbagai anak syarikat di sekitar Kuala Lumpur dan Selangor.



Rujukan

- [1] Biodata Datuk Alha Alfa, Jurumekap Artis Dan Pengasas Kosmetik. <https://babab.net/artikel/biodata-datuk-alha-alfa-makeup-artist-dan-pengasas-kosmetik.html>
- [3] Biodata Dato Alha Alfa, Pengasas Kosmetik. <https://iluminasi.com/bm/biodata-alha-alfa-pengasas-kosmetik-dan-jurusolek-artis.html>

Aliran Tunai:

Cabaran Semasa dan Cadangan Solusi

Aliran tunai adalah pergerakan tunai masuk dan keluar ke dalam akaun sesebuah perniagaan. Salah satu kebimbangan yang wujud semasa dan selepas era pandemik COVID-19 ialah bagaimana perniagaan mikro, kecil dan sederhana dapat mengekalkan aliran tunai mereka dengan baik.

Tanpa simpanan tunai yang mencukupi, mereka dikatakan mempunyai daya tahan yang sangat rendah dan berada di dalam keadaan rapuh. Malah, salah satu faktor utama yang sering dikaitkan dengan kegagalan sesebuah perniagaan ialah kekurangan tunai untuk meneruskan kelangsungan operasi perniagaan di masa hadapan.

Pengurusan aliran tunai yang cekap dan berkesan adalah penting untuk kekal teguh dan berdaya saing. Mengekalkan kemasukan dan pengeluaran tunai yang sihat adalah diperlukan untuk memastikan perniagaan yang terutamanya tergolong di dalam perusahaan mikro, kecil dan sederhana ini dapat bertahan dengan lebih lama di pasaran.

Menurut laporan Aliran Tunai Perniagaan Kecil QuickBooks 2019, 61 peratus pemilik perniagaan kecil menghadapi cabaran aliran tunai secara tetap. Manakala, 32 peratus daripada pemilik perniagaan kecil tidak dapat membayar kepada vendor, pinjaman, gaji kepada diri sendiri atau pekerja akibat daripada kegagalan pengurusan aliran tunai yang baik.

Cabaran utama yang kini lazimnya dihadapi oleh sesebuah perniagaan selepas tempoh pandemik adalah kenaikan harga barangan dan perkhidmatan secara mendadak. Kenaikan harga ini telah memberikan tekanan kepada aliran tunai sesebuah perniagaan. Perbelanjaan yang dicatatkan semakin meningkat menyebabkan aliran keluar tunai semakin bertambah. Hal ini juga semakin parah ditambah dengan cabaran untuk mendapatkan jualan sewaktu era pemulihan ekonomi selepas pandemik COVID-19. Situasi sebegini boleh dikatakan memberikan kesan buruk kepada aliran tunai di mana perbelanjaan semakin meningkat dan pendapatan semakin merudum.

Antara idea yang boleh dipertimbangkan untuk memastikan perniagaan kekal utuh dan berdaya saing ialah pengusaha perlulah sentiasa mengawasi aliran tunai perniagaan mereka dengan teliti dan cepat bertindak dengan penuh bijaksana untuk memperbetulkan sesuatu keadaan. Usaha menetapkan harga jualan yang berdaya saing untuk sesuatu produk dan perkhidmatan perlulah dilakukan dengan segera memandangkan kos perbelanjaan untuk menghasilkan sesuatu barangan semakin meningkat. Selain itu, kebijaksanaan mencari pembekal yang dapat menawarkan harga yang istimewa juga dapat menyelamatkan aliran tunai yang keluar dengan banyak seterusnya membantu menstabilkan kembali kedudukan aliran tunai.

Secara kesimpulannya, pengurusan aliran tunai yang cekap dan berkesan diperlukan untuk memastikan kelangsungan sesebuah perniagaan berterusan untuk jangka masa yang panjang.

Rujukan

- [1] Ithnin, H. (2020). Tips kawal aliran tunai. *MyMetro*.
- [2] Azil, F. (2020). Kerajaan laksana strategi bantu aliran tunai syarikat terjejas akibat COVID-19. *Astro AWANI*.
- [3] Intuit Inc. (2020). QuickBooks Study: Cash Flow Woes Mean a Third of Small Businesses Can't Make Payroll, Pay Bills. Retrieved at: <https://www.intuit.com/company/press-room/press-releases/2019/quickbooks-study-cash-flow-woes-mean-a-third-of-small-businesses-can-t-make-payroll-pay-bills/>

Amalan Keusahawanan Sosial Islam

Nur Hidayah Ayob¹ Norlaili Harun¹

¹Fakulti Pengurusan dan Perniagaan, Universiti Teknologi MARA Cawangan Pahang, Kampus Jengka

*Koresponden: hidayahayob@uitm.edu.my

Pengenalan

Keusahawanan Sosial Islam (KSI) adalah satu konsep yang berdasarkan kepada perspektif Islam yang mana ia berpandukan kepada sumber hukum utama dalam Islam iaitu Al-Quran dan as-Sunnah. Keusahawanan Sosial Islam (KSI) yang diperkenalkan adalah alternatif kepada amalan keusahawanan Sosial Barat yang hanya tertumpu kepada satu bentuk hubungan sahaja iaitu hanya tertumpu di dunia semata-mata, malah hanya terhad dalam konteks memenuhi keperluan sosial.

KSI adalah bertujuan untuk mencapai tuntutan agama Islam berdasarkan konsep al-maqasid al-syariah dan juga memenuhi tuntutan al-falah iaitu berjaya mendapatkan keredhaan dan keberkatan Allah SWT di dunia dan akhirat. Perkara penting bagi KSI adalah memelihara agama, nyawa, akal, keturunan dan harta. Hal ini menjadi tuntutan ke atas setiap amalan golongan Usahawan Sosial Berjaya Muslim (USBM) dalam menjadikan KSI sebagai amalan alternatif kepada Keusahawanan Sosial Barat.

Perbandingan Usahawan Perniagaan dan Usahawan Sosial

Perbandingan antara usahawan perniagaan dan usahawan sosial adalah usahawan perniagaan mengukur keberkesanan prestasi berdasarkan keuntungan manakala usahawan sosial kejayaannya diukur dari manfaat yang dirasa dan dinikmati oleh masyarakat. Selain itu, usahawan sosial tidak mencipta kekayaan dan keuntungan tetapi lebih kepada mementingkan hasil pencapaian dan impak sosial terhadap aktiviti yang dilaksanakan namun tidak menghalang dari menghasilkan keuntungan. Perbandingan antara usahawan perniagaan dan usahawan sosial dapat dilihat pada Jadual 1.

Jadual 1

USAHAWAN PERNIAGAAN	USAHAWAN SOSIAL
Usahawan perniagaan lebih mementingkan kekayaan dan keuntungan semata-mata dalam sesuatu perniagaan.	Usahawan sosial tidak mencipta kekayaan dan keuntungan tetapi lebih mementingkan pencapaian dan impak sosial bagi mendapat matlamat dan objektif sosial.
Usahawan perniagaan membuka sesuatu perniagaan.	Usahawan sosial akan memikirkan satu penyelesaian baharu kepada sesuatu masalah sosial dan melaksanakannya bagi memperbaiki lagi keadaan tersebut.
Usahawan perniagaan sentiasa mengukur keberkesanan prestasi kewangan.	Usahawan sosial kejayaannya diukur dari manfaat yang diperolehi oleh masyarakat.
Usahawan perniagaan menilai kepada proses dan sains sesuatu program yang dilaksanakan.	Usahawan sosial menilai prestasinya berdasarkan kemajuan yang dicapai dari aspek sosial dan pengurusan tidak semata-mata kepada proses dan sains sesuatu program yang dilaksanakan.

Sumber: Hasil kajian Mohd Adib Abd Muin (2017)



<http://www.cantiquedot.com/2015/10/rahsia-perniagaan-cara-rasullulah-saw.html>

Amalan Keusahawanan Sosial Islam dalam kalangan Usahawan Sosial Berjaya Muslim

Dimensi Keusahawanan Sosial Islam berdasarkan perspektif maqasid syariah:	Beriman, bertaqwa, ihsan, tingkatkan sifat-sifat terpuji (mahmudah) dan jauhkan sifat-sifat tercela (mazmumah).
Konsep-konsep Keusahawanan Sosial Islam:	Khalifah, persaudaraan, jihad ekonomi, keadilan dan keseimbangan, memenuhi keperluan sosial masyarakat, membangun dan meningkatkan nilai sosial pemberi, zakat dan wakaf, sedekah dan barakah.
Pelaksanaan amalan Keusahawanan Sosial Islam:	Berdasarkan Al-Quran dan as-Sunnah, menjaga kemaslahatan umum dan menolak keburukan, berpaksikan pendekatan Imam Al-Ghazali seperti menjaga agama, menjaga nyawa, menjaga akal, menjaga keturunan, menjaga harta dan menjaga maruah.

Sumber: Hasil kajian Mohd Adib Abd Muin (2017)

Rujukan

- [1] Fuji Alak, al- B. A. M. & Eletter, S. (2010). Islamic Entrepreneurship: Ongoing driver for social change. *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business*, 1(12): 81-97.
- [2] Mohd Adib Abd Muin. (2017). *Amalan Keusahawanan Sosial Islam dalam kalangan usahawan: Kajian terhadap Usahawan Sosial Berjaya Muslim Di Malaysia*.
- [3] <https://www.iyres.gov.my/penglibatan-belia-dalam-keusahawanan-sosial-islam>
- [4] <http://www.cantiquedot.com/2015/10/rahsia-perniagaan-cara-rasullulah-saw.html>

Berkelulusan jurutera tapi pilih jadi nelayan?

Beralih angin dengan menukar bidang kerja yang berlainan dari kelulusan yang diperolehi, bukanlah sesuatu yang asing di zaman milenium ini. Kekurangan pekerjaan, bosan dengan rutin kerja yang sama, atau gaji yang tidak mencukupi merupakan antara sebab-sebab para graduan nekad untuk mengubah hala tuju. Akan tetapi, situasi ini agak berbeza dengan graduan berkelulusan Kejuruteraan Awam, Asyraf Yusuf. Pertemuan yang tidak dijangka bersama seorang pengusaha kelong ikan di Langkawi, telah mengubah persepsi beliau sehingga mencetus minat dan keyakinan untuk mengusahakan sendiri kelong ikan di Pulau Lagenda ini.

Berbekalkan ilmu kejuruteraan awam dan pengalaman sebagai kontraktor binaan G7 selama lebih sedekad, graduan dari UiTM Pulau Pinang ini telah berjaya membina kelong ikan yang berkeluasan 30,000.00 meter persegi. Kelong ini dapat memuatkan 90 tapak kolam ikan pada permulaan operasi dan seterusnya berkembang sehingga 300 kolam di lokasi strategik di antara 2 pulau kecil. Selain menternakikan kerapu hybrid dan udang galah, kelong ini juga menyediakan ruang dan perkhidmatan bagi kaki pancing. Hasil ternakan laut daripada kelong ini adalah untuk pasaran restoran tempatan dan sebahagiannya diexport ke luar negara.

Benarlah kata bidalan, 'isi dada bekal berjalan'. Ilmu pengetahuan dan pengalaman sebagai jurutera dan kontraktor, telah mendorong anak muda ini untuk mengorak langkah bijak dan berinovasi dengan penggunaan sistem panel solar bagi membekalkan tenaga elektrik di kelong ikan beliau. Selain menyediakan kamar dilengkapi dengan katil dan perabot, apa yang lebih mengagumkan bilik di kelong ini juga dilengkapi penghawa dingin. Tidak hairanlah dengan permintaan tempahan yang tinggi setiap minggu kerana pengusaha muda berminda kreatif ini telah menjadikan kelong ikan beliau sebagai syurga buat kaki pancing. Setiap hujung minggu pasti kelong ini menerima tempahan daripada pemancing bukan sahaja dari sekitar Pulau Langkawi, tetapi dari negeri-negeri berdekatan seperti Kedah, Perlis dan Pulau Pinang. Rata-rata pengunjung menyifatkan kelong ini sebagai tempat melepaskan stress sambil melakukan aktiviti memancing dan barbeque bersama keluarga dan rakan-rakan.

Umum tahu, kejayaan tidak datang bergolek tanpa usaha gigih dan minat yang mendalam, dalam apa sahaja bidang yang diceburi. Pengusaha muda ini memiliki visi dan keberanian yang mungkin tidak ramai perolehi. Menurut beliau, antara cabaran hebat sebelum memulakan projek ini adalah tentangan daripada pihak keluarga sendiri selain daripada kekurangan pengalaman dalam bidang baru ini. Bayangkanlah, seorang jurutera yang memiliki ijazah dan pekerjaan yang stabil tetapi beralih arah pula ke

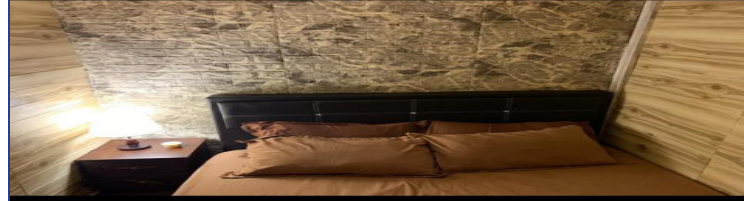
bidang yang agak kurang popular. Sudah pasti keadaan ini menimbulkan rasa was-was kepada sesiapa sahaja. 'Nak lari dari sistem,' itu la jawapan ringkas anak kelahiran Terengganu ini bila ditanya kenapa pilih pekerjaan ini? Menurut beliau, apa yang penting adalah usaha yang gigih, minat dan jangan mudah mengalah.

Kesimpulannya, beralih bidang bukanlah sesuatu yang mudah untuk dilakukan. Sudah pasti pelbagai cabaran perlu ditempuhi. Namun, ianya bukanlah sesuatu yang mustahil. Cerita kejayaan Asyraf, layak dijadikan sebagai motivasi dan inspirasi bagi para graduan diluar sana yang mungkin sudah lama ingin mencuba dan mengidamkan bidang yang berlainan. Walau apapun, tepuk dada, tanya selera. Atau lebih tepat, tanya diri, berani ke?

1

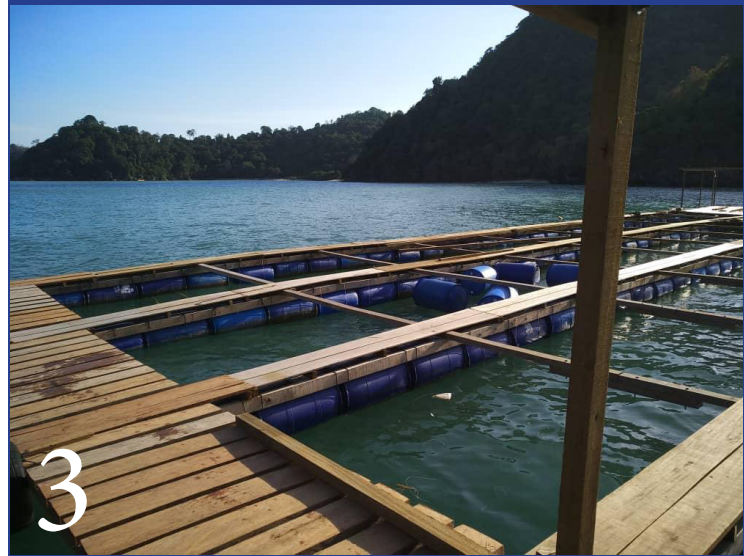


Gambar 1: Kelong ikan berkeluasan 30,000 meter persegi



2

Gambar 2: Bilik penginapan untuk 2 orang di atas kelong



3



4

Gambar 3 & 4: Permandangan indah dan damai dari kelong yang terletak di antara 2 buah pulau kecil

Transformasi Hobi kepada Penjana Pendapatan

Noor Affeeda Ramli¹, Siti Syamira Mohd Ramli¹, dan Wan Nurashikin Mahmood¹

¹Fakulti Pengurusan dan Perniagaan, Universiti Teknologi MARA Cawangan Pahang, Raub, Pahang.

Koresponden: affeeda@uitm.edu.my

Berkecimpung di dalam bidang bakeri sejak tahun 2016, Farah Hanim Rosli, 29, mula mengorak langkah menjadi seorang pembuat pastri dan pencuci mulut sepenuh masa dengan membuka perniagaan pertamanya, Mama Bakery, berlokasi di rumahnya sendiri iaitu di Taman Anggerik, Bentong. Anak kelahiran Raub ini mempunyai 12 orang adik beradik di mana bapanya seorang polis dan ibunya seorang pembuat dan penjual kueh manakala suami beliau adalah seorang cikgu kelas memandu. Mewarisi minat ibunya maka beliau juga turut berkecimpung dalam bidang yang sama.

Selepas tamat persekolahan di peringkat Sijil Pelajaran Malaysia berbekalkan modal permulaan sebanyak RM100, beliau nekad utk menceburi bidang ini secara serius. Farah, seorang isteri dan ibu kepada 3 orang cahaya mata bercita-cita untuk menjadikan hobi beliau kepada sebuah profession.

Tiada pendidikan secara formal dalam bidang yang diceburi bukan menjadi penghalang kepada Farah untuk terus mengorak langkah dalam mengembangkan cita-cita beliau untuk menjadi usahawan industri bakeri yang berjaya. Pada peringkat permulaan, Farah mempelajari ilmu pembuatan “cheesetart” melalui Facebook secara atas talian bersama *MOM BAKERS CHEESETART GEBU* dengan bayaran sebanyak RM60.

Produk

Berbekalkan ilmu yang diperolehi secara online tersebut, Farah memulakan perniagaan Mama Bakery di rumahnya dengan menghasilkan *cheesetart gemuk* sebagai produk pertama beliau. Pelbagai perisa beliau perkenalkan dengan menggunakan bahan-bahan premium. Permintaan cheesetart gemuk beliau mendapat sambutan yang sangat memberangsangkan daripada pelanggan sekitar Raub, Bentong dan Lipis. Selepas kejayaan cheesetart gemuk, semangat beliau berkobar-kobar untuk terus mengorak langkah dalam industri bakeri ini. Tanpa menoleh ke belakang lagi, Farah memberanikan diri untuk mengorak langkah lebih jauh dalam menghasilkan *biskut “homemade”*. Hampir 20 jenis biskut “homemade” yang dihasilkan oleh Farah



seperti Nutella Pod, Red Velvet, Semperit Klasik, Red Pearl, tart nenas dan shortbread. Permintaan terhadap kukis ini sangat tinggi terutama pada bulan Ramadan dan Syawal untuk sambutan hari raya. Penjualan kukis ini boleh mencecah sehingga RM 60 ribu dalam tempoh tersebut. Bersama dengan 7 orang pekerja, mereka mampu menghasilkan sebanyak 150 balang kukis sehari. Terkini, beliau memperkenalkan produk terbaru



iaitu “dessert RM1” seperti chessttart,ceramah puff, cream horn,mini brownies,sushi,mini cupcake dan mini kek Hokaido. Konsep “dessert RM1” ini sangat mendapat sambutan yang hangat dan menjadi identiti kepada perniagaan beliau sekarang.



PEMASARAN PRODUK

i. Kaedah pemasaran

Aspek pemasaran adalah elemen penting dalam memastikan sesuatu produk itu mendapat tempat di dalam pasaran dan diterima oleh pelanggan. Percaya kepada itu, Farah menggunakan pelbagai medium untuk memperkenalkan dan memasarkan produk beliau. Sasaran utama beliau adalah rakan-rakan, para pelajar dan penduduk sekitar Bentong, Raub dan Lipis. Farah menggunakan teknik pemasaran mulut ke mulut. Pelanggan yang berpuas hati akan memberikan maklumbalas yang positif dan mengesyorkan produk beliau kepada rakan taulan, ahli keluarga dan sanak saudara. Perkembangan teknologi juga sangat memudahkan Farah untuk memasarkan produk beliau. Penggunaan aplikasi Whatsapp dan medium sosial media seperti TikTok, Facebook dan InstaGram turut digunakan oleh beliau untuk memasarkan produk beliau. Beliau juga turut membuka kaunter jualan di tempat rumah kediaman beliau sebagai salah satu langkah untuk memasarkan product keluaran beliau.

ii. Agen

Beliau juga menggunakan perkhidmatan agen untuk memasarkan produk beliau di sekitar daerah Bentong, Raub dan Lipis. Agen - agen ini akan diberikan komisen jualan untuk produk yang telah dijual. Perkhidmatan agen ini sangat membantu beliau terutama ketika memasarkan kukis “homemade” kerana

agen akan menguruskan proses promosi, pengambilan tempahan dan penghantaran tempahan kepada pelanggan. Agen - agen ini terdiri daripada individu dan juga kedai - kedai makan serta kiosk - kiosk makanan sekitar Bentong, Raub dan Lipis.

Cabaran

Cabaran dalam dunia keusahawanan merupakan asam garam untuk melatih seorang usahawan untuk berjiwa kental dan gigih. Antara cabaran dan dugaan yang dihadapi oleh Farah sepanjang menjadi seorang usahawan dan pemilik Mama Bakery adalah daripada segi mendisiplinkan 7 orang pekerjanya. Menguruskan dan mendidik pekerja memerlukan tahap kesabaran yang sangat tinggi. Persaingan juga merupakan cabaran utama yang dihadapi oleh beliau dalam industri ini. Kemunculan pesaingan yang terdiri daripada pengusaha bakeri dari kaum Melayu kini semakin ramai, Lebih-lebih yang menjalankannya dari rumah secara atas talian. Justeru, menjadi cabaran yang hebat kepada Farah untuk memastikan produk beliau sentiasa menjadi pilihan pelanggan.

Kekangan modal untuk mengembangkan perniagaan juga merupakan antara dugaan yang perlu dihadapi oleh beliau. Peningkatan kos bahan mentah secara langsung memberikan impak kepada perniagaan beliau. Walaupun pelbagai cabaran dan dugaan yang dihadapi, Farah tidak berputus asa kerana beliau yakin suatu hari nanti kejayaan akan pasti menjadi milik beliau.



