

ASPIRASI FPP

FAKULTI PENGURUSAN DAN PERNIAGAAN, UiTM NEGERI SEMBILAN, KAMPUS SEREMBAN

eISSN 2735-0509

EDISI 2, 2020



Macau Scam

Apa yang boleh
kita pelajari?

**Kenali
Personaliti Diri**

**SAMBAL BELACAN
DAPUR IBU**
Kekuatan Perniagaan
Keluarga

GAMER & YouTuber
Jutawan Milenial
di Dunia Digital

5 IDEA
PERNIAGAAN 2020

ASPIRASI FPP

Edisi 2, 2020

Diterbitkan oleh:

Universiti Teknologi MARA (UiTM)
Cawangan Negeri Sembilan
Pekan Parit Tinggi, 72000 Kuala Pilah
Negeri Sembilan, MALAYSIA
Tel : 606-4832100, Faks : 606-4842449

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

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

eISSN : 2735-0509

Perpustakaan Negara Malaysia

Majalah ini diterbitkan dua kali setahun

©2020 Hakcipta Terpelihara

Isi

Nota Editor

1 Aspirasi

Sambal Belacan Dapur Ibu: Bukti Kejayaan Perniagaan Keluarga

6 Pengurusan dan Strategi

Kepuasan Pelanggan vs Kegembiraan Pelanggan. "Customer Satisfaction vs Customer Delight". Definisi dan Konsep



1

11 Kepimpinan

Tips Menjadi Pemimpin Hebat Dalam Perniagaan

16 Pembangunan Diri

Kenali Personaliti Diri

20 Ekonomi

Cabarani Kerjaya Ekonomi Gig Dalam Industri Pekerjaan Di Malaysia



34

25 Idea Perniagaan

5 Idea Perniagaan 2020

29 Kewangan dan Pelaburan

Pelaburan Dalam Sukuk Prihatin Sebagai Langkah Pemulihian Ekonomi Negara Tahun 2020



49

34 Media Sosial

Gamer % Youtuber: Jutawan Milenial di Dunia Digital

38 Teknologi

Teknologi Dalam Perniagaan

42 Umum

Pelajar & Perniagaan

45 Penulis Jemputan

Macau Scam: Apa yang boleh kita pelajari?

49 Pencapaian Fakulti



20



Nota Editor

SIDANG REDAKSI

Penaung

Prof. Dr. Yamin Yasin

Penasihat

Prof. Madya Dr. Abdul Halim Ramli

Dr. Noorlis Ahmad

Pengerusi

Dr. Wan Normila Mohamad

Ketua Editor

Nur Fadhlina Zainal Abedin

Editor

Nooraza Tukiran

Nurhanani Aflizan Mohamad Rusli

Dr. Wan Normila Mohamad

Tengku Sharifeleani Ratul Maknu Tengku

Sulaiman

Setiausaha

Dr. Jamilah Mohd Mahyideen

Hafisah Yaacob

Hilwana Abd Karim

Kewangan

Mohd Elfee Ab Rashid

Penerbitan

Dr. Nurazilah Zainal

Penyunting Bahasa

Nur Alia Amirnordin

Maziah Mohamed Arif

Iskandar Ariffin

Zaidatul Husna Mohd Isnani

Reka Bentuk & Grafik

Nur Fadhlina Zainal Abedin

Komunikasi

Zarifah Fadilah Ramli

Norhaniza Md Akhir

Percetakan

Habsah Kasim

Bashir Ahmad Shabir Ahmad

Kisah muka depan pada edisi kali ini sengaja mengetengahkan kejayaan industri kecil dan sederhana yang dekat dengan masyarakat kita. Perusahaan hasil kesepakatan dan sokongan keluarga ini berpotensi memberi aspirasi kepada orang ramai khususnya bakal-bakal peniaga yang ingin bermula dengan skala kecil dan sederhana.



Bukan mudah mengendalikan perniagaan keluarga dan diberi tanggungjawab untuk mengembangkan perniagaan sehingga ke pasaran luar negara. Apa lagi produk yang dijual merupakan produk yang sering kali dihasilkan sendiri di rumah. Namun Sambal Belacan Dapur Ibu berjaya menepis persepsi skeptikal masyarakat. Berbekalkan semangat dan iltizam yang tinggi, mereka membuktikan bahawa walaupun hanya bergantung kepada sambal belacan pada awalnya, mereka dapat meneroka jauh memenuhi selera orang Asia di perantauan. Tiada apa yang mustahil, sekiranya kerja keras diiringi dengan dedikasi dan semangat yang tinggi oleh semua pihak dalam organisasi.

Selain itu, edisi pada kali ini bertambah menarik dengan kupasan tentang Macau Scam yang sedang hangat diperkatakan dewasa ini dan idea-idea perniagaan yang relevan sewaktu pandemik Covid-19 serta tips-tips lain dalam perniagaan.

Tidak dinafikan semua peniagaan terkesan dengan pandemik ini dan perlu disesuaikan dengan norma baharu dalam perniagaan. Semoga perubahan ini membuka peluang yang lebih besar ke arah kejayaan dan seterusnya menyumbang kepada kerancakan semula pertumbuhan ekonomi negara.

NUR FADHLINA ZAINAL ABEDIN
Ketua Editor

ASPIRASI

Cetusan Ilham dari Tanah Suci

Bekalan belacan yang dibawa jemaah dikongsi bersama dalam kumpulan sebagai penambah selera dan mengubati kerinduan terhadap masakan tanah air. Siapa menyangka ia menjadi ilham kepada perniagaan hebat sekeluarga.



ASPIRASI



Sambal Belacan Dapur Ibu

Kekuatan Perniagaan Keluarga

Nur Fadhlina Zainal Abedin

KEJAYAAN perniagaan keluarga yang dijalankan oleh Dapur Ibu Food Industry menarik perhatian saya untuk diketengahkan dalam sekmen Aspirasi pada kali ini. Lapan tahun lalu saat perniagaan ini ditubuhkan, tidak terjangkau di fikiran kebanyakan kita bahawa sambal belacan iaitu menu wajib bagi kebanyakan rakyat Malaysia ini dapat dikomersilkan secara meluas. Hanya dengan sambal belacan yang sering berkait dengan lesung batu, ia mampu tembusi pasaran pasar raya-pasar raya besar, malah sehingga ke luar negara. Bagaimanakah idea perniagaan sambal belacan ini boleh tercetus?

Saya menemubual pengurus besar syarikat pemilikan keluarga ini Encik Muhammad Naaim Bin Ahmad Faisol dan isteri Insyirah Ismail yang diberi tanggungjawab utama oleh keluarga dalam membangunkan perniagaan mereka. Bagi mematuhi prosedur keselamatan yang ditetapkan, sesi temubual hanya dilakukan melalui panggilan telefon dan aplikasi mesej sahaja. Menurut menantu kepada pengasas Dapur Ibu Allahyarham Ismail Abdul Kader ini, ilham untuk mengkomersilkan sambal belacan bermula apabila arwah ayah mertua dan ibu mertuanya Puan Kabiroh Binti Yusuf menunaikan ibadah haji.

Setelah beberapa hari mereka berada di Tanah Suci, mereka mula kerinduan untuk menikmati masakan tanah air terutamanya sambal belacan. Secara kebetulan, seorang jemaah wanita dalam kumpulan mereka membawa belacan bersamanya. Allahyarham bersama isteri mula mencari cili di pasar dan meminta sedikit belacan daripada jemaah tersebut untuk dibuat sambal belacan. Ia turut dilakukan oleh beberapa Jemaah lain. Ini mencetuskan idea kepada Allahyarham untuk memulakan perniagaan sambal belacan bersama anak-anak dan menantu khususnya untuk bekalan jemaah haji dan umrah.

Dengan semangat dan komitmen yang tinggi, penyelidikan yang teliti selama setahun dijalankan untuk memastikan kualiti sambal belacan yang dibekalkan kepada pelanggan adalah pada tahap yang paling memuaskan dan terbaik. Usaha mengembangkan perniagaan seterusnya dilakukan dengan perpindahan lokasi operasi dari rumah ke kilang yang diubahsuai dari lot kedai. Ini bagi menampung skala pengeluaran yang lebih besar untuk tujuan pengkomersilan yang lebih serius.

Namun ketika perusahaan masih belum matang sepenuhnya, mereka sekeluarga diuji dengan kehilangan pengasas Dapur Ibu yang merupakan ketua keluarga, sekaligus tunjang kepada perusahaan ini. Namun, enggan mensia-siakan usaha yang dilakukan selama ini, mereka bangkit semula untuk memenuhi impian bapa tercinta. Kerjasama antara syarikat dan agensi kerajaan seperti Majlis Amanah Rakyat Malaysia (MARA) dan Lembaga Pemasaran Pertanian Persekutuan (FAMA) dijalankan dalam usaha mengembangkan perniagaan mereka.

Kini produk sambal belacan Dapur Ibu semakin dikenali ramai. Selain produk utama ini, mereka turut mengeluarkan produk sampingan iaitu ikan masin dan ikan bilis *kriuk-kriuk*. Ia dipasarkan di pasar raya besar seperti Giant dan pemasaran melalui rangkaian stokis dan pengedar yang dilantik. Kenangan manis warga syarikat adalah apabila produk mereka dipasarkan ke luar negara. Contohnya di pasaran Sydney & Melbourne, Australia. Jemaah di Tanah Suci juga dapat membeli produk Dapur Ibu melalui mesin layan diri (*vending machine*) hasil kerjasama dengan FAMA dan syarikat di sana. Kini mereka dalam usaha memasarkan produk mereka di Hong Kong dan negara-negara Timur Tengah yang lain. Lebih membanggakan, syarikat ini turut menawarkan perkhidmatan pengilang peralatan asal (OEM) kepada pengusaha luar terutama bagi pengeluaran produk berdasarkan sambal dan perencah. Antara pengiktirafan yang diterima oleh Dapur Ibu ialah daripada Pameran Pertanian, Hotikultur dan Agro Pelancongan Malaysia 2018 (MAHA 2018) selain dinobatkan sebagai pemenang anugerah Hari Peladang Penternak dan Nelayan Kebangsaan (HPPNK) bagi Kategori Peladangnita Jaya.

Saat ditanya apakah kelebihan perniagaan yang diusahakan bersama keluarga, Encik Muhammad Naaim memberi lima senarai utama. Pertama, kerahsiaan syarikat seperti dokumen sulit dan rekod kewangan dapat dikawal sepenuhnya memandangkan staf utama terdiri daripada ahli keluarga sendiri. Kedua, syarikat boleh diwarisi oleh anak dan cucu tanpa khuatir risiko pengambilalihan oleh entiti luar. Ketiga, waktu bekerja tidak tertakluk pada waktu pejabat sahaja. Oleh itu, perbincangan dan keputusan perniagaan boleh dilakukan bersama-sama di rumah secara tidak formal. Keempat, kesediaan ahli keluarga sebagai staf untuk berkorban masa dan tenaga. Ini termasuk menggunakan duit dan peralatan peribadi sendiri yang dapat mengurangkan tuntutan bayaran sebagaimana kelaziman staf biasa, seterusnya dapat menjimatkan kos operasi. Staf yang terdiri daripada ahli keluarga juga sedia berkorban dan mendahulukan kepentingan kos-kos lain seperti pembayaran sewa premis dan gaji kakitangan sekiranya jualan menurun. Kelebihan seterusnya adalah tiada tekanan yang diterima daripada rakan kongsi atau pemegang saham separtimana kelaziman syarikat sendirian berhad. Selain itu, ia membantu syarikat membuat keputusan dengan prosedur yang lebih ringkas dan pantas.





Tiada perniagaan yang mudah tanpa diiringi masalah dan cabaran. Di sebalik kelebihan bekerja dilinkungi ahli keluarga pasti ada sedikit sebanyak kelemahan. Ini diakui oleh pengurus muda ini saat ditanya tentang kelemahan penglibatan keluarga dalam pengurusan dan operasi. Menurut beliau, antara kelemahan tersebut adalah kurang keberkesanan dalam menjalankan tugas dan tanggungjawab dek kerana keselesaan bekerja di bawah zon pemilikan keluarga. Bagi mengatasinya, staf disarankan menyertai kursus-kursus yang dapat meningkatkan semangat dan produktiviti dalam menjalankan amanah dan tanggungjawab yang diberi dengan sebaiknya.

Selain itu, antara cabaran utama yang mengekang pelebaran sayap perniagaan lebih jauh ialah kekurangan dana suntikan terutama untuk tujuan pemasaran. Bantuan pinjaman daripada agensi kerajaan cenderung kepada alatan operasi. Oleh itu, mereka perlu bergantung kepada pinjaman bank komersil dalam mendapatkan dana pelaburan pemasaran. Walau bagaimanapun, prosedur kelulusan pinjaman komersil adalah lebih ketat dan kos bayaran balik yang dikenakan adalah lebih tinggi. Ini sekaligus bakal meningkatkan beban membayar balik pinjaman dalam tempoh yang lama sekiranya pinjaman yang diperoleh tidak dilaburkan dengan sebaiknya.

Encik Muhammad Naaim tidak lokek berkongsi tips kepada mereka yang ingin menceburi perniagaan berasaskan makanan. Menurut beliau, pengusaha harus kental, tidak mudah berputus asa dan bersabar kerana kejayaan tidak datang bergolek tanpa usaha dan pengorbanan. Fasa awal penubuhan dan pengukuhan syarikat memerlukan banyak pengorbanan dari segi kewangan, masa dan tenaga. Ini termasuk mengorbankan waktu rehat di hujung minggu. Selain itu, para pelanggan termasuk agen dan stokis perlu dilayan dengan baik dengan niat untuk membantu, bukan sekadar tertumpu kepada keuntungan semata-mata.



