



UNIVERSITI TEKNOLOGI MARA (KELANTAN)

TRANSKRIP WAWANCARA BERSAMA
PUAN NUR FARAHIAH BINTI RAMLI
USAHAWAN

OLEH:

AHMAD ADHAM BIN MOHD SAIFI	2022812794
MOHAMMAD FAIEZ BIN MOHD ZUHARI	2022882118

PROJEK INI DIMAJUKAN KEPADA
FAKULTI PENGURUSAN MAKLUMAT CAWANGAN KELANTAN
BAGI MEMENUHI KEPERLUAN KURSUS
IMR 604 – PENDOKUMENTASIAN SEJARAH LISAN
SEMESTER 05 (OKT 2024 – FEB 2025)

TRANSKRIP WAWANCARA BERSAMA
PUAN NUR FARAHIAH BINTI RAMLI
USAHAWAN DAN PEMBANTU PENGURUS RS SERUNDING

OLEH:

AHMAD ADHAM BIN MOHD SAIFI	2022812794
MOHAMMAD FAIEZ BIN MOHD ZUHARI	2022882118

PROJEK INI DIMAJUKAN KEPADA
FAKULTI PENGURUSAN MAKLUMAT CAWANGAN KELANTAN
BAGI MEMENUHI KEPERLUAN KURSUS
IMR 604 – PENDOKUMENTASIAN SEJARAH LISAN
SEMESTER 05 (OKT 2024 – FEB 2025)

PENGHARGAAN

PENGHARGAAN

Dengan penuh rasa kesyukuran, kami ingin merakamkan setinggi-tinggi penghargaan kepada semua pihak yang telah memberikan sumbangan dalam menjayakan penyelidikan dan dokumentasi sejarah lisan RS Serunding ini. Projek ini tidak akan dapat direalisasikan tanpa sokongan, tunjuk ajar dan perkongsian ilmu daripada pelbagai individu dan organisasi yang sudi meluangkan masa serta berkongsi pengalaman mereka. Keikhlasan dan komitmen yang diberikan amat kami hargai dan menjadi dorongan utama dalam menyempurnakan usaha ini.

Ucapan terima kasih yang tidak terhingga kami tujukan kepada Ts. Nurulannisa binti Abdullah selaku pensyarah subjek IMR 604 Pendokumentasian Sejarah Lisan yang telah memberikan bimbingan, nasihat dan dorongan sepanjang perjalanan penyelidikan ini. Sokongan dan panduan yang diberikan amat membantu kami dalam memastikan dokumentasi ini dapat disusun dengan teratur serta berlandaskan kajian yang kukuh. Tidak dilupakan, penghargaan istimewa buat pihak RS Serunding yang telah sudi berkongsi maklumat berharga mengenai sejarah, perkembangan, serta cabaran yang mereka tempuhi dalam industri ini. Kesudian mereka untuk berkongsi cerita dan pengalaman bukan sahaja memperkayakan kajian ini, tetapi juga membuka mata kami terhadap warisan serta nilai tradisi dalam perniagaan serunding.

Kami juga ingin merakamkan terima kasih kepada keluarga, rakan-rakan, dan semua individu yang secara langsung atau tidak langsung telah memberikan dorongan, semangat, serta idea bernas sepanjang proses penyelidikan ini. Tanpa kepercayaan dan sokongan mereka, usaha ini tidak akan dapat dilaksanakan dengan baik. Semoga dokumentasi ini bukan sahaja menjadi rujukan berguna kepada generasi akan datang, tetapi turut memberikan inspirasi kepada mereka yang ingin mendalami sejarah serta kepentingan industri serunding di Malaysia.

ISI KANDUNGAN

ISI KANDUNGAN

PENGHARGAAN

ISI KANDUNGAN

ABSTRAK.....	2
BIODATA TOKOH.....	4
PENGENALAN.....	6
TRANSKRIP.....	8
BAHAGIAN 1: ASAL-USUL PERNIAGAAN SERUNDING.....	8
BAHAGIAN 2: PERKEMBANGAN PERNIAGAAN SERUNDING.....	15
BAHAGIAN 3: CABARAN DALAM PERNIAGAAN SERUNDING.....	20
BAHAGIAN 4: INOVASI DALAM PERNIAGAAN SERUNDING.....	24
BAHAGIAN 5: PASARAN DAN KEPENTINGAN PRODUK RS SERUNDING.....	30
BAHAGIAN 7: MASA DEPAN PERNIAGAAN RS SERUNDING.....	37
LAMPIRAN.....	41
LOG WAWANCARA.....	42
DIARI KAJIAN.....	50
SENARAI SOALAN.....	52
SURAT PERJANJIAN.....	56
GAMBAR.....	57
RUJUKAN.....	61
INDEKS.....	64

ABSTRAK

ABSTRAK

Kajian ini bertujuan untuk mendokumentasikan sejarah lisan RS Serunding, sebuah perniagaan serunding yang telah bertapak di Kampung Laut, Kelantan, sejak tahun 1985. Melalui wawancara bersama Puan Nur Farahiah Binti Ramli, kajian ini mengupas asal-usul perniagaan, faktor kejayaan, cabaran yang dihadapi serta inovasi yang diterapkan bagi mengekalkan keunikan produk. Resipi tradisional yang diwarisi terus dikekalkan manakala strategi pemasaran dan teknologi pengeluaran turut dipertingkatkan untuk memenuhi permintaan pasaran yang semakin berkembang. Namun, perniagaan ini masih berdepan cabaran seperti kenaikan harga bahan mentah, persaingan industri dan pensijilan halal untuk pasaran eksport. Usaha ini diharapkan dapat memberi gambaran menyeluruh mengenai kepentingan memelihara warisan makanan tradisional agar terus relevan dan mendapat tempat di pasaran tempatan serta antarabangsa.

Kata Kunci: *RS Serunding, makanan tradisional, inovasi, strategi pemasaran, cabaran masa depan.*

BIODATA TOKOH

BIODATA TOKOH



NAMA : Nur Farahiah Binti Ramli

UMUR :

TARIKH LAHIR :

TEMPAT LAHIR :

NAMA PASANGAN:

NAMA ANAK :

PENDIDIKAN : 1) Sekolah Kebangsaan Kampung Laut
2) Sekolah Menengah Kebangsaan Kampung Laut
3) UITM Shah Alam

PRODUK KELUARAN: Serunding Daging, Serunding Ayam & Serunding Ikan

PENGENALAN

PENGENALAN

Serunding adalah makanan tradisional Melayu yang sering menjadi pelengkap untuk hidangan utama seperti nasi, lemag, dan pulut. Di Kampung Laut, Tumpat, Kelantan, serunding telah lama dihasilkan sebagai salah satu makanan warisan yang diwariskan dari generasi ke generasi. RS Serunding merupakan antara perusahaan serunding yang berjaya mengekalkan keaslian resipi tradisional sambil menyesuaikan diri dengan perubahan zaman dan kehendak pasaran moden.

Kajian ini memfokuskan kepada sejarah penubuhan, perkembangan, cabaran, serta inovasi yang dilakukan oleh RS Serunding dalam memastikan kelangsungan perniagaan mereka. Bermula sebagai perniagaan kecil-kecilan di rumah pada tahun 1985, RS Serunding telah berkembang menjadi pengeluar serunding terbesar di Kampung Laut. Perjalanan perniagaan ini bukan sahaja mencerminkan semangat keusahawanan keluarga, tetapi juga usaha gigih mereka dalam mengekalkan kualiti dan rasa tradisional serunding.

Melalui temubual bersama Puan Nur Farahiah binti Ramli, penolong pengurus RS Serunding, pelbagai kisah menarik tentang perjalanan perniagaan ini telah didokumentasikan. Daripada cabaran mendapatkan bahan mentah sehinggalah strategi pemasaran di era digital, setiap pengalaman yang dikongsikan memberikan gambaran jelas tentang jatuh bangun perniagaan tradisional di tengah arus pemodenan.

Dokumentasi ini bukan sahaja bertujuan untuk merakam sejarah RS Serunding, tetapi juga sebagai rujukan bagi generasi akan datang yang ingin memahami lebih mendalam tentang industri serunding dan cabaran yang dihadapi dalam mengekalkan warisan makanan tradisional ini.

TRANSKRIP

TRANSKRIP

Rakaman ini berkisar tentang temubual bersama Puan Farahiah selaku penolong pengurus RS Serunding bertempat di Kampung Warisan Kampung Laut Tumpat Kelantan. Temubual ini merangkumi berkenaan dengan biodata Puan Farah sebagai penolong pengurus RS Serunding, Sejarah serunding di Kampung Laut dan juga berkenaan proses perniagaan RS Serunding yang berdiri hampir enam dekad sejak dari 1985.

Berikut merupakan hasil temubual yang dilakukan bersama Puan Nur Farahiah.

Petunjuk:

PNF: Puan Nur Farahiah

MF: Mohammad Faiez

BAHAGIAN 1: ASAL-USUL PERNIAGAAN SERUNDING

MF : Boleh puan beritahu secara ringkas berkenaan dengan maklumat diri puan?