Perancangan Masa Hadapan

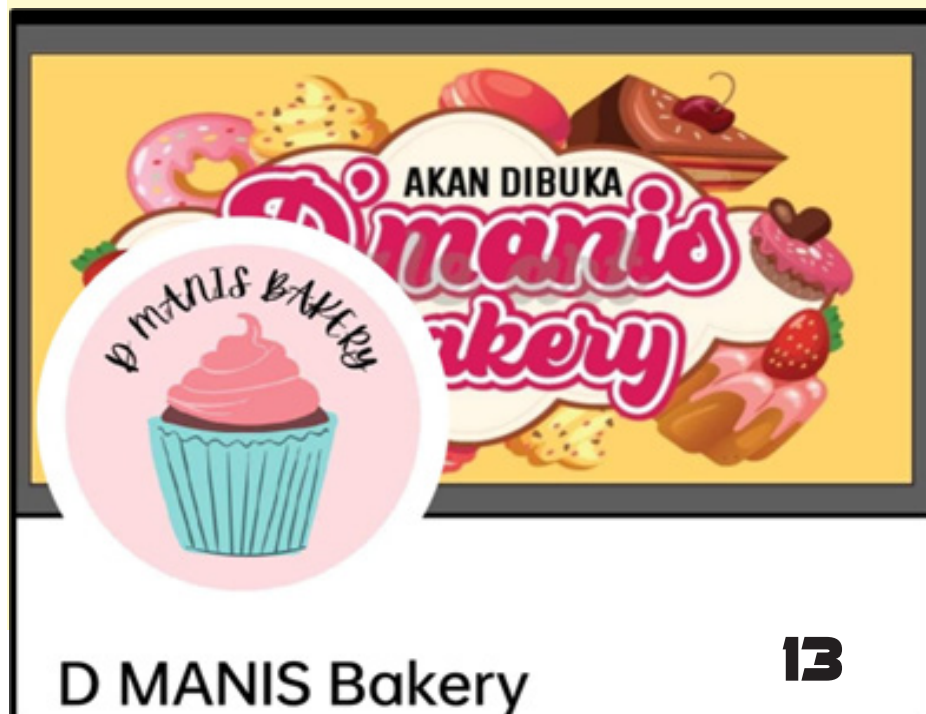
Perancangan jangka masa panjang, Farah berhasrat untuk terus mengembangkan perniagaan beliau dan juga mempunyai bangunan kedai yang lebih sesuai untuk perniagaannya agar dapat menjalankan perniagaan tersebut dengan lebih lancar dan pada tahap yang lebih profesional serta secara komisial. Beliau juga telah berjaya menyewa sebuah lot kedai di pekan Bentong bagi merealisasikan cita-cita beliau.

Kedai yang akan didaftarkan sebagai D'Manis Bakery bakal menjadi titik tolak dalam kejayaan beliau. Beliau juga bercita - cita untuk membeli mesin membuat kukis yang berharga RM78 ribu supaya ia dapat meningkatkan produksi kukis "homemade".

Penutup

Walaupun beliau sibuk dengan tempahan, beliau masih mampu memperuntukan masa untuk berkongsi rezeki hasil daripada keuntungan jualan bersama - sama dengan **Rumah Amal Az Zahra** yang bertempat di Janda Baik, Pahang. Beliau percaya sumbangan ikhlas kepada golongan yang memerlukan ini akan menjadi doa untuk beliau terus kuat dalam megaruhi dunia keusahawanan yang sangat mencabar. Konsep berkongsi rezeki ini akan menjadi sumber matlamat kepada beliau untuk menjadi usahawan yang berjaya.

Berkat kesungguhan dan minat, Farah akan cuba meluaskan lagi pasaran produk manisan beliau ke seluruh daerah di negeri Pahang. Namun begitu setiap perjalanan pasti ada halangan dan dugaan. Ini tidak akan mematahkan semangat Farah untuk terus menyediakan manisan yang terbaik kepada pelanggan beliau dengan harga yang berpatutan.



Usahawan Siswa: Peranan IPT Menyemarakkan Budaya Keusahawanan

Azura Mohd Noor¹, Fazni Mohamad Fadzillah¹, Norizam Ahmad @ Muhammad¹

¹Fakulti Perakaunan, UNIVERSITI TEKNOLOGI MARA, Arau, Perlis, Malaysia

*Email Penulis: azura@uitm.edu.my

Diriwayatkan oleh Abu Sa'id RA, bahawa Nabi SAW bersabda yang bermaksud:

"Peniaga yang jujur dan amanah akan bersama para Nabi, orang yang jujur dan orang yang syahid."

(Riwayat al-Tirmizi, 1209)

Bidang keusahawanan mendapat perhatian semua pihak berkepentingan terutamanya pihak Kementerian Pengajian Tinggi (KPT) untuk memastikan modal insan unggul yang mempunyai ciri keusahawanan yang kukuh dan mampu mencipta pekerjaan kepada orang lain dapat dilahirkan di Institusi Pengajian Tinggi (IPT) menurut Pelan Pembangunan Pendidikan Malaysia 2015-2025 (Pendidikan Tinggi) atau PPPM (PT) 2015-2025. Hadis di atas menunjukkan kedudukan mulia yang dianugerahkan kepada para usahawan jika mereka berniaga dengan jujur, amanah, adil dan mengikut adab-adab perniagaan yang baik. Apabila penerapan nilai-nilai murni ini dipraktikkan oleh usahawan siswa maka modal insan yang seimbang dan holistik dapat dilahirkan.

Pada tahun 2021 didapati sebanyak 93,352 mahasiswa telah menceburkan diri dalam aktiviti keusahawanan atau perniagaan sepanjang tempoh pengajian mereka di IPT yang menyumbang kepada peningkatan sebanyak 35 peratus berbanding 68,937 mahasiswa pada 2020 (Kosmo, 10 September 2022). Ini menunjukkan bahawa bidang keusahawanan sudah semakin mendapat tempat di kalangan mahasiswa untuk diceburi semasa masih berada di IPT lagi.

Mengapa mahasiswa berniaga semasa tempoh pengajian mereka?

Beberapa kajian mendapati bahawa minat dengan sikap, motivasi, pengetahuan dan kemahiran diri merupakan faktor yang signifikan yang dapat menyumbang kepada penglibatan dalam aktiviti keusahawanan semasa pengajian (Mazdan & Mohd Sharizam, 2021, Hashim, Yunus & Ali, 2022). Tidak dapat dinafikan bahawa perolehan pendapatan tambahan juga merupakan salah satu faktor motivasi untuk menjadi usahawan siswa. Wang yang diperolehi dapat digunakan untuk menampung perbelanjaan di kampus malah ada yang dapat berkongsi bersama keluarga mereka sebagai sara hidup.

Bagaimana pihak IPT dapat memupuk minat keusahawanan di kalangan mahasiswa?

1. Pendedahan kepada ilmu keusahawanan yang berterusan

Pendedahan kepada bidang keusahawanan mempunyai pengaruh signifikan kepada timbul dan memupuk minat mahasiswa untuk memilih menjadi seorang usahawan. Setiap IPT mempunyai unit atau jabatan yang bertanggungjawab menguruskan tentang aktiviti keusahawanan misalnya 'Malaysian Academy of SME & Entrepreneurship Development' (MASMED) di Universiti Teknologi MARA (UiTM) dengan matlamat 'Transformasi hidup melalui keusahawanan'. MASMED menyediakan pelbagai program berbentuk perkongsian ilmu, meningkatkan kemahiran seperti program 'YOUTUBEpreneurs', pertandingan inovasi idea dan produk, serta pelbagai program yang memberi nilai tambah kepada mahasiswa yang baru berjinak dengan dunia keusahawanan. Usaha berterusan pihak IPT ini memberi impak kepada minat mahasiswa menjadi usahawan semasa masih dalam pengajian.

2. Mewajibkan setiap mahasiswa untuk mendaftar kod kursus keusahawanan

Selain menyediakan program-program pendek berkenaan ilmu keusahawanan, pihak IPT juga telah memasukkan kod kursus keusahawanan dalam Pelan Pengajian pelajar IPT. Mahasiswa perlu menganbil kod kursus ini untuk membolehkan mereka bergraduasi. Ini secara tidak langsung memainkan peranan penting untuk menyalurkan maklumat berkenaan bidang keusahawanan kepada semua mahasiswa dan menarik minat mahasiswa dengan menyediakan tugas-tugas yang mampu 'menjentik hati' mahasiswa untuk terus mendalami bidang ini. Antara kod kursus utama keusahawanan di UiTM ialah ENT300 – Asas Keusahawanan untuk mahasiswa peringkat diploma dan ENT530 pula untuk mahasiswa peringkat sarjana muda.

3. Menyuburkan budaya keusahawanan di kampus

Mewujudkan peluang keusahawanan seperti penyediaan kiosk perniagaan di kawasan tumpuan pelajar seperti kawasan kuliah, kawasan asrama, kawasan aktiviti pelajar dan sebagainya. Perniagaan melalui kiosk ini akan membolehkan usahawan siswa memperoleh ilmu keusahawanan yang tidak ternilai apabila mereka belajar mengurus perniagaan, berurusan dengan pembekal serta pelanggan, meletakkan harga serta bagaimana untuk memastikan kiosk mereka membuat jualan yang bagus secara berterusan serta dapat mengimbangi

pengurusan masa untuk pembelajaran. IPT perlu membuka peluang yang banyak dan berterusan kepada pelajar untuk berniaga. Apabila banyak kiosk dibuka di sekitar kampus, ia akan menjadi satu budaya atau kebiasaan untuk melihat usahawan siswa berniaga. Namun pihak IPT perlu membuat pemantauan berkala untuk memastikan perjalanan kiosk ini lancar dan memberi manfaat kepada mahasiswa yang berniaga dan mahasiswa yang menjadi pelanggan.

4. Menyediakan bantuan kewangan

Tabung keusahawanan yang disediakan oleh pihak IPT juga memainkan peranan penting dalam mudahcara usahawan siswa ini demi kelancaran perniagaan mereka. Minat mereka akan dapat dipupuk apabila mereka merasakan ada pihak yang memberi sokongan padu apabila mereka memerlukan bantuan dari segi kewangan. Bantuan kewangan yang disediakan boleh diberi dalam bentuk (1) tidak perlu dikembalikan tetapi perlu hantar laporan kewangan ringkas untuk pantauan, (2) pelan fleksibel di mana tidak perlu dikembalikan hanya jika usahawan siswa berjaya meningkatkan prestasi perniagaan kepada suatu tahap yang ditentukan dan perlu menghantar laporan kewangan ringkas. Dengan ini usahawan siswa akan dididik supaya sentiasa bertanggungjawab ke atas wang bantuan yang diterima. Ini sekaligus dapat mengajar usahawan siswa untuk menjadi lebih matang dalam membuat keputusan.

5. Penubuhan kumpulan pemudahcara di kalangan usahawan siswa

Pengaruh rakan merupakan faktor penting dalam memupuk minat mahasiswa menjadi usahawan semasa pengajian. Kumpulan pemudahcara atau sokongan boleh ditubuhkan sebagai rakan rujukan para usahawan siswa baru sekiranya mereka memerlukan khidmat nasihat semasa mereka menjalankan perniagaan. Kumpulan pemudahcara ini perlu terdiri daripada usahawan siswa yang mempunyai pengalaman dalam perniagaan dan telah diberi kursus kejuruteraan dalam keusahawanan. Pelbagai aktiviti boleh dijalankan bersama untuk membina ukhuwah antara para usahawan siswa. Sistem sokongan ini amat penting untuk memastikan kelangsungan perniagaan yang dijalankan oleh para usahawan ini di samping memudahkan pihak IPT untuk membuat pemantauan.

6. Penganjuran pertandingan berbentuk keusahawanan

Pertandingan keusahawanan yang menawarkan ganjaran sama ada berbentuk kewangan atau sebaliknya juga dapat menarik minat mahasiswa untuk menceburi bidang keusahawanan semasa di kampus. Pertandingan seumpama ini selain dapat menonjolkan produk atau servis yang diniaga oleh usahawan siswa kepada orang ramai, ia juga dapat memberi pengiktirafan kepada hasil usaha usahawan apabila memenangi anugerah.

Malahan jika ganjaran berbentuk kewangan yang disediakan, ia sedikit sebanyak dapat membantu meningkatkan modal perniagaan serta membuatkan aliran tunai menjadi lebih baik. Para usahawan siswa ini akan lebih teruja untuk meningkatkan prestasi diri dan perniagaan untuk menjadi lebih berdaya saing.

Firman Allah SWT yang bermaksud

“...Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan permusuhan. Bertakwalah kepada Allah, sungguh, Allah sangat berat siksaan-Nya.”

(Surah Al Maidah, 2)

Secara kesimpulannya, usahawan siswa merupakan golongan yang wajar diberikan perhatian secara berterusan kerana perniagaan yang dijalankan semasa pengajian mereka bukan hanya memberikan pendapatan kepada mereka untuk kelangsungan hidup sebagai mahasiswa, malah turut mengasah kemahiran untuk pengurusan diri, masa, perniagaan dan pembelajaran untuk menjadi insan yang seimbang dan membanggakan. Hadis di atas terang mengatakan sikap tolong-menolong untuk kebaikan keseluruhan amat dituntut. Usaha-usaha yang telah dibuat pihak IPT bukan sedikit untuk memastikan bidang keusahawanan ini mendapat tempat di hati mahasiswa. Kejayaan hanya dapat dicapai jika semua pihak bergabung tenaga untuk sama-sama membantu para usahawan siswa. Marilah kita menyemarakkan budaya keusahawanan di kalangan mahasiswa dengan memberi sokongan kepada setiap program yang pihak IPT sediakan.

Rujukan

- [1] Abdullah, N. S. S., & Abd Majid, Z. (2022). Kebolehpasaran modal insan lepasan institusi pengajian tinggi di Malaysia: isu dan strategi. *Malaysian Journal of Social Sciences and Humanities (MJSSH)*, 7(8), 1-10.
- [2] Hashim, M. H. M., Yunus, M. Z. M., & Ali, S. (2022). Penglibatan mahasiswa dalam kosiswa di institut pengajian tinggi awam. *Asian Journal of Civilizational Studies (AJOCS)*, 4(2), 30-42.
- [3] Kementerian Pengajian Tinggi. (2021). Pelan Tindakan Keusahawanan PTK-IPT 2021-2025. <https://www.mohe.gov.my/muat-turun/penerbitan-jurnal-dan-laporan/ptk-ipt/2021-2025/521-ptk-ipt-2021-2025-bm/file>. Diambil pada 25 Disember 2022.
- [4] Norhisham, N. S., & Sahid, S. (2022). Efikasi keusahawanan dan impaknya terhadap penciptaan perniagaan dalam pendidikan keusahawanan di universiti awam. *Akademika*, 92(3), 81-90.
- [5] Nur Alwani Zafirah Khairul (10 September 2022). KPT sasar lebih ramai usahawan IPT. <https://www.kosmo.com.my/2022/09/10/kpt-sasar-lebih-ramai-usahawan-ipt/>. Diambil pada 25 Disember 2022.

Peranan Usahawan dalam Melestarikan Alam Sekitar Melalui Kempen Pengurangan Penggunaan Penyedut Minuman

Nur Rifhan A. Rahim^{1*}, Nur Syafiqah A. Rahim², Nurfarhana Hassan^{3*}, Zarith Sofia Jasmi¹,
Nur Hanisah Mohamad Razali¹

¹Faculty of Business and Management, UNIVERSITI TEKNOLOGI MARA, Segamat, Johor Malaysia

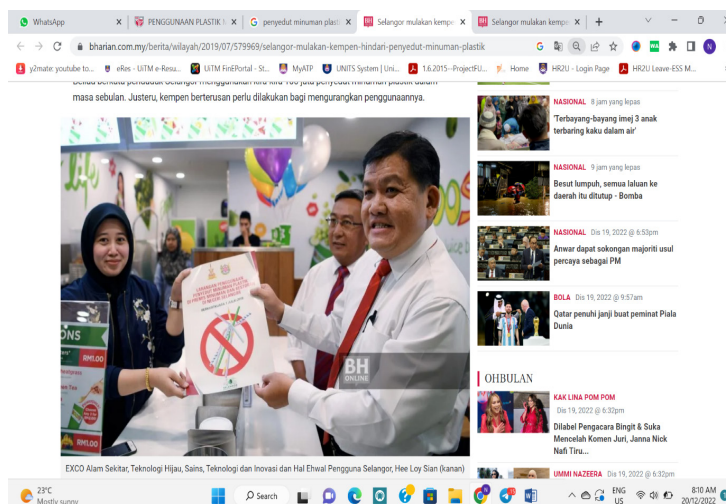
²Faculty of Social Sciences and Humanities, UNIVERSITI TEKNOLOGI MALAYSIA, Skudai, Johor Malaysia

³Mathematical Sciences Studies, College of Computing, Informatics and Media,
UNIVERSITI TEKNOLOGI MARA, Segamat, Johor Malaysia

*Email Penulis: rifhan@uitm.edu.my,

Penggunaan bahan yang berasaskan plastik sememangnya memberikan banyak keuntungan kepada usahawan disebabkan kosnya yang lebih murah. Namun, tanpa kita sedari, penggunaan bahan plastik ini telah mendatangkan pelbagai masalah yang tidak berkesudahan sehingga boleh mendatangkan kemusnahan dan kerosakan kepada alam sekitar. Malaysia telah disenaraikan sebagai penyumbang kedua tertinggi pencemaran plastik di Asia (Nur Adleena Ezzaty, 2021). Sikap segelintir daripada kita yang memandang ringan terhadap isu alam sekitar apabila kita membuang botol plastik, pembungkus makanan, beg plastik termasuklah penyedut minuman plastik dengan sesuka hati telah menyebabkan alam sekitar kita tercemar serta mengganggu habitat di darat mahupun di lautan.

Kerajaan Malaysia memandang serius dalam menangani masalah pencemaran plastik terutamanya plastik sekali guna yang sememangnya memberi kesan terhadap alam sekitar, kesihatan awam dan ekonomi negara. Pada 10 Oktober 2018, Jemaah Menteri Malaysia telah meluluskan *Malaysia's Roadmap Towards Zero Single-Use Plastics, 2018-2030* (Surat Pekeliling Am Bilangan 2 Tahun 2019). Pada 1 Julai 2019, Exco Alam Sekitar, Teknologi Hijau, Sains, Teknologi dan Inovasi dan Hal Ehwal Pengguna Selangor, Hee Loy Sian telah memulakan langkah kempen hindari penyedut minuman plastik di negeri Selangor (Rajah 1). Hal ini kerana, penduduk Selangor telah menggunakan kira-kira 100 juta penyedut minuman plastik dalam masa sebulan (Che Noh, 2019).



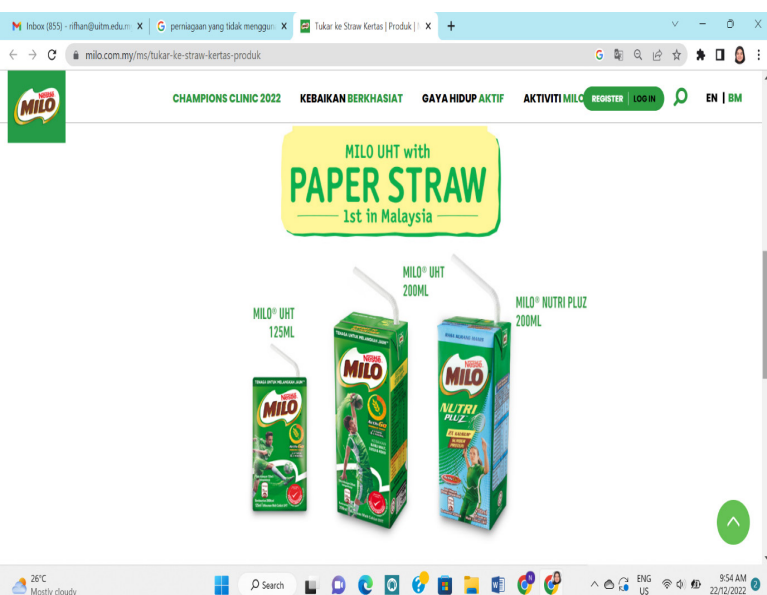
Rajah 1: Kempen hindari penyedut minuman plastik di negeri Selangor (Sumber: https://assets.bharian.com.my/images/articles/HEE_LOY_SIAN_1561985677.jpg)

Kempen ini melarang pengusaha makanan dan minuman termasuk restoran di Selangor untuk menyediakan penyedut minuman plastik di kaunter untuk diambil secara bebas oleh pelanggan. Menerusi kempen ini, pengusaha restoran serta orang awam dididik supaya menghindari penggunaan plastik sekali guna. Menurut Loy Sian, pengusaha restoran digesa untuk menukar penyedut minuman daripada plastik kepada kertas atau buluh yang boleh dikitar semula (Che Noh, 2019).

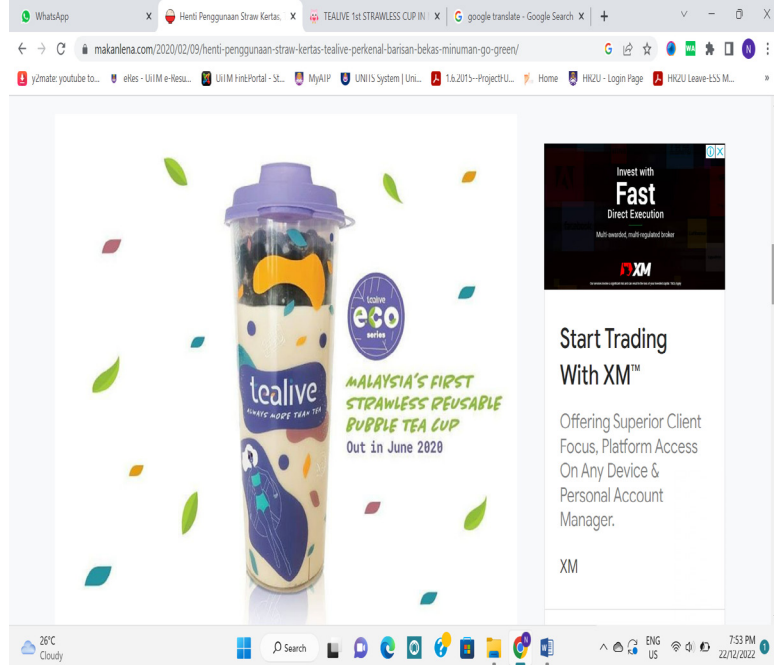
Justeru, peranan usahawan amatlah penting dalam merealisasikan hasrat kerajaan untuk mengurangkan kadar penggunaan plastik. Keusahawanan sosial boleh didefinisikan sebagai proses penyelesaian masalah sosial secara inovatif yang dijalankan oleh usahawan (Daud

Fhiri *et al.*, 2020). Kewujudan keusahawanan sosial ini merupakan gabungan objektif keusahawanan yang berasaskan keuntungan dan dalam masa yang sama turut prihatin kepada komuniti sekitar (Daud Fhiri *et al.*, 2020).