Harapan beliau agar lebih ramai Bumiputera terutama golongan muda menceburkan diri dalam perniagaan terutamanya pemprosesan makanan dalam memastikan penyampaian perkhidmatan yang halalan dan toyyiban. Bagi Dapur Ibu secara spesifik, perancangan masa hadapan dan harapan beliau adalah untuk mempelbagaikan lebih banyak produk dan memasarkannya di kesemua rangkaian pasar raya-pasar raya besar dan serbaguna di seluruh Malaysia seperti 99 Mart dan 7-Eleven. Beliau juga berharap produk-produk Dapur Ibu dapat menembusi pasaran Eropah dan Amerika Syarikat suatu hari nanti.



PENGURUSAN & STRATEGI

KEPUASAN PELANGGAN vs KEGEMBIRAAN PELANGGAN “CUSTOMER SATISFACTION vs CUSTOMER DELIGHT”

Definisi dan Konsep

Dr. Wan Normila Mohamad



Definisi dan Konsep Kepuasan Pelanggan “Conceptualization of Customer Satisfaction”

Kepuasan pada umumnya didefinisikan sebagai pemenuhan keperluan seseorang (Dawson, 1991; Wright, 1998). Menurut Lo, Osman, Ramayah & Rahim (2010), kepuasan pelanggan diukur dari sudut perbezaan antara kepercayaan dan pengalaman perkhidmatan berkualiti dan ianya berkaitan positiviti dengan kesetiaan pelanggan. Hag (2012) mengumpul data daripada 226 peserta di Pakistan dalam industri automobil dan menganalisis hubungan antara kepuasan pelanggan dan kesetiaan pelanggan. Bukti yang diperolehi menunjukkan bahawa kesetiaan pelanggan secara eksplisit berkait rapat dengan kepuasan pelanggan. Dari segi kejayaan syarikat, kepuasan pelanggan adalah topik yang paling banyak dibincangkan secara meluas dalam dunia kesusasteraan.

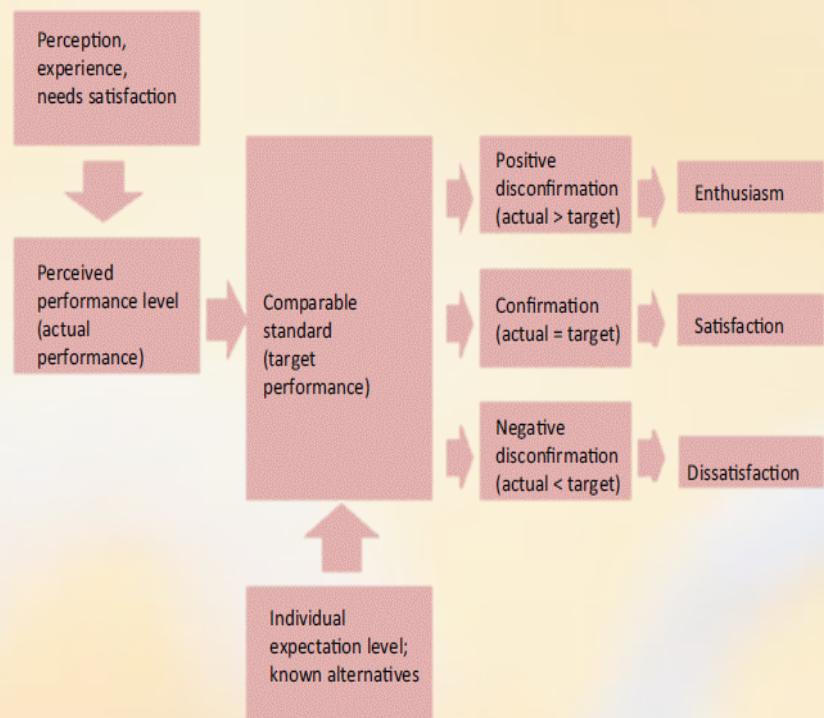
Signifikasi ini dikuatkan dengan kebenaran betapa pentingnya menghargai pelanggan untuk kejayaan sebuah organisasi atau perniagaan. Namun, tidak semua organisasi mengambil inisiatif untuk menghargai atau menjaga pelanggan dan ini memberi kesan terhadap kelancaran kewangan sebuah organisasi. Konsep kepuasan pelanggan akan berlaku apabila pelanggan membandingkan pengalaman mereka semasa menggunakan produk atau perkhidmatan tersebut (prestasi sebenar) dengan apa yang diharapkan oleh pelanggan (prestasi sasaran). Sekiranya prestasi sebenar sesuai dengan prestasi sasaran, hasilnya adalah pengesahan kepada jangkaan yang diharapkan oleh pelanggan dan ini dapat menimbulkan kepuasan (perasaan) di kalangan pelanggan.

Sekiranya prestasi sebenar melebihi prestasi sasaran (pengesahan positif), ini dapat menimbulkan tahap kepuasan yang sangat tinggi di kalangan pelanggan (semangat). Namun demikian, sekiranya prestasi sebenar berada di bawah prestasi yang disasarkan, ianya akan menjadi penafsiran yang negatif (Nerdinger & Neumann, 2007). Oleh itu, pengesahan yang positif akan menimbulkan perasaan kepuasan kepada pelanggan.

Contohnya, seorang pelanggan bank yang sering menggunakan perkhidmatan bank namun sentiasa berhadapan dengan perasaan tidak puas hati, mereka akan cenderung untuk menamatkan perkhidmatan dengan bank tersebut, kecuali mereka terhalang keranakekangan oleh perjanjian jangka panjang seperti perjanjian pinjaman. Namun, sekiranya mereka berpuas hati dengan perkhidmatan yang diberikan oleh bank, kesetiaan kepada bank tersebut akan berterusan dalam jangka masa yang panjang dan akan mengesyorkan perkhidmatan bank tersebut kepada ahli keluarga dan rakan-rakan.

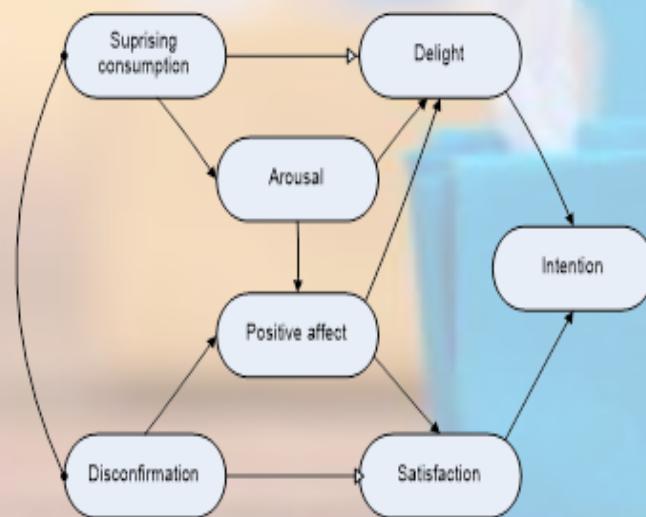
Definisi dan Konsep Keseronokan Pelanggan “*Conceptualization of Customer Delight*”

Keseronokan pelanggan dikonseptualisasikan sebagai tindak balas emosi atau reaksi perasaan teruja, yang terhasil dari tahap prestasi perkhidmatan yang mencetuskan elemen yang positif dan tidak disangka (surprise element). Menurut Chandler (1989), keseronokan pelanggan didefinisikan sebagai kejutan yang menyenangkan atau menggembirakan yang dialami oleh pelanggan hasil daripada situasi yang tidak disangka atau kepuasan yang tidak dijangka akan dialami. Keseronokan melampaui kepuasan dan diukur secara berbeza dari sudut kepuasan pelanggan (Oliver, 1999). Konstruksi keseronokan pelanggan berasal dari penyelidikan Plutchik (1980), di mana beliau mencadangkan bahawa interaksi antara lapan emosi asas menghasilkan



Gambar Rajah 1.0: Model Kepuasan Pelanggan
Sumber: Nerdinger and Neumann (2007)

sejumlah emosi tahap kedua. Secara khusus, beliau menganggap kegembiraan sebagai hasil gabungan dari perasaan kegembiraan dan elemen kejutan. Lapan emosi asas yang terkandung dalam teori emosi psikoevolusi Plutchik (1980) adalah kegembiraan, penerimaan, ketakutan, kejutan, kesedihan, jijik, kemarahan, dan antisipasi.



Gambar Rajah 1.1: Model Keseronokan dan Kepuasan Pelanggan
Sumber: Adopsi dari Oliver, Rust and Varki (1997)

Oliver, Rust dan Varki (1997) mencadangkan agar kepuasan dan keseronokan pelanggan dikenal pasti sebagai konsep berbeza yang mempengaruhi niat untuk kembali mendapatkan perkhidmatan. Untuk anteseden kegembiraan, argumen adalah untuk rantaian sebab dan akibat di mana tahap prestasi atau kepuasan yang tidak dijangka (pengalaman penggunaan yang bersifat kejutan) dan selanjutnya membawa kepada keseronokan (kesan positif), dan seterusnya menimbulkan kesenangan pelanggan. Pengalaman kejutan dan ghairah terhadap barang atau perkhidmatan juga dianggap sebagai kelangsungan anteseden kegembiraan atau keseronokan. Kegembiraan dikenal pasti sebagai penentu niat untuk datang semula, dipisahkan dari kesan kepuasan secara langsung di peringkat awal. Sebagai contoh, seorang pelanggan ke sebuah restoran memesan makanan dan berpuas hati dengan rasa makanan tersebut dan akan berpuas hati kerana perasaan lapar telah dipenuhi dengan hidangan yang dipesan.



“Namun demikian, sekiranya elemen kepuasan selainnya seperti layanan mesra dari pelayan restoran serta sapaan mesra dan keramahan dari pemilik restoran yang menimbulkan perasaan keseronokan dari layanan-layanan tersebut, ianya akan menjangkaui perasaan kepuasan tetapi akan mencetuskan perasaan keseronokan dan inilah yang dinamakan “*Delight*”.



Pernyataan di atas ini disokong oleh kajian dari Finn (2005) yang mengkaji kegembiraan pelanggan di domain laman web dan hasilnya menyokong pentingnya mengenali keseronokan pelanggan sebagai tindak balas perkhidmatan yang berasingan kerana variasi keseronokan pelanggan dapat menjelaskan mengapa pelanggan dengan tahap kepuasan yang sama mempunyai niat tingkah laku yang berbeza. Ini membawa maksud, keseronokan pelanggan akan menimbulkan perasaan untuk kembali mendapatkan barang mahupun perkhidmatan sekiranya keseronokan pelanggan melebihi tahap kepuasan yang diingini. Pelanggan akan sanggup untuk membayar lebih walaupun barang tersebut mahal tetapi memberi keseronokan yang menjangkaui kepuasan.

Kesimpulan

Kepuasan pelanggan adalah multidimensi. Tuntutan yang dituntut oleh pelanggan kepada produk, perkhidmatan atau teknologi tertentu dapat dibahagikan kepada tuntutan asas, prestasi dan semangat. Pemenuhan kepuasan mempunyai kesan yang berbeza terhadap kepuasan pelanggan. Untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, faktor asas dan prestasi mesti disediakan dengan terbaik, tetapi itu belum tentu mencukupi. Oleh itu, walaupun kepuasan adalah memenuhi harapan pelanggan, kegembiraan atau keseronokan pelanggan melibatkan melaluiinya dan membawa seluruh pengalaman ke tahap yang menyentuh emosi pelanggan. Pelanggan akan mudah cenderung untuk berpindah pembelian kepada pesaing berbanding dengan pelanggan yang merasai keseronokan dan kepuasan untuk produk atau perkhidmatan. Organisasi perlulah memikirkan strategi terbaik untuk bukan hanya memuaskan hati pelanggan tetapi menimbulkan keseronokan kepada pelanggan. Pastinya pelanggan akan terus setia dan berkongsi pengalaman kepada saudara dan rakan-rakan yang merupakan cara terbaik promosi percuma dikenali sebagai “*the power of word-of-mouth*”.

RUJUKAN

- Chandler, C. H. (1989). Quality: Beyond Customer Satisfaction. *Quality Progress*, 22 (February), 30-32.
- Dawson, N. J. (1991). Need satisfaction in terminal care settings. *Social Science & Medicine*, 32(1), 83-87.
- Finn, A. (2005). Reassessing the foundation of customer delight. *Journal of Service Research*, 8(2), 103-116.
- Hag, A. (2012), “Satisfaction towards customer loyalty in auto-mobile industry of Pakistan”, International Journal of Management and Business Research, Vol. 2 No. 4, pp. 363-371.
- Lo, L.K., Osman, M., Ramayah and Rahim (2010), “The impact of service quality on customer loyalty: a study of banks in Penang, Malaysia”, International Journal of Marketing Studies, Vol. 2 No. 2, pp. 57-66.
- Nerdingen, F. W. and Neumann, C. (2007). *Wirtschaftspsychologie* (pp.127-146)
- Oliver, R. L., Rust, R. T., & Varki, S. (1997). Customer Delight: Foundations, Findings, and Managerial Insight. *Journal of Retailing*, 73(3), 311-336.
- Oliver, R. L. (1999). Whence consumer loyalty? . *Journal of Marketing*, 63, 33-44.
- Plutchik, R. (1980). *Emotions: A psychoevolutionary Synthesis*. New York: Harper & Row.
- Wright, S. (1998). Patient satisfaction in the context of cancer care. *Irish Journal of Psychology*, 19, 274-282.