PNF : Assalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh, saya Nur Farahiah binti Ramli pembantu kepada Encik Farhan (pengurus RS Serunding). Saya selaku adik kepada Encik Farhan Ramli, sebenarnya RS Serunding ni satu *family business* (perniagaan keluarga). Jadi maknanya daripada saya kecil saya pun dah di ajar selok belok daripada proses (serunding) sampailah ke peringkat jualan. Maknanya dah tengok (proses pembuatan serunding) daripada kecil lagi, cumanya saya sebelum betul-betul *hundred percent* (sepenuhnya) bekerja di RS Serunding ni, saya pernah bekerja di pejabat guaman. Saya *start* (bermula)

masuk RS Serunding ni sejak arwah mak saya sakit, jadinya kita orang (kami) adik-beradik ni *takeover* (ambil alih).

MF : Kita pergi ke soalan seterusnya, boleh puan ceritakan secara ringkas berkenaan sejarah penubuhan perniagaan RS Serunding ini?

PNF : RS Serunding ini ditubuhkan pada tahun 1985... dalam 39 tahun lah sekarang...jadi Encik Farhan *takeover* (ambil alih) RS Serunding pada tahun dia STPM (Sijil Tinggi Pelajaran Malaysia) tak silap saya. Jadi maknanya RS Serunding dah lama la.... Kalau di Kampung Laut ni ada yang lagi lama tapi yang paling lama tu dah tak buat dah (serunding) sekarang ni...mknanya yang paling lama dan masih *stay* (tetap) dalam *business* (perniagaan) serunding ni adalah RS Serunding la....jadi kalau nak dikira dalam Kampung Laut ni RS Serunding adalah yang terbesar dan paling lama.

MF : Maksudnya dia *start* (bermula) dengan RS Serunding baru wujud perniagaan serunding yang lain.

PNF : Yaa, orang lain pun dia takde kilang...macam yang ramai yang buat kat rumah la dan dia takde kilang la

MF : Soalan seterusnya, apakah faktor yang mempengaruhi pembukaan perniagaan RS Serunding ini?

PNF : *Okay (baiklah)*....pada tahun 1985 tu....masa arwah mak dapat idea untuk membuat serunding ni dia adalah penjual keropok....dulu Kampung Laut sebenarnya – sungai Kampung Laut tu adalah laut....dia sebenarnya kat sungai adalah laut jadinya pekerjaan utama penduduk Kampung Laut tu adalah nelayan...*okay* jadinya nelayan – bila ramai nelayan..... terfikir di situ macam mana nak buat makanan (yang) tahan lama untuk dibawa (oleh nelayan)....sebabnya nelayan ni bila ke laut dia dua tiga hari kat laut...haa jadinya suri-suri rumah ni fikir nak bekalkan makanan untuk suami-suami diorang tu yang pergi ke laut tu...makanan yang senang dibawa senang dimakan...disitulah tercetusnya idea nak buat serunding..dari situlah...

MF : Maksudnya serunding ni direka khas untuk para nelayan la maksudnya...kita nak bekalkan makanan yang boleh--

PNF : Senang dibawa haa tempoh lama la maksudnya..

MF : Soalan yang seterusnya, berapakah modal permulaan dalam membuka perniagaan ini?

PNF : *Okay*...pada tahun 1985 dulu...apa modal tu tak banyak pun....tak silap saya serratus ringgit (RM 100) masa tu macam dah besar sangat dah...sebab tahun

1985 tu memang tak macam sekarang lah...dulu hanya bermodalkan dengan dua biji kawah iaitu kawah besi je....satu untuk rebus satu lagi untuk proses menggoreng la...lepastu dengan sedikit kayu api lepastu takde *staff* (pekerja) lagi hanya arwah mak sahaja yang buat masa tu..itu sahaja yang kita guna untuk modal permulaan sebab masa tu kita baru nak test market...mula-mula buat untuk diri sendiri untuk *family* (keluarga) lepastu macam ada permintaan tinggi kita nak *test market* (cuba pasarkan) dulu tu je modal yang digunakan dulu..

MF : Kita pergi ke soalan seterusnya, adakah perniagaan ini bermula dari rumah ataupun terus membuka kilang?

PNF : Kita mula dari rumah dulu...kita buat dekat dapur je dulu dekat tepi rumah...semua proses dekat situ laa kita macam tutup pun dengan dinding zink je dulu.....lepastu dah makan tahun permintaan pun dah tinggi barulah kita buat... nak kata kilang tak laa tapi tempat proses khas la depan rumah tapi masa tu atas rizab tanah JPS (Jabatan Pengairan dan Saliran) tepi sungai..lepastu kat situ la kita buat apa macam bukan atas tanah sendiri tapi masa tu bila dah sorang *start* (bermula) buat atas rizaab tanah tu.....tapi dulu macam kerajaan okay buat je selagi tak mengganggu kerja-kerja diorang sampai ada pengambilan tanah untuk buat benteng banjir..

MF : Pastu lepas daripada itula baru *start* (bermula) buka kilang tu

PNF : Haa iye...kita makin besar-besar (berkembang).

MF : **Okay (baiklah)....kita ke soalan seterusnya...berapakah jumlah pekerja yang terlibat dalam pemprosesan serunding ini?**

PNF : *Okay (baiklah)...kita dekat RS Serunding ni kita dua department (bahagian) satu department tempat proses yang kedua tempat packaging (pembungkusan) la packaging dengan jualan....okay kalau dekat proses kita ada yang staf tetap dalam tiga orang.....packaging tujuh orang..macam dekat tempat proses tu yang saya cakap tadi tiga orang je yang tetap yang lain daripada tu kita hanya bagi upah..contohnya dapat upah tu apa bahagian kupas bawang--*

MF : Dia macam *part time* (separuh masa) la

PNF : Haaa iye...nak cakap *part time* tu setiap hari diorang datang tapi gaji diorang tu bukan apa orang cakap.....gaji diorang tu mengikut kuantiti yang kita guna haritu--

MF : Untuk proses serunding--

PNF : Iyeee...macam ada serunding kita buat setiap hari tapi kuantiti la yang berlainan sebab kita buat based on demand (mengikut permintaan semasa)...

MF : Soalan yang seterusnya...adakah RS Serunding hanya memfokuskan serunding sahaja bagi produk jualan?

PNF : Kita hanya fokus kepada serunding sahaja lah...yang lain-lain tu dia lebih kepada *vendor* (penjual)....

MF : Apakah bahan utama yang digunakan dalam pembuatan serunding?

PNF : Bahan utama semestinya kalau perasa daging daging la...yang kedua bahan yang banyak kita gunakan adalah santan...lepas tu kita guna cili-cili, bawang la...

MF : *So* (jadi) maksudnya dia contoh ada satu *flavour* (perasa) macam daging je ke atau ada *flavour* lain?

PNF : Kita ada empat jenis serunding yee...kalau serunding daging kita ada dua jenis...satu daging tempatan dengan daging import...yang ketiga ayam...keempat ikan la...

MF : Soalan seterusnya...adakah resipi pembuatan serunding berubah mengikut peredaran masa?

PNF : Kalau dari segi resepi daripada 1985 hingga sekarang kita masih mengekalkan...makna kita...misi kita nak kekalkan resepi dari segi rasa dengan kualiti tu tetap sama walaupun dah bertukar zaman dah generasi kedua...

MF : Soalan seterusnya...adakah RS Serunding ada menjadikan Syarikat pembuatan serunding yang lain sebagai *role model* (contoh) untuk mengembangkan perniagaan?

PNF : Ada jugak...kita kadang-kadang...macam kita pergi mana-mana kita tengok ouuhh dia buat macam ni...apa dari segi contohnya...maksud saya dari segi tempat proses ke dari segi penggunaan barangan...tapi kalau dari segi resepi kita kekalkan cuma dari segi apa susun atur untuk *attract* (menarik) *customer* (pelanggan)...dari segi jualan.....macam contoh sekarang jualan dalam *online* (atas talian) lebih tinggi daripada jualan terus di kedai...so (jadi) kita ambil pendekatan kita kena buat jualan *online*...macam tu la...

BAHAGIAN 2: PERKEMBANGAN PERNIAGAAN

SERUNDING

MF : Saban hari kita dapat melihat permintaan serunding bertambah meningkat dari hari ke hari...pada pendapat puan apakah faktornya?

PNF : *Okay* (baiklah)...kalau nak dibandingkan dari dulu sampai sekarang...permintaan serunding ni makin meningkat...faktor yang menyebabkan makin meningkat sebabnya kalau dulu serunding ni orang makan dengan nasi je...sekarang dah pelbagaikan macam mana serunding ni boleh dimakan selain dengan nasi...kita buat sebagai *topping* (perencah) pizza...kita makan dengan makanan lain macam kita nak ajar....apa bagi orang tengok maknanya serunding ni bukan apa boleh makan dengan nasi je..maknanya untuk *breakfast* (sarapan) kita boleh buat makan dengan roti untuk tengah hari kita boleh buat makan dengan nasi...okay kalau malam macam mana...kita boleh perkenalkan *which is* boleh makan dengan maggi ke...sebabtu permintaan makin meningkat maknanya serunding ni boleh dimakan dengan pelbagai cara--

MF : Pelbagai makanan lain--

PNF : Iyeee..