Keusahawanan sosial mempunyai keunikan dalam membantu kerajaan khususnya mengatasi masalah sosial seperti kelestarian alam sekitar. Jika kita lihat kebanyakan pengusaha restoran masa kini sudah memulakan langkah untuk mengurangkan penggunaan penyedut minuman di premis perniagaan mereka. Restoran makanan segera seperti McDonalds Malaysia juga telah menyahut seruan kempen ini dengan melancarkan kempen “Katakan Tidak Kepada Straw” atau “Say No to Straws” di semua cawangan McDonalds di seluruh negara bermula 1 Ogos 2018. Syarikat Nestle Malaysia juga telah memperkenalkan inovasi pek minuman yang mesra alam dengan menggunakan 100 peratus penyedut minuman kertas bagi seluruh rangkaian MILO UHT (Rajah 2). Inisiatif yang diusahakan oleh usahawan Nestle Malaysia ini dapat mengurangkan sebanyak 200 juta straw plastik setahun (Nestle Malaysia, 2021). Selain itu, syarikat jenama Tealive turut menukar penggunaan penyedut minuman plastik kepada penyedut minuman yang diperbuat daripada kertas *biodegradable* atau dikenali “Paper Straw” untuk pelanggan mereka dalam melaksanakan kempen cintai alam sekitar. Tealive juga turut membuat inovasi dengan menghasilkan “Malaysia’s first strawless reusable bubble tea cup” yang berkonsepkan alam sekitar pada tahun 2020 (Rajah 3). Kesemua ini menunjukkan peranan usahawan sosial dalam menyokong kempen melestarikan alam sekitar.



Rajah 2: Penyedut minuman “Paper Straw” MILO UHT (Sumber: <https://www.milo.com.my/ms/tukar-ke-straw-kertas-produk>)



Rajah 3: Bekas minuman Tealive berkonsepkan “Go Green” (Sumber: <https://www.makanlena.com/2020/02/09/henti-penggunaan-straw-kertas-tealive-perkenal-barisan-bekas-minuman-go-green/>)

Rujukan

- [1] N. A. E. Md Noor (2021). Penggunaan plastik memudaratkan alam sekitar. Diambil pada https://k10.upm.edu.my/artikel/penggunaan_plastik_memudaratkan_alam_sekitar-61512
- [2] N. S. Daud Fhiri *et al.*, ‘Kajian Keusahawanan Sosial dalam Melestarikan Alam Sekitar’, *Journal of Human Development and Communication*, vol. 9, pp. 109-114, 2020
- [3] Surat Pekeliling Am Bilangan 2 Tahun 2019. Pelaksanaan Kempen Hindari Penggunaan Plastik Sekali Guna di Kementerian, Agensi Kerajaan Persekutuan dan Negeri.
- [4] N. Che Noh (2019). Selangor mulakan kempen hindari penyedut minuman plastik. Diambil daripada <https://www.bharian.com.my/berita/wilayah/2019/07/579969/selangor-mulakan-kempen-hindari-penyedut-minuman-plastik> pada 21 Disember 2022.
- [5] Nestle Malaysia (2021). Mengurangkan Penggunaan Bahan Plastik. Diambil daripada <https://www.milo.com.my/ms/tukar-ke-straw-kertas-produk> pada 22 Disember 2022

Cabaran dalam Melaksanakan Pendidikan Keusahawanan

**Ina Murni Hashim¹, Norulhuda Tajuddin¹,
Siti Hasziani Ahmad¹, Roslina Ali¹
dan Rozieana A. Halid¹**

¹Fakulti Pengurusan dan Perniagaan,
Universiti Teknologi MARA, Cawangan Pahang
Kampus Raub, Malaysia

**Email Penulis: murni134@uitm.edu.my*

Bidang keusahawanan telah lama diiktiraf sebagai pemangkin kepada pertumbuhan ekonomi dan pembangunan sesebuah negara. Kepentingannya dapat dilihat dari segi sumbangan bidang tersebut terhadap pelbagai aspek sosioekonomi seperti pewujudan peluang pekerjaan, perkembangan inovasi dan penyelidikan, serta peningkatan daya saing sesebuah negara. Di Malaysia, pembangunan bidang keusahawanan terletak di bawah tanggungjawab Kementerian Pembangunan Usahawan dan Koperasi. Secara umumnya kementerian tersebut berperanan untuk menetapkan hala tuju pembangunan keusahawanan di Malaysia, membudayakan masyarakat dengan nilai dan minda keusahawanan, memperkukuh ekosistem keusahawanan, meningkatkan akses kepada pembiayaan dan sistem kewangan, serta menyediakan platform, khidmat sokongan serta bantuan kepada usahawan [3].

Bagi memupuk budaya keusahawanan di kalangan masyarakat, kerajaan melalui Kementerian Pendidikan dan Kementerian Pendidikan Tinggi telah memainkan peranan yang proaktif dengan melaksanakan dan menerapkan pendidikan keusahawanan di kalangan pelajar peringkat sekolah dan di institusi pengajian tinggi. Pendidikan keusahawanan ini adalah satu proses pembelajaran sepanjang hayat untuk mendapatkan pengetahuan, kemahiran, dan nilai keusahawanan melalui pengajaran atau pembelajaran secara formal atau tidak formal [4]. Pelajar-pelajar perlu diperkenalkan dengan bidang ini untuk memupuk minat mereka serta perlu mempelajarinya secara formal supaya dapat menceburi bidang keusahawanan ini dengan lebih berkesan. Bakat para pelajar perlu diasah supaya mereka mampu menyerlahkan ciri kepimpinan, berdaya saing, mampu membuat keputusan strategik dan bijak dalam pengurusan kewangan bagi memastikan keberkesanan mereka sebagai usahawan.

Penekanan terhadap pendidikan keusahawanan di peringkat sekolah telah bermula sejak tahun 1991 dengan pengenalan mata pelajaran Kemahiran Hidup Bersepadu (KHB) di dalam Kurikulum Bersepadu Sekolah Menengah (KBSM) yang digubal bertujuan untuk melahirkan insan yang berdikari, celik teknologi, mempunyai kefahaman terhadap ekonomi, serta mempunyai keyakinan diri, kreatif, inovatif, produktif dan boleh berinteraksi dengan baik. Pelajar-pelajar diwajibkan untuk mengikuti mata pelajaran KHB yang mempunyai komponen perdagangan dan keusahawanan [5]. Pengenalan kepada konsep keusahawanan ini adalah penting supaya pelajar dapat menyedari potensi mereka, dapat memupuk minat dan seterusnya merancang laluan kerjaya mereka ke arah bidang tersebut. Di peringkat pendidikan tinggi pula, kursus keusahawanan telah diwajibkan di institusi pengajian tinggi awam (IPTA) bermula pada tahun 2007 dengan pelaksanaan Modul Pembudayaan Asas Keusahawanan oleh pihak Kementerian Pengajian Tinggi [4].

Dalam melaksanakan usaha-usaha untuk membudayakan keusahawanan melalui pendidikan, terdapat pelbagai faktor dan cabaran yang perlu ditangani dengan baik agar objektif tersebut dapat dicapai. Kurikulum atau modul keusahawanan yang dilaksanakan perlulah selaras dengan perubahan semasa dan menerapkan setiap aspek yang penting berkaitan dengan bidang ini termasuklah pembentukan sikap dan ciri-ciri usahawan, pembentukan pemikiran keusahawanan, kemahiran pengurusan perniagaan, pembentukan vokasional dan amalan etika dan moral keusahawanan [4]. Pelaksanaan kurikulum yang bersesuaian dan menarik adalah antara faktor utama yang dapat mendorong minat dan kecenderungan pelajar terhadap bidang keusahawanan [1]. Metodologi pengajaran yang digunakan oleh institusi pendidikan juga perlu berkesan dan dapat menarik minat para pelajar untuk menjadi usahawan. Metodologi pembelajaran yang aktif dan lebih efektif seperti eksplorasi kerja lapangan serta praktikum

menjalankan perniagaan sebenar harus dipraktikkan untuk mendapat hasil dan keberkesanan yang lebih baik.

Ekosistem dan persekitaran institusi pendidikan itu sendiri perlu menyokong ke arah pembudayaan nilai-nilai keusahawanan. Persekitaran fizikal dan psikologi institusi pendidikan tersebut perlu dirancang dengan sebaiknya supaya ia akan menjadi pemangkin dan pendorong berterusan kepada motivasi pelajar untuk menjadi usahawan. Antara tunjang utama kepada ekosistem institusi pendidikan adalah tenaga pengajar itu sendiri. Secara umumnya, semakin kuat latar belakang dan pengalaman seorang tenaga pengajar dalam perniagaan, semakin kuat kecenderungan dan semangat mereka untuk melaksanakan pendidikan keusahawanan dengan lebih berimpak. Penglibatan tenaga pengajar secara langsung dengan dunia perniagaan secara positif akan memberi kesan terhadap amalan pendidikan keusahawanan [2]. Oleh itu institusi pendidikan perlu meningkatkan kecekapan pendidikan keusahawanan dengan melaksanakan secara berterusan program untuk tenaga pengajar secara kolaborasi dengan pelbagai pihak termasuk pihak industri. Ketersediaan infrastruktur dan fasiliti yang kondusif juga semestinya perlu diberi perhatian oleh pihak institusi pendidikan.

Kesimpulannya, untuk mencapai matlamat membudayakan keusahawanan di kalangan pelajar melalui sistem pendidikan memerlukan sokongan, penglibatan dan usaha yang berterusan daripada pelbagai pihak seperti Kementerian Pendidikan dan Kementerian Pendidikan Tinggi, institusi pendidikan, pihak industri, para pelajar, ibu bapa dan masyarakat. Pendidikan keusahawanan yang baik dan efektif akan dapat melahirkan usahawan yang berjaya dan seterusnya membantu negara untuk mencapai pertumbuhan ekonomi yang lebih tinggi.

Rujukan

- [1] Ab Rashid, A. H., Mupit, D. S., & Rahim, M. A. (2018). Kecenderungan Pelajar terhadap Keusahawanan di Kolej Komuniti Segamat 2. *BITARA International Journal of Civilizational Studies and Human Sciences (e-ISSN: 2600-9080)*, 1(3), 31-42.
- [2] Aziz, N. E. M., Harun, N., Esa, M. M., Yaacob, M. R., & Rahman, A. A. A. (2018). Pendidikan keusahawanan di Institusi Pengajian Tinggi (IPT) dalam melahirkan usahawan berjaya di Malaysia. *Journal of Business Innovation*, 3(1), 73.
- [3] Malaysia, Kementerian Pembangunan Usahawan dan Koperasi (2022). *Misi, Visi & Fungsi*. Capaian pada 20 Disember 2022 dari https://www.kuskop.gov.my/index.php?id=11&page_id=22&articleid=232
- [4] Ooi, Y. K., Ahmad, S., Bakar, H., & Hashim, N. (2014). Pengajaran keusahawanan sebagai kursus wajib: satu kajian empirikal di Universiti Utara Malaysia. *Jurnal Pendidikan Bitara UPSI*, 7, 29-40.
- [5] Pihie, Z. A. L., Bakar, A. R., & Konting, M. M. (2002). Pelaksanaan Pendidikan Keusahawanan di Malaysia: Kesan Terhadap Aspirasi Keusahawanan Pelajar. *Pertanika J. Soc. Sci. & Hum.* 10(1): 53-61.

Ciri-ciri Usahawan Berjaya



Norlaili Harun¹, dan Nur Hidayah Ayob¹

¹Fakulti Pengurusan dan Perniagaan,
UNIVERSITI TEKNOLOGI MARA
CAWANGAN PAHANG, Kampus Jengka.

*Koresponden: norlaili@uitm.edu.my

Pengenalan

Keusahawanan merupakan satu bidang yang merangkumi bidang ekonomi, psikologi, fisiologi, ekonomi serta keusahawanan Islam (Norasmah, 2017). Kejayaan seorang usahawan banyak bergantung pada kesediaan dirinya untuk meningkatkan ilmu pengetahuan, kemahiran, mengawal emosi dalaman, serta meningkatkan keyakinan diri. Selain daripada itu, mereka juga perlu mempraktikkan strategi keusahawanan yang dipelajari dan perlu melengkapkan diri mereka dengan ciri-ciri keusahawanan yang terbaik agar perniagaan mereka berada di persada antarabangsa. Shahrizat (2022) telah menggariskan beberapa ciri usahawan yang berjaya, antaranya adalah seperti berikut:

1. Tidak Mudah Putus Asa

Masalah utama di awal perniagaan adalah modal, pelanggan dan persaingan yang sedia ada. Sekiranya ingin berjaya, usahawan tidak seharusnya mudah berputus asa dan lemah semangat. Usahawan seharusnya mempersiapkan dirinya dan

mengintai segala peluang yang ada. Di samping itu, usahawan perlu lebih kreatif dan dapat berfikir di luar kotak. Jangan lupa mendengar nasihat berguna daripada keluarga, sahabat-sahabat dan insan-insan tersayang.

2. Bijak Menyelesaikan Masalah

Perniagaan merupakan satu bidang pekerjaan yang mempunyai risiko yang sangat besar kerana ianya melibatkan duit yang boleh mencecah ribuan atau jutaan ringgit. Sekiranya berdepan dengan masalah di awal perniagaannya, usahawan yang bijak perlu sentiasa tenang dan memikirkan cara terbaik bagi menangani masalah yang dihadapi dan bukannya lari daripada masalah. Bukan itu sahaja, masalah yang dihadapi akan ditangani dengan penuh yakin dengan mengambil tindakan sewajarnya serta menetapkan matlamat yang ingin dicapai.

3. Proaktif

Dengan mengamalkan sikap proaktif ini, seorang usahawan itu akan sentiasa ada hala tuju dalam perniagaannya. Dia akan sentiasa bergerak maju ke hadapan serta sentiasa mencari peluang bagi mengembangkan perniagaan mereka. Dia sentiasa berusaha untuk memenuhi permintaan baru dan mendapatkan maklum balas segera daripada pelanggan terhadap produk ataupun servis yang diberikan.

4. Bijak Mengurus Masa

Kejayaan usahawan juga dipengaruhi oleh kebijaksanaan mereka dalam pengurusan masa. Tidak kira sama ada perniagaan tersebut dijalankan dengan cekat serta menepati masa ataupun perniagaan mengikut trend semasa, jika ingin berjaya, mereka perlu bijak merebut peluang yang ada bagi memenuhi kehendak dan keperluan pelanggan.

5. Berpandangan Jauh dan Berinovatif

Usahawan yang berjaya seharusnya mempunyai kebolehan merancang, mempunyai pandangan yang jauh, seorang penganalisa yang hebat serta pandai mencari peluang untuk mengembangkan perniagaannya ke peringkat global. Keupayaan berinovatif pula ialah kebolehan usahawan mengaplikasikan penyelesaian kepada permasalahan dengan cara yang terbaik dan kreatif.



Kesimpulan

Sebagai kesimpulan dapatlah dirumuskan bahawa sekiranya usahawan menceburi bidang perniagaan maka secara tidak langsung mereka perlu berusaha dan jangan mudah putus asa. Hadapi segala permasalahan dengan tenang. Jangan takut untuk mengambil risiko sekiranya ia akan memberikan pulangan yang baik. Usahawan yang berjaya juga seharusnya dapat menyusun strategi pemasaran dengan penuh bijaksana. Sentiasa peka dengan kehendak dan keperluan pelanggan dan sentiasa bersedia memberikan perkhidmatan yang terbaik untuk para pelanggan mereka. Tiada jalan mudah untuk berjaya dan usahawan perlu bersedia menghadapi pelbagai cabaran sebelum mengecapi sesuatu kejayaan.

Memandangkan bidang keusahawanan dapat membantu meningkatkan ekonomi negara dan menaikkan taraf hidup masyarakat di sesebuah negara (Yu, Mark Goh & Wu, 2017), maka kerajaan perlu mempergiatkan usaha untuk menarik minat masyarakat menceburi bidang keusahawanan. Platform media sosial, penggunaan aplikasi serta website boleh digunakan sebagai platform terbaik bagi memberi pendedahan dan menarik minat lebih ramai usahawan untuk mengusahakan perniagaan mereka.

Rujukan

- [1] Norasmah Othman, Hassan, R., & Zaki, W. M. D. W. (2017). Pendidikan Asas Keusahawanan (Cetakan Pe). Bangi: Penerbit Universiti Kebangsaan Malaysia.
- [2] Shahrizat Mohiyar. (14 Ogos 2022). *5 Ciri-ciri Usahawan Berjaya*. <https://lernify.com/5-ciri-ciri-usahawan-berjaya>
- [3] Yu, M.-C., Mark Goh, H.-Y. K., & Wu, W.-H. 2017. A comparative study of entrepreneurship education between Singapore and Taiwan. *Management Decision* 55(3): 1426-1440.

Dari Kerja **JKR** Kini Sebagai **Usahawan**

Masnihi binti Mustapa¹

¹Akademi Pengajian Islam Kontemporari, Universiti Teknologi MARA Cawangan Kota Kinabalu, Sabah.

Koresponden: masnihi@uitm.edu.my

Dalam hidup ini, kita sebenarnya tidak tahu apa yang akan berlaku dimasa akan datang. Apa yang mampu kita buat adalah teruskan sahaja perjalanan “just go with the flow” dan hadapi setiap perkara dengan tenang dan sabar. Setiap usahawan pasti tahu apabila memulakan sebuah perniagaan, akan ada risiko yang bakal diterima. Sepanjang meneruskan perniagaan, sudah pasti ada fasa menguntungkan, fasa jatuh dan bangun dan fasa kegembiraan.

Kisah pemuda ini iaitu Mohd Hairi Tajudin yang berasal dari Parit, Perak ini mampu memberikan inspirasi kepada kita. Pada awalnya, pemuda ini menamatkan pengajiannya dalam bidang kejuruteraan di Universiti Teknologi Mara, Seri Iskandar, Perak. Selepas sahaja tamat pengajian, dia mendapat tawaran kerja di Jabatan Kerja Raya (JKR) di Kuala Lumpur.

Ketika kerja di JKR, Hairi juga ada mendapat tawaran berlakon. Semasa di Universiti, dia duduk sekali dengan ramai budak fesyen seperti Hazwani Osman, Hatta Dolmat, Rizman Ruzaini dan lain-lainnya. Dari sana, dia juga selalu membantu rakan-rakannya menjahit dan apa-apa yang patut. Hairi bermula dengan bidang fesyen apabila rakannya Hazwani ingin membuka butik namun tidak cukup modal. Lalu dia menjual ladang kambing yang pernah di tawarkan kepadanya oleh Tan Sri Norian Mai di Perak. Selepas itu, dia pun menggunakan duit menjual ladang kambing itu untuk menjadi Share Partner kepada Hazwani, Namun Hazwani hanya menjual baju sahaja. Apabila ada pelanggan yang datang ke butik, ada yang bertanya berkenaan pelamin, jadi Ketika itu laj dia menggelarkan dirinya sebagai wedding planner.

Hairi juga berhenti kerja sebagai JKR kerana perniagaan Wedding Planner ketika itu meletup-letup. Namun ketentuan Allah, customer semakin berkurangan dan dia pun mencuba nasib di KL dengan membantu ibunya berniaga nasi lemak. Namun dia mengambil keputusan untuk balik semula ke Perak dan membuka sebuah kedai jahit. Dia hanya menjahit jahitan yang basic sahaja, walaupun hanya menjahit pakaian biasa-biasa, dia mampu menyimpan RM8000 dalam setahun sehingga dapat membeli sebuah rumah kecil di kampung berharga RM9000.



Ketika pandemik menimpa negara, Hairi menerima banyak tempahan kain kapan dan itu juga menjadi punca pendapatan ketika itu. Kebetulan rumah kampung yang dia beli pun agak luas, jadi dia juga ada menanam 360 pokok sambil fokus menjahit. Kebetulan usahawa Hairi dipandang oleh YB Cikgu Din dan dia pun mendapat sumbangan untuk usahawakan tanamannya iaitu bendi, terung dan labu.

Alhamdulillah, rezeki Allah sangat luas selagi kita berusaha. Pendapatannya kii bergantung dengan tanaman, sebulan boleh mencapai RM3000. Manakala tanaman terung untuk satu musim (empat ke lima bulan) boleh mencecah RM40000 hasil jualan. Dlcampur dengan pendapatan sampingan iaitu menjahit dan jual kuih, semuanya lebih daripada cukup.

Melalui kisah ini, untuk bangun dari kejatuhan, kita sendiri yang perlu bangkit dan tentukan apa yang kita mahu dalam mengubah diri dan kehidupan. Dalam perniagaan juga, untuk majukan diri, perlu pelbagaikan lagi bisnes dan usaha. Kerana kita tidak tahu usaha mana yang Allah akan pandang dan rezekikan kita atas usaha kita.

RUJUKAN

[1] Afiza Kamarulzaman. (2021). Dari Kerja JKR, Wedding Planner, Kini Tenang Balik Kampung Berbudi Pada Tanah. Gempak In Trend (<https://gempak.com/intrend/dari-kerja-jkr-wedding-planner-kini-tenang-balik-kampung-berbudi-pada-tanah-ujian-itu-menjentik-hati-saya-67184>)





Dari Wartawan Kini Usahawan Kek

Masnihi binti Mustapa¹

¹Akademi Pengajian Islam Kontemporari,
Universiti Teknologi MARA Cawangan Kota Kinabalu, Sabah.