*“If you do build a great experience,
customers tell each other about that. Word
of mouth is very powerful.”*

- Jeff Bezos, Amazon



KEPIMPINAN

TIPS MENJADI PEMIMPIN HEBAT DALAM PERNIAGAAN

Nooraza Tukiran & Maziah Mohamed Arif

Dalam sesebuah perniagaan secara umumnya, tugas dan peranan pemimpin bukanlah mudah. Untuk menjadi pemimpin yang hebat dan berwibawa, ia memerlukan tahap kemahiran yang tinggi dan pastinya tidak sama dengan pemimpin lain. Oleh yang demikian, sifat kepimpinan yang hebat perlu ada dalam diri seorang ketua. Kepimpinan merupakan kebolehan individu mengetuai sekumpulan orang untuk sama-sama bekerja dan merealisasikan suatu visi yang telah ditetapkan dalam sesuatu organisasi perniagaan. Perlu difahami dengan mendalam maksud kepimpinan yang hebat kerana ianya sangat berkait rapat dengan manusia. Manusia ini yang dipanggil sebagai pekerja harus dipimpin dengan cara yang betul memandangkan wujud bermacam-macam kerennah dan sifat dalam diri mereka.

Terdapat pelbagai strategi yang boleh diaplikasikan oleh pemimpin untuk menjadi pemimpin yang hebat. Di antara strategi tersebut adalah; menetapkan objektif dan harapan yang jelas, mewujudkan komunikasi yang jujur dan terbuka, hubungan dengan pekerja, dorongan untuk perkembangan peribadi pekerja dan profesionalisme kerja, sentiasa memberi tunjuk ajar dan tidak hanya memberi arahan; dan terbuka dengan idea-idea baru, menerapkan nilai-nilai baik dan mempunyai daya tahan diri.

1. Menetapkan objektif dan harapan yang jelas

Antara kunci utama kejayaan dalam organisasi perniagaan adalah dengan menetapkan objektif dan harapan yang jelas kepada pekerja. Pemimpin yang baik akan menjelaskan visi perniagaan dan bagaimana mencapai objektif kepada pekerja supaya mereka boleh melibatkan diri secara maksimum dalam kolaborasi kerja tersebut. Setelah objektif ditetapkan dengan jelas, setiap individu dalam organisasi perniagaan akan dapat membawa kemajuan dan merealisasikan pencapaian dengan jelas dan nyata.

Adalah sangat penting untuk menjelaskan bagaimana objektif tersebut akan memberi kesan yang besar kepada organisasi secara keseluruhan. Semua individu dalam organisasi dari peringkat bawahan hingga atasan perlu berganding bahu agar pekerjaan yang dilakukan membawa kemajuan dan kejayaan yang terbaik dalam organisasi perniagaan.

Pemimpin perlu memastikan agar objektif yang telah ditetapkan tidak statik. Perlu melihat kembali kepada sasaran secara berkala supaya pengubahsuaian boleh dilakukan mengikut kesesuaian. Ini akan membuat pekerja tahu bahawa pemimpin yang hebat sentiasa hadir dan peka dengan apa yang mereka lakukan.



2. Mewujudkan komunikasi yang jujur dan terbuka

Kepimpinan yang efektif dapat diwujudkan melalui jalur komunikasi terbuka dengan pekerja. Pertama sekali pemimpin harus menjadi contoh yang baik kepada pekerja dengan menunjukkan kejujuran dan transparensi dalam setiap perkara yang dibuat. Ketika pemimpin bertanggungjawab ke atas pekerja, sikap berterus terang adalah sangat penting kerana perniagaan dan pekerja dalam organisasi adalah refleksi kepada pemimpin itu sendiri dan dengan berlaku jujur dan beretika sebagai nilai kunci, pekerja juga akan turut menunjukkan sikap yang sama.

Pemimpin yang hebat dapat menyesuaikan interaksi, serta gaya komunikasi mereka agar sesuai dengan setiap keadaan dan pekerja dalam organisasi perniagaan berdasarkan preferensi individu pekerja tersebut. Langkah ini dapat membawa pemimpin untuk meluangkan masa dalam mencari mod komunikasi yang disukai oleh pekerja. Sebagai contoh, adakah pekerja lebih cenderung untuk berkomunikasi melalui teks, lisan dan telefon, atau secara bersemuka? Selain itu, pemimpin yang baik juga adalah pendengar yang hebat. Pemimpin perlu telus dan menampilkan keterampilan komunikasi aktif dan penting untuk menampilkan jati diri yang sebenar.

3. Hubungan dengan pekerja

Memimpin sekelompok manusia memerlukan rasa saling percaya dan saling mengerti antara pemimpin dan pekerja. Bagi mencapai langkah tersebut, pemimpin harus belajar untuk saling berhubung. Menjadi pemimpin yang “lebih manusiawi” memerlukan tujuan, sifat positif, rasa empati, kasih sayang dan rendah hati. Ciri-ciri utama tersebut akan membuat pemimpin berada di landasan yang betul dalam mewujudkan hubungan yang ikhlas dengan pekerja.

Untuk mewujudkan hubungan tersebut, pemimpin perlu fokus untuk mengenal keperibadian, minat, kekuatan, kelemahan, hobi, dan preferensi pekerja supaya dapat mengetahui tujuan, wawasan dan motivasi mereka. Pemimpin yang baik akan sentiasa menggalakkan pekerja untuk mengembangkan diri dan menambah nilai diri sesuai dengan kekuatan peribadi mereka.

4. Dorongan untuk perkembangan peribadi pekerja dan profesionalisme kerja

Pemimpin yang hebat akan sentiasa memberi motivasi, inspirasi dan penghargaan secara berterusan kepada pekerja untuk berkembang; dengan memberi peluang yang bersesuaian dan memberi bimbingan mengikut keperluan keadaan. Pekerja sentiasa diberi kata-kata semangat untuk melakukan yang terbaik dan bersedia dalam menghadapi segala cabaran.

Pemimpin akan memberi peluang kepada pekerja untuk menyelesaikan cabaran yang ada supaya mereka dapat belajar dan seterusnya dapat mengembangkan potensi dalam diri serta dapat membantu mencapai objektif organisasi. Pemimpin juga boleh mendelagasikan tugas-tugas tertentu kepada pekerja dengan memberi kebebasan dalam menggunakan kreativiti masing-masing sebagai dorongan untuk perkembangan peribadi dan seterusnya profesionalisme kerja mereka.

5. Sentiasa memberi tunjuk ajar dan tidak hanya memberi arahan

Seorang pemimpin yang baik tahu bagaimana menunjukkan kepada orang lain apa yang diperlukan. Bukan dengan hanya memberi arahan sahaja, pemimpin harus melatih pekerja untuk berada dalam suasana kerja yang lebih kolaboratif tetapi juga dengan komitmen yang padu.

Sebagai contoh jika pemimpin hanya memberi arahan untuk melakukan hal-hal tertentu dengan cara tertentu, beliau tidak akan mendapatkan tahap penglibatan yang dicari. Melalui latihan yang diberi, pekerja dapat mengenali pilihan yang mereka ada. Pekerja akan berasa semakin yakin dan lebih faham atas arahan yang diberi.

Pekerja tidak akan berkembang sekiranya pemimpin tidak pernah memberi tunjuk ajar kepada mereka berkenaan sebarang maklumat atau ilmu. Pemimpin perlu sentiasa memberi tunjuk ajar sehingga dapat melahirkan pemimpin baru untuk menggantikan mereka di masa hadapan.

6. Terbuka dengan idea-idea baru

Pemimpin yang baik memiliki kecerdasan emosi untuk memahami dan menerima bahawa perubahan akan selalu wujud dalam organisasi perniagaan. Konsistensi perlu dipertahankan, namun begitu perlu dilakukan penyesuaian dalam perubahan yang berlaku di samping bersikap inovatif.

Pemimpin perlu menerima secara terbuka atas idea-idea baru dan mempunyai cara berfikir alternatif dan kreatif. Setiap individu di dalam organisasi perniagaan mempunyai perspektif pemikiran yang unik dan berbeza. Pada peringkat permulaan pasti akan ada percanggahan pendapat atas sesuatu isu. Namun sebagai pemimpin yang hebat, setiap pendapat perlu diperhalusi dan diambil kira memandangkan mungkin ada di antaranya yang dapat memberi manfaat dan berpotensi untuk membawa kejayaan kepada organisasi perniagaan.

7. Menerapkan nilai-nilai baik

Pemimpin yang hebat juga harus menerapkan nilai-nilai baik di kalangan orang-orang yang dipimpinnya. Tidak cukup dengan kata-kata sahaja, pemimpin perlu juga menunjukkan perbuatan yang baik. Sifat negatif dan merosakkan seperti kutuk mengutuk, peras ugut, saling berbalah, mengikut telunjuk, tidak bertanggungjawab, salah guna kuasa dan sebagainya sepatutnya tidak diamalkan lagi. Pemimpin sejati haruslah melatih generasi muda supaya mempunyai nilai dan ciri kepemimpinan yang mampu mengurus diri serta mempengaruhi orang lain di sekelilingnya untuk masa hadapan. Contoh terbaik adalah dengan mendedahkan sirah Rasulullah SAW supaya sifat bertanggungjawab, amanah, seperti ditunjukkan Baginda SAW dapat diterapkan.



8. Mempunyai daya tahan yang kuat

Dalam keadaan tidak menentu dan tidak banyak informasi yang boleh diperolehi, pemimpin selalunya dirujuk untuk membuat keputusan. Kadang-kadang keputusan yang dibuat pemimpin tidaklah sentiasa betul, pasti terselit kesilapan. Bila kesilapan berlaku, pemimpin berhadapan dengan pelbagai tohmahan, sindiran, dan cacian oleh pelbagai pihak. Keadaan seperti ini tentulah membuat seseorang pemimpin itu terkesan dan stress. Oleh itu, pemimpin hebat wajib melengkapkan minda, emosi dan fizikal yang kuat dalam menempuh fasa merudum ini. Pendekatan yang baik ialah dengan cara memimpin orang lain dengan nilai kasih sayang, teladan serta mempunyai nilai integriti dalam diri.

Kesimpulannya, perlu diketahui bahawa menjadi pemimpin yang hebat memerlukan tempoh waktu yang tertentu. Walaupun dalam beberapa keadaan terdapat individu yang cenderung memiliki keterampilan kepemimpinan yang baik, itu adalah sesuatu yang boleh dipelajari dan boleh dipertingkatkan dari semasa ke semasa. Melalui kerja keras, dedikasi dan perancangan yang strategik, pemimpin yang hebat pasti akan dapat memimpin organisasinya menuju kejayaan yang mutlak.

**Melalui kerja keras,
dedikasi dan
perancangan yang
strategik, pemimpin
yang hebat pasti akan
dapat memimpin
organisasinya menuju
kejayaan yang
mutlak.**





Diriwayatkan Ibnu Umar RA: Nabi SAW bersabda: "Ketahuilah, setiap kamu ialah pengembala (pemimpin) dan setiap kamu akan ditanya mengenai gembalaanmu (kepemimpinanmu). Seorang pemerintah berkuasa terhadap rakyat, akan ditanya mengenai kepemimpinannya. Seorang lelaki ialah pemimpin keluarganya dan akan ditanya mengenai kepemimpinannya. Seorang wanita ialah pemimpin di rumah tangga suami dan anak-anaknya serta akan ditanya mengenai kepemimpinannya. Seorang hamba ialah pemimpin atas harta kekayaan majikannya yang diberi amanah kepadanya. Dia juga akan ditanya mengenai kepemimpinannya. Ketahuilah setiap kamu ialah pemimpin dan setiap kamu akan ditanya mengenai kepemimpinannya." (HR Muslim)



Siapakah saya?

PEMBANGUNAN DIRI

Kenali Personaliti Diri

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

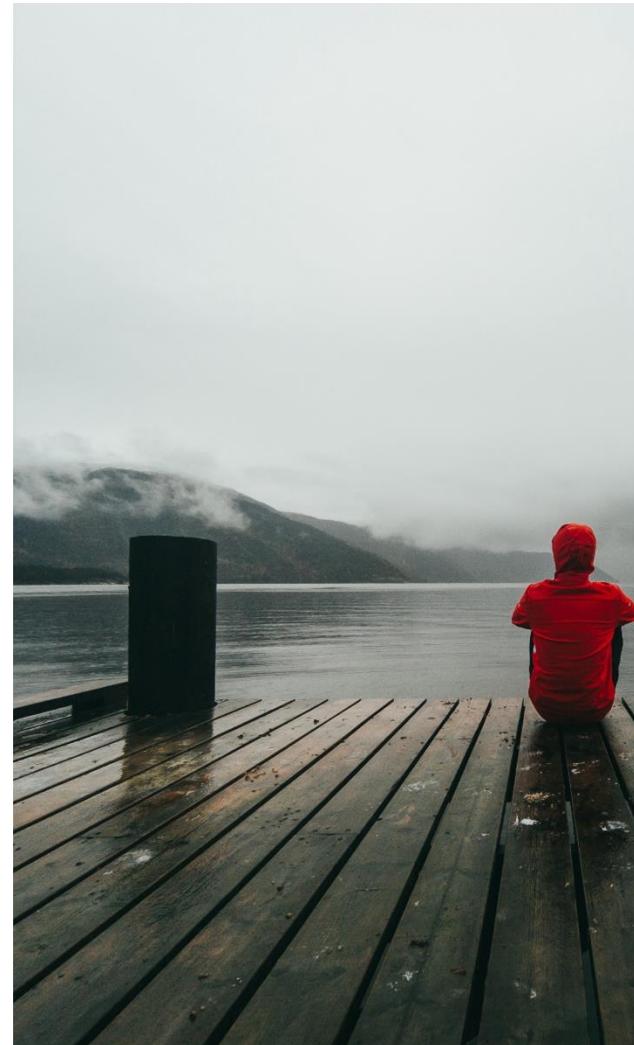
Apakah maksud personaliti?

Secara umum personaliti merujuk kepada perwatakan, kelakuan, sikap dan cara berfikir yang ditunjukkan baik secara bersendirian maupun di khalayak umum. Di awal usia, personaliti seseorang banyak dibentuk dan dipengaruhi menerusi pengalaman di zaman kanak-kanak dan persekitaran dan akan mempunyai personaliti yang lebih stabil setelah meningkat dewasa.