MF : Soalan seterusnya...adakah perubahan sosial mempengaruhi permintaan serunding?

PNF : Betul jugak....sebab sekarang ni kebanyakan orang dia kerja daripada pagi sampai malam...kadang-kadang petang maghrib baru sampai rumah penat nak masak....dia nak cari benda yang cepat *ready to eat* (cepat dimakan) jadi takpe masak nasi goreng ayam serunding dah ada sebagai perisa....macam sahur kan kita bangun lambat ke sahur takut tak sempat makan dengan nasi je...senang

MF : Soalan seterusnya... adakah media sosial memainkan peranan yang penting dalam mempromosikan produk RS Serunding?

PNF : Betul..media sosial memainkan peranan sangat penting....perkara yang paling penting sebab dia lebih cepat....Lepas tu dia mengembangkan dan boleh menghubungkan dengan....Mereka bukan dekat satu tempat sahaja Bila kita pos, semua orang boleh tengok Daripada semua library di negara lain pun boleh tengok.

MF : Boleh puan jelaskan tentang pasaran semasa produk serunding ini?

PNF : Pasaran semasa kita berada dekat *online* (atas talian)...dekat RS Serunding, kita sebenarnya walk in lagi ramai Berbanding dengan online sebabnya....dekat RS Serunding, kita dah mencipta nama hingga ke peringkat pelancongan dan apa nama kita dah ada dekat *tourism* (pelancongan)...maksudnya, setiap hari

Khamis, Jumaat, Sabtu, Ahad Kita akan menerima tujuan daripada pelancong-pelancong luar dengan bas.

MF : Pada pendapat puan, bagaimanakah produk serunding ini yang mana lebih dikenali sebagai produk makanan tradisional tetap mendapat sambutan pada masa ini?

PNF : Sebab serunding ini, walaupun ia makanan tradisional tapi ia boleh dimakan daripada pelbagai lapisan masyarakat, maknanya daripada kanak-kanak hingga dewasa hingga warga emas....bukan kata benda itu macam benda yang tak membahayakan untuk kanak-kanak...cuma kita buat pelbagai jenis serunding. Sebab setengah orang tak boleh makan lagi mungkin kita ada ayam-ayam kanmaksudnya tetap boleh makan serunding....lepas itu, macam saya cakap tadi serunding ini senang nak bawa ke mana-mana atau senang nak dihidangkan sebab dia dia tahan lama sebab itulah makanan serunding ini tetap kekal menjadi makanan tradisional yang perlu ada.

MF : Soalan yang seterusnya sejak daripada pengoperasian serunding ini apakah cabaran utama dihadapi oleh pihak puan?

PNF : Cabaran kita adalah dari segi kenaikan harga barang kekurangan bahan-bahan dan juga persainganbila persaingan kita banyak, ramai sudah tentu akan menjadi ada...yang mainkan harga dan risiko harga akan naik adalah macam RS

Serunding, kita tak boleh nak main harga kita tak boleh nak *follow* (ikut) orang walaupun orang boleh jual dengan harga murah, kita tak boleh sebab kita masih kekalkan resipi kita kuantiti yang kita gunakan walaupun kos bahan mentah meningkat kita tak kurangkan kuantiti yang kita gunakan....contoh macam sekarang ni santan mahal bila santan mahal, kita tak boleh nak kurangkan kuantiti santan dalam masakan kita kita tetap *maintainkan* (kekalkan) tapi kita terpaksa naikkan harga walaupun orang boleh jual dengan murah sebenarnya RS Serunding boleh jadi ada yang murah sangat dan ada yang jadi mahal sebab kadang-kadang kuantiti yang kita gunakan dari segi kuantiti bawang yang kita gunakan santan yang kita gunakan itu menjadi satu kelainan dan sikap rasa dan ketahanan serunding itu jadi.....setengah orang dia *aim* (capai) aku nak jual serunding ni murah sebab cepat habis bila dia nak jual dengan harga murah dia tak boleh gunakan kuantiti bahan yang macam RS gunakan dia terpaksa kurangkan contoh kalau daging yang dia gunakan nak guna *full* (penuh) daging akan jadi mahal jadi dia terpaksa campurkan dengan kerisik macam itulah jadi walaupun kita ada option untuk kurangkan harga kita tak gunakan benda macam itu kita tetap maintainkan resepi kita kita kekalkan kualiti dan rasa..

MF : Soalan seterusnya apakah strategi utama yang digunakan untuk mengekalkan kualiti produk yang dihasilkan oleh RS Serunding?

PNF : yang betul saya cakap tadi lah lepas tu kita kita masak dengan agak lama untuk kekalkan dia betul-betul tahan lama untuk dia tahan lama kita kena masak dia dengan lama lama dalam betul-betul masak betul-betul kering dengan kebersihan untuk kekalkan kualiti...

BAHAGIAN 3: CABARAN DALAM PERNIAGAAN

SERUNDING

MF : Adakah terdapat cabaran dalam mendapatkan bahan mentah?

Maksudnya dari segi pembekal atau vendor?

PNF : Macam sekarang....macam sekarang pun kita ada kesukaran dalam mendapatkan santan sebab kelapa susah nak dapat sekarang ni katanya kelapa tak menjadisantan itu dari segi kelapa dari segi santan kadang-kadang dari segi daging kadang-kadang ada juga susah sebab kadang-kadang kenaikan harga mendadak kan...macam contoh pasal pandemik dulu bila lockdown restoran tak boleh buka semua tak boleh jual kita kita menghadapi kesukaran untuk dapatkan daging sebab bila restoran semua tutup untuk kita dapatkannya daging itu....lembu tak boleh disembelih....sebab sebenarnya kita hanya menggunakan satu sahaja bahagian yang lain kita tak nak....jadi bila kita tak ambil bahagian lain orang sembelih lembu tu habis tu saya nak bagi kat siapa saya nak *supply* (bekalkan) kat siapa yang lebih empat lembu tadi sebab kedai restoran tak boleh buka jadi satu kesukaran lah untuk kita nak teruskan proses sedangkan *order* (tempahan) ada jadi cabaran kita kita terpaksa macam tu kedai ni kedai ni maksudnya ambil daripada pelbagai vendor jadi bila kita buat macam tu harga pun terlalu lain maksudnya kenaikan sebentar tadi yang telah menerangkan cabaran dalam mendapatkan bahan-bahan mentah...

MF : Apakah langkah yang digunakan oleh pihak RS Serunding untuk mengatasinya?

PNF : Macam saya cakap tadi kita kena bekerja keras sikit la catu-catu semua macam yang saya cakap tadi kita terpaksa bekerja keras sedikit lah kena pergi satu-satu kedai....bila ada kenaikan harga yang memandang tak macam ni contoh macam sebelum ni kita macam pula *supply* (bekalan) kita dengan orang ni bila kenaikan harga macam ni kita terpaksa bertandingkan *supply* yang lain untuk mendapatkan harga minim yang lain

MF : Apakah kaedah yang digunakan oleh RS Serunding untuk memasarkan produk jualan?

PNF : Selain yang pada walk-in ke kita online selain tu kita kita cuba cara perspektif kita naik turun pejabat sikit lah kita kena macam sebelum kita menjadi kepercayaan kepada pihak SUK...pejabat menteri besar bukan senang sebenarnya macam mana kita nak yakinkan orang yang produk kita ni antara yang terbaik bila kita dah ada kepercayaan pada mereka memang kerajaan akan order dengan kita lah untuk dibahagikan kepada adalah untuk mereka akan lain jabatan-jabatan lah.....lepas tu dari sikit untuk mendapatkan nama pihak tourism contoh macam sekarang bila pelancong datang ke kelantan mereka akan refer pada pihak pelancongan jadi bila dia bertanya di Kelantan apa yang di mana ini mereka akan ada nama untuk dapatkan *title* (gelaran) tu bukan senang sebenarnya..

MF : Selanjutnya dari hari ke hari cerita rasa masyarakat mungkin berubah sedikit demi sedikit jadi adakah puan bersetuju dengan pernyataan ini?

PNF : Kalau dari segi serunding ni mereka nak yang jenis kurang pedas...nak ekstra pedas dan nak yang rempah....macam serunding ni masa kita profesional ni kita guna tahap kepedasan tu satu level je....maknanya boleh guna kanak-kanak pun boleh makan di luar semua boleh makan....maknanya kita tak ada sebab serunding ni kalau kita buat pedas lama-lama nanti dia akan kurang pedas dia sendiri jadi tak menjadi masalah sangatlah untuk saya nak ikut cerita rasa tu sebab ni dia macam kita buat tengah-tengah sebab kalau dari segi *feedback customer* kalau dia kalau dia pergi rasa dekat tempat lain *customer*....dia lebih kepada dia bagitahu tempat lain lebih kepada manis jadi serunding ni sebenarnya dia tak boleh manis sangat dia kena ada pedas, pedas lama pun sambal kalau serunding ni sebenarnya kadang kadang kita banyak sambal.

MF : Berdasarkan jawapan puan tadi, apakah jaminan yang digunakan oleh RS Serunding untuk kekal relevan dalam pasaran makanan tradisional?