Koresponden: masnih@uitm.edu.my

Kadangkala rezeki bukan hanya bergantung kepada satu tempat sahaja, boleh jadi rezeki yang Allah kurniakan ada di bahagian lain. Selepas sahaja pandemik melanda negara, apa sahaja pun pekerjaan dan bisnes mula menjadi pilihan kebanyakan orang. Walaupun pekerjaan atau perniagaan itu kecil tetap menjadi pilihan untuk menambah pendapatan hidup.

Namun bebeza dengan usahawan wanita ini iaitu Rozlinda Yahya, yang memilih untuk berhenti kerja sebagai wartawan dan meneruskan bidang pastri. Dia juga merupakan alumni Universiti Kebangsaan Malaysia (UKM) juga merupakan pemegang Ijazah Sarjana Muda Undang-Undang.

Rozlinda mula berkecimpung sebagai usahawan kek dan bakeri sejak tahun 2018. Dia tekad meninggalkan bidang kewartawanan kerana minat yang mendalam terhadap bidang kek dan bakeri. Katanya, dia mulakan perniagaan kek secara kecil-kecilan dengan adik beradiknya sejak 3 tahun lepas dan kini telah berjaya membuka kedai kek berkonsepkan butik di Senawang, Negeri Sembilan.

Sejak kecil, Rozlinda memang meminati kek, selepas terpaksa meletakkan jawatan sebagai wartawan, dia mengikuti suami untuk bekerja di luar negara selama 4 tahun dan kembali ke tanah air untuk memulakan perniagaan kek. Walaupun kini sebagai usahawan kek, dia juga masih tidak lupa kepada bidang penulisan kerana dunia penulisan sudah sebatik dalam dirinya.



Apabila ditanya mengenai cabaran dalam perniagaan kek, Rozlinda mengatakan bahawa cabaran semasa berniaga kek sangat berbeza dengan cabaran ketika dia menjadi wartawan sebelum ini. Menurut Rozlinda, “dulu masa jadi wartawan, cabarannya adalah tugas tak tentu masa, tetapi bila dah ada bisnes sendiri, kita akan fikirkan bagaimana hendak membuat keuntungan selain terpaksa berurusan dengan karenah pelanggan yang berbeza setiap hari. Jadi ia lagi mencabar namun dalam masa yang sama memberi kepuasan pada diri saya selain pengalaman yang ada dapat membantu saya dari segi promosi,” kata ibu kepada seorang cahaya mata itu.

Berkat kesungguhan Rozlinda bersama kakaknya, Yusnida dan adiknya Ismaliza, impian mereka untuk mengembangkan lagi perniagaan tercapai. Idea perniagaan mereka berkonsepkan butik agar mendapat kelainan dan sambutan yang menarik daripada masyarakat.

Meskipun mendapat saingan daripada usahawan kek yang lain, namun Rozlinda dan adik beradiknya yakin bahawa setiap kek ada keunikan dan hasilnya tersendiri dan kek mereka juga terus menerus mendapat sambutan yang tinggi memandangkan bahan yang mereka gunakan juga merupakan bahan premium.

Mengenai perancangan masa hadapan, mereka bercadang untuk meluaskan lagi perniagaan mereka di kawasan Kuala Lumpur. Berdasarkan kisah Rozlinda ini, dapat kita ketahui bahawa rezeki bukan hanya bergantung kepada satu tempat sahaja, boleh jadi rezeki kita ada juga di bahagian yang lain. Yang penting, sentiasa berusaha dan tawakal, dimana ada kemahuan, disitu ada jalan.

RUJUKAN

[1] Berita Nasional Malaysia (BERNAMA). Dari Minat, Jadi Usahawan Kek. 2020. Diterbitkan oleh: Media Permata (<https://mediapermata.com.bn/dari-minat-jadi-usahawan-kek/>)



Fatin Amalina

– Konvokesyen Pencetus Motivasi

Azfahanee Zakaria¹, Syed Mohammed Alhady ², Sarah Sabir Ahmad³

^{1&3}*Faculty of Business Management, UNIVERSITI TEKNOLOGI MARA, Kampus Kedah, Malaysia*

²*Faculty Of Information Management, UNIVERSITI TEKNOLOGI MARA, Kampus Kedah, Malaysia*

**Email Penulis: azfa292@uitm.edu.my*

Minat yang mendalam dalam pembuatan kuih pemanis mulut telah mendorong anak gadis kelahiran Kampung Hilir, Merbok, Kedah menjadikan minat tersebut kepada sesuatu yang boleh menjanakan pendapatan yang lumayan.

Cik Fatin Amalina telah didedahkan kepada perniagaan sejak kecil dimana ibunya adalah seorang pengusaha kuih tradisional dengan mengambil tempahan untuk kenduri kendara dikampung dan juga majlis kecil-kecilan di masjid sekitar Merbok, Kedah. Di musim perayaan, si ibu, Puan Zainah Ahmad, mengambil tempahan kuih dan biskut untuk dipasarkan di kilang-kilang sekitar Sungai Petani dan Bakar Arang dan juga untuk orang perseorangan.

Melihat kegigihan ibu membuat dan menjual kuih telah menyemai minat mendalam untuk menyambung pelajaran ke Diploma Seni Kulinari di Kolej Insaniah yang sekarang dikenali sebagai Unisham. Beliau mengakui, tempoh pengajian selama tiga tahun di Kolej Insaniah telah memberi peluang untuk beliau mendalami bidang masakan dengan lebih terperinci.

Ditanya apakah yang menjadi titik mula pembabitan secara serious terhadap pendapatan melalui penjualan kuih-muih ini, beliau menegaskan ia bermula bila beliau ingin mencari duit poket untuk membayar perbelanjaan bagi menghadiri majlis konvokesyen. Sesungguhnya majlis konvokesyen yang menyemai perasaan bangga dan terharu itu menjadi motivasi yang kuat untuk beliau berniaga.

Semenjak tu, Fatin agresif dan tidak lagi menoleh belakang. Berbekalkan pengalaman membuat kuih sedari kecil dibawah seliaan ibunya dan juga ilmu yang diperolehi semasa di kolej, beliau membolehkan diri untuk memasarkan produk kuih jualan nya kepada orang ramai. Semua aktiviti pembuatan dan penjualan dibuat dan diselenggarakan sendiri tanpa mengambil pekerja kerana waktu pembuatan kuih adalah samada diawal pagi atau lewat malam. Walaubagaimanapun, Fatin dibantu oleh ibu dan adik-adiknya terutama pada musim cuti sekolah. Bagi mengurangkan kos pemasaran, beliau hanya memasarkan produk jualannya melalui platform social media iaitu facebook dan whatsapp. Disamping itu, ulasan mulut ke mulut (word of mouth marketing) menjadi platform untuk beliau mengenalkan produknya kepada pelanggan.

Tahun 2022 adalah tahun ke 5 dimana Fatin berkecimpung di dalam perniagaan kuih muih ini dan beliau selesai untuk terus beroperasi dari dapur rumah keluarganya. Walaubagaimanapun, Fatin sedang berkira-kira untuk membuka mini café atau kiosk dan menjadikan gabungan kuih muih tradisional, pastri dan kopi kampung sebagai menu utama. Fatin juga sedang ligat menambah ilmu dalam pembuatan kuih dan pastri melalui kelas online dan juga melalui bengkel



Fatin dan ibu.

bengkel yang di usahakan oleh guru pastri yang sekitar Pulau Pinang dan Kedah. Semua kuih yang dibuat akan diuji rasa oleh ibu dan kenalan rapat sebelum dibuka untuk jualan. Beliau menegaskan bahawa semua produk hasil jualan perlu di uji rasa untuk memastikan kualitinya adalah setara dan terbaik dari dapurnya.

Diantara kuih-muih yang diusahakan oleh Fatin ada pelbagai Kuih Talam, Apam Beras, Apam Gula Hangus, Popia Crunchy, Bengka Ubi, Kek Sarang Semut, Koleh Kacang, Pudding Cocktail, Lopes Pandan, Seri Muka, Kuih Cara Berlauk, Talam Kanda, Kuih Bakar Pandan, Peach Pastry, Chees Biscoff Tart, Congo Bars, Mini Lasagna, Bread Pudding dan pelbagai kuih lagi. Dan antara kuih dan pastri yang menjadi “top selling” kuih adalah, Koleh Kacang, Talam Kanda, Popia Sira Dan Kuih Bakar Pandan.

Bila ditanya samada beliau gentar dengan persaingan dalam perniagaan, usahawan muda ini dengan tenang menegaskan, “Kita kawal apa yg kita boleh kawal. Luar dari tu kita tawakkal je kerana dalam perniagaan ini kita akan meghadapi risiko setiap hari tak kira produk apa yang dijual. Jadi setiap produk yang dibuat untuk jualan, perlu selalu dijaga kualitinya.” Beliau juga mengingatkan, selain sentiasa menjaga kualiti produk, setiap pengusaha juga perlu menjaga adab dan sentiasa bersikap terbuka seandainya ada teguran diterima dari pembeli. Penulis mendoakan setiap impian anak muda ini dapat direalisasikan dengan sukses.



Kuih Talam kanda, popia sira dan talam ubi



Seri muka



Bako – manisan yg enak dimakan sejuk



Cheese tarts



Implikasi Pengurusan Aliran Tunai Tidak Sempurna Terhadap Perniagaan

Fazni Mohamad Fadzillah¹, Azura Mohd Noor¹, Norizam Ahmad @ Muhammad¹

¹Fakulti Perakaunan, UNIVERSITI TEKNOLOGI MARA, Arau, Perlis, Malaysia

*Email Penulis: faznimf@uitm.edu.my



Pengurusan aliran tunai merupakan satu aspek yang amat penting dalam perniagaan untuk memastikan kelancaran urusan perniagaan tersebut. Jika pengurusan aliran tunai ini dijalankan dengan cekap, hubungan yang baik akan terbina dengan pihak-pihak yang berkepentingan dalam urusan perniagaan misalnya hubungan yang baik dengan pembekal apabila perniagaan mampu membayar hutang dalam masa yang ditetapkan. Integriti dan keupayaan tunai perniagaan itu tidak akan dipertikaikan di kalangan pemain industri tersebut. Namun dengan keadaan ekonomi dunia yang masih dalam peringkat pemulihan daripada Pandemik Covid 19 ini banyak perniagaan menghadapi masalah pengurusan aliran tunai.

Pelbagai strategi telah dikenalpasti dan dilaksanakan dalam usaha pemulihan ekonomi Malaysia pasca Covid-19. Ini termasuk usaha pemulihan perusahaan mikro, kecil dan sederhana (PMKS) kerana golongan ini dianggap sebagai pemacu perkembangan pelaburan domestik di Malaysia. Sungguhpun demikian dalam mencapai pemulihan, PMKS kini dilihat berdepan masalah aliran tunai setelah kira-kira dua tahun tidak dapat beroperasi secara penuh

dan ramai yang mengaku kekurangan modal untuk mengembalikan perniagaan masing-masing ke tahap sebelum pandemik (Kosmo 3 November 2022). Ini turut disokong dengan kenyataan dari Kementerian Pembangunan Usahawan dan Koperasi (Medac) yang menyatakan bahawa cabaran utama usahawan adalah kekangan aliran tunai serta jumlah jualan yang menurun sepanjang pelaksanaan Perintah Kawalan Pergerakan (Metro 18 Januari 2022).

Abdullah, Sarpin, Omar, Mohamed & Ismayatim (2021) di dalam kajian mereka mendefinisikan 'Aliran Tunai' sebagai penambahan atau pengurangan tunai berdasarkan penerimaan dan pembayaran secara tunai dalam sesebuah perniagaan. Tanpa pengurusan tunai yang baik operasi harian perniagaan akan terjejas dan berkemungkinan perniagaan tersebut akan bankrap. Horne & Wachowicz (2008) mengatakan bahawa aliran tunai menyediakan maklumat penting untuk mengenalpasti keupayaan

penjanaan tunai, kualiti keuntungan bersih, arah aliran pelaburan serta keperluan untuk menggerakkan sumber dana luar, kapasiti pembayaran balik hutang, keupayaan untuk membahagikan kepentingan kepada pemilik, keupayaan untuk berdikari, kewangan, dan banyak lagi isu kewangan.

Antara implikasi pengurusan aliran tunai yang tidak sempurna terhadap sesebuah perniagaan ialah kekurangan barang niaga. Hal ini berlaku apabila berlaku kekurangan aliran tunai atau aliran tunai yang tidak bergerak. Ini menyukarkan perniagaan untuk menambahkan barang niaga kerana wang yang ada tidak mencukupi untuk pembelian tunai atau pembayaran urusan niaga kredit oleh pembekal apabila tiba masa pembayaran. Implikasi seterusnya adalah apabila pemilik gagal untuk menjelaskan perbelanjaan yang berkaitan perniagaan seperti pembelian bahan pejabat, gaji pekerja, pelbagai jenis bil dan sebagainya. Apabila perbelanjaan urusan harian tidak dapat dilangsaikan maka ianya akan memberi kesan kepada kelancaran perjalanan perniagaan di mana pekerja yang tidak menerima gaji akan membuat protes atau tiada motivasi untuk bekerja dengan lebih tekun. Produktiviti perniagaan akan menurun dan latar belakang kredit perniagaan juga akan terjejas.

Aliran tunai yang mencukupi membolehkan suatu perniagaan itu mengatur perbelanjaan dengan sempurna. Namun jika berlaku sebaliknya, ia akan membantutkan perjalanan perniagaan. Ketidaksempurnaan pengurusan aliran tunai juga akan menyebabkan perniagaan tidak berdaya maju, tahap keberhutangan akan meningkat malah tahap keuntungan juga akan turut menurun. Jika implikasi ini berterusan reputasi perniagaan akan berada pada tahap yang paling rendah. Para pelabur akan menghadapi kesukaran untuk mempercayai keupayaan perniagaan menguruskan aliran tunai mereka dan ini akan menyebabkan pelabur bertindak berpaling dan melabur kepada pesaing lain. Apabila pelabur hilang kepercayaan kepada suatu perniagaan maka usaha untuk memulihkan kepercayaan tersebut adalah amat sukar dan memerlukan masa yang lama.

Kesimpulannya sesebuah perniagaan hendaklah mengambil langkah awal supaya aliran tunai perniagaan tersebut berada pada tahap yang optimum dan tidak membimbangkan. Jika perkara ini dipandang remeh dan tidak diuruskan dengan sempurna, maka implikasi yang lebih serius mungkin akan melanda perniagaan tersebut. Malah dikhuatiri prestasi perniagaan akan menjadi lebih teruk sehingga menyebabkan sesebuah perniagaan tersebut terpaksa gulung tikar kerana tidak mampu untuk menguruskan aliran tunai dengan bijak.

Rujukan

- [1] Abdullah, H., Sarpin, N., Omar, R., Mohamed, S., & Ismayatim, N. (2021). Kajian masalah kewangan yang dihadapi kontraktor bumiputera semasa fasa pembinaan. *Research in Management of Technology and Business*, 2(1), 812-830.
- [2] Horne, J. C. V., & Wachowicz, J. M. (2008). *Fundamentals of financial management* (13th ed.). Prentice Hall.
- [3] Muhammad Ikhwan Ideris (3 November 2022). MPN prihatin isu aliran tunai yang dihadapi PMKS. <https://www.kosmo.com.my/2022/11/03/mpn-prihatin-isu-aliran-tunai-yang-dihadapi-pmks/> Diambil pada 27 Disember 2022.
- [4] Sri Ayu Kartika Amri (18 Januari 2021). Kekangan aliran tunai. <https://www.hmetro.com.my/bisnes/2021/01/665355/kekangan-aliran-tunai>. Diambil pada 27 Disember 2022.

Impak Kenaikan Harga Barang kepada Usahawan Mikro

Nurul Izzati Md Rashid

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

*Email Penulis: izzatirashid@uitm.edu.my

Pengenalan

Peningkatan Kadar Dasar Semalaman (OPR) sebanyak empat kali pada tahun 2022 telah menyumbang secara langsung kepada kenaikan harga barang di pasaran secara drastik. Rajah 1 menunjukkan tarikh, kenaikan mata asas dan OPR sepanjang tahun 2022.

11 May 2022		
Kenaikan 25 Mata Asas		OPR: 2.00%
06 Jul 2022		
Kenaikan 25 Mata Asas		OPR: 2.25%
08 Sep 2022		
Kenaikan 25 Mata Asas		OPR: 2.50%
03 Nov 2022		
Kenaikan 25 Mata Asas		OPR: 2.75%
Rajah 1: Kenaikan Mata Asas dan OPR sepanjang tahun 2022		

Syarikat-syarikat yang terkesan dengan kenaikan OPR terutama melalui pinjaman Bank yang dibuat akan menaikkan harga barangan atau perkhidmatan berikutan terdapat peningkatan pada jumlah bayaran bulanan yang perlu dibayar kepada pihak Bank. Hal ini kemudiannya turut menyebabkan peniaga-peniaga Mikro, Kecil dan Sederhana turut terkena tempiasnya apabila harga barangan runcit dan barangan basah naik secara mendadak. Lantas, untuk menutup kos atau kenaikan tersebut, peniaga tiada pilihan melainkan untuk menaikkan harga barangan dan/atau perkhidmatan yang dijual kepada pengguna akhir. Penganalisis menjangkakan kenaikan OPR sehingga 3.00% pada tahun 2023.

Perusahaan Mikro

Perusahaan Mikro merupakan salah satu jenis perusahaan yang menjadi penyumbang utama ekonomi Malaysia. Perusahaan ini ditakrifkan sebagai perusahaan yang menjalankan operasi perniagaan dengan jualan tahunan kurang daripada RM300,000.00 atau mempunyai bilangan pekerja sepenuh masa kurang daripada 5 orang. Peniaga warung, penjaja kecil dan peniaga pasar malam adalah contoh perusahaan mikro yang paling dekat dengan masyarakat.

Mempunyai pengoperasian skala kecil, pengusaha Perusahaan Mikro merupakan salah satu pihak yang terjejas dengan kenaikan harga barangan terutama barangan mentah. Satu sesi temubual dijalankan bersama Puan Che Selmah binti Abdullah, peniaga

kuih muih dan Nasi Lemak yang menjalankan perniagaan di kawasan rumah beliau di Lumut, Perak.

Puan Che Selmah menyatakan bahawa harga barangan di pasaran yang kian meningkat semakin membebankan peniaga skala kecil seperti beliau. Beliau turut menyatakan antara barangan mentah yang sangat ketara kenaikan harganya termasuklah ayam, ikan, tepung, minyak dan telur. Kesan daripada kenaikan harga barangan mentah, beliau kini tidak lagi boleh menjual kuih muih dan nasi lemak pada harga yang sama seperti sebelum ini. Perkara ini menimbulkan keralatan kerana lokasi beliau menjalankan perniagaan adalah di kawasan kampung. Kenaikan harga pada barangan yang dijual akan menimbulkan rasa kurang senang kepada pelanggan yang kebanyakannya bekerja sendiri dan nelayan.

Puan Che Selmah yang sepenuhnya bergantung hidup pada penjualan kuih muih dan Nasi Lemak turut menambah, keuntungan bersih yang diterima sekadar cukup untuk hidup memandangkan beliau juga turut membayar Permit Perniagaan Sementara Harian kepada Majlis Perbandaran.



Gambar: Puan Che Selmah sedang menjalankan perniagaan

Inisiatif Pihak Kerajaan dan Kerajaan Tempatan untuk membantu Usahawan Mikro

Sehubungan dengan itu, pihak kerajaan telah menyediakan pelbagai inisiatif bagi membantu usahawan mikro. Sebagai contoh, Skim Pembiayaan Informal dan Mikro (SPIM) di bawah Tabung Ekonomi Kumpulan Usaha Niaga (TEKUN) membenarkan pembiayaan tanpa faedah sehingga RM10,000.00 tanpa caj keuntungan/faedah dan moratorium bayaran bulanan selama 12 bulan.

Selain itu juga terdapat Program Peningkatan Enterpris Bumiputera (BEEP) di bawah Perbadanan Perusahaan Kecil dan Sederhana Malaysia (SME Corp). BEEP pula adalah satu program khusus bertujuan untuk mewujudkan dan membangunkan Perusahaan Kecil dan Sederhana (PKS) Bumiputera yang berdaya saing, berdaya tahan dan dinamik melalui bantuan bersepadu dengan pendekatan bimbingan.

Kerajaan juga telah menetapkan harga siling bagi barangan kawalan di pasaran bagi mengelakkan pembekal menaikkan harga barang keperluan secara berlebihan. Sebagai contoh, penetapan harga siling bagi ayam mentah dan minyak masak. Pemantauan secara kerap yang dijalankan oleh Penguatkuasa Kementerian Perdagangan dalam Negeri dan Hal Ehwal Pengguna juga merupakan salah satu inisiatif kerajaan dalam membendung kenaikan harga barang secara tidak munasabah.

Terdapat juga bantuan daripada Kerajaan Tempatan berupa bantuan *one-off* kepada penjaja yang berdaftar dengan Majlis Perbandaran, misalnya yang dilakukan oleh Majlis Perbandaran Manjung.

Kesimpulan

Meskipun terdapat pelbagai inisiatif disediakan oleh pihak kerajaan dan kerajaan tempatan bagi membantu usahawan mikro, kenaikan harga barang tetap membebankan usahawan mikro dari aspek barangan mentah. Pihak kerajaan perlu mempertimbangkan untuk menambah barang-barang keperluan lain kedalam senarai barang-barang kawalan berjadual dibawah Peraturan Barang Kawalan 1974 dan Akta Kawalan Bekalan 1961. Hal ini demikian kerana usahawan mikro banyak bergantung pada barangan keperluan selain yang dinyatakan dalam senarai tersebut.

Bantuan bersifat *one-off* yang bersifat sementara perlulah ditukarkan kepada pelan jangka panjang yang akan membantu seluruh komuniti usahawan mikro.

Rujukan

- [1]. Laman sesawang <https://www.smeCorp.gov.my/index.php/en/>
- [2]. Laman sesawang <https://www.bnm.gov.my/monetary-stability/opr-decisions>
- [3]. I. Ismadi, 'Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Prestasi Usahawan Mikro Lepas Program Inkubator Giatmara', *Universiti Sains Malaysia*, 2019, p. 5-9.