Kenapa perlu mengenali personaliti seseorang?

Mengenali personaliti seseorang dapat membawa pemahaman yang lebih tinggi kepada hubungan interpersonal dan pembinaan sesebuah pasukan kerja. Adalah penting untuk majikan menempatkan orang yang tepat untuk sesuatu pekerjaan, bersesuaian dengan keperibadiannya. Kegagalan dalam mengenal pasti kesesuaian personaliti seseorang terhadap pekerjaan yang dilakukan akan mengakibatkan kerugian kepada sesuatu perniagaan ataupun pekerja itu sendiri seperti produktiviti yang rendah dan ponteng kerja.

Salah satu contoh ketidaksesuaian penempatan pekerja pada pekerjaannya seperti seseorang yang personalitinya adalah pemalu, namun ditempatkan di bahagian pemasaran ataupun khidmat pelanggan. Untuk memudahkan pemahaman, jenis personaliti dibahagikan kepada empat (4) kategori asas dan dirujuk sebagai A, B, C, dan D.



Personaliti A

Seseorang yang mempunyai personaliti jenis A ialah seorang yang cenderung untuk mengambil tanggungjawab serta mengawal persekitaran dan kehidupan. Mereka biasanya tidak berorientasikan perincian, sebaliknya memilih untuk menyerahkan kepada pihak lain untuk mendapatkan keterangan lengkap. Personaliti A kebiasaannya berorientasikan matlamat dan praktikal dalam penyelesaiannya. Dalam mencapai jalan penyelesaian dan tujuan, mereka menggunakan pendekatan pemikiran di luar kotak.

Personaliti A mempunyai kekuatan seperti bercita-cita tinggi, semangat daya saing dan cekap dalam melakukan sesuatu kerja. Bagaimanapun, terdapat beberapa kelemahan personaliti A seperti tidak sabar dalam melakukan sesuatu kerja, kurang toleransi, degil dan tidak peka. Faktor pendorong personaliti A: ganjaran kewangan, kepimpinan, cabaran dan kejayaan.

Personaliti B

Personaliti B adalah individu yang sangat ramah, bertenaga, suka bersosial dan menjadi perhatian umum. Mereka mementingkan hubungan yang baik dan mempunyai tarikan yang tersendiri. Personaliti B akan berusaha sedaya upaya agar disukai semua orang dan mengharapkan agar orang lain juga akan menyukai dirinya. Mereka suka dipuji dan dihargai. Personaliti B mempunyai kekuatan seperti berkarisma, sentiasa bersemangat, mudah disenangi oleh kebanyakan orang serta mempunyai keyakinan diri yang tinggi.

Walau bagaimanapun, terdapat beberapa kelemahan bagi seseorang yang berpersonaliti B seperti cenderung untuk lebih bersosial, melakukan terlalu banyak perkara dalam satu masa, tidak realistik, mudah bosan dan suka menangguh kerja. Faktor pendorong personaliti B: pengiktirafan awam, anugerah, sijil serta gaya atau trend terkini.





Personaliti C

Personaliti C adalah individu yang sangat berorientasikan perincian dan suka terlibat dalam perkara yang terkawal dan stabil. Mereka berminat dengan ketepatan, rasional dan logik. Personaliti C tidak gemar kepada individu yang gagal atau tidak dapat mengawal emosi dengan baik kerana boleh menghalang untuk mencapai sesuatu objektif dan matlamat. Mereka juga tidak suka berada di sekitar orang yang hanya bercakap-cakap kosong tanpa matlamat kerana mereka menginginkan fakta, ketepatan, dan logik.

Personaliti C mempunyai kekuatan seperti kreatif, sistematik, mengikut peraturan, pemikiran yang kritikal dan menjaga kualiti. Bagaimanapun, terdapat beberapa kelemahan bagi seseorang yang berpersonaliti C seperti terlalu berfikir tentang kemajuan diri, cenderung untuk tidak bersosial dan suka melakukan sesuatu dengan cara mereka sendiri. Faktor pendorong Personaliti C: peluang untuk berdikari, cabaran dan penyelesaian masalah.

Personaliti D

Individu dengan Personaliti D adalah individu yang mengutamakan jaminan dalam meneruskan pekerjaan dan sangat gembira melakukan tugas yang sama dan berulang-ulang. Rutin itu membolehkan mereka menjadi sangat mahir dalam apa yang mereka lakukan. Sehubungan itu, personaliti D kurang gemar sekiranya berlaku banyak perubahan dalam sesuatu peraturan. Ini adalah kerana ianya bertentangan dengan keinginan mereka untuk meminimumkan perubahan.

Personaliti D mempunyai kekuatan seperti penyayang, ikhlas, pendorong yang baik, prihatin, bijaksana, sabar, pendengar yang baik dan tidak mudah menyerah kalah. Walau bagaimanapun, terdapat beberapa kelemahan bagi seseorang yang berpersonaliti D seperti kurang bersuara, mudah dipergunakan oleh orang lain, tidak selesa dengan perubahan berterusan serta kurang tegas. Faktor pendorong Personaliti D: kestabilan, keselamatan, risiko yang rendah, rutin dan suasana kerja yang tenang.

Rujukan:

<https://www.hiresuccess.com/help/understanding-the-4-personality-types>
<https://ipqi.org/teori-kepribadian-model-lima-besar-big-five-personality/>

“Sesungguhnya manusia tidak sempurna, jadilah orang yang sentiasa bersyukur dengan kelebihan atau kekurangan”

EKONOMI



GIG



EKONOMI

CABARAN KERJAYA EKONOMI GIG DALAM INDUSTRI PEKERJAAN DI MALAYSIA

Hafisah Yaakob, Dr. Jamilah Mohd Mahyideen, Nurhanani Aflizan Mohamad Rusli & Nooraza Binti Tukiran

PENGENALAN

Ekonomi gig merupakan satu segmen ekonomi yang semakin popular terutama di kalangan generasi muda. Ekonomi gig ialah pasaran buruh kontrak jangka pendek atau kerja bebas yang dilakukan oleh individu yang dipacu teknologi digital.

Satu kajian yang telah dibuat oleh Banik (2019) menyatakan bahawa ekonomi gig adalah satu jenis pekerjaan yang menggunakan platform digital di mana perkhidmatan daripada aktiviti ekonomi gig ini berlaku dalam kontrak jangka pendek berbanding pekerjaan tetap. Berdasarkan kajian beliau, terdapat dua jenis platform dalam ekonomi gig iaitu berasaskan jaringan internet di mana pekerja dapat melakukan aktiviti walau di mana sahaja mereka berada tanpa mengambil kira lokasi pekerjaan. Ini adalah seperti pekerjaan ‘Freelancers’. Jenis yang kedua ialah berasaskan lokasi, yang dilakukan dalam aktiviti fizikal melalui aplikasi Uber atau Airbnb.

Menurut Prateek (2019), istilah ekonomi gig baru sahaja muncul pada pertengahan tahun 2000. Jenis pekerjaan ini semakin meluas disebabkan oleh gabungan teknologi dan masalah global, termasuk pertumbuhan penduduk dan kekurangan sumber. Krisis kewangan pada tahun 2007 juga menyedarkan orang ramai untuk menjadi lebih kreatif dan menjadikan platform pekerjaan ini sebagai satu sumber pendapatan.



Walau bagaimanapun, pekerjaan ekonomi gig ini mempunyai cabaran yang tertentu. Menurut Kingsley (2014) sebahagian besar ekonomi gig bergantung pada platform digital, di mana akses internet adalah penting dan ini mungkin tidak dapat disediakan di wilayah terpencil atau membangun. Dalam beberapa kes, penggunaan platform ini dapat memberikan pekerjaan dan akses kepada individu di negara yang lebih kaya.

Berdasarkan ramalan Malaysian Digital Economy Coorporation (MDEC), sektor Ekonomi gig di Malaysia akan melibatkan kira-kira 400,000 orang.

CABARAN EKONOMI PADA MASA KINI

Meskipun demikian, pada Januari 2020, jumlah yang berdaftar dengan Pertubuhan Keselamatan Sosial (PERKESO) hanya 28,425 pekerja sahaja di mana mewakili tujuh (7) peratus dari jumlah yang diunjurkan. Turut dibimbangkan kerana sektor pekerjaan ini tidak menjamin pendapatan yang lumayan ketika ekonomi sedang merudum. Mereka yang berada dalam sektor ini umumnya tidak mempunyai akses kepada akta insurans pekerjaan, cuti sakit dan faedah perubatan yang dibiayai syarikat.

Umumnya, mereka yang berada dalam sektor ekonomi gig ini akan sentiasa berada dalam kedudukan sementara atau sambilan. Ini bermakna mereka tidak akan dapat mengembangkan kemahiran yang kuat atau meningkatkan kemahiran mereka, yang mungkin menawarkan jalan kerjaya yang lebih positif.

Menurut Jabatan Perangkaan Malaysia, kadar pengangguran meningkat kepada 5.0%, dengan kadar pengangguran meningkat sebanyak 48.8% berbanding tahun sebelumnya. Apabila Perintah Kawalan Pergerakan (PKP) dilanjutkan hingga April 2020, penutupan aktiviti operasi bagi kebanyakan syarikat telah menyebabkan ramai penduduk kehilangan pekerjaan.



Seramai 2.59 juta individu bekerja sendiri di mana kebanyakannya adalah peniaga kecil, pekebun kecil, pengusaha pelancongan seperti aktiviti umrah & ziarah dan lain-lain. Sekumpulan pekerja berisiko kehilangan pekerjaan dan pendapatan kerana Perintah Kawalan Pergerakan (PKP) ini. Kajian khas mengenai kesan COVID-19 terhadap individu dan ekonomi yang diterbitkan oleh Jabatan Perangkaan Malaysia (DOSM) pada 9 April 2020, mendapati bahawa hampir separuh daripada 168,182 responden mengaku kehilangan pekerjaan kerana wabak tersebut.



LANGKAH KERAJAAN DALAM MEMBANTU PEKERJA EKONOMI GIG DI MALAYSIA

Angka pasaran buruh menunjukkan tanda awal permintaan pekerja yang semakin lemah pada suku tahun pertama 2020, dengan pertumbuhan pekerjaan yang perlahan dan penurunan jawatan. Perintah Kawalan Pergerakan (PKP), yang berlanjutan hingga April 2020, telah meningkatkan lagi cabaran kepada industri perniagaan di mana mempunyai pengaruh yang sangat besar di pasaran tenaga kerja. Justeru, transaksi kewangan dan rantai permintaan amatlah diharapkan untuk memacu ekonomi negara dengan lebih pantas dan menjana peluang pekerjaan baru. Sebelum wabak ini, kewujudan pekerja dalam sektor ekonomi gig di Malaysia berlaku dan berkembang pesat. Dengan adanya peluang pekerjaan, ianya telah membantu isi rumah meningkatkan pendapatan mereka.

Sejajar dengan ucapan Perdana Menteri Malaysia, Tan Sri Muhyiddin Yassin mengenai pakej rangsangan ekonomi seperti program PenjanaGig yang lebih inklusif dan komprehensif, kerajaan telah melancarkan beberapa bantuan kewangan yang disasarkan kepada mereka yang bekerja dalam sektor ini. Diharapkan, pekerja ekonomi gig ini dapat memanfaatkan insentif kerajaan untuk memperbaiki serta meningkatkan kemahiran mereka seterusnya dapat membantu kerajaan mencapai pembangunan yang lebih mampan pada suatu masa kelak.



IDEA PERNIAGAAN

2020 menyaksikan ramai yang terkesan dengan kejatuhan ekonomi. Banyak perniagaan yang terjejas hingga perlu dikecilkan skala perniagaan malah ada yang terpaksa menutup perniagaan. Kesannya ramai penduduk Malaysia kehilangan pekerjaan dan pendapatan. Memulakan perniagaan baru adalah sukar pada ketika ini. Sekiranya memulakan perniagaan adalah jalan terakhir, apakah idea perniagaan yang masih relevan pada tahun 2020?



IDEA PERNIAGAAN

5 IDEA

PERNIAGAAN 2020

Nur Fadhlina Zainal Abedin & Mohd Elfee Abd Rashid



MAKANAN HARIAN

Perniagaan makanan harian adalah antara perniagaan yang terselamat daripada terjejas akibat Covid-19. Makanan sama ada telah dimasak atau yang mentah merupakan produk keperluan semua pihak. Perniagaan ini kurang terjejas berbanding jenis perniagaan yang lain. Tidak dinafikan jumlah jualan tidak serancak sebelum ini terutamanya restoran dan gerai makan, namun dengan kreativiti peniaga, perkhidmatan pesanan secara atas talian dapat dilakukan.

Begitu juga dengan barang mentah. Ketika keselamatan untuk berada di luar rumah tidak terjamin, inisiatif peniaga melakukan perkhidmatan penghantaran menjadi tarikan pembeli. Pelbagai cara pemasaran yang cepat dan pantas pada masa kini yang memudahkan promosi dan interaksi peniaga dan pembeli. Perkhidmatan penghantaran luar juga rancak dan menjadi kebiasaan kepada masyarakat. Peniaga perlu relevan dengan perubahan teknologi dan kehendak pelanggan dalam memastikan perniagaan dapat bersaing maju.

PRODUK KESIHATAN

Antara permintaan produk yang meningkat naik akibat Covid-19 selain topeng muka adalah produk kesihatan. Rata-rata masyarakat mula mengambil berat tentang kesihatan dan imunisasi badan mereka dalam usaha mengelak daripada dijangkiti virus ini. Vitamin C adalah makanan tambahan yang paling laris di mana-mana farmasi.

Bagi sesetengah pihak, gaya hidup yang sibuk dan pengambilan makanan yang tidak teratur serta tidak berzat membuatkan produk kesihatan dan makanan tambahan menjadi pilihan. Namun, pembeli harus berhati-hati dalam pemilihan makanan kesihatan atau makanan tambahan ini. Sila dapatkan rujukan daripada doktor yang bertauliah supaya tiada kesan sampingan yang dihadapi. Pengambilan vitamin C dan lain-lain zat yang terbaik adalah daripada sumber semulajadi terutama buah-buahan dan sayur-sayuran.