PNF : Macam kata tadilah saya cakap kita kena kekalkan dari segi rasa dan kualiti produk bila kita kekalkan bila *customer* makan tu betul-betul masih rasa macam dulu lepas tu dia tak ada jaminan dari pihak kita yang sebenarnya kita ni boleh tahan lama sesuai untuk *travel* (melancong) pun.....macam contoh macam

musim-musim banjir ni kita menggunakan makanan yang takkan lama dan senang dimakan banyaknya betul-betul dapat membantu seseorang tu dalam dari segi nak dapatkan makanan.

MF : Soalan seterusnya...bagaimanakah RS Serunding berdepan dengan kenaikan kos bahan mentah dari hari ke hari?

PNF : Kenaikan bahan mentah ni nak nak dari dulu memang banyak yang naik...mula-mula daging kemudian santan...ada saya dah bagitau tadi kita tak kurangkan bahan kita naikkan harga tapi sedikit demi sedikit...cumanya macam untuk menarik minat *customer* (pelanggan) kalau kita nak tetap orang beli serunding kita walau kita harga naik kita jual dengan harga *trial* (percubaan) packaging dapat dengan sepuluh ringgit orang boleh beli...jadi bila harga dah naik kita terpaksa kurangkan gram lah dalam packaging....

BAHAGIAN 4: INOVASI DALAM PERNIAGAAN

SERUNDING

MF : Kita seterusnya pergi kepada soalan berkaitan dengan inovasi dalam perniagaan RS Serunding...Soalan pertama adakah pihak RS Serunding menyediakan SOP (Standard Operation Procedure) dalam menginovasikan produk sedia ada untuk memenuhi keperluan pelanggan?

PNF : *SOP* itu yang penting dalam sesuatu perkara sebenarnya sebab dari situ kita apa dapat tengok apa yang kurang dari proses aliran kita..contoh macam dulu pada tahun 1985 hingga tahun 2006 tak silap say akita menggunakan kayu api..jadi untuk dapatkan sijil halal dari segi kebeRSihan produk kita...kita stop menggunakan kayu api kita guna dapur gas.*Okay* (baiklah) bila kita guna dapur gas itu adalah satu *upgrade* (perubahan) daripada kita orang.....lepastu kita daripada lepas rebus daging ke *step* (langkah) seterusnya masak rempah ...dari segi masak rempah kita menggunakan dapur gas...tiada dah kayu api...sebab dulu *famous* (terkenal) la buat dengan kayu api..macam benda ni tradisional tapi dari segi kebersihan untuk dapatkan...nak kata ikut *spec* (kriteria) yang betul-betul kebersihan kita tak lulus kalau kita guna kayu api..sebab dia ada pencemaran dekat situ...dari segi pencemaran udara dari segi sekitar kilang la..jadi lebih peada kotor la..macam dekat siling ada pencemaran apa semua..jadi pentingnya *SOP* tu dari satu step ke satu step dari segi kebersihan dalam kualiti kita punya produk.

MF : Soalan seterusnya... adakah pihak RS Serunding menganggap bahawa undang-undang makanan yang diperkenalkan menjadi satu beban? Maksudnya kena ada sijil halal apa semua adakah ia menjadi satu beban....

PNF : Sebenarnya...kalau dulu adalah terbeban juga tapi kalau macam sekarang....dulu kita pernah ada dapat sijil...tapi sekarang kita ditarik balik sijil kita sebabnya kekangan...dulu kita ada satu kilang yang mana...sebab kita dapat halal bila kita dah ikut *spec* (kriteria) kita apa dapat sijil halal..jadi sekarang kilang kita dah dirobokkan dan terpaksa pindah ke sini..bila pindah ke sini kita tengok keadaan kat sini pun tak ikut *spec* makna kita nak kena *renovate* (ubah suai)...lepastu bila fikir nak *renovate* tak muat...maksudnya dari segi kapasiti tak muat untuk *machine* (peralatan) kita semua..jadi terpaksa ada dua premis satu tempat proses satu kat sini tempat *packing* (pembungkusan)...jadi bila berasingan macam tu sijil halal ditarik balik sebab kita tak proses dan packing dalam satu premis....syarat dia adalah mesti semua proses dalam satu tempat..maksudnya dia ada flow daripada proses, packaging dan jual...barula dapat sijil halal...bila jadi macam ni agak susah la bila kita tak dapat sijil halal...kita tak boleh nak eksport produk kita keluar..contoh sekarang bukan setakat luar negara dalam Malaysia sendiri pun tak boleh seperti Sabah Sarawak memang tak boleh kalau tiada sijil halal.....sebabnya sebarang produk yang berasaskan haiwan ternakan kita perlu ada jaminan ada sijil daripada veterinary ataupun Halal la...kalau tak dapat memang tak boleh la...jadi terpaksa la menggunakan ejen sendiri ataupun kadang-kadang kita terpaksa mengeluarkan produk tu ke luar negara tapi kita takde sijil halal

diorang akan menggunakan sijil halal dia orang la...tapi takpela macam tu jela.....

MF : Soalan seterusnya...puan bagitahu ada inovasi contohnya penggunaan alat untuk memproses serunding itu..jadi adakah berlaku sebarang inovasi lain terutamanya dari segi produk jualan?

PNF : Jadi macam pertama yang kita guna adalah kayu api kita terus guna gas..lepastu guna mesin la tapi kita tetap menggunakan tenaga kerja jugak sebab mesin dia berpusing *non-stop* (tanpa henti)...jadi kita terpaksa lawan arus mesin tu untuk mencantikkan urat serunding...lepastu kemudian kita dari segi *sealer* (pengedap) untuk packaging dari dulu...saya masih ingat lagi arwah mak saya guna lilin je untuk *seal*....magnanya peredaran zaman benda tu makin canggih...lepastu kita menggunakan *sealer* yang macam tu [menunjuk dengan jari] yang tekan...tapi benda tu bila dah makin lama dah makin dapat sambutan...produk pun makin meningkat...dan tak boleh nak guna *sealer* tu..kita guna *sealer* yang baru ni...yang ni [menunjukkan mesin *sealer*] magnanya diinovasikan untuk memudahkan kerja untuk mempercepatkan proses..yang ni kita letak je tak guna tenaga sangat maksudnya mesin je yang buat...tapi dari segi walaupun kita dah upgrade tetap ada dari segi *maintenance* (penjagaan) dia la..

MF : Bagi pihak RS Serunding, adakah inovasi yang dilakukan mampu meningkatkan jualan produk?

PNF : Betul dapat meningkatkan jualan produk sebabnya kita mampu mengeluarkan produk kita dengan cepat...magnanya kita boleh ikut *due date* (tempoh masa) yang ditetapkan...

MF : Maksudnya boleh dikeluarkan dengan kuantiti yang banyak dalam masa yang cepat lah kan....

PNF : Iyee betul...

MF : Soalan seterusnya...adakah inovasi ini mampu menggabungkan rasa tradisional dan juga rasa moden?

PNF : *Okay* (baiklah)..dari segi rasa sama je memang sama....sebab saya pernah *compare* (membandingkan) dengan yang masak dengan kayu api guna kawah tembaga dan yang guna mesin yang dapur gas...dan saya tak bagitahu kepada *customer* (pelanggan) cara penggunaan dua-dua ni...saya just cuma suruh rasa ada perbezaan tak...mereka kata sama je dari segi tekstur pun sama magnanya benda tu tak memberi kesan la (kualiti rasa serunding)....

MF : Soalan seterusnya...adakah pihak RS Serunding memasarkan produk di peringkat global?

PNF : Ada cuma yang saya cakap tadi sejak kita ditarik balik sijil halal tu...kita terpaksa guna ejen yang ada sijil halal tu untuk bawa...maknanya bila nak guna sijil diorang kena *rebrand* (jenama semula) balik...maknanya *brand* (jenama) kita tak boleh guna sebab kita dah takde (sijil halal) ...tapi bagi saya *as long as* produk kita yang diambil takpe.

MF : Seperti yang puan katakan....boleh sebutkan beberapa kawasan atau negara yang terlibat?

PNF : Kita setakat ni dah sampai ke Indonesia, Thailand, Arab Saudi, Brunei dan Singapore...dan akan *Insyah-Allah* la kita akan perluaskan lagi....ada je haritu orang negara Turkey...tu pun kena diorang sendiri yang turun bawak (ke Turkey)

MF : Kita pergi soalan seterusnya... bagaimanakah inovasi yang dilakukan mampu menjamin kelangsungan permintaan terhadap serunding?

PNF : Sebab dia boleh mencepatkan...maknanya kalau *customer* (pelanggan) tu *order* (tempah) dengan kuantiti yang banyak....maknanya tiadalah kata saya tidak sempat masa kepada *customer* untuk panjang sikit...maksudnya kita boleh

buatkan (tempahan) dengan cepat mengikut *request* (permintaan) diorang (pelanggan) nak.

BAHAGIAN 5: PASARAN DAN KEPENTINGAN PRODUK RS SERUNDING

MF : Pada pendapat puan, pada pendapat puan, apakah strategi pemasaran yang berkesan untuk menaikkan produk RS Serunding?