Isu dan Cabaran Industri Kraftangan Malaysia dalam Era Digitalisasi

Roszi Naszariah Nasni Naseri¹, Siti Norashida Mohd Rashid²

¹Fakulti Pengurusan dan Perniagaan, UNIVERSITI TEKNOLOGI MARA,
KM26, JALAN LENDU, 78000 Alor Gajah, Melaka, Malaysia.

²Fakulti Sains Sosial Gunaan, UNIVERSITI SULTAN ZAINAL ABIDIN,
Kuala Nerus 20300 Terengganu, Malaysia.

**Email Penulis: roszinaseri@uitm.edu.my.*

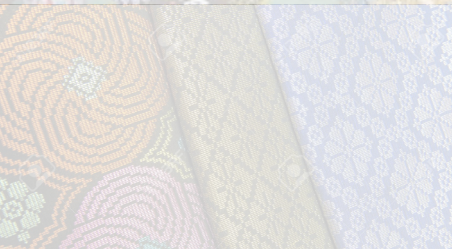
Industri Kraftangan merujuk kepada produk yang dihasilkan dengan menggunakan kemahiran tangan, dikeluarkan tanpa menggunakan alat oleh pengusaha-pengusaha kraf. Kraftangan juga merujuk kepada sesuatu yang unik menunjukkan tradisi, warisan dan budaya sesebuah negara. Malaysia merupakan antara sebuah negara yang kaya dengan sumber alam semulajadi dimana ia dapat menyumbang kepada pendapatan negara. Contohnya ialah kekayaan hasil hutan seperti kayu, buluh, rotan, bemban, tempurung kelapa, mengkuang dan sebagainya sangat digemari oleh para usahawan untuk menjadikan produk kraftangan mereka. Kraftangan Malaysia hari ini dapat menyumbang kepada pembangunan ekonomi sesebuah masyarakat dan negara, namun ia perlu dilakukan dengan kadar komitmen yang tinggi terhadap fungsi estetika yang positif. Kraftangan Malaysia boleh dikategorikan sebagai (1)

berasaskan tekstil, (2) berasaskan perhutanan, (3) berasaskan tanah, (4) berasaskan logam dan mineral. Pasaran utama kraftangan Malaysia ialah pasaran domestik (86.8%), berbanding pasaran antarabangsa (13.2%). Kebanyakan pengeluar kraftangan menjual produk mereka secara terus kepada pelanggan, atau melalui pemborong dan pengedar. Sebahagian daripada mereka juga menjual secara terus kepada peruncit atau menggunakan gabungan saluran.

Menurut Rajah 1, jumlah hasil kraftangan tradisional Malaysia mencatatkan penurunan sejak tahun 2015. Tambahan, baru-baru ini, kira-kira 150 daripada 6,220 usahawan kraf yang berdaftar dengan Kraftangan Malaysia dilaporkan meninggalkan industri itu sejak COVID-19. Ini adalah disebabkan oleh kekangan yang dihadapi oleh sektor ini sendiri. Kekangan pembangunan industri kraftangan boleh dikelompokkan

kepada dua: kekangan permintaan dan kekangan bekalan. Kekangan permintaan ialah faktor-faktor yang berkaitan dengan sekatan saiz dan corak pasaran yang disediakan oleh kraf tersebut. Ia termasuk faktor yang menyumbang kepada kekurangan permintaan, atau kejatuhan permintaan untuk produk kraf dalam pasaran tertentu. Sementara itu, kekangan bekalan pula adalah faktor yang menghalang pengeluaran dan ketersediaan produk pelbagai kraf. Ia termasuk ketiadaan tenaga kerja mahir, kesukaran mendapatkan bahan mentah, keengganan untuk menggunakan kaedah pengeluaran atau teknologi moden, kekurangan kemudahan kredit, ketidakcukupan langkah kawalan kualiti dalam proses pengeluaran dan kekangan lain yang berkaitan dengan bekalan.

Perubahan dalam strategi perniagaan, operasi dan kelakuan perniagaan, serta tekanan untuk mencari peluang untuk



pembangunan industri kraftangan dianggap sebagai strategi survival yang kritikal. Pendigitalan dikaitkan secara positif dengan strategi dan prestasi syarikat, yang menunjukkan bahawa syarikat yang mempunyai tahap digitalisasi yang lebih tinggi lebih cenderung untuk mencapai prestasi yang lebih baik. Penting untuk diperhatikan bahawa, peranan aktiviti digitalisasi dimainkan dalam tindak balas krisis syarikat. Walaupun usahawan sedar dan mengakui penting dalam pendigitalan tetapi ia tidak semudah yang mungkin disebabkan oleh pelbagai batasan seperti kewangan dan sumber manusia. Ini adalah kerana, tahap penyesuaian digitalisasi adalah berbeza-beza antara setiap negara, tetapi jelas syarikat multinasional jauh dominan dalam digitalisasi berbanding syarikat industri kecil. Adalah penting bagi syarikat industri kecil kraftangan untuk menggunakan strategi digitalisasi yang betul bagi memastikan ia dapat bergerak di laluan yang betul. Secara kesimpulannya, perniagaan perlu bergerak untuk memastikan mereka masih kekal berdaya saing; usahawan perlu dinamik dalam menguruskan perniagaan mereka bagi mengekalkannya di pasaran.



Rajah 1. Hasil Kraftangan Tradisional Malaysia (RM juta)

Rujukan

[1] Bernama. (2021). 150 craft entrepreneurs leave industry during COVID-19 pandemic. [online] available at: <https://www.astroawani.com/berita-malaysia/150-craft-entrepreneurs-leave-industry-during-covid19-pandemic-325121>.

[2] Syed, H. A. (2019). Sustainability in Crisis: Towards Business Continuity in Small and Medium Enterprises, in: Proceedings of the 17th European Conference on Computer-Supported Cooperative Work, The International Venue on Practice-centred Computing and the Design of Cooperation Technologies. Doctoral Colloquium Papers, Reports of the European Society for the Socially Embedded Technologies.

[3] Muhamad, N., Zainudin, N. N., Hussin, N. L., & Miskan, N. H. (2021). Penglibatan Usahawan Perusahaan Kecil Dan Sederhana (PKS) Dalam Perniagaan Digital Semasa Pandemik Covid-19: Kajian Kes Felda Air Tawar, Johor. *Journal of Business Innovation*, 6(1), 79.

Vivy Yusof: Malaysian Fashion Icon And Social Media-Savvy Businesswoman

Roszi Naszariah Nasni Naseri¹

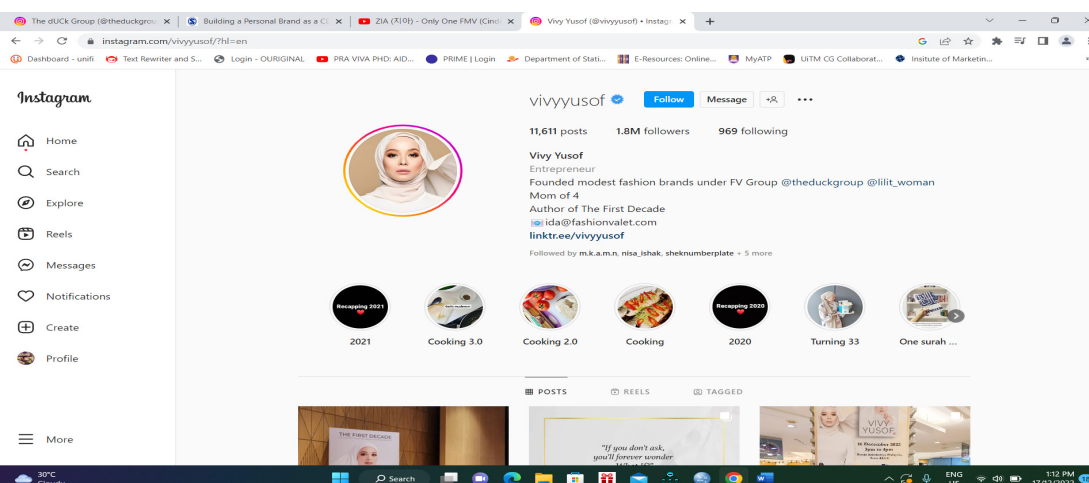
¹Faculty of Business and Management, UNIVERSITI TEKNOLOGI MARA, KM26, JALAN LENDU, 78000 Alor Gajah, Melaka, Malaysia

*Corresponding email: roszinaseri@uitm.edu.my

Vivy Sofinas Yusof (popularly known as Vivy Yusof) is a successful and well-known Malaysian entrepreneur. She is the Co-Founder of the dUCK group together with her husband, Fadzaruddin Anuar, who holds the position of Chief Creative Officer of the company. The dUCK Group is an e-commerce fashion company which was launched in May 2014. The company sold headscarves and expanded to accessories, cosmetics, stationery, and home and living products. The dUCK scarves category is well-known for their limited editions from strategic collaborations with famous local and international brands, such as Bowerhaus, Barbie, Marvel, Disney, Swarovski, Monopoly and even one with The Crown Princess of Brunei. The limited-edition products especially dUCK scarves, have frequently sold out in less than 1 day and often in less than an hour, as soon as they hit the online store. Today, dUCK scarves have become a phenomenon in Malaysia and more than 4 million have been sold. The company also known as one of the fastest growing local brands in Malaysia. Currently, the group operates 13 retail stores across Malaysia and Singapore. The dUCK stores can be found in most major malls across Klang Valley (Malaysia). In addition to that, the online websites and exclusive apps for their brands are paving the way in order to become a leading omnichannel platform. In 2017, Forbes describes Vivy Yusof as the youngest Malaysian ecommerce mogul and an example of a successful Malaysian businesswoman who has used personal branding to build an empire in the local fashion industry. Vivy has also graced the covers of several high-profile magazines in Malaysia - HerWorld, Prestige, and Tatler. She was also named a Friend of Louis Vuitton, being the first hijabi woman to be honored with the title. She is an outstanding Malaysian fashion icon and social media-savvy businesswoman with over a million followers on Instagram. She has gained more than 1.8 million followers on her personal Instagram account and that number is continually growing. Vivy Yusof posts about her normal personal life activities and products and things about her company, but, more importantly, each of her posts gains high engagement from her audience. To conclude, Vivy Yusof is known as an efficient and a persistent entrepreneur where she able to turn the dUCK group from a small company with limited resources to a successful company within a few years.

References

- [1] Endeavor. (2019). Entrepreneurs: Vivy Yusof. <https://www.endeavormalaysia.org/people/Vivy-Yusof>
- [2] Low S. (2017). Year of champions: Vivy Yusof, the style mogul. <https://www.thestar.com.my/lifestyle/topics/2017/12/30/year-champions-vivy-yusof-style-mogul>
- [3] Syida Lizta A. I. (2019, February 13). The company that FV built. New Strait Times. <https://www.nst.com.my/lifestyle/flair/2019/02/459820/company-fv-built>



Source: <https://www.instagram.com/vivyyusof/?hl=en>

Kepelbagaian Kemahiran Adalah Teras Kejayaan Usahawan

Norlaili Harun¹, dan Noor Dalila Musa¹

¹Fakulti Pengurusan dan Perniagaan,
UNIVERSITI TEKNOLOGI MARA CAWANGAN PAHANG,
Kampus Jengka, Pahang.

*Koresponden: norlaili@uitm.edu.my

Pengenalan

Pandemik dan penularan Covid-19 telah mengubah pasaran pekerjaan dan suasana kerja di seluruh dunia termasuklah Malaysia. Ramai usahawan yang terpaksa gulung tikar kerana tidak lagi mampu bertahan. Salah satu cara untuk memastikan produk yang ditawarkan oleh usahawan kekal relevan di pasaran adalah dengan memantapkan skil kemahiran mereka. Usahawan perlu mempelbagaikan kemahiran yang mereka ada bersesuaian dengan perubahan teknologi masa kini. Kepelbagaian kemahiran ini penting bagi memastikan kelangsungan dan kejayaan perniagaan mereka. Antara kemahiran yang perlu ada dalam diri usahawan adalah:

Jadual 1

JENIS KEMAHIRAN	KETERANGAN
Kemahiran Komunikasi	Usahawan perlu berkomunikasi dengan betul dan tepat bagi memudahkan pelanggan memahami perniagaan mereka. Malah komunikasi yang berkesan dapat membantu usahawan membuat keputusan yang terbaik terutama dalam penghasilan produk dan perkhidmatan yang bermutu.
Kemahiran Kepimpinan	Usahawan yang memiliki kemahiran kepimpinan yang hebat akan dapat memotivasikan pekerja untuk mencapai matlamat perniagaannya. Di samping itu sebagai pemimpin, kita juga perlu turun padang untuk memberi semangat kepada para pekerja bawahan kita agar mereka lebih produktif.
Kemahiran Perakaunan	Kemahiran perakaunan sangat penting kerana tujuan usahawan berniaga adalah untuk menjana keuntungan. Adanya kemahiran perakaunan ini dapat memastikan kewangan dalam keadaan stabil serta dapat mengelakkan diri dari ditipu.
Kemahiran Pemasaran	Usahawan perlu mempunyai kemahiran pemasaran untuk memastikan belian produk mereka sentiasa relevan. Oleh itu, usahawan perlu bijak dalam menyusun atur hala tuju perniagaan mereka. Usahawan juga perlu tahu apakah bentuk kempen pemasaran yang bersesuaian dalam memperkenalkan produk mereka di pasaran.
Kemahiran Menggunakan Teknologi	Teknologi baru muncul begitu pantas dan semakin canggih selari dengan pembangunan yang semakin pesat. Usahawan perlu bijak menggunakan teknologi dan mampu memanfaatkan teknologi baharu tersebut untuk bersaing dengan lebih mantap. Melalui teknologi juga usahawan dapat memasarkan produk dan juga servis yang mereka tawarkan dengan mudah dan pada harga yang rendah.
Kemahiran Dalam Membuat Keputusan	Usahawan perlu membuat keputusan yang tepat dalam menghasilkan produk yang menepati cita rasa pengguna. Kemahiran dalam membuat keputusan ini sangat diperlukan bagi menarik perhatian pelanggan dan dalam waktu yang sama dapat mencapai keuntungan yang dikehendaki.

Sumber: www.diyprintingsupply.com/mblog



Kemahiran Keusahawanan

Sumber: Google

Kesimpulan

Sebagai rumusan, usahawan perlu bersedia untuk meningkatkan diri dengan kemahiran baru agar kekal seiring dengan perubahan zaman. Memiliki kemahiran tersebut bukanlah sesuatu yang mudah. Oleh kerana kemahiran adalah sesuatu yang boleh dipelajari dari masa ke semasa, usahawan tidak perlu rasa rendah diri sekiranya tidak dapat menguasai kemahiran yang dipelajari itu dengan segera. Pelajari kemahiran tersebut secara berterusan dan pastikan kemahiran yang dimiliki itu nanti menepati trend semasa dan kehendak semasa pelanggan.

Rujukan

- [1] <https://www.utusanborneo.com.my/2019/01/14/5-kemahiran-yang-perlu-dimiliki-untuk-kejayaan-kerjaya>
- [2] <https://entrepreneurship1013yaww.wordpress.com/2016/10/09/kemahiran-seorang-usahawan/>
- [3] <https://www.diyprintingsupply.com/mblog/5-jenis-kemahiran-untuk-berniaga-bagi-peniaga-yang-bijak-dan-berjaya/>

Tenunan Kain Keringkam: Bumi Kenyalang Merentasi ke Persada Dunia

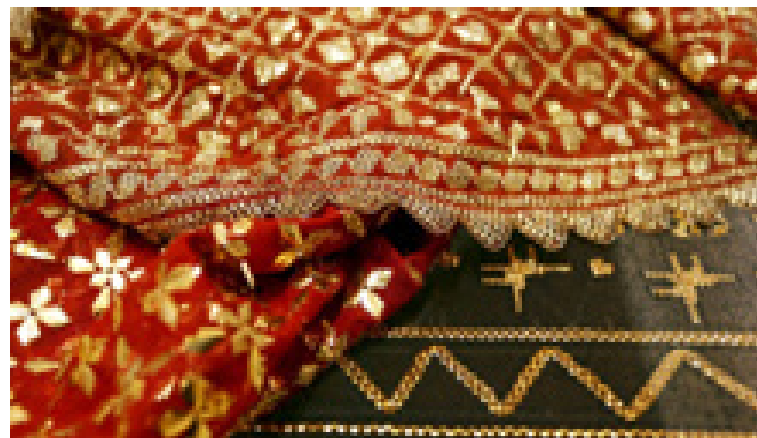
Susana Narawi¹, Azura Ahmad² Saifulrizan Norizan³, Nur Izyan Ismail⁴, Siti Aimi Yassin⁵,
^{1,2,3,4,5}Fakulti Perakaunan, UiTM Cawangan Sarawak

*Koresponden: azura545@uitm.edu.my

Seni Sulaman Keringkam

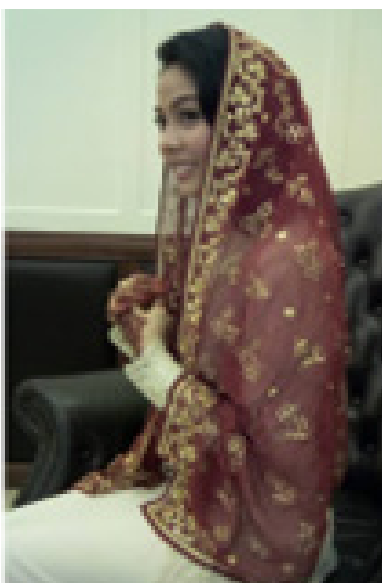
Pada tahun 2019, sulaman kain keringkam merupakan salah satu seni yang telah dipamer di Amsterdam. Selain daripada itu, ia adalah salah satu hasil seni yang dicalon untuk mendapat pengiktirafan Pertubuhan Pendidikan, Saintifik dan Kebudayaan Pertubuhan Bangsa Bersatu (UNESCO).

Dahulu sulaman keringkam hanya dipakai orang melayu Sarawak untuk majlis perkahwinan, pertunangan, khatam al-quran, budaya perayaan dan majlis-majlis istimewa. Menurut Siti Zainol Ismail (2010), keringkam benang sulaman



emas pada tudung yang dipakai oleh orang Melayu Sarawak untuk tujuan majlis perkahwinan dan lain-lain telah wujud di selatan tanah Borneo untuk jangka masa panjang. Tenunan selayah keringkam ini dikatakan wujud di Sarawak sekitar 1860an atau 1870an dan menjadi antara barangan mewah (Norseha Unin, 2012). Menurut sejarawan, keringkam digunapakai semasa upacara perkahwinan dan acara lain di sekitar 1840an (Anonymous, 2007). Kenyataan ini disokong melalui wawancara bersama wakil "Malaysian Handicraft Development Corporation" di Kuching tentang identiti kemunculan keringkam ulung kalinya di Sarawak (Hairuni Haji Bohari, 2012).

Namun pada hari ini, penghasilan seni sulaman keringkam di Sarawak atau Bumi Kenyalang bukan sekadar seni tradisional tetapi telah menjadi salah satu sumber pendapatan yang berpotensi kepada penenun sulaman kain keringkam.





Penghasilan

Pembuatan selayah keringkam ini memerlukan ketekunan dan juga modal yang besar oleh golongan usahawan kerana kos penghasilan sesebuah selayah bergantung kepada saiz selayah, penggunaan benang emas dan juga kos benang emas. Ini menyebabkan harga sebuah selayah keringkam boleh mencapai sehingga berbelas ribu ringgit (Salbiah Haji Muhi, 2012).

Keringkam merupakan pelengkap busana tradisional wanita Melayu di Sarawak yang terdiri daripada selendang berukuran dua meter atau tudung kepala bersaiz kecil berukuran satu meter (Jaini, 2019). Keringkam dihasilkan oleh golongan usahawan melalui keindahan seni tekak sulaman pada kain kasa rubia berwarna terang seperti merah, ungu muda dan merah jambu. Warna-warna terang digunakan bertujuan untuk menyerlahkan keanggunan pemakai ketika berada di majlis keramaian seperti majlis perkahwinan dan perayaan. Usahawan menggunakan benang pita logam bersalut emas dan perak yang diperoleh dari luar negara seperti Singapura untuk menghasilkan seni sulaman yang bermotifkan corak (Jaini, 2019).

Keunikan Keringkam

Keringkam mempunyai pelbagai keunikan dan keistimewaan kepada usahawan masa kini kerana merupakan salah satu contoh produk tempatan yang berpotensi luas untuk dipasarkan ke seantero dunia, selain mengangkat semula khazanah warisan Melayu Sarawak lama. Keringkam juga melambangkan seni halus warisan yang melambangkan budaya wanita di Sarawak yang menjadi tarikan utama pelancong sebagai cenderahati. Seterusnya, usahawan di Sarawak dapat memperoleh keuntungan daripada penghasilan keringkam tersebut.

Cabaran

Disebabkan peredaran masa, tidak ramai generasi yang sedia ada yang berminat untuk jadi penenun sulaman kain keringkam. Selain daripada itu, pengetahuan dan penggunaan sulaman keringkam kini pun mulai berkurang dan mungkin seni warisan ini hampir pupus di kalangan usahawan muda (Ibrahim, 2020). Usahawan muda lebih menumpukan kepada produk-produk tular yang lain sehingga melupakan penghasilan keringkam. Kekurangan penyebaran berita dan dokumentasi antara faktor yang mempengaruhi usahawan muda sekarang tidak mengenali tentang keunikan sulaman keringkam. Oleh itu, platform seperti sosial media dan televisyen perlu dimanfaatkan sebaik mungkin agar ilmu sulaman ini dapat disebarkan dan diketengahkan secara meluas dalam masyarakat bukan sahaja di dalam Malaysia hatta di luar negara.

Selain itu, harga yang mahal dan kekurangan pengusaha atau penyulam keringkam terutama dari golongan muda merupakan cabaran yang besar bagi mengekalkan kewujudan seni warisan ini (Rahman dan Majid, 2021). Inisiatif menubuhkan persatuan yang memelihara seni warisan tradisional khususnya sulaman keringkam di peringkat sekolah dan universiti harus dilaksanakan bagi memberi pendedahan awal dan menurunkan ilmu kemahiran sulaman pada generasi muda sekaligus, boleh

menarik minat golongan muda ini untuk menjadi usahawan yang berjaya dalam memasarkan hasil sulaman keringkam ke seantero dunia yang mampu menjana pendapatan pada masa akan datang. Setakat ini semenjak tahun 2020, telah ditubuh Persatuan Penyulam Keringkam Melayu Sarawak.