Para peniaga yang ingin menceburi perniagaan makanan kesihatan dan ingin menghasilkan produk sendiri perlu mematuhi peraturan yang ditetapkan pihak berkuasa. Sekiranya bekalan diperoleh daripada pembekal, pastikan pembekal adalah yang bertauliah.



KHIDMAT PENGHANTARAN

Khidmat penghantaran secara ekonomi gig seperti sistem yang diamalkan oleh Food Panda dan Grab Food semakin mendapat sambutan terutama ketika negara sedang menghadapi ancaman Covid-19. Jika diperhatikan di taman-taman perumahan yang sunyi akibat perintah kawalan pergerakan, yang sering kedengaran adalah bunyi kenderaan dan hon syarikat penghantaran barang dan perkhidmatan. Namun untuk bersaing dengan sistem dan jenama sedia ada yang telah kukuh agak sukar.

Bakal peniaga perlu kreatif mencari kelainan sekiranya ingin menceburι perniagaan ini. Selidik kelebihan dan kekurangan pesaing dalam menyediakan perkhidmatan yang lebih baik dan seterusnya dapat memancing pelanggan. Sebagai contoh, Food Panda hanya menyediakan perkhidmatan penghantaran makanan masak dari restoran, Pos Laju pula menyediakan perkhidmatan penghantaran barang yang tahan lama. Adalah lebih bagus sekiranya terdapat perniagaan yang dapat meliputi barang makanan dari restoran, runcit dan lain-lain. Fokus dan stabilkan kawasan setempat terlebih dahulu, kemudian kembangkan khidmat penghantaran dalam negeri. Ada syarikat penghantaran tertentu mengambil masa yang lama kerana parcel ‘merantau ke luar negeri’ beberapa hari sebelum sampai ke tangan penerima walaupun penghantar dan penerima dalam negeri yang sama. Ini menjadi kelebihan kepada anda sekiranya fokus kawasan setempat atau dalam negeri dalam memastikan penghantaran yang cepat. Seterusnya kembangkan ke negeri lain dan akhirnya dalam Malaysia. Tidak mustahil syarikat anda setanding syarikat-syarikat terkenal suatu hari nanti.



KURSUS WEBINAR & E-CONTENT

2020 menyaksikan kepesatan penggunaan teknologi dalam pelbagai urusan harian termasuk pendidikan. Kursus secara telekonferens atau webinar mula menjadi kebiasaan kepada anak kecil hingga dewasa. Walaupun terdapat perbezaan dan kelemahan berbanding pengajaran konvensional, ia menjadi keperluan kepada semua. Penutupan sekolah, institut pengajian dan pusat tuisyen menyebabkan peralihan dalam kaedah pengajaran dan pembelajaran.

Sekiranya anda mempunyai kepakaran dalam sesuatu bidang, ia menjadi kelebihan untuk melebarkan ilmu dan dalam masa yang sama dapat menjana pendapatan. Ia adalah perniagaan yang amat mudah, tiada kos yang terlibat kecuali sedikit kos data internet dan elektrik. Risiko juga amat rendah.

Apa yang perlu dilakukan oleh anda adalah pemasaran yang berkesan. Hebahan yang meluas dan penggunaan poster yang dapat menarik perhatian orang ramai.

Selain itu, ia juga menjadi platform untuk anda membina modul pengajaran dan menerbitkannya secara elektronik. Kebelakangan ini, buku konvensional kurang dikeluarkan kerana kekurangan permintaan. Pembaca mula beralih kepada e-kandungan dalam pembacaan. Ia menjadikan peluang yang luas untuk menceburι perniagaan ini.



PERANTI ELEKTRONIK

Mengambil kira penjelasan idea-idea perniagaan sebelumnya, ianya menjadi relevan sekiranya penjual dan pembeli mempunyai telefon pintar, tab atau laptop. Hampir setiap remaja dan dewasa mempunyai peralatan ini, malah kanak-kanak turut memilikinya.

Kebergantungan terhadap peranti elektronik meliputi dalam komunikasi, hiburan, pendidikan, perniagaan dan banyak lagi. Bagi kebanyakan individu, ia adalah alatan pertama yang digunakan sebaik terjaga daripada tidur, dan alatan terakhir sebelum tidur. Oleh itu, seiring dengan penggunaan meluas peralatan elektronik ini dalam telekomunikasi dan urusan sehari-hari, ia menjadi kelebihan yang baik untuk berkecimpung dalam perniagaan ini. Turut terkena tempias adalah peranti-peranti elektronik sokongan dan servis penyelenggaraan.

Perniagaan manakah yang menjadi pilihan anda? Apapun perniagaan yang dipilih, strategi pemasaran yang berkesan sangat memainkan peranan kepada kejayaan sesebuah perniagaan



SUKUK

(Bahasa Arab: سکوک , jamak سک) adalah nama di dalam bahasa Arab bagi sijil-sijil kewangan, tetapi biasanya merujuk kepada bon dalam kewangan Islam.

<https://ms.wikipedia.org/wiki/Sukuk>

PELABURAN & KEWANGAN

Pelaburan Dalam Sukuk Prihatin Sebagai Langkah Pemulihan Ekonomi Negara Tahun 2020

**Nurazilah Zainal, Sarah Roslan, Nur Alia Aminordin, Norhaniza Md Akhir,
Tengku Sharifeleani Ratul Maknu & Hilwana Abd Karim**

Pengenalan

Seperti sedia maklum, ekonomi Malaysia berdepan dengan cabaran yang luar biasa tahun ini terutamanya daripada pandemik COVID-19 yang memberi kesan yang besar dalam sektor perniagaan dengan adanya Perintah Kawalan Pergerakan (PKP) yang terpaksa dilaksanakan.

Inilah realiti hidup sekarang. Lebih malang lagi apabila ramai antara kita yang tidak menjangka COVID-19 boleh membawa 'musibah' yang lebih teruk kepada ekonomi kita berbanding dengan krisis-krisis dalam tempoh dua dekad lalu, di mana Malaysia menghadapi krisis kewangan Asia pada 1997, kelembapan ekonomi global selepas peristiwa 9/11 pada 2001, dan krisis kewangan global pada 2008.

Tidak alpa dengan situasi di atas, kerajaan Malaysia telah menyediakan Pelan Pemulihan Ekonomi Jangka Pendek yang dikenali sebagai Pelan Jana Semua Ekonomi Negara (PENJANA) bagi membantu semula ekonomi negara untuk membangun dengan stabil. Pelan Jana Semua Ekonomi Negara (PENJANA) telah diperkenalkan dengan tema "Bersama Menjana Ekonomi". Ianya merangkumi 40 inisiatif termasuk yang baru serta penambahbaikan bernilai RM35 bilion.

Kerajaan juga melalui PENJANA telah memperkenalkan satu instrumen pelaburan jangka panjang yang patuh Shariah iaitu Sukuk Prihatin. Sukuk dengan amaun langganan minimum berjumlah RM500 sahaja menawarkan kadar keuntungan sebanyak 2.0% setahun, dibayar setiap sukuan tahunan dari tarikh terbitan bagi sepanjang tempoh dua (2) tahun. Buat julung kalinya, sukuk ini boleh dilanggan di saluran perbankan digital (internet/mudah alih) di semua Bank Agihan melalui aplikasi JomPAY atau DuitNow.

Terimaan sukuk ini akan disalurkan ke Kumpulan Wang COVID-19 untuk membiayai langkah yang diumumkan dalam pakej rangsangan ekonomi dan pelan pemulihan bagi menangani krisis COVID-19. Contoh inisiatif adalah seperti yang diumumkan dalam pakej rangsangan ekonomi dan pelan pemulihan pasca COVID-19 termasuk, tetapi tidak terhad kepada berikut:

1. Perbelanjaan kesihatan yang berkaitan dengan penyakit COVID-19,
2. Pembiayaan/ geran kepada perusahaan mikro, dan
3. Meningkatkan kesalinghubungan sekolah di luar bandar, sekaligus berfungsi sebagai hab yang menghubungkan kampung berhampiran.

Objektif Sukuk Prihatin

Bertemakan ‘Bersama Memacu Masa Depan Negara’ dan #KitaUntukKita, Sukuk Prihatin mendukung semangat nasionalisme dan patriotisme bagi menyatukan rakyat Malaysia untuk turut serta dalam membina semula ekonomi negara dalam menangani krisis COVID-19.

Kerajaan bercadang untuk memperoleh sehingga RM500 juta daripada terbitan Sukuk Prihatin. Sukuk ini boleh dilanggan di saluran perbankan digital (internet/ mudah alih) di semua Bank Agihan melalui aplikasi JomPAY atau DuitNow. Terimaan Sukuk ini akan disalurkan ke Kumpulan Wang COVID-19 untuk membiayai langkah yang diumumkan dalam pakej rangsangan ekonomi dan pelan pemulihan bagi menangani krisis COVID-19.

Semua keuntungan daripada Sukuk Prihatin akan mendapat pengecualian cukai dan setiap amaun Prinsipal yang diketepikan (sebahagian/sepenuhnya) oleh Pemegang Sukuk sebagai sumbangan kepada Kerajaan pada tarikh matang, dibenarkan sebagai potongan cukai bagi tahun taksiran di mana penebusan Sukuk Prihatin dibuat. Layanan cukai ini hanya terpakai kepada Pemohon/Pembeli yang Layak sahaja dan tidak terpakai kepada semua Institusi Kewangan dan pemegang Lesen Perkhidmatan Pasaran Modal yang menjalankan perniagaan pengurusan dana di bawah Akta Pasaran Modal dan Perkhidmatan 2007 serta Pemegang Amanah Berdaftar yang bertindak bagi pihak Pemohon/Pembeli yang Layak. Amaun Prinsipal yang diketepikan akan disumbangkan kepada akaun amanah Kerajaan yang diluluskan oleh Kerajaan (“Akaun Amanah Kerajaan”).

Ciri-ciri Sukuk Prihatin

Pelaksanaan Sukuk Prihatin adalah bercirikan berikut:

1. Berlandaskan Sukuk Tawaruk, sama seperti Mudarabah;
2. Berkonsepkan urus niaga, komoditi di bawah Mudarabah;
3. Mempunyai konsep yang agak sama dengan bon dalam sistem kewangan konvensional atau barat, tetapi penerbitan Sukuk Prihatin ini merupakan penjualan sijil kewangan kepada para pelabur, yang mana hasil jualan sukuk itu akan digunakan untuk membeli aset sokongan;
4. Sukuk Prihatin dikategorikan di bawah pinjaman, bukannya ekuiti, dan ini yang menyebabkan ia lebih berisiko rendah berbanding ekuiti.

Manfaat Sukuk Prihatin

Manfaat Sukuk Prihatin adalah seperti berikut:

1. Bayaran keuntungan dan bayaran Prinsipal di bawah Sukuk Prihatin ini adalah komitmen langsung Kerajaan sebagai penerbit.
2. Memberi peluang kepada pelabur mempelbagaikan portfolio pelaburan.
3. Amaun bayaran keuntungan berkadar tetap dibayar secara sukuan tahunan.
4. Sukuk Prihatin adalah pelaburan patuh Syariah.
5. Layanan cukai terpakai kepada Pemegang Sukuk yang layak.



Perasmian Sukuk Prihatin

Majlis perasmian Sukuk Prihatin yang dilancarkan pada 18 Ogos lalu disaksikan oleh Seri Paduka Baginda Yang Dipertuan Agong, Al-Sultan Abdullah Ri'ayatuddin Al-Mustafa Billah Shah. Ia disempurnakan oleh Perdana Menteri Malaysia, Tan Sri Muhyiddin Yassin dan Menteri Kewangan, Tengku Datuk Seri Zafrul Tengku Abdul Aziz.

Berikutan norma baharu COVID-19, keperluan negara Malaysia untuk mendapatkan sumber kewangan, kebiasaan dan majoritinya diperolehi dari sumber dalaman dan luar negara. Namun kini, dengan menggunakan alternatif berbeza dan sebagai satu sumber kewangan yang baru, penerbitan Sukuk Prihatin ini adalah sangat diperlukan pada masa kini kerana ia dapat membantu memulih dan memperkuuh semula ekonomi negara Malaysia dengan menstruktur semula rentak ekonomi bagi memperbaiki keadaan sekarang.

Penyelidik Ekonomi Institut Demokrasi dan Hal Ehwal Ekonomi (IDEAS), Adli Amirullah berkata, "Sukuk atau bon kerajaan secara teori adalah medium terbaik buat sebuah kerajaan untuk membuat 'pinjaman' kerana ia melibatkan pinjaman dalam negara dan bukan pinjaman luar negara".

Penerbitan sukuk ini juga sangat signifikan untuk diterbitkan kerana ianya mampu menjadi satu platform kepada masyarakat umum dan juga sektor-sektor korporat untuk membantu negara menambah sumber kewangan dengan lebih sistematik, telus, dan profesional.

Diyakini Sukuk Prihatin ini akan banyak dilanggan atau dilabur oleh sektor-sektor korporat kerana ini adalah masa terbaik bagi mereka untuk menjalankan tanggungjawab sosial korporat (CSR) mereka, dan ini tidak terkecuali juga pada golongan masyarakat umum. Ia juga merupakan suatu instrumen yang sesuai untuk mempelbagaikan portfolio pelaburan (portfolio diversification).

Pelaksanaan Sukuk Prihatin melalui pendekatan 'bottom-up' sangat bertepatan pada masa ini kerana sebagai rakyat atau sektor-sektor korporat yang lain perlu membantu negara memulihkan sektor ekonomi dan membantu kerajaan mengembalikan semula kesejahteraan dan kebahagiaan rakyat.