PNF : *Okay* (baiklah)...kalau dari segi walk-in kita bagi *tester* (percubaan) dulu bersama dengan hidangan yang boleh menarik minat orang..contoh dengan ketupat, pulut, roti maknanya diorang nampak boleh makan dengan ni dengan ni...diorang (pelanggan) akan rasa nak beli tu salah satu...kalau dari segi jualan *online* kita buat dengan secara *live* (siaran langsung) ataupun buat *content* (video) yang menarik minat macam tu...

MF : Soalan seterusnya...seperti yang kita tahu kebanyakan generasi hari ini kurang meminati makanan tradisional termasuk serunding, apakah target yang dilakukan untuk menarik minat mereka supaya meminati serunding?

PNF : *Okay* (baiklah)...contoh sekarang kalau remaja sekarang dia suka makan *fast food* (makanan segera) macam piza...bila kita tengok orang suka makan piza sekarang ni...ni contohlah kita perkenalkan piza yang ditabur serunding dekat atas tu kita buat sebagai toping...lepastu maggi..kan kit selalunya pelajar-pelajar ni kan suka simpan maggi kan tengah-tengah malam ke...kita cakap serunding ni boleh makan dengan maggi...maknanya kita nak jugak tarik anak-anak muda ni supaya tak pinggirkan makanan-makanan tradisional ni...maknanya kita kena

pelbagaikan bagi idea kat diorang (anak-anak muda) macam mana nak menggunakan makanan tradisional tu dengan makanan zaman sekarang..

MF : Maksudnya menggabungkan rasa tradisional dengan rasa moden..

PNF : Haaaaa betul....

MF : Soalan yang seterusnya....adakah RS Serunding ada membuat kempen jualan di mana mana festival yang dianjurkan?

PNF : Ada...sebenarnya RS Serunding ni kita *independent* (sendiri) tau daripada tahun 1985 sampai sekarang kita *independent* kita takde terikat dengan mana -mana jabatan...tetapi kalau ada festival macam event jualan ke diorang akan contact kita cumanya kita tak berdaftar pun dengan diorang....RS ni *famous* (terkenal) dekat Kelantan boleh tak event buka booth contoh macam MAIK ke apa kan.....bawah FAMA ke.....saya pun cakap kita tak berdaftar dengan mana-mana jabatan tapi kalau nak diberi peluang boleh je...memang boleh tapi kita hanya join dengan jabatan-jabatan kerajaaan...macam event MAIK dia orang yang minta produk dengan kita untuk bawa untuk diorang jual...maknanya nanti orang akan bayar produk yang habis dijual sahaja...selebihnya diorang akan pulangkan balik la...

MF : Adakah kempen jualan ini memberikan kesan positif kepada perkembangan RS Serunding?

PNF : Adalah kesan positif memberikan kesan positif kepada perkembangan kebanyakan....adalah kesan positif sebab setengah orang yang tak pernah datang ke kedai kita....mereka boleh dapatkan mana-mana produk....orang yang tak pernah tengok serunding tak pernah tengok, tak pernah makan, tak pernah rasa, tak pernah cuba mereka dapat rasa dan tengok....sebab dari segi... dari kita di kampung macam tu lah orang dapat sikit-sikit kenal lah lama-lama, pernah nampak dalam branding dulu macam tu lah

MF : Dalam banyak media sosial, pada pendapat puan, yang mana yang paling efektif untuk memasarkan produk serunding? Boleh puan bagitahu sebab?

PNF : Sebab ya, pengguna Tik Tok lebih ramai dari kalangan golongan muda dan dewasa.....macam Facebook ni, dia lebih ramai daripada golongan dewasa dari warga emas.....Facebook dia lebih daripada warga emas....Tiktok lebih daripada pelbagai golongan....macam IG (Instagram), dia lagi ramai lebih terjumpa pada Tiktok.....macam contoh, anak-anak pun macam, dia jual serunding lah (dalam Tik Tok).

MF : Pada pendapat puan, apakah kepentingan produk serunding terhadap perniagaan dan juga ekonominya?

PNF : Sebabnya, dari segi, macam saya cakap tadi, dekat RS Serunding, dia ada *link* (hubungan) dengan pihak *tourisme* (pelancongan).....maksudnya, bila pelancong daripada dalam dan juga luar negara dia akan masuk ke negara serunding, dia akan bawa sini macam saya cakap tadi, walaupun negara-negara lain pun, dia tetap akan datang sini jadi, dari pihak *tourisme* ini lah, dia bawa pada kerajaan negeri...jadi, dari situ mendapatkan, meningkatkan ekonominya sebab, bila mereka dah rasa, dah beli mereka bawa balik dengan harga mereka.....akan ada dia akan bawa secara pukul, dia akan bawa balik contoh macam Brunei, di Brunei saya ceritakan sikit menteri besar, dia datang sini, dia bawa kawan dia dari Brunei dia datang, dia rasa dia beli lepas tu, dah balik, sebulan kemudian, datang orang Brunei saya dah pernah makan di sini dia cakap lah, siapa yang banyak kat dia dia pernah datang dengan menteri besar kat sini.....oh, maknanya, daripada menteri yang bawa kawan dia tu dia datang, dia borong tiga kotak seorang lagi lepas tu, dari sikit, bila kita buat macam mulai puasa, kita akan tiga kali ganda buat *production* (pembuatan).....dari segi, kita guna orang-orang kampung sekitar ni lah untuk buat *part-time* (separuh masa) kerja di mana, yang gunakan pekerjaan masa tu

MF : Adakah RS Serunding memberikan sumbangan kepada komuniti sejagat?

PNF : Ada, kita ada sediakan di kampung.....di mana, setiap pembelian, kita ada sediakan derma untuk orang kampung tu juga, kita akan gunakan untuk keperluan masa untuk mereka contohnya masuk sekolah....

BAHAGIAN 6: CABARAN GLOBAL DALAM PERNIAGAAN RS SERUNDING

MF : Soalan selanjutnya.....apakah cabaran utama dalam mengeksport produk RS Serunding?

PNF : Cabaran utama kita kalau nak eksport ke negara sebab kita tak ada sijil sebab kita tak ada ejen jadi, kita macam sampul contoh kalau kita bukan setakat keluarga nak utama sampai selama bila sampai ke klh sana barang tu terus kena dipos..... sebab kita tak ada sijil halal walaupun benda tu bukan makanan apa pun serunding je maksudnya kalau nak eksport pun kena rebrand sebab kita nak dapatkan sijil halal tu kita kena kuat sekarang kita dah ada kawasan cuma tunggu untuk buat kilang construction ni sebab kita macam saya cakap tadi ras runding ni kita seratus peratus *independent* (sendiri) sendiri kita letak jualan tu kita buat jualan tu dengan jualan *cash* (tunai)

MF : Soalan seterusnya seperti yang kita tahu setiap negara mempunyai budaya dan cara wujudnya tersendiri jadi bagaimana RS Serunding menyesuaikan produk jualan dengan budaya yang berbeza dari negara lain?

PNF : Contoh kalau yang pernah kita buat dalam negara luar contoh Turkey mereka kan makan macam bawang teh macam tu kan kita boleh tahu yang mereka sebenarnya boleh makan dengan budaya orang lain sebenarnya sesuai kita dengan orang lain buat sebagai domestik bukannya jadi *waste of time* kita cakap

kita tengok makanan orang tu apa jadi kita kita akan selitkan makanan harian mereka

MF : Adakah puan bersetuju bahawa pihak kerajaan memainkan peranan penting dalam menaikkan pasaran makanan tradisional di negara luar?

PNF : Contoh sekarangpun macam yang kita buat sekarang kalau kerajaan SUK (Setiausaha Kerajaan Kelantan) ataupun mereka sendiri bawa mereka yang memperkenalkan sana itu salah satu cara kerajaan membantu PKS lepas tu macam dia nak bantu macam contoh sekarang pun kalau ada tetamu VIP (Very Important Person) dari luar-luar dia akan buat penggunaan *handphone* (telefon bimbit) dalam tu hanyalah makanan tradisional Kelantan sahaja macam dodol serunding semua tu baguslah dia memperkenalkan makanan kita....lepas tu dari situ untuk peniaga kecil macam kami ni PKS (Perusahaan Kecil dan Sederhana) untuk jual secara *online* apa yang dia boleh berikan untuk *online data free* ke apa macam tu

MF : Apakah cabaran logistik yang dihadapi dalam eksport produk jualan diperingkat domestik dan juga global?

PNF : Macam saya cakap tadi lah makanan ni dia kena ada sijil halal dia kalau tak ada sijil halal memang akan ada masalah kalau ada keputusan memang akan lepas memang selalunya sebenarnya lepas tu semua cuma dia kalau dari segi untuk

hantar ke Singapura dia macam susah sikit saya tak tahu kenapa kalau dia tahu dia serunding kalau daging dia rakyat Singapura sendiri pun cakap ni kalau dekat *immigration* (kastam) kalau tak nampak dia serunding dia macam tak nampak dah terus tak tahu apa masalah dia dengan serunding tapi kan macam sebelum ni saya cuba buat kalau yang beli daging saya tambah lebihan....

BAHAGIAN 7: MASA DEPAN PERNIAGAAN RS

SERUNDING

MF : Adakah puan bersetuju bahawa pendidikan juga memainkan peranan yang amat penting dalam memajukan industri makanan tradisional?