Kesimpulan

Sulaman keringkam Sarawak bukan sahaja melambangkan keindahan dan kecantikan seni, malahan mampu menjana pendapatan melalui penghasilan keringkam oleh golongan usahawan pada masa kini. Sulaman kain sudah serasi dengan sosial budaya masyarakat Nusantara dan merupakan lambang keperibadian seseorang wanita melayu.

Industri tradisi turun temurun ini mampu menjana pendapatan oleh golongan usahawan sejajar dengan Matlamat Pembangunan Mampan 1 (SDG 1) iaitu sifar kemiskinan. Matlamatnya bertujuan untuk membasmi setiap bentuk kemiskinan tegar termasuk kekurangan makanan, air minuman bersih dan sanitasi. SDG 1 memfokuskan bukan sahaja kepada mereka yang hidup dalam kemiskinan tetapi juga pada perkhidmatan yang digunakan orang ramai dan dasar sosial yang menghalang kemiskinan.

Rujukan

[1] Anonymous. (2007). Aesthetic Handicraft: A cultural heritage. Kuching Talk. Vol 3, Jan-March 2007 [Online]. Retrieved October 10, 2012, from <http://www.borneotalk.com/archive/kuchingtalk-vol3.pdf> Anonymous. (2010, April 24).

[2] Dayang Sandrawati Abang Josmani, Silverina Anabelle Kibat, Suhaida Halamy, Valerie Chan Sue Lin (2012). Keringkam, The Traditional Embroidery Of The Sarawak Malays.

[3] Ibrahim, Z.(2020, December 15). Melestari Seni Sulaiman Keringkam. *Kosmo*. Dicapai dari <https://www.kosmo.com.my/2020/12/15/melestari-seni-sulaman-keringkam/>

[4] Jaini, M. (2019, Julai 7). Pesona Warisan Songket dan keringkam Sarawak. *MalaysiaAktif*. Dicapai dari <https://malaysiaaktif.my/2019/07/pesona-warisan-songket-dan-keringkam-sarawak>.

[5] Norseha Unin. (2012). The Keringkam Veil of Sarawak. Crafts [Online]. Retrieved October, 4, 2012, from http://www.crafthub.com.my/publish_img/pdf/Crafts_Jan2012.pdf.

[6] Rahman, N. A., & Majid, M. A. (2021). Peranan Dan Sumbangan Nik Rahimah Nik Idris Dalam Bidang Sulaman Kelingkan: Jurnal Pengajian Melayu (JOMAS), 32(1), 69–88.

[7] Siti Zainol Ismail. (2010). Seni Rupa Alam Melayu [Online]. Retrieved October 22, 2012 from <http://senirupasiti.com>.

[8]<https://www.kosmo.com.my/2020/12/15/melestari-seni-sulaman-keringkam/>

[9]https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/35146821/Selayah_Keringkam__The_Traditional_Embroidery_Of_The_Sarawak_Malays_full_paper_edited-libre.pdf

[10] https://www.astroawaani.com/sarawak_sambut_baik_pencalonan_songket_keringkam_bagi_pengiktirafan_UNESCO

Kewajipan Usahawan Menjamin Keselamatan dan Kesihatan Pekerja di Tempat Kerja

Zuraini Jusoh¹, Siti Rapidah Omar Ali²

^{1,2}Fakulti Pengurusan dan Perniagaan, UNIVERSITI TEKNOLOGI MARA, Terengganu,

*Email Penulis: zuraini338@uitm.edu.my

Perundangan Keselamatan dan Kesihatan Pekerja

Akta Keselamatan dan Kesihatan Pekerja (Akta 514) diperkenalkan adalah untuk memastikan setiap pekerja dilindungi daripada risiko aktiviti kerja yang dijalankan berlandaskan prinsip peraturan sendiri. Ini juga termasuk individu lain selain daripada pekerja yang bekerja seperti orang awam. Akta ini menggalakkan persekitaran kerja yang kondusif dari segi keperluan fisiologi dan psikologi pekerja berdasarkan standard keselamatan dan kesihatan. Sejak digazetkan pada 25 Februari 1994, lebih kurang 28 tahun yang lalu pelbagai kesan positif didapati seperti penurunan kadar kemalangan tempat kerja dan kes keracunan pekerja serta penurunan jumlah kematian pekerjaan. Jadual 1 menunjukkan kadar kemalangan dan kematian pekerjaan dari tahun 2014 – 2021. Didapati kadar kemalangan dan kematian menunjukkan trend menurun bermula dari tahun 2018 sehingga 2021.

Jadual 1 Kadar Kemalangan dan Kematian Pekerjaan

Tahun	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Kadar Kemalangan	3.10	2.81	2.88	2.93	2.40	2.71	2.18	1.43
Kadar Kematian	4.21	4.84	4.84	4.90	4.14	3.83	2.09	2.00

Nota:

1. Kadar kemalangan pekerjaan merujuk kepada per 1,000 pekerja
2. Kadar kematian pekerjaan merujuk kepada per 1,000 pekerja

Sumber : <https://www.dosh.gov.my/index.php/ms/statistic-v/national-occupational-accident-fatality-rate-v>

Peruntukan Akta 514 ini boleh dikatakan terpakai di seluruh Malaysia, tidak kira organisasi berasaskan keuntungan mahupun organisasi tidak berasaskan keuntungan. Peruntukan akta ini menjadi tambahan kepada peruntukan akta yang lain jika terdapat mana-mana percanggahan atau pertindihan.

Soalan : Adakah usahawan mempunyai kaitan dengan perundangan keselamatan dan kesihatan pekerjaan?

Jawapan : Ada, jika bidang usahawan tersebut adalah di dalam senarai sepuluh industri seperti di bawah:

1. Pengilangan
2. Pelombongan dan penguarian
3. Pembinaan
4. Pertanian, perhutanan dan perikanan
5. Kemudahan elektrik, gas, air dan perkhidmatan kebersihan

6. Pengangkutan, penyimpanan dan komunikasi
7. Perdagangan boring dan runcit
8. Hotel dan restoren
9. Kewangan, insurans, harta tanah dan perkhidmatan perniagaan
10. Perkhidmatan awam dan pihak berkuasa berkanun

Tanggungjawab Usahawan sebagai Majikan

Berdasarkan Seksyen 15, Akta 514 memperuntukkan tanggungjawab majikan kepada pekerja mereka setakat yang praktikal. Antaranya, majikan perlu memastikan tempat kerja, sistem kerja dan proses kerja adalah selamat dan tanpa mengundang risiko kesihatan kepada semua pekerja. Di samping itu, majikan juga perlu menyediakan latihan, maklumat, arahan dan membuat penyeliaan ke atas pekerja bagi memastikan pekerja menjalankan kerja dalam keadaan yang selamat. Tidak dilupakan menyediakan kemudahan di persekitaran tempat kerja dan menjaga kebajikan pekerja.

Selain daripada tanggungjawab kepada pekerja sendiri, usahawan sebagai majikan juga bertanggungjawab memastikan keselamatan dan kesihatan orang awam yang boleh terjejas disebabkan oleh pengusahaan mereka. Menjadi kewajipan usahawan menyediakan atau menyalurkan apa-apa maklumat jika terdapat perusahaan mereka menjejaskan keselamatan dan kesihatan orang awam.

Sebagai majikan, usahawan perlu menyediakan dan mengkaji seberapa kerap yang mungkin dasar keselamatan dan kesihatan di tempat kerja. Dasar keselamatan dan kesihatan merupakan pernyataan bertulis komitmen organisasi untuk mewujudkan persekitaran yang selamat. Contoh dasar keselamatan dan kesihatan seperti di Rajah 1. Dasar

keselamatan dan kesihatan mempunyai tiga bahagian penting iaitu:

1. Kenyataan am dasar menjelaskan tanggungjawab majikan dalam memastikan keselamatan dan kesihatan semua pekerja.
2. Tanggungjawab organisasi kepada keselamatan dan kesihatan
3. Susunan menjelaskan prosidur sistem kerja menangani bahaya.

Walau bagaimanapun, terdapat pengecualian kepada majikan untuk membentuk dasar keselamatan dan kesihatan. Bagi majikan yang mempunyai pekerja tidak lebih daripada lima orang, dikecualikan untuk membentuk dasar keselamatan dan kesihatan di tempat kerja.



Rajah 1 Contoh Dasar Keselamatan dan Kesihatan
Sumber : <https://terengganu.uitm.edu.my/index.php/en/e-services/downloads>

Kesan Kegagalan Menjalankan Kewajipan

Kegagalan majikan menjalankan kewajipan bagi memastikan keselamatan dan kesihatan di tempat kerja, mereka boleh dikenakan penalti untuk suatu kesalahan. Jika disabitkan kesalahan, majikan boleh didenda tidak melebihi RM50,000 atau dipenjarakan selama tempoh tidak melebihi dua tahun atau kedua-duanya. Peruntukan akta ini dibuat untuk memastikan tiada kemalangan berlaku di tempat kerja. Kemalangan yang berlaku di tempat kerja melibatkan kos yang tinggi seperti kos perubatan, kos pampasan, kos pembaikan dan termasuk kesan tidak langsung kepada organisasi seperti merosakkan imej dan mengugat minat pelabur. Oleh yang demikian, amalan “Budaya Kerja Sihat dan Selamat” perlu diterapkan di dalam organisasi sebagai salah satu usaha menjadikan tempat kerja selamat, sihat dan bebas dari kemalangan dan penyakit.

Rujukan

- [1] Akta Keselamatan dan Kesihatan Pekerja (Akta 514) (1995). Malaysia.
- [2] Akta Keselamatan dan Kesihatan Pekerja (Akta 514). Peraturan-Peraturan Keselamatan dan Kesihatan Pekerja (Pernyataan Dasar Am Keselamatan dan Kesihatan Majikan) (Pengecualian) 1995. Malaysia.

Memahami Nisbah Semasa Dalam Menilai Kedudukan Kewangan

Josephine Avelind Noyem¹,
Dayang Nazari Awang Drahman¹,
Azlin Abdillah¹ dan Zalila @ Azalilah hj Kassim¹

¹Fakulti Perakaunan, UiTM Sarawak,

*Koresponden: azlin@uitm.edu.my

Prestasi sesebuah perniagaan boleh diukur dari semasa ke semasa dengan menggunakan analisis nisbah. Nisbah ini boleh didapati daripada data penyata kewangan yang telah disediakan oleh sesebuah perniagaan. Analisis nisbah membolehkan peniaga mentafsir penyata kewangan untuk menilai kesihatan kewangan perniagaan di samping membantu pemilik merancang hala tuju perniagaan.

Nisbah kewangan terdiri daripada nisbah kecairan, keuntungan dan kecekapan. Ia membolehkan pemilik mengenal pasti risiko kewangan dan kemudian mengambil tindakan pembetulan sebelum ia menjejaskan prestasi perniagaan mereka di masa depan. Di samping itu, ia boleh digunakan untuk membuat perbandingan dengan analisis nisbah purata industri bagi menilai prestasi syarikat dalam industri. Ia juga boleh membantu perniagaan membuat keputusan yang lebih berkesan seperti merancang strategi harga jualan, membuat pelaburan baharu, membuat permohonan bantuan atau pinjaman, mengembangkan perniagaan dan sebagainya.

Nisbah Kecairan merupakan salah satu nisbah kewangan yang digunakan untuk mengukur sama ada pemilik perniagaan dapat membayar hutang jangka pendek mereka dengan wang tunai yang sedia ada, atau sama ada mereka perlu mengumpul modal tambahan untuk menampung jumlah tersebut. Pada dasarnya, nisbah ini menunjukkan kemampuan perniagaan mengubah aset semasanya kepada tunai jika perniagaan perlu melunaskan hutangnya. Nisbah kecairan terdiri daripada dua iaitu nisbah semasa dan nisbah ujian asid/cepat.

Nisbah Semasa menerangkan hubungan antara aset semasa dan liabiliti semasa sesebuah perniagaan di mana ia mengukur keupayaan perniagaan dalam menjelaskan hutang jangka pendek (liabiliti semasa) dengan aset semasa sedia ada. Aset semasa terdiri daripada tunai, stok, prabayaran dan penghutang. Manakala liabiliti semasa terdiri dari hutang jangka pendek seperti pemiutang dan perbelanjaan terakru atau tertunggak.

Cara pengiraan:

$$\frac{\text{Aset Semasa}}{\text{Liabiliti Semasa}} = \text{xx kali}$$

Contoh 1: Kedudukan kewangan Waja Enterprise menunjukkan jumlah aset semasa sebanyak RM100,000 dan liabiliti semasa sebanyak RM50,000.

$$\text{Nisbah Semasa} = \frac{100,000}{50,000} = 2.00$$

Nisbah semasa 2.00 boleh diterjemahkan secara teknikal sebagai kemampuan Waja untuk membayar hutang jangka pendek adalah 2 kali ganda. Nisbah semasa 1.0 atau lebih tinggi dianggap sebagai penanda aras yang boleh diterima bagi kebanyakan perniagaan dalam menilai keupayaan mereka untuk membayar hutang jangka pendek. Walaubagaimanapun, faktor lain perlu dipertimbangkan sebelum membuat kesimpulan daripada nisbah semasa seperti seberapa cepat aset semasa boleh ditukar kepada tunai, dan syarat kredit yang diberikan oleh pembekal dan kepada pelanggan.

Contoh 2: Waja Enterprise mempunyai nisbah semasa seperti berikut dalam tempoh 3 tahun:

Tahun Pertama:	Nisbah Semasa =	2 kali
Tahun Kedua:	Nisbah Semasa =	1.2 kali
Tahun Ketiga:	Nisbah Semasa =	1.8 kali

Berdasarkan contoh diatas, didapati nisbah semasa perniagaan Waja Enterprise telah berubah-ubah dari tahun ke tahun. Nisbah Semasa pada tahun pertama 2 kali bermaksud Waja Enterprise mempunyai RM2.00 aset semasa untuk membayar balik setiap RM1.00 liabiliti semasa. Waja Enterprise mampu menjelaskan hutangnya dalam tempoh 12 bulan. Walau bagaimanapun, pada tahun kedua, nisbah semasa menurun kepada 1.2. Ini bermaksud perniagaan ini hanya mempunyai RM1.20 aset semasa untuk membayar RM1.00 liabiliti semasa. Berkemungkinan, Waja Enterprise telah mengalami

kesukaran bagi memenuhi kewajipan jangka pendeknya dalam tahun kedua. Ini bermakna, perniagaan mungkin perlu mengambil langkah bagi memperbaiki kecairan seperti mengurangkan perbelanjaan atau meningkatkan jualan tunai. Pada tahun ketiga, nisbah semasa meningkat kepada 1.8 bermakna perniagaan itu mempunyai RM1.80 aset semasa untuk menjelaskan RM1.00 liabiliti semasa. Peningkatan kedudukan kecairan Waja Enterprise menunjukkan ia telah mampu memenuhi hutang jangka pendeknya, setelah mengambilkira tindakan yang dilakukan pada tahun sebelumnya.

Secara ringkas, analisis nisbah merupakan kaedah penilaian saringan awal yang penting dalam membantu perniagaan mengenalpasti prestasi kewangan, tahap kesihatan kewangan di samping membantu peniaga dalam membuat keputusan berkaitan dengan kelangsungan perniagaan. Ini kerana nisbah kecairan, khususnya nisbah semasa, membolehkan perniagaan merancang keupayaan dalam memastikan perniagaan mampu membayar hutangnya apabila tiba masanya. Tahap kecairan merupakan penunjuk langsung kepada kestabilan kewangan sesebuah perniagaan, maka ianya penting bagi setiap perniagaan untuk sentiasa memantau serta mengurus tahap kecairan kewangan mereka.

Rujukan

- [1] Nichol, E. O. et al.(2011). *Essentials of Business Accounting*, 3rd Edition, UiTM Press
- [2] Fikri, M., Yusoff, W. M. W., & Salleh, A. (2019). Penilaian Prestasi Kewangan Melalui Analisis Nisbah. *Politeknik & Kolej Komuniti Journal of Social Sciences and Humanities*, 4(1), 95-104.
- [3] <https://www.bdc.ca/en/articles-tools/money-finance/manage-finances/financial-ratios-4-ways-assess-business>



Nasi Daging Ayaq Asam Tapah: Istimewa dan Lazat

Farihana Abdul Razak¹, Afidah Osoman¹, Ezzah Suraya Sarudin², Nurul Hidayah Aziz³

¹Fakulti Undang-Undang, UNIVERSITI TEKNOLOGI MARA, Cawangan Perak, Kampus Tapah,

²Kolej Pengajian Pengkomputeran, Informatik dan Media,
UNIVERSITI TEKNOLOGI MARA Cawangan Perak,

³Akademi Pengajian Islam Kontemporari, UNIVERSITI TEKNOLOGI MARA
Cawangan Perak, Kampus Tapah,

*Email Penulis: farihana@uitm.edu.my

“Nasi Daging Ayaq Asam Tapah” merupakan hidangan yang wajib dicuba dan dirasakan keenakannya oleh pengunjung dan penduduk setempat di Tapah, Perak. Makanan yang berasal dari Utara tanah air ini telah diperkenalkan oleh pasangan suami isteri yang bernama Puan Noor Azwin dan Encik Muhammad Zul Akmal. Santapan ini telah menjadi salah satu pilihan bagi menu tengahari. Perniagaan “Nasi Daging Ayaq Asam Tapah” telah bermula pada tahun 2018 iaitu dengan penghantaran dari rumah ke rumah dan pejabat (“Cash on delivery”). Kemudian, lokasi perniagaan bertapak pula di pasar Ramadhan, Langkap dan kini telah beroperasi sepenuhnya di dataran perniagaan Majlis Daerah, di Jalan Temoh, Taman Bukit Hijau, Tapah, Perak. Puan Noor Azwin menghidangkan nasi daging ayaq asam ini dalam talam dan harganya bermula daripada RM8. Tidak dinafikan, kelazatan nasi seiring dengan kepedasan air asam yang memukau para penggemar makanan utara ini. Selain daripada daging, ayam juga turut tersedia; dan menu bihun sup utara dengan sambal merah antara yang diperkenalkan oleh usahawan muslim ini.

Kerja Keras dan Hasil

Menceburi bidang perniagaan pastinya perlu bersedia menghadapi cabaran, rintangan dan halangan. Setiap keputusan yang ingin diputuskan perlu dipertimbangkan sebaiknya serta wajar berhati-hati kerana melibatkan kewangan samada keputusan itu dapat meraih keuntungan atau perlu menanggung kerugian.

Kerja keras merupakan pengorbanan dan perjuangan yang konsisten dan tidak mengenal erti putus asa sehingga mencapai objektif dan impian. Keringat yang dikorbankan tidak akan sia-sia malah akan membuahkan hasil yang sungguh istimewa. Melihat perkembangan perniagaan usahawan muslim ini, daripada sebuah kereta yang dahulunya digunakan untuk kegunaan harian dan berniaga, kini mereka telah berjaya membeli dua buah kereta baru hasil daripada kegigihan dan keringat yang telah mereka korbankan. Selain itu juga, mereka mampu membeli sebuah rumah yang masih lagi dalam proses pembinaan untuk kehidupan yang lebih baik bagi mereka seisi keluarga.

Waktu pagi merupakan waktu yang sibuk untuk menyediakan menu dari rumah dan dibawa pula ke kedai. Selain itu, masa pagi juga adalah waktu untuk mempersiapkan anak-anak ke sekolah. Pengorbanan yang dilakukan pastinya membuahkan hasil yang baik dan positif. Niat mengubah kehidupan juga menjadi faktor kepada kesuksesan seseorang individu.



Rajah 1 Nasi Daging Ayaq Asam Tapah

Sumber : <https://www.facebook.com/groups/305852609521397/user/100016703493854>

Akaun media sosial pemilik Nasi Daging Ayaq Asam Tapah

Kesimpulannya, kerja keras, usaha yang berterusan dan keikhlasan dalam mengerjakan sesuatu pekerjaan pastinya membuahkan hasil yang setimpal dan menguntungkan. Kepada pengunjung yang mengunjungi daerah Batang Padang, Perak, jemputlah berkunjung ke kedai “Nasi Daging Ayaq Asam Tapah” dan rasai keenakan santapan ini yang pastinya akan membuatkan penggemaringnya teringat-ingat juga termimpi-mimpi.

Penghargaan

Setinggi-tinggi ucapan penghargaan kepada Puan Noor Azwin atas kesudian beliau memberi kebenaran untuk penulisan ini.

Peniaga Digital Ekonomi Bijak Cukai

Norizam Ahmad @ Muhammad¹,
Azura Mohd Noor¹,
Fazni Mohamad Fadzillah¹

¹Fakulti Perakaunan,
UNIVERSITI TEKNOLOGI MARA,
Arau, Perlis, Malaysia

*Email Penulis: norizam@uitm.edu.my

Menjelang April dan Jun saban tahun, bergantung kepada jenis pendapatan yang diperoleh, setiap dari rakyat Malaysia yang layak membayar cukai akan sibuk mengisi borang nyata cukai pendapatan melalui aplikasi e-Filing yang merupakan sistem bagi pembayar cukai membuat pengisian dan anggaran cukai pendapatan secara dalam talian. Bagi mereka yang mempunyai pendapatan tetap dan mempunyai penyata gaji, pastilah tidak lari dari membayar cukai kerana majikan akan membuat Potongan Cukai Bulanan (PCB) kepada Lembaga Hasil Dalam Negeri (LHDN) apabila mencapai jumlah pendapatan tertentu. Namun, ada yang tertanya-tanya, bagaimana dengan pempengaruh, *Instafamous* dan pencipta kandungan di platform seperti *Tiktok* dan *YouTube* yang meraih pendapatan lumayan sehingga mencecah lima angka sebulan? Adakah mereka juga perlu membayar cukai?