Sambutan daripada Para Pelabur

Sukuk Prihatin yang dilancarkan kerajaan pada 18 Ogos lalu telah terlebih langganan (oversubscribed) dengan jumlah lebih RM666 juta, melepassi sasaran penerbitan asal berjumlah RM500 juta.

Menteri Kewangan, Tengku Datuk Seri Zafrul Tengku Abdul Aziz berkata, memandangkan sambutan memberangsangkan daripada pemohon yang layak, kerajaan memutuskan untuk menerbitkan langganan tambahan sebanyak RM166 juta.

Sukuk Prihatin yang menerima langganan sebanyak RM666 juta dapat membantu kerajaan membiayai pembangunan ekonomi sekaligus membantu mengurangkan kadar pengangguran negara.

Pelaburan patuh syariah yang diperkenalkan kerajaan di bawah instrumen pinjaman jangka panjang ini bebas risiko sistematik yang majoritiannya dilanggan oleh sektor korporat berbanding individu. Kelebihan tersebut dijangka menjadi tarikan kepada pelabur korporat yang mahu mempelbagaikan portfolio syarikat dengan status aset bebas risiko dan pada masa sama menyumbang kepada pemulihran semula ekonomi negara.

Inisiatif Sukuk Prihatin dijangka berkesan dalam memulihkan semula struktur ekonomi negara dan lebihan dana akan membolehkan Bank Negara Malaysia (BNM) mengekalkan kadar dasar semalam (OPR), dengan syarat sumber pendapatan negara terus pulih dan meningkat.

Sementara itu, berdasarkan laporan oleh Suruhanjaya Sekuriti Malaysia 2019, merekodkan sebanyak 63.57% pasaran modal Islam adalah diterbitkan oleh negara Malaysia yang bersamaan dengan 2.04 trilion Ringgit Malaysia dan ia menunjukkan peningkatan sebanyak 8.23% daripada tahun 2018 ke tahun 2019.

Pada tahun 2018, untuk jumlah terbitan baru sukuk korporat, adalah sebanyak 72.68 billion Ringgit Malaysia. Manakala pada tahun 2019 pula, angka itu meningkat kepada 102.39 bilion Ringgit Malaysia. Dapat dilihat peningkatan bon sangat signifikan, kerana ianya meningkat sebanyak 40.88%. Berdasarkan laporan ini, dapat dikenal pasti bahawa Malaysia masih kekal sebagai penerbit utama dan terbesar untuk pasaran modal Islam, di mana ekuiti Islam dan sukuk adalah penyumbang terbesar.

Indikator ini menjadikan Malaysia negara yang prihatin tentang sukuk, dan potensi sukuk itu adalah sangat tinggi dan baik di Malaysia. Perkembangan sukuk akan lebih baik dari semasa ke semasa dengan pelbagai inisiatif yang telah dijalankan oleh pihak kerajaan melalui Sukuk Prihatin di mana ianya mampu meningkatkan industri sukuk negara.



MEDIA SOSIAL

GAMER & YouTuber

Jutawan Milenial di Dunia Digital

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



Revolusi ekonomi 4.0 secara dasarnya mengubah cara hidup bekerja dan berhubungan antara satu sama lain. Perkara ini berlaku hasil dari pelbagai penemuan teknologi baharu seperti Internet of Things (IoT), virtual reality, media sosial, pengurusan maklumat digital seperti “big data”, simulasi dan penggunaan robotik yang telah mencorak kemajuan landskap dunia moden.

Ledakan revolusi dunia digital ini mampu menawarkan ruang yang luas untuk generasi milenial mengembangkan kerjaya dan sekaligus menjana pendapatan yang lumayan tanpa mengira had umur. Berikut adalah antara pekerjaan yang terbukti boleh menjana pendapatan yang lumayan di dunia digital pada hari ini.



Yap Jian Wei
Pendapatan Tahunan: AS\$ 1.8 million



Yeik Nai Zheng
Pendapatan Tahunan: AS\$1.7 million



Adam Erwann Shah B. Aktar Hussein
Pendapatan Tahunan: AS\$376 ribu

GAMER

Perlu diingatkan bahawa tidak semua permainan komputer ini mampu menjana pendapatan. Berikut adalah permainan komputer yang mempunyai pengikut yang ramai di kalangan generasi milenial serta mampu menjana pendapatan antaranya ialah *Mobile Legend*, *DOTA 2* dan *Clash of Clan*. Cara “gamer” ini menjana pendapatan adalah dengan cara menyertai pertandingan e-sport yang menawarkan hadiah yang lumayan.

Selain menyertai pertandingan e-sport antarabangsa, pemain permainan komputer tegar boleh menggunakan kemahiran atau “skill” yang ada dengan menjadi “joki”. “Joki” adalah orang yang menawarkan perkhidmatan untuk menaikkan level atau peringkat dalam permainan komputer. Bagi peminat permainan komputer, level adalah sangat penting dan mereka saling bersaing untuk menaikkan level mereka dalam permainan tersebut.

Pemain permainan komputer juga boleh membuat tutorial di YouTube untuk menjana pendapatan. Ini dapat meningkatkan jumlah pengikut mereka. Sebagai contoh saluran YouTube dari Indonesia Miawaug menjana pendapatan AS\$12 juta pada Oktober 2020 hanya dengan “review” dan membuat tutorial permainan komputer yang baru di dalam pasaran.

YOUTUBER

Dunia digital memberi peluang menjana pendapatan tanpa mengira usia. Pembina kandungan atau “content creator” mengelarkan diri mereka sebagai YouTuber. Content atau isi kandungan saluran YouTube yang bagus menjadi percaturan dalam dunia YouTube. Persaingan bukanlah isu besar memandangkan penonton bebas menonton saluran YouTube tanpa bayaran. Pembina kandungan saluran YouTube perlu kreatif bagi memastikan jumlah pengikut yang ramai.

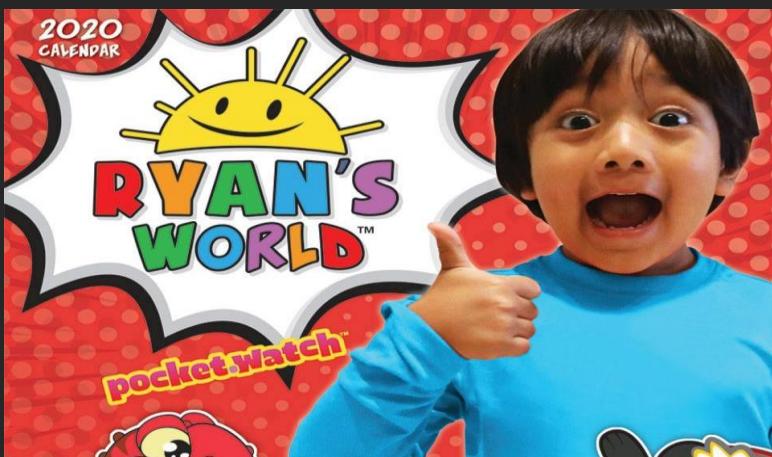
Saluran YouTube juga mempunyai pengaruh yang besar dalam dunia kanak-kanak. Ini diakui oleh Eyal Baumel CEO Yoola yang pakar melahirkan “digital star”. Oleh itu, saluran YouTube yang menjana pendapatan paling lumayan pada tahun 2019 dipelopori oleh kanak-kanak. Mereka menerima pendapatan lumayan dari pengiklanan dan menjadi duta jenama terkenal seperti Lego, Nickelodeon dan Dannon.

Berikut adalah dua Saluran YouTube yang dipelopori oleh kanak-kanak yang menjana pendapatan yang lumayan:

“Ryan’s World,” oleh Ryan Kaji

Ryan Kaji yang berumur lapan tahun merupakan pembina saluran YouTube “Ryan’s World” dinobatkan oleh Forbes sebagai pembina saluran YouTube yang mempunyai pendapatan paling lumayan iaitu sebanyak AS\$26 juta pada tahun 2019.

Ryan memulakan kerjayanya pada 2015 dengan memilih genre “unboxing” atau mengulas permainan baru di dalam pasaran, eksperimen sains dan pelbagai video pembelajaran di saluran YouTube.



Saluran YouTube Ryan World

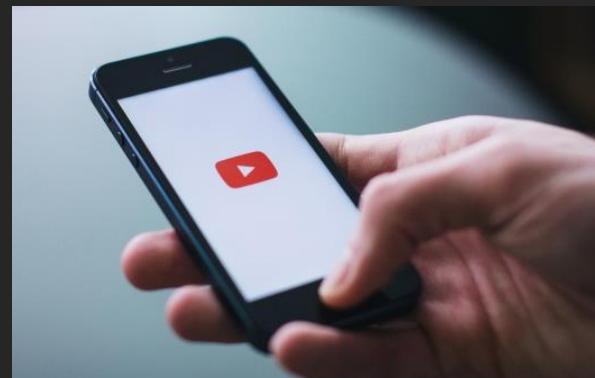


Anastasia Radzinskaya

“Like Nastya” oleh Anastasia Radzinskaya

Anastasia Radzinskaya dilahirkan di Rusia pada tahun 2014 dan kini berusia 5 tahun. Beliau dilahirkan dengan penyakit cerebral palsy dan doktor yang merawat Anastasia menjangkakan beliau tidak mampu bercakap dan sehingga kini Anastasia masih meneruskan rawatan pemulihan.

Anastasia mengengahkan video-video bermain bersama ayahnya, kucing kesayangannya dan pelbagai video lucu yang telah dialih suara. Kini Anastasia telah menjana pendapatan sebanyak AS\$18 juta pada tahun 2019 dan saluran YouTube Anastasia mempunyai 107 juta orang pengikut.



Terdapat banyak tips untuk menjadi Youtuber terkenal dan profesional , antaranya “content” atau isi kandungan video yang berkualiti. Video berkualiti mesti mengandungi komen atau kata-kata positif dan elak menggunakan kata-kata negatif di dalam pembikinan video bimbang ianya tidak disenangi oleh orang ramai. Peralatan seperti kamera dan mikrofon juga amat penting bagi memastikan video yang dihasilkan cantik dan mempunyai audio yang jelas.

Video berkualiti memerlukan sentuhan editing yang bagus. Kini terdapat banyak aplikasi percuma yang boleh membantu Youtuber menghasilkan video berkualiti, antaranya EaseUs Editor, Screencast-O-Matic, Corel Video Studio dan banyak lagi. Youtuber juga perlu memuat naik video baru secara rutin bagi memastikan pengikut atau “subscriber” tidak ternanti-nanti karya video terbaru.

Youtuber terkenal memerlukan pengikut atau “subscriber” yang ramai untuk membina kepercayaan saluran Youtube anda layak ditonton. Salah satu cara membina kepercayaan subscriber adalah dengan membuat interaksi yang baik dengan penonton atau “viewer” di ruang komen. Kata-kata positif di ruangan ini boleh mewujudkan perbincangan yang baik di kalangan penonton atau viewer sekaligus menjemput penonton lain mengikuti dan menonton video di saluran YouTube anda. Youtuber yang terkenal juga harus memiliki rakan Youtuber yang ramai. Ini membolehkan Youtuber saling berkolaborasi dalam menghasilkan “content” atau isi kandungan video yang baik. YouTuber harus memuat naik video di media sosial yang lain juga seperti Instagram dan Facebook bagi membantu menambah “subscriber” atau pengikut.

Generasi pada masa kini harus bijak menggunakan platform digital ini untuk tujuan yang baik. Gunakan kreativiti dan kemahiran komputer untuk membina kandungan dengan baik dan meraih jutawan penonton sekaligus menjana pendapatan. Tidak rugi jika kita gunakan akaun media sosial sebagai akaun tabungan duit dan sebarkan kandungan yang berguna untuk generasi akan datang.



TEKNOLOGI

TEKNOLOGI DALAM PERNIAGAAN

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



Konsep teknologi adalah sangat luas dan merangkumi beberapa cabang sains dan kajian. Teknologi dapat dilihat sebagai aplikasi pengetahuan sains dalam mereka cipta alat-alat yang dapat meningkatkan keupayaan manusia seperti pembangunan dan penggunaan alat, mesin, bahan dan proses untuk menyelesaikan masalah yang dihadapi dalam kehidupan seharian. Teknologi juga membawa maksud tahap pengetahuan semasa dalam menggabungkan sumber bagi menghasilkan produk yang dikehendaki dalam bidang ekonomi. Antara contoh teknologi adalah teknologi komunikasi, teknologi maklumat, teknologi perubatan, teknologi pembinaan, teknologi perniagaan dan teknologi pendidikan dan sebagainya.

Dewasa ini, penggunaan teknologi bukan saja memainkan peranan penting dalam kehidupan manusia, malah ianya menjadi komponen utama dalam memastikan sesuatu organisasi perniagaan itu mampu berkembang maju dan bersaing pesat di peringkat nasional ataupun global. Penggunaan teknologi yang bersesuaian juga membolehkan organisasi perniagaan menjadi fleksibel dan mampu menyesuaikan operasi mereka selaras dengan teknologi yang semakin maju ini. Jika dilihat sekarang, Kecerdasan Buatan (*Artificial Intelligence; AI*) dan Internet Pelbagai Benda (*IPB*) atau lebih dikenali sebagai *Internet of Things (IoT)* memang sinonim dengan kehidupan seharian dan juga penggunaan di dalam industri. Sebagai contoh, penggunaan Kecerdasan Buatan dalam pembangunan perkhidmatan kewangan oleh sektor perbankan membolehkan syarikat memberikan perkhidmatan pelanggan Kecerdasan Buatan setanding dengan kepakaran manusia pada kos yang lebih rendah menerusi sistem seperti ‘text chats’, sistem suara atau ‘chatbots’.