PNF : Seperti serunding saya nak petik sebab dari segi pendidikan kita dapat mencari peluang untuk kita masuk promosikan produk kita kalau kita tak ada pendidikan kita tak tahu cara prosedur dia macam mana nak ikut *SOP* dia orang.....macam mana bukan saya nak merendahkan yang tak ada pendidikan macam yang tak ada pendidikan sebab yang tak ada pendidikan pun penting dari segi mengeluarkan produk macam kita nak suruh dia jaga sebenarnya macam mana kita nak jaga mesin tapi kalau yang tak ada pendidikan kita bolehlah ajar tapi itu makan masa.

MF : Apakah cabaran masa depan yang perlu pihak puan hadapi untuk meneruskan perniagaan RS Serunding?

PNF : Saya perlukan sebanyaknya *cash* (tunai) untuk saya bina balik kilang yang boleh dapatkan sijil halal kemudian untuk kita *fight* (lawan) balik dengan yang pesaing yang menjual harga murah macam mana kita nak yakinkan pada customer perbezaan yang harga murah dengannya kita sebab kita pun dah ada *brand* (jenama) sendiri kita dah ada nama kita tak boleh ikut diorang diorang

jual rendah kita pun nak jual rendah kita kena *maintainkan* (kekalkan) demi ekonomi kita.

MF : Pada pandangan puan adakah perniagaan makanan internasional seperti serunding mendapat tempat dalam pasaran ekonomi kita di pasaran online?

PNF : Dapat tempat tapi dengan cara kita kena ubah *packaging* (pembungkusan) kita dari segi pasaran *online* (dalam talian) *customer* (pelanggan) lebih tertarik dengan *packaging* kalau *packaging* kita Cuma diorang lebih tertarik kalau macam *packaging* biasa-biasa dalam pasaran online ni banyak pilihan macam mana kita nak menarik perhatian orang sebab *online* (dalam talian) ni diorang tak boleh nak rasa kalau yang walk-in diorang boleh rasa dulu baru tengok *packaging* kalau dari segi online diorang akan tengok rupa dulu rupa yang cantik tu dah diorang akan tengok dulu.

MF : Apakah langkah kerajaan yang patut diambil untuk menyokong perniagaan makanan untuk masuk dalam pasaran ekonomi?

PNF : Selalu buat campaign untuk *PKS* (perusahaan kecil dan sederhana) bagi kemudahan untuk *PKS* bagi kemudahan dari segi pinjaman untuk diorang....untuk modal diorang selalu memperkenalkan produk macam kerajaan peranan penting untuk memperkenalkan produk dengan negeri masing-masing

contoh macam Kelantan, Kelantan tu lah diorang kena *kau-kau* (habis-habisan) iklankan kena promote apa yang yang *famous* (terkenal) dekat Kelantan peranan penting untuk kerajaan untuk tolong PKS...

MF : Adakah terdapat sebarang kursus atau latihan berkala yang diberikan kepada pekerja RS Serunding?

PNF : Dari segi buatan ni macam setiap setahun memang dah diberi latihan latihan dari segi kebersihan dengan pihak kesihatan....dari segi ni sebab kita masih mengekalkan resipi yang *famous* (terkenal) jadi benda tu tak kita hanya bagi latihan dari segi kebersihan sahaja sebenarnya sebenarnya puan beritahu bahawa dekat RS ni kursus ataupun latihan diberikan kepada pekerja lebih mendekati kepada aspek kebersihan.

MF : Boleh puan jelaskan tentang kepentingannya terhadap mutu dan kualiti produk yang dihasilkan di RS Serunding?

PNF : Kalau kalau kilang kita bersih environment kita bersih produk pun akan bermutu tinggi.....akan berkualiti benda tu susah nak rosak semua apabila makanan tu pun akan berkualiti contoh selepas proses kerja tu selepas buat kerja dah siap proses macam saya cakap tadi selepas buat kerja dah siap proses kita siapkan semua tu dah siap dah bersih tak ada risiko untuk kurang (kualiti).

MF : Apakah harapan puan selaku pengurus RS Serunding terhadap masyarakat setempat dalam memajukan perniagaan RS Serunding?

PNF : Harapan saya kita semua walaupun makanan-makanan kita dah mengikut peredaran zaman kita dah era baru makanan tradisional tetap diutamakan *sebab* (kerana) makanan tradisional ini menjadi kebanggaan untuk negeri dan negara.

LAMPIRAN

LOG WAWANCARA

Ini merupakan ringkasan temu bual yang telah dijalankan oleh Mohammad Faiez bin Mohd Zuhari bersama penolong pengurus RS Serunding, Puan Nur Farahiah binti Ramli di RS Serunding Kg Laut Tumpat Kelantan. Temu bual ini membincangkan sejarah penubuhan, perkembangan perniagaan, cabaran yang dihadapi, strategi pemasaran, serta kepentingan serunding dalam industri makanan tradisional. Selain itu, turut dibincangkan inovasi yang dilakukan, peranan media sosial, serta cabaran dalam menembusi pasaran global. Log ini disediakan sebagai rujukan dalam kajian ini.

MASA	SUBJEK	NAMA/TEMPAT/RUJUKAN
BAHAGIAN 1 : ASAL-USUL PERNIAGAAN RS SERUNDING		
00:00:38	Boleh puan beritahu secara ringkas berkenaan dengan maklumat diri puan?	- Latar belakang - Peranan di RS Serunding
00:02:10	Boleh puan ceritakan secara ringkas berkenaan sejarah penubuhan perniagaan RS Serunding ini?	- Ditubuhkan 1985 - Perniagaan keluarga
00:03:27	Apakah faktor yang mempengaruhi pembukaan perniagaan RS Serunding ini?	- Keperluan makanan tahan lama untuk nelayan
00:04:58	Berapakah modal permulaan dalam membuka perniagaan ini?	- RM100 - Kawah besi - Kayu api

00:06:01	Adakah perniagaan ini bermula dari rumah ataupun terus membuka kilang?	<ul style="list-style-type: none"> - Bermula di rumah - Tempat khas selepas permintaan meningkat
00:07:33	Berapakah jumlah pekerja yang terlibat dalam pemprosesan serunding ini ?	<ul style="list-style-type: none"> - 3 orang pemprosesan -7 orang pembungkusan
00:08.51	Adakah RS Serunding hanya memfokuskan serunding sahaja bagi produk jualan?	<ul style="list-style-type: none"> - Serunding sahaja - Bergabung dengan peniaga kecil lain dengan menjual produk mereka di premis
00:09:03	Apakah bahan utama dalam pembuatan serunding?	- Daging, santan, cili, bawang
00:09:46	Adakah resipi pembuatan serunding berubah mengikut peredaran masa?	- Kekal sejak 1985
00:10:18	Adakah RS Serunding ada menjadikan Syarikat pembuatan serunding yang lain sebagai role model (contoh) untuk mengembangkan perniagaan?	- Dengan membuat lawatan dan penyelidikan berkaitan kaedah pemprosesan yang bersih dan cekap di perusahaan lain
BAHAGIAN 2 : PERKEMBANGAN PERNIAGAAN RS SERUNDING		
00:11.25	Saban hari, kita dapat melihat permintaan serunding bertambah meningkat dari hari ke hari, apakah faktornya?	- Pelbagai cara makan:topping pizza, roti, mi segera
00:12:15	Adakah perubahan sosial mempengaruhi permintaan serunding?	- Gaya hidup sibuk

		- Makanan sedia dimakan
00:13:30	Pada pendapat puan, adakah media sosial memainkan peranan yang penting dalam mempromosikan produk RS Serunding?	- Promosi: TikTok, Facebook
00:14:30	Boleh puan jelaskan tentang pasaran semasa produk serunding ini?	- Online & walk-in; pelancongan
00:15:30	Pada pendapat puan, bagaimanakah produk serunding ini tetap mendapat sambutan pada masa kini?	- Mendapat sambutan - Mendapat permintaan tinggi terutama dari kawasan luar
00:19:18	Sejak dari pengoperasian RS Serunding, apakah cabaran utama yang dihadapi oleh pihak puan?	- Kenaikan kos bahan mentah
BAHAGIAN 3 : ASAL-USUL PERNIAGAAN RS SERUNDING		
00:20:03	Adakah terdapat cabaran dalam mendapatkan bahan mentah?	- Cabaran dalam bersaing dengan perusahaan lain untuk dapatkan bekalan
00:21:53	Jika ya, apakah Langkah yang digunakan oleh pihak RS Serunding untuk mengatasinya?	- Cari pembekal alternatif
00:22:30	Apakah kaedah yang digunakan oleh RS Serunding untuk memasarkan produk jualan?	- Walk-in - Online - Live content