Menurut Seksyen 3 Akta Cukai Pendapatan 1967, cukai pendapatan dikenakan terhadap setiap individu bagi pendapatan yang terakru atau terbit di Malaysia atau diterima di Malaysia dari luar Malaysia bagi setiap tahun taksiran. Seseorang individu yang mempunyai jumlah pendapatan melebihi nilai ambang yang ditetapkan, yang boleh dikenakan cukai perlulah mendaftar fail cukai pendapatan. Akta Cukai Pendapatan 1967 juga menyatakan keuntungan yang diperolehi daripada menjalankan perniagaan, perdagangan, pencarian atau profesion adalah merupakan pendapatan yang layak dikenakan cukai (termasuk sebarang bentuk perniagaan yang tidak berdaftar dengan mana-mana pihak berkuasa atau diistilahkan sebagai ekonomi bayangan).

Justeru itu, selebriti *Internet*, *Instafamous*, pempengaruh, pencipta kandungan atau mana-mana individu termasuk golongan bawah umur, yang memperoleh pendapatan daripada ulasan berbayar, penciptaan kandungan, sokongan jenama dan perniagaan yang dijalankan menerusi media sosial adalah tertakluk kepada cukai pendapatan jika mereka memperoleh pendapatan melebihi nilai ambang yang ditetapkan.

Menurut laman sesawang Lembaga Hasil Dalam Negeri Malaysia, ekonomi digital merupakan ekonomi berdasarkan penggunaan teknologi digital. Sebarang transaksi perdagangan yang dijalankan menerusi teknologi digital, termasuk aktiviti pemberian maklumat, promosi dan pengiklanan, pemasaran, pembekalan atau penghantaran barangan atau perkhidmatan, meskipun pembayaran dan penghantaran berkaitan transaksi ini mungkin dijalankan di luar talian dianggap sebagai ekonomi digital. Secara mudahnya, segala aktiviti yang menghasilkan pendapatan atau dengan kata lain, segala yang boleh mendatangkan wang daripada penggunaan teknologi digital adalah ekonomi digital dan mereka yang terlibat tidak terkecuali daripada membayar cukai pendapatan!

Jadual 1: Kategori perniagaan ekonomi digital yang popular

BIL.	SEKTOR	CATATAN	AKTIVITI
1.	Pengiklanan	<i>Blogger, instafamous, insta review</i>	Penciptaan kandungan, muat naik, bayaran diterima
2.	Pengangkutan dan logistik	Sewa kenderaan, tiket atas talian, perkhidmatan pos	Tempahan perkhidmatan, bayaran diterima, insuran, penghantaran
3.	Langganan	Komik dalam talian, akhbar dalam talian, penstriman video dan audio	Pendaftaran, bayaran diterima
4.	Jualan Runcit	<i>Dropship</i> , ejen, stokis	Terima tempahan, ambil tempahan, pembungkusan produk, menerima bayaran dan penghantaran.
5.	Menjual produk digital	Data, <i>ebook</i> , aplikasi	Penciptaan kandungan, muatnaik, bayaran diterima
6.	Penyiaran dan Media	Memuat naik video (<i>YouTube</i>), fotografi (perkhidmatan sebagai jurukamera dan menjual gambar)	Penciptaan kandungan, memuat naik video, terima bayaran
7.	Menjual produk digital	Data, <i>ebook</i> , aplikasi	Penciptaan kandungan, muatnaik, bayaran diterima
8.	Mata wang digital	Jual beli dan menghasilkan wang digital (<i>Bitcoin, Ripper, Ethereum</i> dan lain-lain)	Penjual, pembeli dan pelombong (miner)

Sumber: <https://www.hasil.gov.my/>

Peniaga yang telah mendaftar perniagaan dengan Suruhanjaya Syarikat Malaysia (SSM) perlulah juga mendaftar dengan Lembaga Hasil Dalam Negeri untuk mendapatkan nombor cukai pendapatan Pendaftaran boleh dibuat secara dalam talian melalui aplikasi e-Daftar. Antara dokumen yang diperlukan adalah kad pengenalan dan sijil pendaftaran perniagaan daripada SSM.

Ramai diantara peniaga keberatan untuk mendaftar dengan pihak LHDN kerana beranggapan apabila mendaftar, perlu bayar cukai! Sebetulnya, sebagai seorang peniaga yang bijak, hanya perlu mendaftar dan seterusnya melaporkan jumlah pendapatan perniagaan. Dan ada di kalangan peniaga tidak perlu pun membayar cukai. Peniaga yang bijak pasti tahu bahawa pengiraan pendapatan yang boleh dikenakan cukai tidak sama seperti mengira untung didalam Penyata Untung Rugi. Malahan, jika pada tahun tersebut peniaga mendapat rugi, kerugian tersebut boleh dibawa ke tahun hadapan untuk ditolak dari untung yang diperolehi tahun tersebut.

Perundangan tentang cukai bagi ekonomi digital ini adalah tertakluk kepada Akta Cukai Pendapatan 1967 sepertimana juga pendapatan daripada sumber perniagaan lain. Ini termasuklah perundangan berkaitan perbelanjaan yang boleh dituntut dan tidak boleh dituntut dalam perniagaan. Maksud "boleh dituntut" dari konteks percukaian merujuk kepada perbelanjaan perniagaan yang

boleh ditolak dan dibenarkan sebagai tolakan daripada pendapatan kasar perniagaan.

Ramai dikalangan peniaga beranggapan bahawa semua perbelanjaan perniagaan adalah layak dituntut sebagai tolakan daripada pendapatan kasar perniagaan. Peniaga yang bijak pasti tahu bahawa bukan semua perbelanjaan perniagaan boleh dituntut.

Secara umumnya, perbelanjaan perniagaan perlu memenuhi beberapa kriteria seperti termaktub dibawah Seksyen 33 Akta Cukai Pendapatan 1967 sebelum dibenarkan sebagai tolakan daripada pendapatan kasar. Ringkasnya, perbelanjaan yang dibenarkan sebagai tolakan adalah perbelanjaan yang dilakukan dalam menghasilkan pendapatan perniagaan manakala perbelanjaan yang tidak dibenarkan sebagai tolakan adalah perbelanjaan bersifat domestik dan persendirian seperti bil utiliti rumah kediaman, sewa rumah dan yuran pendidikan anak.

Di antara perbelanjaan yang dibenarkan untuk dituntut sebagai tolakan khususnya untuk peniaga digital ekonomi adalah termasuk kos untuk mengemaskini laman sesawang, bayaran konsultan laman sesawang, bayaran pembaharuan nama domain, bayaran akses internet, sewa *server*, pengiklanan, utiliti dan insurans perniagaan. Bagaimanapun, pembelian aset seperti komputer peribadi, *tablet* dan telefon pintar adalah perbelanjaan yang tidak dibenarkan dalam perniagaan kerana perbelanjaan ini dikategorikan sebagai belanja modal.

Walaupun kos pembelian aset ini tidak dibenarkan sebagai tolakan, tetapi elaun modal bagi aset yang dibeli dan digunakan dalam perniagaan dibenarkan tolakan sebagai ganti kepada perbelanjaan susutnilai bagi pembelian aset-aset tersebut. Oleh itu, peniaga digital ekonomi juga layak menuntut elaun modal bagi pembelian aset perniagaan sebagaimana peniaga-peniaga lain.

Sebagai seorang peniaga yang bijak dan pembayar cukai yang bertanggungjawab, anda bukan sahaja perlu melaporkan pendapatan yang diterima setiap tahun kepada Lembaga Hasil Dalam Negeri melalui sistem e-Filing, tetapi juga membuat bayaran cukai sebenar perniagaan yang dikenakan ke atas anda menerusi kiraan pendapatan bercukai setelah ditolak dengan pelepasan dan rebat cukai setelah mengisi anggaran pendapatan didalam sistem e-Filing. Bayaran tambahan cukai dibuat hanya jika jumlah anggaran cukai adalah kurang daripada jumlah cukai sebenar yang perlu dibayar.

Melapor pendapatan perniagaan kepada Lembaga Hasil Dalam Negeri memberi manfaat secara tidak langsung kepada peniaga kerana borang pengisytiharan cukai pendapatan merupakan antara dokumen penting yang diperlukan oleh pihak bank bagi meluluskan permohonan pembiayaan perniagaan. Jadi, ini memberikan suatu nilai tambah kepada peniaga didalam mengemukakan permohonan pinjaman dari pihak bank. Bukan hanya pembelian aset perniagaan, malahan sesetengah bank juga memerlukan dokumen berkaitan cukai pendapatan untuk pembelian aset persendirian.

Anda, sebagai seorang peniaga digital ekonomi bijak yang membayar cukai bermakna anda telah bekerjasama dengan pembayar cukai yang lain dengan menyumbang dana kepada kerajaan. Hasil kutipan cukai ini digunakan kerajaan untuk perbelanjaan mentadbir dan mengurus serta menampung perbelanjaan pembangunan negara. Di saat dunia dilanda musibah pandemik Covid 19, hasil cukai inilah yang telah membantu negara di dalam menangani wabak ini sehingga mendapat pujian dan pengiktirafan daripada *World Health Organisation* (WHO) sebagai salah satu negara terbaik di dunia di dalam menangani penularan wabak ini dengan berkesan. Oleh itu, ayuh kita sama-sama menjadi bukan sahaja peniaga yang bijak cukai malahan warga yang bijak menunaikan kewajipan dan tanggungjawab demi negara tercinta.

Rujukan

- [1] Akta Pendapatan 1967. https://www.hasil.gov.my/pdf/pdfam/Act_53_20190101.pdf. Diambil pada 28 Disember 2022.
- [2] Choong, K. F. (2021). *Malaysian taxation: Principles and practice*. InfoWorld.
- [3] Lembaga Hasil Dalam Negeri Malaysia. <https://www.hasil.gov.my/> Diambil pada 28 Disember 2022.



Whatsapp Business Sebagai Strategi Pemasaran

Nur Hanisah Mohamad Razali¹, Zarith Sofia Jasmi¹,
Faten Elina Kamaruddin², Siti Noorhaslina Abd Halim¹

¹Fakulti Pengurusan dan Perniagaan, UNIVERSITI TEKNOLOGI MARA, Segamat, Johor, Malaysia

²Faculti Pengurusan Maklumat, UNIVERSITI TEKNOLOGI MARA, Segamat, Johor, Malaysia

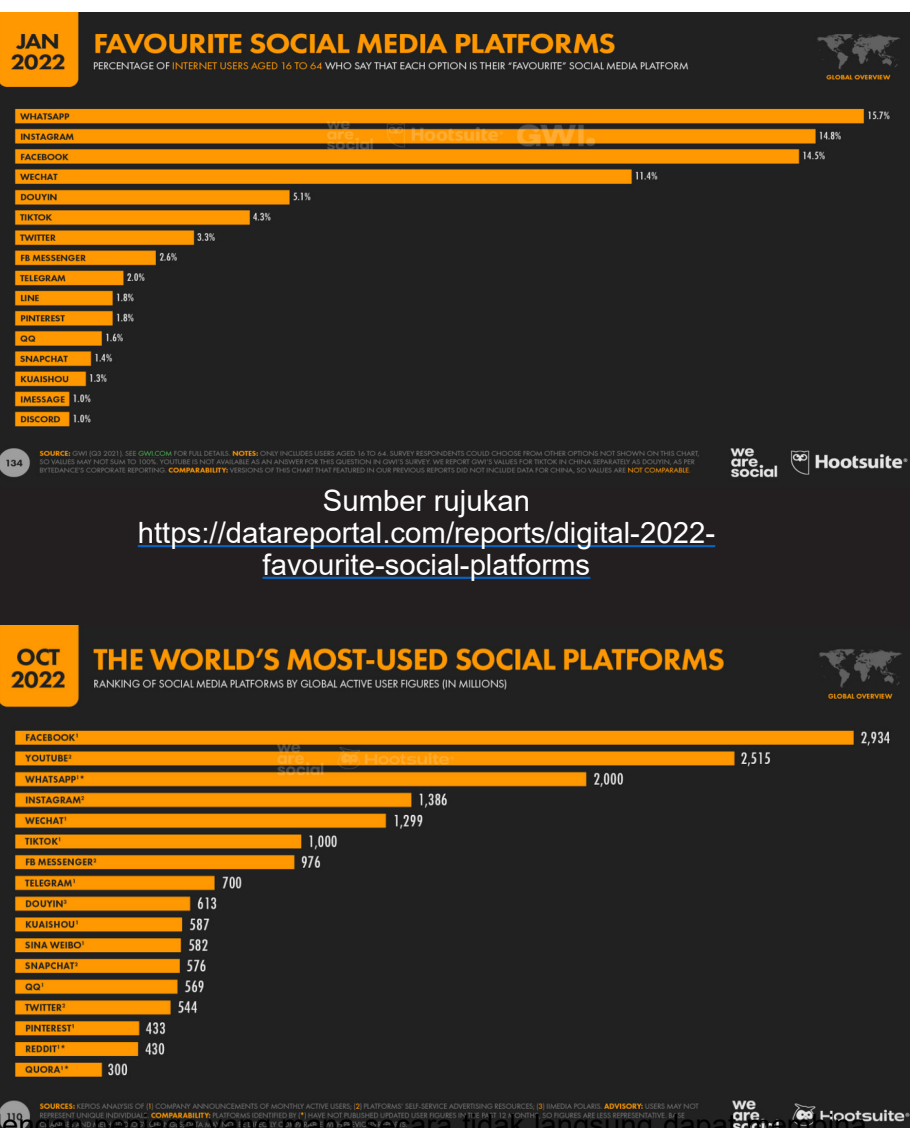
*Email Penulis: hanisahmr@uitm.edu.my

Whatsapp merupakan perkhidmatan mesej perisian percuma dan platform terus dan suara IP (VoIP) yang dimiliki oleh Facebook. Aplikasi ini membolehkan penghantaran mesej teks dan panggilan suara, panggilan video dan media lain seperti dokumen, lokasi pengguna dan nombor panggilan.

Whatsapp Messenger yang diasaskan oleh Jan Koum dan Brian Acton dan mempunyai ibu pejabat di Mountain View, California, Amerika Syarikat merupakan salah satu aplikasi social media yang tidak asing lagi. Mengikut data daripada datareportal Kemp (2022), melaporkan Whatsapp merupakan pilihan utama sebagai platform social media yang paling diggemari mereka, yang berumur antara 16 hingga 64 tahun di dunia secara keseluruhannya. Data yang dikeluarkan oleh portal datareportal pada Januari 2022 juga menunjukkan bahawa Whatsapp di tangga ke tiga setelah facebook dan youtube, platform social media yang digunakan seluruh dunia yang mana mempunyai seramai 2,000 juta pengguna.

Menurut statistik yang dilaporkan di atas, jelas menunjukkan Whatsapp mempunyai peluang untuk dijadikan salah satu strategik pemasaran yang baik kepada peniaga kerana mempunyai pangkalan data pengguna yang ramai serta pasaran yang luas.

Oleh yang demikian, dengan wujudnya peluang dan potensi yang ada, pada awal 2018, Whatsapp Business telah diperkenalkan dan merupakan aplikasi yang dikhaskan untuk pemilik perniagaan kecil dan sederhana. Whatsapp Business memudahkan peniaga untuk berhubung dengan pelanggan mereka, malah lebih mendekatkan pelanggan



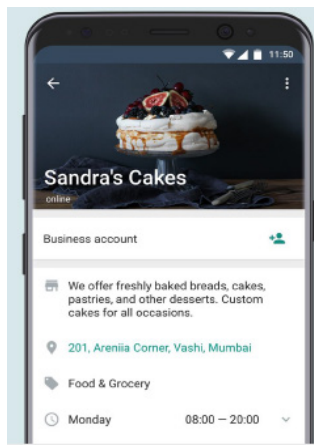
dengan peniaga yang mana secara tidak langsung dapat membantu kesetiaan pelanggan merupakan salah satu aspek penting dalam perniagaan.

Sifat Whatsapp Business sama seperti Whatsapp yang disukai ramai namun hanya dengan beberapa ciri tambahan menjadikannya sesuai dengan perniagaan. Profil peribadi yang ada di Whatsapp boleh ditukarkan kepada profil perniagaan lengkap dengan alamat syarikat, e-mel dan pautan laman web melalui platform Whatsapp Business. Melalui aplikasi ini juga peniaga dapat melihat statistik kadar baca dan buka promosi mesej mereka. Ia juga boleh dijadikan alat yang memudahkan mereka untuk memberi respon atau jawapan kepada pelanggan. Di bawah merupakan beberapa contoh ciri-ciri Whatsapp business yang boleh dikendalikan oleh peniaga.

Kesimpulannya, selari dengan perkembangan teknologi masa kini. Whatsapp adalah merupakan satu platform sosial media yang terkenal serata dunia. Ia juga berupaya menjadi salah satu strategik pemasaran yang baik yang dapat membantu peniaga menggunakannya untuk mencapai pelanggan dengan lebih mudah, pantas dan berkesan.

Rujukan

- [1] "Global Social Media Statistic". <https://datareportal.com/social-media-users> (accessed December 28, 2022)
- [2] S. Kemp. "Digital 2022: The World's Favourite Social Media Platforms". <https://datareportal.com/reports/digital-2022-favourite-social-platforms> (accessed December 28, 2022).
- [3] U. Jaafar. 5kelebihan Utama Whatsapp Business. <https://lernify.com/5-kelebihan-utama-whatsapp-business/> (accessed December 28, 2022)

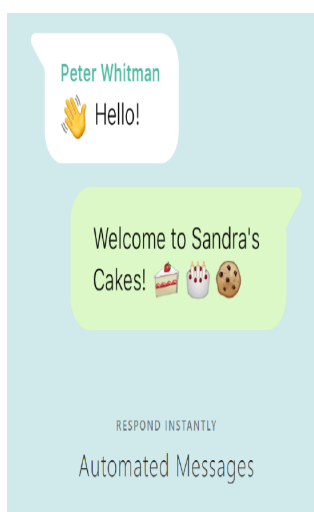


Profil pengguna boleh ditukar kepada profil perniagaan melalui Whatsapp Business. Perkara seperti:

- nama busnes
- nombor telefon
- alamat dan lokasi (map)
- jenis bisnes
- penjelasan berkenaan bisnes,
- waktu operasi,
- e-mel
- laman sesawang bisnes

boleh diletakkan di profil untuk memudahkan pengguna mendapatkan maklumat bisnes.

Sumber: <https://lernify.com/5-kelebihan-utama-whatsapp>



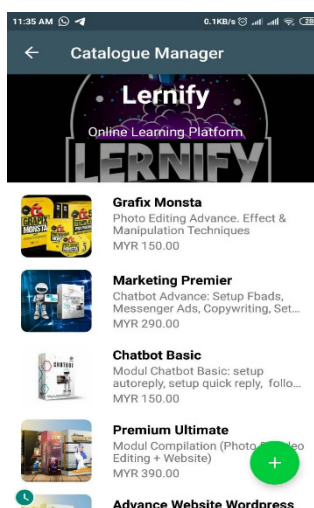
Whatsapp business juga mempunyai tiga jenis alat mesej yang boleh digunakan oleh peniaga iaitu Away Message, Greeting Message dan Quick Reply.

Away Message: Mesej yang boleh digunakan peniaga ketika mempunyai urusan luar atau sibuk. Contohnya seperti saya ada mesyuarat jam 10 pagi hingga 4 petang. Mesej tersebut akan terus menjadi respon kepada sesiapa yang memberi mesej pada waktu yang telah ditetapkan.

Greeting Message: Automatik mesej yang boleh ditetapkan kepada sesiapa yang pertama memberi mesej atau selepas 14 hari tiada aktiviti seperti yang ditunjukkan di gambar.

Quick Reply: Automatik masej berdasarkan kata kunci yang telah ditetapkan.

Sumber: <https://lernify.com/5-kelebihan-utama-whatsapp>



Catalogue

Catalogue manager merupakan satu bahagian yang mana peniaga boleh memaparkan produk jualan mereka beserta gambar, harga, perincian produk dan juga laman sesawang. Apabila pelanggan menekan gambar produk, pelanggan akan melihat penerangan produk yang lebih terperinci yang mana boleh memudahkan pelanggan untuk memilih produk yang bersesuaian dan menepati citarasa mereka.

Sumber: <https://lernify.com/5-kelebihan-utama-whatsapp>

Li Ka-shing: Sang Billionair Bergelar 'SUPERMAN'

Farhi Razali¹, Mohd Zailani Othman¹,
Irzan Ismail¹, Helmy Fadlisham Abu Hasan¹

¹Faculty of Business Management,
UNIVERSITI TEKNOLOGI MARA,
Bandaraya Melaka, Melaka Malaysia

*Email Penulis: farhi549@uitm.edu.my

Di Malaysia, ramai anak muda yang dah mula berniaga. Mungkin gara-gara fenomena Covid-19 yang melanda, menenggelamkan peluang menjana pendapatan untuk kelangsungan hidup. Kalau tidak sepenuh masa pun, ramai yang membuat duit 'tepi' melalui peluang ekonomi GIG seperti Foodpanda dan pemandu panggilan.

Baguslah! Mendapat hasil tangan sendiri lebih mulia daripada meminta-minta.

Pada usia muda, anda mampu membuat banyak kesilapan dan menggunakan ruang masa yang banyak untuk memperbaiki diri.

Jika anda ingin berusaha dengan lebih teratur lagi, menempuh perjalanan dunia usahawan yang mencabar, disarankan anda dengar nasihat daripada orang paling kaya Asia ini.

Beliau adalah Li Ka-shing. Pernah dengar? Google sahaja, beratus jawapan menanti.

Li Ka-shing Sudah Bersara

Untuk pengetahuan pembaca, Li Ka-shing telah pun bersara setelah berpuluh-puluh tahun membina empayar perniagaan bernilai puluhan bilion dolar. Pada 2018, beliau mengumumkan persaraan pada umur lebih kurang 89 tahun. Beliau tidak kenal erti penat lelah sepanjang perjalanan keusahawanan beliau.



Rajah 1 Li Ka-shing

Sumber : <https://www.newsweek.com/hong-kongs-richest-man-li-ka-shing-calls-it-day-848758>

Beliau seorang yang merendah diri dan memiliki perwatakan dan penampilan yang bersahaja. Beliau hanya menonjolkan gaya hidup sedikit mewah pada tahun-tahun akhir beliau sebelum bersara.

