

ASPIRASI FPP

FAKULTI PENGURUSAN DAN PERNIAGAAN, UiTM NEGERI SEMBILAN, KAMPUS SEREMBAN

ISSN 2735-0525

EDISI 2, 2023



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

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

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

**Berniaga di
Usia Persaraan?**

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

ASPIRASI

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

Nur Fadhlina Zainal Abedin



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

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

Permulaan Perniagaan

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

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

Disebalik Nama Siti Khadijah

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

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

Cabaran yang Dihadapi dalam Perjalanan Kejayaan SK

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

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

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



Strategi Pemasaran yang Berjaya

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

1. Pemasaran Digital

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

2. Penampilan di Astro Go Shop

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

3. Iklan di Papan Pengiklanan

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

4. Vending Machine Telekung

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

5. Memperluaskan pasaran

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

Bantu Ekonomi Masyarakat

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

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





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

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

KESIMPULAN

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