00:24:31	Dari hari ke hari, citarasa masyarakat mungkin berubah sedikit demi sedikit, adakah puan bersetuju dengan pernyataan di atas?	- Bersetuju sebab golongan muda lebih kepada gaya pemakanan makanan segera
00:26:16	Berdasarkan jawapan puan tadi, apakah jaminan yang digunakan oleh RS Serunding untuk kekal relevan dalam pasaran makanan tradisional?	- Kekalkan kualiti & rasa tradisional
00:27:32	Bagaimanakah RS Serunding berdepan dengan kenaikan kos bahan mentah dari hari ke hari?	- Membuat catuan dengan pembekal - Mencari pembekal di kawasan yang lain jauh dari kebiasaan
BAHAGIAN 4 : INOVASI DALAM PERNIAGAAN RS SERUNDING		
00:28:29	Soalan pertama adakah pihak RS Serunding menyediakan SOP dalam menginovasikan produk sedia ada untuk memenuhi keperluan pelanggan?	- Guna dapur gas - Mesin sealer
00:31:05	Adakah pihak RS Serunding menganggap bahawa undang-undang makanan yang diperkenalkan menjadi satu beban?	- Terbeban pada awal - Menjadi satu kelebihan seperti mempunyai sijil halal untuk eksport ke luar negara
00:36:48	Jadi adakah berlaku sebarang inovasi lain terutamanya dari segi produk jualan?	- Platform digital seperti media sosial

00:35:31	Bagi pihak RS Serunding, adakah inovasi yang dilakukan mampu meningkatkan jualan produk?	- Mampu sebab kecekapan teknologi menghasilkan produk dengan cepat
00:36:02	Adakah inovasi ini mampu menggabungkan rasa tradisional dan juga rasa moden?	- Mampu menggabungkan rasa dan kualiti rasa tetap sama dengan alatan moden
00:36:44	Adakah pihak RS Serunding memasarkan produk di peringkat global?	- Eksport melalui ejen
00:37:23	Boleh sebutkan beberapa kawasan/negara yang terlibat?	- Indonesia , Brunei, Sabah, Sarawak, Singapura, Thailand
00:38:06	Bagaimanakah inovasi yang dilakukan mampu menjamin kelangsungan permintaan terhadap serunding?	- Penghasilan yang cepat - Kecekapan dalam menyelesaikan pesanan pelanggan
BAHAGIAN 5 : PASARAN DAN KEPENTINGAN PERNIAGAAN RS SERUNDING		
00:39:00	Pada pendapat puan, apakah strategi pemasaran yang berkesan untuk produk RS Serunding?	- Tester - Live - Content video
00:39:53	Seperti yang kita tahu kebanyakan generasi hari ini kurang meminati makanan tradisional termasuk serunding, apakah target yang dilakukan untuk menarik minat mereka supaya meminati serunding?	- Memvariasikan penggunaan serunding dalam makanan lain

00:41:22	Adakah RS Serunding ada membuat kempen jualan di mana mana festival yang dianjurkan?	- Ada tetapi melalui agensi seperti MAIK dan FAMA
00:42:51	Adakah ini memberikan kesan positif kepada perkembangan RS Serunding?	- Memberi banyak positif terutama segi jumlah pesanan dan penghasilan produk
00:46:52	Dalam banyak media sosial, pada pendapat puan, yang mana yang paling efektif untuk memproses produk serunding? Boleh puan bagitahu sebab?	- Platform Tik Tok - Platform Facebook
00:44:26	Pada pendapat puan,apakah kepentingan produk selunding terhadap perniagaan dan juga ekonominya?	- Membuka peluang pekerjaan kepada penduduk setempat - Membantu komuniti untuk saling menaikkan ekonomi industri makanan tradisional
00:46:47	Adakah RS Serunding memberikan sumbangan kepada komuniti sejagat?	- Peluang kerja untuk penduduk setempat
BAHAGIAN 6 : CABARAN GLOBAL DALAM PERNIAGAAN RS SERUNDING		
00:47:58	Apakah cabaran utama dalam mengeksport produk RS Serunding?	- Tiada sijil halal
00:49:48	Antara produk yang dihasilkan di RS Serunding, apakah produk yang mendapat tempat di pasaran luar?	- Serunding daging serunding ayam serunding ikan
00:51:12	Adakah puan bersetuju bahawa pihak kerajaan memainkan peranan penting dalam	- Kerajaan perlu membantu perusahaan kecil bagi

	menaikkan pasaran makanan tradisional di negara luar?	meluaskan produk melalui agensi seperti FAMA
00:53:34	Soalan yang seterusnya adakah RS Serunding yakin bahawa boleh bersaing dengan makanan tradisional lain?	- Yakin dengan strategi pemasaran yang berkesan seperti pemasaran atas talian
BAHAGIAN 7 : MASA DEPAN PERNIAGAAN RS SERUNDING		
00:57:16	Adakah puan bersetuju bahawa pendidikan juga memainkan peranan yang amat penting dalam memajukan industri makanan tradisional	- Bersetuju sebab pendidikan boleh membuatkan seseorang itu mahir dalam mengendalikan pemprosesan produk dengan cekap
00:58:25	Pada pandangan puan adakah perniagaan makanan internasional seperti serunding mendapat tempat dalam pasaran ekonomi kita di pasaran online?	- Dapat permintaan dari luar negara seperti Indonesia, Brunei dan Singapura
00:59:05	Pada pendapat puan, apakah langkah kerajaan yang patut diambil untuk menyokong perniagaan makanan tradisional untuk masuk dalam pasaran ekonomi digital?	- Memberi bantuan percuma kepada PKS
01:00:31	Adakah terdapat sebarang kursus atau latihan berkala yang diberikan kepada pekerja RS Serunding?	- Latihan kebersihan
01:01:41	Apakah harapan puan selaku pengurus RS Serunding terhadap masyarakat setempat	- Kekalkan makanan tradisional sebagai kebanggaan negara

	dalam memajukan perniagaan RS Serunding?	
--	---	--

DIARI KAJIAN

MASA	TARIKH	PERKARA	TINDAKAN
8:00 pagi	14 Oktober 2024	Perbincangan awal	Membuat perbincangan awal mengenai kajian yang akan dijalankan. Membuat pemilihan tokoh mengikut kesesuaian.
	15 Oktober 2024	Perbincangan	Berbincang dan bertanya pendapat dengan pensyarah mengenai tokoh yang dipilih.
10:00 pagi	18 Oktober 2024	Menghubungi tokoh	Menetapkan tarikh yang sesuai untuk mengadakan sesi temubual
9:00 malam	19 Oktober 2024	Penyediaan soalan temubual	Menyediakan 100 soalan untuk ditemubual dengan tokoh.
8:00 pagi	11 November 2024	Semakan soalan temubual	Membuat semakan soalan-soalan temubual dengan pensyarah dan membuat pembetulan jika terdapat soalan yang perlu diperbaiki atau ditambah baik.

3:00 petang	6 Disember 2024	Menghubungi tokoh	Memastikan tokoh membuat persediaan untuk sesi temubual yang akan berlangsung lagi 5 hari.
10:00 pagi	11 Disember 2024	Sesi temubual berlangsung di Kilang Pemprosesan RS Serunding di Kampung Laut, Tumpat Kelantan.	Menerangkan kepada tokoh tentang topik yang akan dibincangkan. Merekod perbualan bersama tokoh.

9:00 pagi	30 Disember 2024	Penyediaan transkrip	Menulis transkrip temubual bersama tokoh berdasarkan video rakaman.
2:00 petang	29 Januari 2025	Semakan transkrip	Membuat semakan transkrip untuk kali terakhir.
11:30 malam	31 Januari 2025	Penghantaran transkrip	Menghantar transkrip kepada pensyarah melalui Google Classroom.

SENARAI SOALAN

BAHAGIAN 1 : ASAL-USUL PERNIAGAAN RS SERUNDING

1. Boleh puan beritahu secara ringkas berkenaan dengan maklumat diri puan?
2. Boleh puan ceritakan secara ringkas berkenaan sejarah penubuhan perniagaan RS Serunding ini?
3. Adakah faktor yang mempengaruhi pembukaan perniagaan RS Serunding ini?
4. Berapakah modal permulaan dalam membuka perniagaan ini?
5. Adakah perniagaan ini bermula dari rumah ataupun terus membuka kilang?
6. Berapakah jumlah pekerja yang terlibat dalam pemprosesan serunding ini ?
7. Adakah RS Serunding hanya memfokuskan serunding sahaja bagi produk jualan?
8. Adakah bahan utama dalam pembuatan serunding?
9. Adakah resipi pembuatan serunding berubah mengikut peredaran masa?
10. Adakah RS Serunding ada menjadikan Syarikat pembuatan serunding yang lain sebagai role model (contoh) untuk mengembangkan perniagaan?

BAHAGIAN 2 : PERKEMBANGAN PERNIAGAAN RS SERUNDING

1. Saban hari, kita dapat melihat permintaan serunding bertambah meningkat dari hari ke hari, apakah faktornya?
2. Adakah perubahan sosial mempengaruhi permintaan serunding?
3. Pada pendapat puan, adakah media sosial memainkan peranan yang penting dalam mempromosikan produk RS Serunding?
4. Boleh puan jelaskan tentang pasaran semasa produk serunding ini?
5. Pada pendapat puan, bagaimanakah produk serunding ini tetap mendapat sambutan pada masa kini?