Hikayat hidup beliau sangat memberi inspirasi, daripada seorang penjual sabun ketul hingga pemilik perniagaan membina bangunan pencakar langit.

Sedikit Latar Belakang Li Ka-shing

Setakat semakan saya di halaman Forbes sebentar tadi, Li Ka-shing menduduki tempat ke 37 orang terkaya dunia dengan nilai bersih kekayaan sekitar USD34.8 bilion. Li Ka-shing merupakan pemegang saham Zoom. Siapa yang tidak tahu Zoom, bukan? Satu teknologi penting untuk persidangan atas talian, terutamanya ketika wabak Covid melanda. Saham itu dibeli oleh beliau dua tahun selepas Zoom dilancarkan, iaitu pada 2013 dengan jumlah pegangan sebanyak 8.6%. Pandemik Covid-19 melonjakkan nilai saham Zoom sehingga 399%. Susulan lonjakan ini, nilai pegangan beliau meningkat kepada USD11 bilion sekelip mata.

Li Ka-shing tidak sempat menamatkan persekolahan ketika berumur 15 tahun susulan kematian ayahnya. Walau bagaimanapun, beliau merupakan ulat buku. Ini berikutan pengaruh ayahnya yang merupakan guru yang mencintai ilmu. Beliau dilahirkan pada 29hb Julai 1928 di ChaoZhou, sebuah tempat di wilayah Guangdong, China.

Li Ka-shing memulakan alam pekerjaan sebagai buruh kasar di sebuah kilang plastik dan mencuba nasib sebagai jurujual dalam industri barangan plastik kemudiannya. Cerita lelaki paling kaya Asia ini adalah antara cerita usahawan hartawan berjaya yang paling awal mengetuk minda saya.

Sedikit Pelajaran daripada Li Ka-shing

Saya banyak terkesima dengan dengan cerita dan gaya berjimat dan bersederhana beliau. Terbukti ia memberi pelajaran yang menarik dalam hidup walaupun saya belum bergelar usahawan.

Walaupun kaya raya, Li Ka-shing merasa cukup dengan hanya memakai jam tangan Seiko yang dibelinya semasa awal berniaga dahulu. Beliau tidak bernaftu untuk memakai jam bernilai puluhan ribu, apatah lagi ratusan ribu, sekalipun beliau sangat mampu.

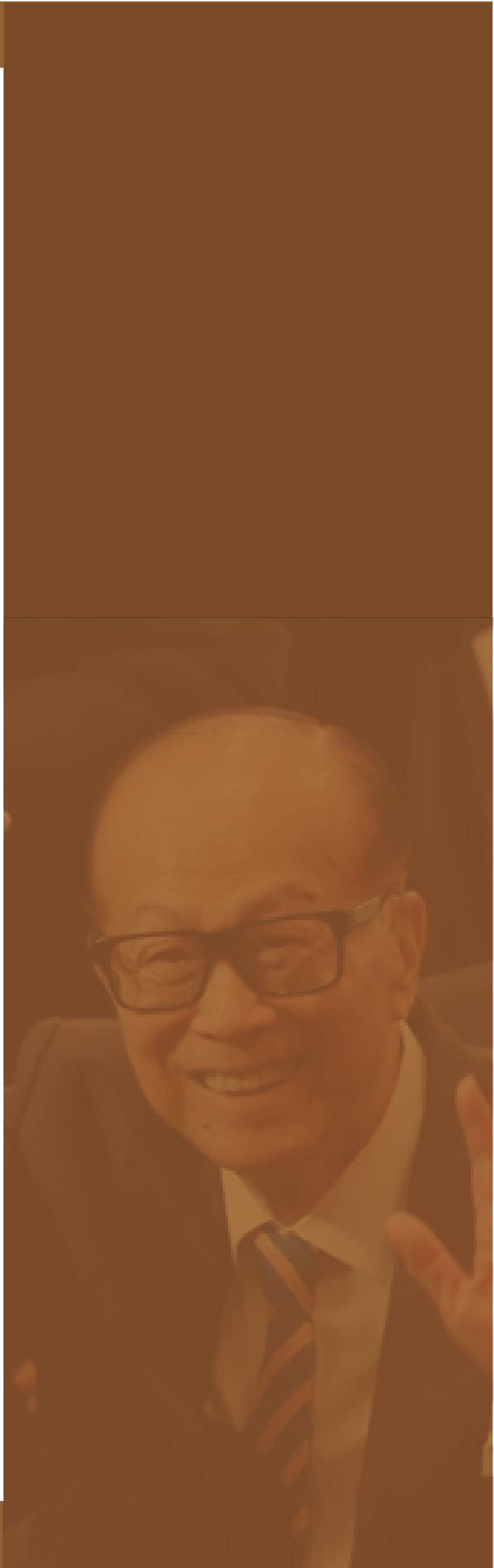
Saya rasa satu prinsip yang baik dapat diekstrak daripada tabiat bersederhana Li Ka-shing: Tidak semua perkara yang kita mampu dan boleh buat, maka kita mesti buat, kecuali ada keperluan di situ. Walaupun terlebih-lebih mampu untuk memakai jam ratusan ribu ringgit seperti Cartier, beliau hanya memilih Seiko, sebuah jenama yang saya rasa paling tinggi harganya yang pernah saya jumpa adalah sekitar RM5,000. Tidak lah 'low class' sangat, tapi tidak juga tahap kayangan melampau-lampau. Bukan kurang pun Li Ka-shing lantaran memakai seutas jam Seiko walaupun berstatus bilionair.

Mujur Li Ka-shing tidak diketahui ramai di Malaysia. Jika tidak, mungkin panggilan 'orang tua tahi hidung masin' antara nama jolokan yang bakal beliau dapat. Kalau tidak, masakan peribahasa 'biar papa asalkan bergaya' itu menjadi anutan sebilangan anak muda masakini. Bukankah tidak lama dahulu, kita dikejutkan dengan berita pelajar universiti sanggup berlapar makan maggi sambil kemaskini status menggunakan iPhone 6? Tepuk dada, tanya selera.

Setakat ini dahulu bicara taikun bergelar 'superman' ini, hingga bertemu di lain masa.

Rujukan

- [1] Who is Li Ka-shing? everything you need to know. Facts, Childhood, Family Life & Achievements. (n.d.). Retrieved January 3, 2023, from <https://www.thefamouspeople.com/profiles/li-ka-shing-6420.php>
- [2] Choi, E. (2018, March 20). Superman retires: 5 things you didn't know about Hong Kong tycoon Li Ka-shing. Tatler Asia. Retrieved January 3, 2023, from <https://www.tatlerasia.com/the-scene/people-parties/superman-retires-5-things-you-didn-t-know-about-hong-kong-tycoon-li-ka-shing>
- [3] Tech in Asia - connecting Asia's startup ecosystem. (n.d.). Retrieved January 3, 2023, from <https://www.techinasia.com/li-ka-shing-story>



Perniagaan di Rumah: Pemacu Pertumbuhan Ekonomi Negara

HJH NURNAZIRAH BT JAMADIN

Fakulti Pengurusan & Perniagaan (FPP), UiTM Samarahan, Sarawak

Koresponden emel: irah@uitm.edu.my

Dalam era digital ini, industri keusahawanan semakin berkembang dengan pesat. Salah satu tren yang semakin popular adalah perniagaan di rumah. Kebolehan untuk menjalankan perniagaan dari rumah telah memberikan peluang yang unik kepada usahawan untuk berkembang dan turut memberi sumbangan yang signifikan kepada pertumbuhan ekonomi negara.

Perniagaan di rumah membawa beberapa kelebihan yang dapat meningkatkan ekonomi serta memberi manfaat kepada usahawan dan masyarakat secara keseluruhannya. Antara manfaat utama adalah pengurangan kos operasi. Dengan menjalankan perniagaan di rumah, usahawan dapat mengelakkan kos sewa premis dan perbelanjaan lain seperti utiliti dan pengangkutan. Ini memberi peluang kepada usahawan untuk mengagih sumber secara efisien dan dapat memberi fokus kepada aspek penting perniagaan seperti pemasaran dan penyelidikan dan pembangunan produk. Penjimatan ini akan membantu meningkatkan keuntungan perniagaan serta memberi kesan positif kepada pertumbuhan ekonomi.

Selain itu, perniagaan di rumah juga memberikan fleksibiliti masa yang tinggi kepada usahawan. Mereka dapat mengatur jadual kerja sendiri, menjadikannya lebih mudah untuk menyesuaikan komitmen perniagaan dengan keperluan peribadi. Inovasi teknologi telah membolehkan usahawan berinteraksi dengan pelanggan dan rakan kongsi

melalui aplikasi dan platform atas talian. Kebolehan untuk menjalankan perniagaan dari rumah juga mampu memperluas geografi perniagaan dan membuka peluang pasaran baru. Ini membantu meningkatkan daya saing dan kepelbagaian ekonomi.

Tidak hanya itu, perniagaan di rumah juga memberi kesan positif kepada masyarakat setempat. Usahawan yang menjalankan perniagaan di rumah cenderung menggunakan perkhidmatan tempatan seperti pembekal bahan mentah dan perkhidmatan penghantaran. Ini membantu meningkatkan pendapatan dan kesedaran ekonomi tempatan serta memperkuat hubungan sosial di dalam komuniti. Perniagaan di rumah juga memberi peluang kepada individu suri rumah dan golongan yang sukar mendapat pekerjaan untuk menjana pendapatan tambahan dan meningkatkan taraf hidup mereka.

Di Malaysia, diantara contoh pelaksanaan perniagaan dari rumah yang dibenarkan oleh pihak penguatkuasa negeri adalah seperti kategori perkhidmatan yang merangkumi jahitan pakaian, gunting rambut, kursus dan konsultasi, bekam, urutan dan penjagaan selepas bersalin, pusat tuisyen, percetakan, kraftangan dan seni gubahan, seni kecantikan, fotografi dan sebagainya. Selain daripada itu kategori lain yang dibenarkan seperti barangan elektrik dan elektronik, kecantikan dan kesihatan, tekstil dan pakaian, perhiasan, barangan rumah serta pejabat, makanan dan minuman, aksesori kenderaan dan sebagainya. Walaubagaimanapun, sekiranya jika terdapat usahawan yang ingin menjalankan perniagaan dari rumah secara serius, mereka hendaklah merujuk kepada pihak autoriti tempatan masing-masing bagi mendapatkan kebenaran



Usahawan wanita Khairun Nisa Hamdi (37 tahun) disebelah kiri dan adiknya Aziemah Nabila Hamdi (26) aktif menjalankan perniagaan di rumah antaranya ialah penyediaan pelbagai makanan, katering, kek lapis dan kuih muih.

dari segi lesen dan permit. Perniagaan dari rumah juga memerlukan lesen dan permit dari pihak pengutakuasa tempatan bagi memastikan aktiviti yang dijalankan adalah sah di sisi undang-undang dan tidak mendatangkan kemudaratan kepada pihak kejiranan terdekat.



Dalam usaha meningkatkan ekonomi negara, penting bagi pihak berkuasa dan organisasi berkaitan untuk menyokong dan memudahkan perkembangan perniagaan di rumah. Pemberian bantuan kewangan, pelatihan keusahawanan, dan akses kepada maklumat serta infrastruktur yang berkaitan merupakan beberapa langkah yang dapat diambil. Selain itu, inisiatif untuk menggalakkan kesedaran tentang kebaikan perniagaan di rumah juga harus diperluaskan.

Perniagaan di rumah adalah salah satu sektor yang berkembang pesat dalam ekonomi negara. Kebolehannya untuk mengurangkan kos operasi, memberikan fleksibiliti masa, dan memberi manfaat kepada masyarakat menjadikan ia satu alternatif yang menarik kepada perniagaan tradisional. Dengan sokongan yang tepat, usahawan di rumah dapat terus berinovasi dan menyumbang kepada pertumbuhan ekonomi negara, mengukuhkan posisi Malaysia sebagai pusat keusahawanan yang dinamik.

*merupakan pandangan peribadi penulis

Diantara makanan dan nasi berlauk yang mendapat permintaan tinggi dari penduduk setempat melalui kaedah perniagaan "personal booking" yang dijalankan oleh Khairun Nisa Hamdi (37) dan adiknya Aziemah Nabila Hamdi (26) di rumah.



Usahawan wanita yang lebih mesra dikenali Puan Mot Kassim dikalangan pelanggan telah bergiat aktif berniaga dari rumah lebih dari 20 tahun.

Profil Usahawan Kira Farm: Pertanian Organik Bukan Sekadar Kebun Belakang Rumah

Umol Syamsyul Rakiman¹, Wan Maisara Wan Mohamad²

^{1,2} Department of Business Management, Universiti Teknologi MARA, Cawangan Perak, Kampus Tapah

*Email Penulis: umolsyamsyul@uitm.edu.my

Kaedah pertanian organik adalah salah satu kaedah pertanian yang semakin mendapat tempat di serata dunia termasuk Malaysia. Kaedah pertanian ini sebenarnya dikawal selia di peringkat antarabangsa dan dikuatkuasakan oleh banyak negara, berdasarkan piawaian ketat yang ditetapkan oleh International Federation of Organic Agriculture Movements (IFOAM). IFOAM adalah sebuah organisasi induk antarabangsa yang mengawal pertanian organik yang mula ditubuhkan pada tahun 1972. Pertanian organik bukanlah sekadar pertanian tanpa bahan kimia yang dilakukan di kebun belakang rumah. Ia memerlukan perubahan kepada banyak bahagian sistem pengeluaran tanaman dan ternakan seperti mengelakkan penggunaan racun perosak, kawalan rumpai dan teknik pengurusan nutrien. Petani organik perlu mengelakkan penggunaan racun perosak sintetik, baja sintetik dan antibiotik.

Kira Farm adalah salah sebuah contoh syarikat dari Malaysia yang mengusahakan pertanian organik. Kira Farm beroperasi di alamat Lot 1152, Jln Ulu Kalong, Kampung Ulu Kalong, 44300 Ulu Yam Bharu, Selangor. Kira Farm ialah perniagaan pertanian organik tempatan yang bertujuan untuk menjadikan hasil organik lebih mudah diakses oleh semua rakyat Malaysia, tanpa mengira latar belakang sosioekonomi. Misi Kira Farm adalah untuk menyediakan makanan yang selamat dan berkualiti premium pada harga yang berpatutan. Kira Farm diusahakan di atas tanah seluas dua ekar. Teknik pertanian yang diamalkan oleh Kira Farm adalah pertanian organik secara polikultur. Teknik polikultur adalah pertanian organik yang menanam pelbagai jenis tanaman untuk menjaga biodiversiti dalam ekosistem tanah, membina rintangan terhadap perosak, dan menawarkan kepelbagaian hasil tanaman kepada pengguna.



Rajah 1.1: Pasangan pengasas Kira Farm, Encik Abdul Kadir Bin Abd Wahab dan Puan Fakhirah Dato Roslan



Rajah 1.2: Tanaman Polikultur di Kira Farm

Kira Farm bukan sahaja bertekad untuk menyediakan bahan makanan, tetapi untuk menyediakan bahan makanan dengan cara yang paling selamat kepada manusia dan persekitaran. Syarikat ini tidak mengambil jalan pintas dengan menggunakan bahan kimia sintetik atau racun perosak sewaktu menanam makanan. Sebaliknya mereka mengambil pendekatan holistik iaitu dengan menghalau serangga melalui kaedah dan bahan semulajadi. Fokus syarikat ini adalah untuk mengembalikan nutrisi kepada tanah dalam menghasilkan kualiti penuaian setinggi mungkin. Hasil tanaman organik kurang mendapat sambutan ramai berikutan harga yang tinggi. Jadi, syarikat

ini mengambil kesempatan dengan menyediakan hasil tanaman dengan harga mampu milik antaranya dengan kaedah tidak menggunakan khidmat pengedar dan perantara. Sebaliknya menjual hasil tanaman secara terus kepada pengguna akhir. Kira Farm turut beroperasi dalam aplikasi yang diuruskan oleh tenaga kerja tempatan dan dipasarkan di media sosial. Ini adalah untuk memastikan kos rendah dan mengembangkan pengikut pertanian organik melalui ilmu dan pendidikan terus di ladang.

Matlamat utama Kira Farm adalah untuk mewujudkan ekosistem yang selamat dan pengeluaran makanan lestari di Malaysia. Dalam mencapai matlamat ini, pemeraksanaan dan pengaktifkan rangkaian ladang secara kecil-kecilan yang sentiasa bekerjasama adalah penting dalam membina bekalan makanan yang berdaya tahan dan berpanjangan. Kira Farm mahu menjadi contoh dan rujukan dengan bersikap jujur dalam benar-benar mengamalkan pertanian secara organik, pelaksanaan yang mampan, melabur dalam kesihatan tanah, kepelbagaian ekosistem dan berkongsi faedah itu bersama masyarakat setempat. Kira Farm diasaskan oleh pasangan suami isteri, Encik Kadir dan Puan Fakhirah. Encik Kadir telah mengambil



Rajah 1.3: Encik Kadir Sedang Menyembur Racun Serangga Semulajadi

mendidik kanak-kanak dari sekolah pekak, serta menjadi sukarelawan di Petrosains, KLCC. Pada masa sekarang beliau membantu Encik Kadir dalam pembangunan kandungan untuk media sosial Kira Farm.

Rujukan

Rujukan bagi tulisan ini adalah dari maklumat yang diberikan oleh Kira farm



Rajah 1.4: Pengunjung di Kira Farm Sedang Memetik Sendiri Hasil Tanaman di Kira Farm

ijazah sainsnya dalam Bioteknologi Tumbuhan daripada Universiti California Davis. Dia kemudian bekerja di ladang getah dan ladang sayur-sayuran selama lebih 7 tahun dan mengumpul pengalaman dalam amalan pertanian konvensional. Semangatnya untuk pengeluaran makanan selamat telah membawa kepada penubuhan Kira Farm pada 2019, yang diuruskan oleh beliau secara penuh.

Manakala Puan Fakhirah telah bergraduasi dari universiti yang sama iaitu Universiti California Davis dalam Ijazah Bioteknologi Haiwan dan minor dalam Kesusasteraan Inggeris. Beliau mempunyai minat yang mendalam untuk membangunkan komuniti tempatan, dan telah terlibat dalam

Pendapatan Surirumah: Perniagaan Dari Rumah Yang Menguntungkan

Wan Nurashikin Mahmood¹, Noor Affeeda Ramli¹, Siti Syamira Mohd Ramli¹

¹ Fakulti Pengurusan dan Perniagaan, UNIVERSITI TEKNOLOGI MARA, Raub, Pahang, Malaysia

Emel penulis: wnurashikin@uitm.edu.my

Dengan kewujudan perniagaan digital mampu untuk membantu para surirumah menjana pendapatan dari rumah. Pekerjaan seorang surirumah sekarang amatlah berbeza dengan dahulu. Dengan keadaan ekonomi yang kian mencabar, sebuah keluarga tidak boleh mengharapkan pendapatan dari satu pihak sahaja. Surirumah sekarang sudah bijak mencari peluang perniagaan dari rumah bagi menambah pendapatan isirumah dan juga mempunyai pendapatan sendiri. Kepelbagaian platform ruang niaga dalam talian memudahkan lagi surirumah menjana pendapatan di samping menguruskan hal anak dan rumahtangga.

Puan Nurul Shaedah Jiplidin, seorang surirumah dan pengusaha aiskrim Malaysia mulakan perniagaan selepas berkahwin dan mengikut suaminya menetap di bandar Raub. Nurul yang mempunyai empat orang anak menjalankan perniagaan ini kerana minatnya dalam perniagaan dan juga ingin membantu suaminya menambahkan pendapatan sekeluarga. Nurul telah menceburi perniagaan aiskrim Malaysia sejak empat tahun yang lalu setelah mendapati aiskrim ini masih mempunyai permintaan yang tinggi dan kurang persaingan di Raub.

Kini perniagaannya yang hanya dilakukan dari rumah mampu menjana pendapatan lumayan. Malahan produk jualannya semakin bertambah, permintaan produknya semakin meningkat dan meluas. Bukan hanya produk aiskrim Malaysia, Nurul juga mempelbagaikan produknya seperti dadih, aiskrim yogurt, dan lain-lain. Nurul tidak hanya menumpukan perniagaan di sekitar Raub sahaja malahan beliau meluaskan pasaran seperti di Kuala Lumpur dan Kuala Lipis. Beliau mampu menghasilkan 1,000 hingga 6,000



Pemilik Idaham Enterprise, Nurul Shaedah Jiplidin

batang aiskrim mengikut permintaan pelanggan dan juga menempatkan produknya di beberapa kedai sekitar Raub. Keberkesanan teknik pemasaran melalui platform terkini seperti WhatsApp, Tiktok, dan Instagram membolehkan Nurul menjana pendapatan bulanan sehingga ribuan Ringgit.

Sebagai seorang surirumah, beliau tidak mempunyai modal yang besar untuk memulakan perniagaan. Berbekalkan modal permulaan sebanyak RM 200, kini beliau mampu menjana pendapatan berlipat kali ganda. Walaupun perniagaan Nurul hanyalah dijalankan dari rumah, namun Nurul juga tidak terkecuali mendapat bantuan daripada beberapa agensi kerajaan seperti dari TEKUN, RISDA dan Amanah Ikhtiar Malaysia.



Justeru itu, kini terbukti surirumah kini boleh mencari pendapatan sendiri walaupun hanya berniaga dari rumah. Minat dan ilmu dalam perniagaan penting dalam kelangsungan untuk mencari pendapatan. Dengan kepelbagaian platform jualan dalam talian dan sosial media memudahkan seorang surirumah untuk menjalankan perniagaan. Malahan, surirumah juga boleh menjalankan perniagaan di rumahnya mengikut kesesuaian masa mereka dan kos operasi juga lebih murah. Seorang surirumah juga perlu bijak menguruskan masa bagi mengendalikan perniagaan dan rumahtangga. Dengan sokongan dari suami dan anak-anaknya, ianya mampu menaikkan semangat untuk meneruskan perniagaan ini.

Rujukan

- [1] <https://www.facebook.com/profile.php?id=100048656035384>
- [2] https://www.tiktok.com/@nurulshaedah?t=8YUPQf1E79u&_r=1