Kecerdasan Buatan & Internet Pelbagai Benda

Sebagai contoh, penggunaan Kecerdasan Buatan dalam bidang perniagaan, Air Asia, CIMB Clicks dan Food Panda adalah antara syarikat yang menggunakan AVA bagi sistem ‘live chat’ mereka. Manakala dalam kehidupan seharian pengguna pula, ianya dapat dilihat dengan adanya aplikasi ‘Siri’, ‘Amazon Echo’, ‘Alexa’ dan ‘Google Home’. Ternyata penggunaan Kecerdasan Buatan ini memudahkan manusia dalam kehidupan mereka. Kecerdasan Buatan juga boleh mengelakkan kekusutan pelanggan berurusan dengan pasukan perkhidmatan pelanggan manusia yang beremosi. Penggunaan Kecerdasan Buatan kini diterima baik oleh syarikat-syarikat besar. Berdasarkan kajian oleh Microsoft dan IDC Asia/Pasifik ke atas pemimpin perniagaan bertajuk ‘Perniagaan Siap Masa Depan: Menilai Potensi Pertumbuhan Asia Pasifik Melalui AI meninjau 100 pemimpin perniagaan dan 100 pekerja di Malaysia’, menjelang tahun 2021, Kecerdasan Buatan di Malaysia akan membolehkan kadar inovasi meningkat hampir dua kali ganda, sekaligus meningkatkan produktiviti pekerja sebanyak 60 peratus.

Menurut CISCO (2011), Internet Pelbagai Benda (IPB) dijangka mencapai kematangan pada tahun 2020, di mana pada waktu itu, dijangka sebanyak 33 bilion ‘objek’ akan berhubung sesama sendiri (anggaran nisbah 4.12 objek berhubung untuk setiap populasi manusia), menjanakan data sebanyak 40 Zetabyte (5 kali ganda daripada tahun 2016) dan mewujudkan peluang ekonomi baru sejumlah \$14 trillion.

Terdapat beberapa teknologi Internet Pelbagai Benda (IPB) sudah mengambil tempat pada hari ini. Antaranya adalah dron untuk pemantauan kemajuan tapak pembinaan, peranti boleh pakai (*wearable devices*), seperti Apple Watch atau Samsung Gear untuk pemantauan kesihatan dan kereta pintar. Sebagai contoh, kereta nasional Malaysia iaitu Proton X70 menggunakan *Auto Parking Assist* (APA) dan *voice command* dalam model tersebut. Namun demikian, kereta pintar seratus peratus masih dalam fasa pembangunan. Selain membantu dalam kecekapan dan peningkatan hasil, penggunaan teknologi juga dapat menghubung dan mengembangkan capaian negara lain apabila wujudnya teknologi canggih seperti Internet dan e-dagang. Kepentingan ini dapat dilihat apabila kebanyakan syarikat telekomunikasi utama rancak menyediakan teknologi rangkaian termaju dengan peranti berspesifikasi tinggi terkini iaitu Rangkaian 5G, di mana ia menjanjikan sambungan yang jauh lebih pantas berbanding dengan apa yang ditawarkan pada ketika ini. Rangkaian ini juga bakal melonjakkan teknologi Internet Pelbagai Benda (IPB) melalui penyediaan infrastruktur yang mampu membawa data-data berkapasiti besar yang amat diperlukan di dalam dunia yang saling berhubung. Dengan wujudnya teknologi sebegini, pasaran boleh dikuasai dengan lebih luas dan mudah apabila segalanya hanya di hujung jari. Sebagai contoh, organisasi syarikat boleh memperluaskan pasaran dan meningkatkan jualan melalui jualan atas talian menggunakan laman web, media sosial ataupun mendaftar dengan pihak ketiga yang menjadi platform jualan atas talian seperti eBay, Alibaba.com, Amazon, Shoppe dan Lazada.



Persediaan Penggunaan Teknologi Dalam Perniagaan

Kesan Pandemik COVID-19 telah mengubah landskap dunia termasuk Malaysia sehingga memaksa kita mencapai kepada suatu keadaan di luar jangkaan kita dalam keadaan segera demi memastikan setiap aktiviti harian terlaksana dengan mudah dan dilindungi daripadanya. Kesiapsiagaan setiap rakyat terhadap fenomena baharu ini menyebabkan setiap rakyat baik muda maupun yang berusia melengkapkan diri supaya seiring dengan keperluan era teknologi digital. Terutamanya di dalam bidang perniagaan yang kini rancak merubah normanya kepada perniagaan berdasarkan teknologi digital.

Bersediakah kita terhadap perubahan baharu ini terutamanya pada golongan yang berusia ataupun yang kurang berkemampuan? Mampukah “business model” baharu ini merubah dan diterima oleh setiap pengguna Malaysia? Rakyat dan komuniti perniagaan telah mula mengubah persepsi mereka dan celik terhadap keperluan dan kepentingan digitalisasi dalam kehidupan norma baharu kini. Pendigitalan perniagaan berfungsi sebagai suatu pemboleh daya perkembangan ekonomi negara seiring dengan agenda kerajaan ke arah *Industrial Revolution (IR) 4.0*.

Oleh itu, pembangunan infrastruktur diperlukan dalam memperkasa ekonomi digital negara dengan mewujudkan Pasukan Petugas Ekonomi Digital (DETF) hasil gabungan kerjasama antara Kementerian Komunikasi dan Multimedia Malaysia (KKMM) dan Kementerian Sains, Teknologi dan Inovasi (MOSTI). Usaha ini juga perlu mengambil kira risiko-

risiko terhadap peniaga-peniaga khususnya Perusahaan Kecil Sederhana (PKS) dan Peniaga Mikro. Mampukah mereka untuk berdaya saing seiring dengan keperluan dunia perniagaan secara digital? Sehubungan itu, komuniti perniagaan perlulah menggunakan teknologi yang ada untuk meningkatkan hasil pengeluaran sama ada lebih berinovasi dan tinggi permintaannya dengan mengurangkan kos operasi sehingga mencapai rangkaian ke luar negara.

Terdapat pelbagai rangkaian yang telah dibangunkan bagi membantu perniaga-perniaga terutamanya Industri Kecil dan Sederhana (IKS) dalam menghadapi era teknologi yang lebih mencabar ini dengan memanfaatkan peluang-peluang yang disediakan. Antaranya adalah platform keusahawanan atas talian dengan pelbagai kemudahan khusus untuk Perusahaan Kecil dan Sederhana (PKS) dan Peniaga Mikro seperti program eUsahawan, e-Dagang & Platform ‘Marketplace, Eksport dengan e-Dagang anjuran *Malaysia Digital Economy Corporation (MDEC)* serta usahasama *Centre for Entrepreneur Development and Research Sdn. Bhd. (CEDAR)* seperti latihan-latihan keusahawanan yang membantu terutamanya kepada peniaga baru.

Pendigitalan perniagaan berfungsi sebagai suatu pemboleh daya perkembangan ekonomi negara seiring dengan agenda kerajaan ke arah Industrial Revolution (IR) 4.0.





Pengungkapan asal
"*Internet of things*"
dicetuskan Kevin Ashton,
seorang penolong pengurus
jenama syarikat Procter &
Gamble pada tahun 1999.

https://ms.wikipedia.org/wiki/Internet_benda

UMUM

PELAJAR & PERNIAGAAN

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

Alam pembelajaran di universiti sangat mencabar. Bermula dari sesi pendaftaran sebagai pelajar baru sehingga tamat pengajian; para pelajar bakal dan telah menghadapi halangan dan cabaran dalam menimba ilmu. Dalam dunia kini yang lebih mencabar, serba serbi memerlukan wang apatah lagi sebagai pelajar dalam meniti sesi pengajian sehingga tamat.

Bermula dari semester pertama hingga tamat pengajian, pelajar memerlukan wang untuk keperluan nota, projek individu dan berkumpulan serta kerja-kerja lapangan. Ibu bapa merupakan tempat bergantung yang paling dekat untuk mendapatkan sumber kewangan. Bagi keluarga yang mempunyai kewangan yang stabil, tidak menjadi masalah untuk menyediakan keperluan yang secukupnya untuk anak mereka yang bergelar pelajar. Tetapi bagi keluarga yang susah, ianya adalah satu kepayahan untuk menyediakan wang bagi tujuan pembelajaran anak-anak mereka apatah lagi di peringkat universiti.

Dunia perniagaan dulu dan kini amat berbeza. Peluang bermiaga ada di mana-mana. Bak kata pepatah, di mana ada kemahuan di situ ada jalan, asalkan perniagaan itu halal.





Pada zaman ini, pelajar dan perniagaan tidak dapat dipisahkan. Di universiti juga diajar tentang perniagaan, cabaran dan cara penyelesaian masalah. Ilmu ini boleh digunakan oleh pelajar dalam mencari wang saku sendiri. Segelintir pelajar berhadapan dengan suasana pembelajaran yang memerlukan sokongan kewangan yang kukuh. Ini membawa kepada usaha untuk menambah wang saku dalam meniti hari-hari mendatang sebagai seorang pelajar.

Terdapat beberapa faktor yang menyumbang kepada usaha dan minat untuk bermula di kalangan pelajar. Antaranya ialah:

1. Motivasi
2. Program pengajian pelajar
3. Keluarga
4. Kemahiran
5. Pengalaman

Menurut perspektif Islam, 9 daripada 10 sumber rezeki manusia datang daripada perniagaan.

Ini menunjukkan bahawa manusia boleh mendapatkan sumber pendapatan melalui perniagaan. Secara ringkas, terdapat beberapa sebab pelajar perlu memulakan perniagaan walaupun masih berstatus pelajar.

1. Berniaga itu mudah

Pada zaman serba moden ini, pelajar tidak memerlukan premis untuk membuka sesuatu perniagaan. Cukup sekadar telefon pintar dan data internet sebagai langkah permulaan. Terdapat banyak pakej menarik untuk telefon pintar dan internet yang berpatutan untuk pelajar.

Sosial media dan pelajar tidak dapat dipisahkan. Peluang ini perlu dimanfaatkan oleh pelajar dalam memperkenalkan produk atau perkhidmatan mereka. Sebagai contoh penggunaan *Facebook*, *Instagram* dan *Twitter* adalah antara platform sosial media yang amat rancak digunakan oleh pelayar internet di seluruh dunia.



2. Berniaga boleh membantu sesama manusia

Pelajar itu adalah usahawan. Peranan usahawan sangat meluas. Ini dibuktikan dengan pembukaan sesuatu perniagaan yang dapat menjana peluang pekerjaan untuk rakyat. Langkah ini dapat mengurangkan kadar pengangguran di negara ini.

Usahawan perlu bersedia untuk memilih tenaga kerja yang komited; boleh membantu meringankan tugas harian dalam perniagaan. Pekerja yang telah berjaya dipilih perlu diberi latihan yang secukupnya dan peluang untuk berkongsi idea dan maklumat untuk mengembangkan lagi perniagaan.

3. Potensi pelanggan yang luas

Pada zaman globalisasi dan serba moden ini, sesebuah perniagaan mampu untuk menjana jualan dalam sekelip mata. Penggunaan internet yang meluas dalam perniagaan memberi peluang kepada usahawan menerima jumlah pelanggan yang mungkin tidak terjangkau oleh fikiran. Ini kerana potensi pelanggan berada di seluruh pelusuk dunia. Bak kata pepatah; segalanya di hujung jari. Kuasa internet sangat besar malah usahawan hanya bersemuka dengan pelanggan di alam maya.

Kesimpulannya, terdapat banyak manfaat kepada pelajar sekiranya mereka menceburkan diri dalam perniagaan. Pelajar yang bergelar usahawan boleh menggunakan dan menyebarkan kelebihan perniagaan kepada masyarakat sekeliling terutamanya rakan-rakan sepengajian. Marilah sama-sama kita berganding bahu dalam memartabatkan ekonomi negara dengan mengamalkan aktiviti perniagaan yang halal dan sah di sisi undang-undang. Sekaligus ia dapat meningkatkan nilai ringgit Malaysia di pasaran dunia.

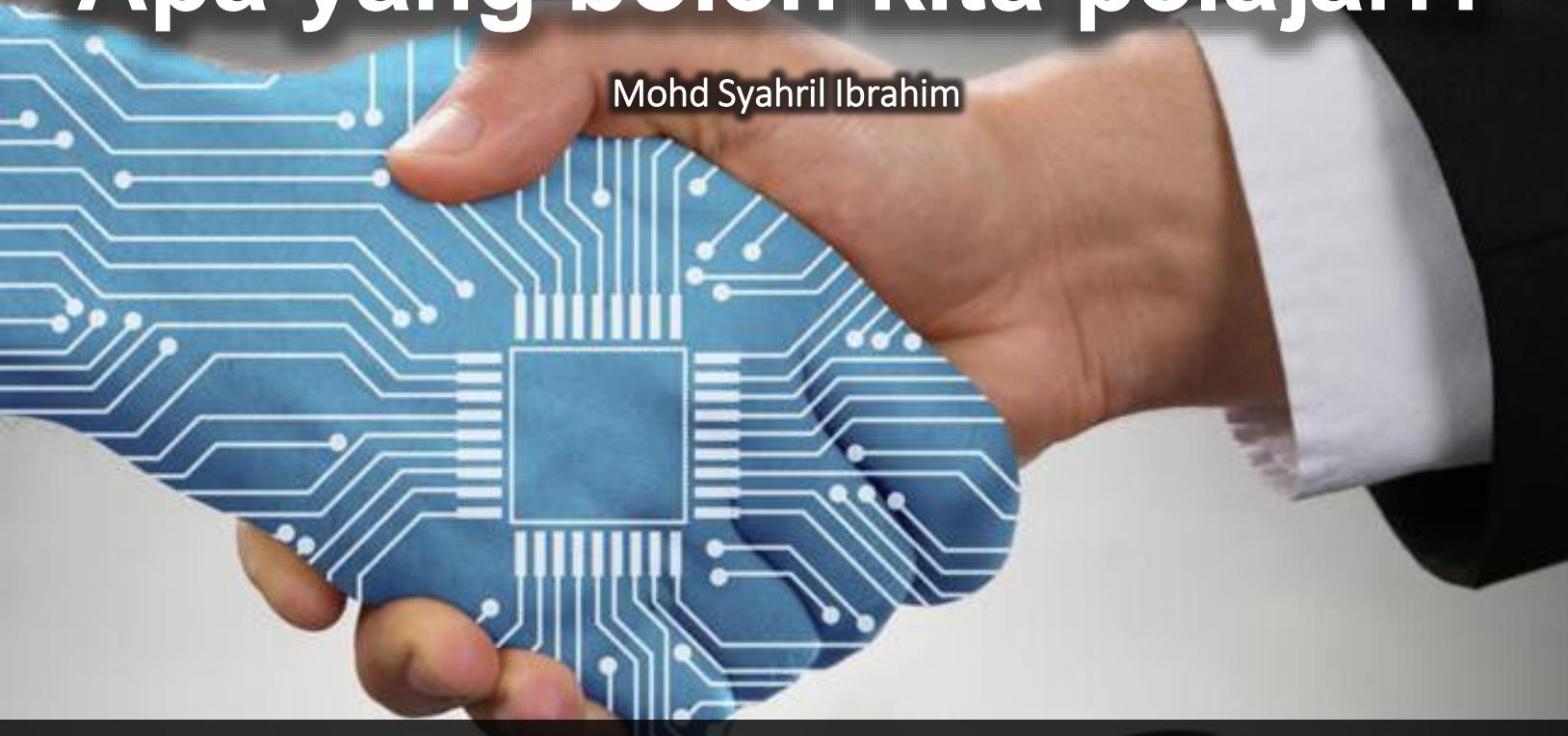


PENULIS JEMPUTAN

Macau Scam

Apa yang boleh kita pelajari?