6. Sejak dari pengoperasian RS Serunding, apakah cabaran utama yang dihadapi oleh pihak puan?

BAHAGIAN 3 : ASAL-USUL PERNIAGAAN RS SERUNDING

1. Adakah terdapat cabaran dalam mendapatkan bahan mentah?
2. Jika ya, apakah langkah yang digunakan oleh pihak RS Serunding untuk mengatasinya?
3. Apakah kaedah yang digunakan oleh RS Serunding untuk memasarkan produk jualan?
4. Dari hari ke hari, citarasa masyarakat mungkin berubah sedikit demi sedikit, adakah puan bersetuju dengan pernyataan di atas?
5. Berdasarkan jawapan puan tadi, apakah jaminan yang digunakan oleh RS Serunding untuk kekal relevan dalam pasaran makanan tradisional?
6. Bagaimanakah RS Serunding berdepan dengan kenaikan kos bahan mentah dari hari ke hari?

BAHAGIAN 4 : INOVASI DALAM PERNIAGAAN RS SERUNDING

1. Soalan pertama adakah pihak RS Serunding menyediakan SOP dalam menginovasikan produk sedia ada untuk memenuhi keperluan pelanggan?
2. Adakah pihak RS Serunding menganggap bahawa undang-undang makanan yang diperkenalkan menjadi satu beban?
3. Jadi adakah berlaku sebarang inovasi lain terutamanya dari segi produk jualan?

4. Bagi pihak RS Serunding, adakah inovasi yang dilakukan mampu meningkatkan jualan produk?
5. Adakah inovasi ini mampu menggabungkan rasa tradisional dan juga rasa moden?
6. Adakah pihak RS Serunding memasarkan produk di peringkat global?
7. Boleh sebutkan beberapa kawasan/negara yang terlibat?
8. Bagaimanakah inovasi yang dilakukan mampu menjamin kelangsungan permintaan terhadap serunding?

BAHAGIAN 5 : PASARAN DAN KEPENTINGAN PERNIAGAAN RS SERUNDING

1. Pada pendapat puan, apakah strategi pemasaran yang berkesan untuk produk RS Serunding?
2. Seperti yang kita tahu kebanyakan generasi hari ini kurang meminati makanan tradisional termasuk serunding, apakah target yang dilakukan untuk menarik minat mereka supaya meminati serunding?
3. Adakah RS Serunding ada membuat kempen jualan di mana mana festival yang dianjurkan?
4. Adakah ini memberikan kesan positif kepada perkembangan RS Serunding?
5. Dalam banyak media sosial, pada pendapat puan, yang mana yang paling efektif untuk memproses produk serunding? Boleh puan bagitahu sebab?
6. Pada pendapat puan,apakah kepentingan produk selunding terhadap perniagaan dan juga ekonominya?
7. Adakah RS Serunding memberikan sumbangan kepada komuniti sejagat?

BAHAGIAN 6 : CABARAN GLOBAL DALAM PERNIAGAAN RS SERUNDING

1. Apakah cabaran utama dalam mengeksport produk RS Serunding?
2. Antara produk yang dihasilkan di RS Serunding, apakah produk yang mendapat tempat di pasaran luar?
3. Adakah puan bersetuju bahawa pihak kerajaan memainkan peranan penting dalam menaikkan pasaran makanan tradisional di negara luar?
4. Soalan yang seterusnya adakah RS Serunding yakin bahawa boleh bersaing dengan makanan tradisional lain?

BAHAGIAN 7 : MASA DEPAN PERNIAGAAN RS SERUNDING

1. Adakah puan bersetuju bahawa pendidikan juga memainkan peranan yang amat penting dalam memajukan industri makanan tradisional
2. Pada pandangan puan adakah perniagaan makanan internasional seperti serunding mendapat tempat dalam pasaran ekonomi kita di pasaran online?
3. Pada pendapat puan, apakah langkah kerajaan yang patut diambil untuk menyokong perniagaan makanan tradisional untuk masuk dalam pasaran ekonomi digital?
4. Adakah terdapat sebarang kursus atau latihan berkala yang diberikan kepada pekerja RS Serunding?
5. Apakah harapan puan selaku pengurus RS Serunding terhadap masyarakat setempat dalam memajukan perniagaan RS Serunding?

GAMBAR



Lokasi RS Serunding Enterprise di Kampung Laut, Tumpat Kelantan



Produk keluaran RS Serunding Enterprise

RUJUKAN

RUJUKAN

BERITA Mediacorp. (2019, May 10). Pengusaha serunding tidak menang tangan penuh permintaan pelanggan jelang Aidilfitri. *BERITA Mediacorp*. <https://berita.mediacorp.sg/dunia/pengusaha-serunding-tidak-menang-tangan-penuhi-permintaan-177296>

Elk consulting. (n.d.). *ELK Consulting Malaysia – PhD and Master’s Research assistance*. Elk Consulting. https://www.elkconsulting.com.my/?gad_source=1&gclid=EAJaIQobChMI7vTlx9CsiwMVv6JmAh1vuz15EAAYASAAEgLL-PD_BwE

RS serunding, Kampung Laut. (n.d.). *Foursquare*. <https://id.foursquare.com/v/rs-serunding-kampung-laut/58abba7d102f472e5f0932bf>

Sakinah. (2021, April 30). *Cara mempromosikan makanan tradisional*. Site Title. <https://caramempromosikanmakanantradisional.car.blog/2021/04/30/cara-mempromosikan-makanan-tradisional/>

SERUNDING HAJJAH RAMLAH SALLEH | KAMPUNG LAUT, KELANTAN. (n.d.). Dboystudio. <https://www.dboystudiomy.com/2016/12/serunding-hajjah-ramlah-salleh-kampung.html>

Serunding tradisi Turun-Temurun laku sepanjang tahun. (n.d.). BERNAMA. <https://www.bernama.com/bm/news.php?id=1731708>

- Syed. (n.d.). *JALAN-JALAN PANTAI TIMUR - RS SERUNDING ENTERPRISE*.
<https://agarakutidaklupa.blogspot.com/2015/08/jalan-jalan-pantai-timur-rs-serunding.html>
- Umum, P. (2022, January 11). *Pemupukan perpaduan keluarga Malaysia melalui kepelbagaian makanan tradisional*. SOLIDARITAS.
<https://solidaritas.my/pemupukan-perpaduan-keluarga-malaysia-melalui-kepelbagaian-makanan-tradisional/>
- Unknown. (n.d.). *Pengumpulan Data dalam Kajian Tindakan*.
<https://lieydy22.blogspot.com/2015/04/pengumpulan-data-dalam-kajian-tindakan.html>
- Wmkfirdaus. (2015, March 2). *Pengumpulan data kualitatif* [Slide show]. SlideShare.
<https://www.slideshare.net/slideshow/pengumpulan-data-kualitatif-45310436/45310436>
- Zailan, A. (2021, November 2). *5 Strategi Pemasaran Dalam Talian Terbaik untuk PKS*. Borong.
<https://pages.borong.com/5-strategi-pemasaran-dalam-talian-terbaik-untuk-pks/>

INDEKS

INDEKS

- Abstrak 6,7,8
- Akademik 4,8,12
- Asal-usul 6,8,14,39,41
- Bahan mentah 8,12,23,25,41,42
- Biodata 6,9,10,14
- Budaya 32,33
- Cabaran 32,33,34,39,41,44
- Citarasa 40,41
- Data 12,14,17,24,32,33,57
- Digital 12,45
- Dokumentasi 1,2,4,8,12
- Domestik 33,34
- Ekonomi 31,32,35,44,45
- Eksport 8,27,32,33,34,44
- Ejen 27,28,32,43
- Faktor 8,15,19,39,40
- Fakulti 1,2
- Global 28,32,34,39,43,44
- Gaya hidup 40,41
- Generasi 4,12,18,30,43
- Halal 8,26,29,33,34,35,44
- Hasil 12,14,21,36,44
- Kajian 12,39,47,57
- Kesan 28,29,31,43,44
- Keusahawanan 12,30
- Kualiti 12,18,22,25,26,28,36,42
- Logistik 34,35,36
- Latihan 36,45
- Luaran 8,10
- Makanan 45,56,57
- Modal 16,35,39
- Maklumat 4,14,39
- Media sosial 20,31,39,41,44
- Nasional 35,45
- Operasi 21,41
- Pemasaran 8,12,39,43,57
- Perkembangan 40,44
- Perniagaan 40,41,42,43,44,45
- Resipi 21,36,40
- Rujukan 12,39,55,56
- Rekod 48,49
- Serunding 18,19,20,21,23,24,25,27,
28,29,35,36,39,40,45,48
- Sijil 8,15,26,27,34,35,44

Hubungan 32,33
Harga 21,23,25,32,35
Inovasi 27,28,29,39,42,43
Industri 34,39,45
Isu 4,12
Jenama 29,30,35
Jualan 14,17,18,24,27,28,40,41,42,43,44
Justifikasi
Jabatan 16,24,30,31
Jaminan 25,27,42
Strategi 8,12,39,43,57
Standard 26,27,28
Tradisional 8,12,20,25,26,28,30,33
34,36,38,39,42,45,56
Teknologi 1,8
Tempoh 16,28
Usahawan 1,2,12
Undang-undang 26,42
Unit 32,44
Vendor 17,23
Wawancara 6,8,39
Zaman 12,18,27,30,36