Mohd Syahril Ibrahim



Pernahkah anda menerima panggilan seperti ini?

"Kami membuat panggilan dari pihak Mahkamah mendapati bahawa anda masih tidak menjelaskan saman bernilai RM1000".

Sekiranya pernah, anda mungkin salah seorang yang telah menjadi mangsa yang terpedaya dengan panggilan palsu oleh Sindiket Macau Scam. Kebelakangan ini, semakin menjadi-jadi kes penipuan Macau Scam yang melibatkan bukan sahaja warga tua sebagai mangsa, malah orang muda juga turut terperangkap dengan sindiket ini dengan kerugian yang menccah jutaan ringgit. Siapa sebenarnya Macau Scam ini?

Sindiket Macau Scam atau Telecommunication Fraud ini sebenarnya didalangi oleh warga tempatan dan warga asing yang cuba menipu mangsa mereka dengan membuat panggilan secara rawak dan rambang dengan mendakwa mereka mewakili dari mana-mana institusi kewangan. Ia kebiasaan dilakukan menggunakan talian antarabangsa dari lokasi di Asia Timur seperti China, Taiwan Hong Kong dan juga dari dalam negara. Taktik ini digunakan untuk memperdaya mangsa dan boleh menyebabkan kerugian yang besar kepada mangsa.

Macau Scam dikategorikan sebagai satu jenayah penipuan telekomunikasi. Mereka berusaha membuat penampilan sebagai pegawai yang mempunyai autoriti, serta mampu menimbulkan rasa was-was, panik, dan keinginan terhadap mangsa untuk membela diri atau mengelak daripada dikenakan tindakan undang-undang.

Setakat ini, pihak Suruhanjaya Pencegahan Rasuh Malaysia (SPRM) telah membuka 750 akaun membabitkan nilai RM75 juta milik sindiket tersebut yang sebelum ini melakukan aktiviti membersihkan wang mereka dengan menggunakan perniagaan artis yang sah.

Menurut kenyataan daripada Polis DiRaja Malaysia (PDRM), modus operandi sindiket Macau Scam melibatkan empat (4) kategori iaitu:

1. Cabutan Bertuah (lucky draw)
2. Tipu Culik & Minta Wang Tebusan
3. Spoofing (Menyamar menjadi pegawai kerajaan seperti Polis/SPRM/Mahkamah dsb)
4. Spoofing (Menyamar menjadi pegawai Bank Negara Malaysia/bank komersial)

Daripada modus operandi yang dilakukan di atas, sindiket ini berjaya menipu mangsa dengan mendapatkan wang yang banyak dan menurut laporan dikeluarkan oleh Suruhanjaya Sekuriti Malaysia (SSM) setakat Jun 2020, jumlah kerugian rakyat Malaysia yang menjadi mangsa akibat perbuatan jenayah penipuan scam ini meningkat kepada RM914 juta.

Penggunaan psikologi

Kebanyakan mangsa sindiket ini telah mengaku bahawa mereka mudah percaya dengan permainan psikologi dari sindiket Macau Scam ini. Apabila panggilan telefon diangkat, mereka cenderung dengan menggunakan elemen pematuhan (Kalau kita dengar panggilan dari pihak berkuasa seperti PDRM, mahkamah dan lain-lain, kita akan cepat berasa cemas dan takut seolah-olah kita telah membuat salah di sisi undang-undang). Di sini, mereka tidak akan memberikan pilihan kepada kita dan kita harus mendengar apa yang mereka katakan. Mereka tidak akan membuat panggilan dengan menyamar sebagai pusat tafhib, masjid dan pusat zakat kerana situasi sebegini akan memberi ruang kepada kita untuk memilih untuk menderma dan memberikan wang ataupun tidak. Oleh itu, elemen pematuhan dengan tidak memberikan pilihan dilihat sebagai permainan psikologi yang bijak oleh sindiket ini.

Selain itu, mereka dilihat sangat terlatih dengan penggunaan ayat yang agak tepat dan perbualan telefon yang menyakinkan apabila menghubungi mangsa. Sebagai contoh, apabila terdapat suatu kesalahan dibacakan, mereka boleh menghafal undang-undang yang terpakai dan tahu prosedur di Mahkamah untuk menyakinkan si mangsa dan disebabkan itu, sekiranya mangsa terjerat (menangis, menzahirkan kerisauan dan sebagainya), mereka akan lebih menekan mangsa. Jadi di sini, permainan psikologi dan juga pembacaan watak si mangsa oleh sindiket ini telah berjaya menjadikan kegiatan sindiket Macau Scam ini lebih berjaya dan berleluasa.

Penggubahan Wang Haram

Selain daripada kegiatan menipu mangsa dengan mendapatkan wang ringgit yang cukup lumayan, mereka telah berjaya untuk mengaburi pihak berkuasa dengan kegiatan pengubahan wang haram. Pengubahan wang haram adalah satu tindakan atau aktiviti penukaran wang atau nilai harta lain yang diperolehi dari aktiviti haram (seperti pengedaran dadah, rasuah, penipuan, pemerdagangan manusia, samun, jenayah dan seumpamanya) kepada wang atau pelaburan yang kelihatan sah dari segi undang-undang. Aktiviti itu dijalankan supaya sumber wang haram dan nilai-nilai material yang lain tidak dapat dikesan oleh pihak berkuasa.



Peruntukan Undang-undang

Setakat ini, terdapat beberapa peruntukan undang-undang di Malaysia yang sedia ada bagi mengawal selia dan melindungi perbuatan berkaitan dengan kesalahan kegiatan Macau Scam ini. Antaranya adalah:

Seksyen 420 Kanun Keseksaan:

Peruntukan ini melibatkan kesalahan menipu secara curang untuk mendorong secara memperdayakan bagi penyerahan wang atau harta benda mangsa kepada dirinya. Hukuman jika disabitkan kesalahan adalah pesalah boleh dipenjara tidak kurang satu tahun dan tidak melebihi 10 tahun, dan hukuman sebat, dan boleh juga dikenakan denda.

Seksyen 416 Kanun Keseksaan:

Peruntukan berkenaan dengan sesiapa yang menipu secara menyamar sebagai orang lain selain daripada dirinya sendiri adalah melakukan kesalahan menipu secara menyamar. Hukuman di bawah Seksyen 419 adalah penjara tidak melebihi daripada tujuh tahun atau denda atau kedua-duanya sekali.

Akta Pencegahan Pengubahan Wang Haram, Pencegahan Pembiayaan Keganasan dan Hasil daripada Aktiviti Haram 2001 (Akta 613):

Antara kesalahan membabitkan pengubahan wang haram ialah, (a) mana-mana individu yang melibatkan diri secara langsung atau tidak langsung, dalam transaksi yang melibatkan hasil dari aktiviti haram atau peralatan kesalahan, (b) memperoleh, menerima, memiliki, menyembunyikan, memindahkan, mengubah, menukar, membawa, melupuskan, atau menggunakan hasil dari aktiviti haram atau peralatan kesalahan. Mereka yang bersalah boleh disabitkan penjara tidak melebihi 15 tahun, dan juga boleh didenda tidak kurang lima kali ganda jumlah atau nilai hasil dari aktiviti haram atau peralatan kesalahan itu pada masa kesalahan itu dilakukan, atau denda RM5 juta, mengikut mana yang lebih tinggi.

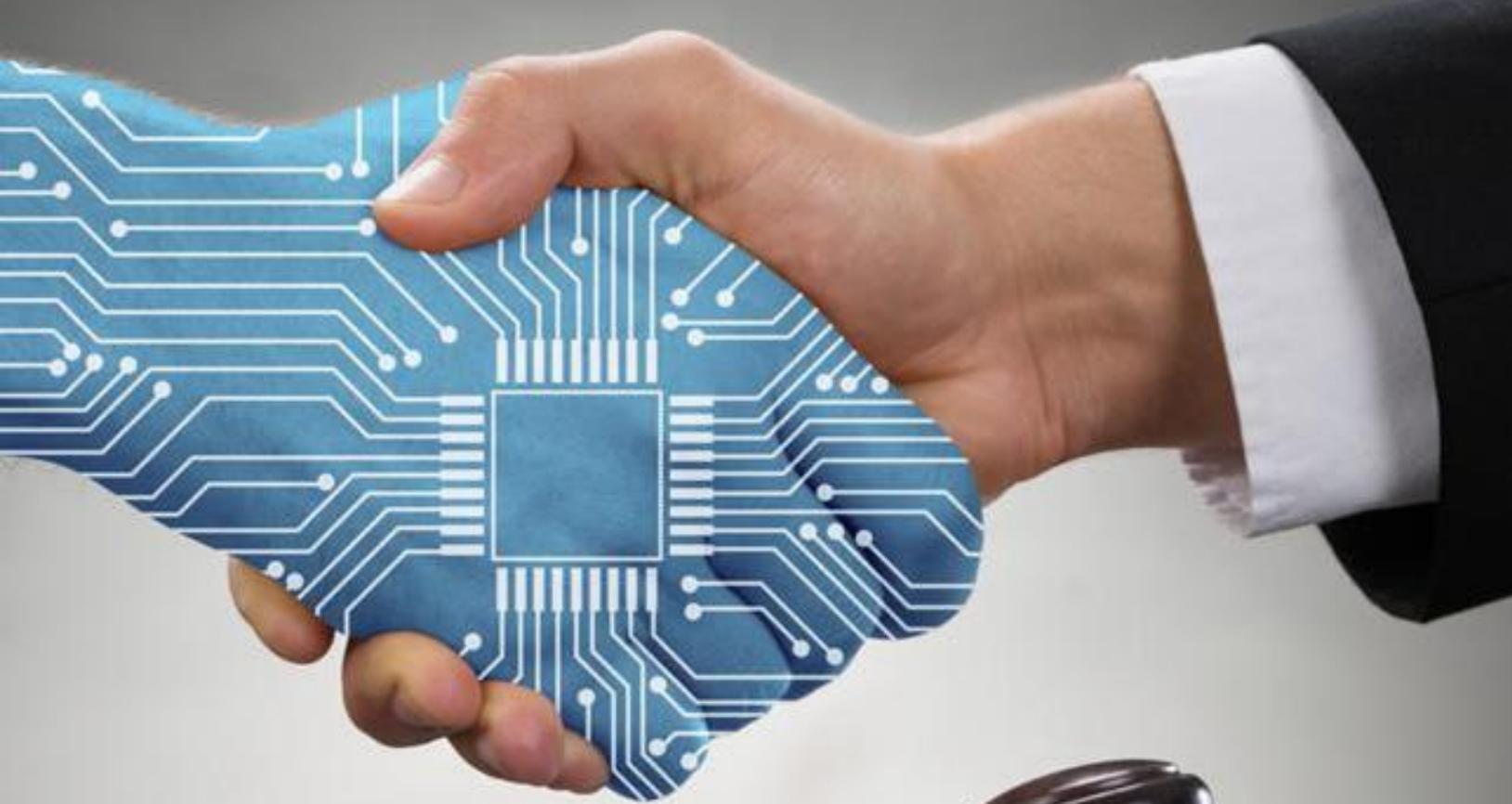
Si mangsa harus tampil ke hadapan dengan membuat laporan polis dan boleh berkongsi dengan masyarakat melalui pelbagai medium bagi mendedahkan perbuatan scam ini.

Kesimpulan

Berhadapan dengan situasi begini, masyarakat kita harus lebih peka dan perlu banyak membuat bacaan dan mengikuti perkembangan semasa melalui pelbagai medium sama ada di media sosial, media masa, surat khabar dan lain-lain. Selain daripada itu, sekiranya perkara ini terjadi kepada si mangsa, si mangsa harus tampil ke hadapan dengan membuat laporan polis dan boleh berkongsi dengan masyarakat melalui pelbagai medium bagi mendedahkan perbuatan scam ini. Hal ini secara tidak langsung boleh membantu orang ramai ambil cakna dan membantu pihak berkuasa untuk terus membasmi kegiatan tersebut. Namun, kepada orang ramai dan secara khususnya pelayar internet yang turut memberikan komen dan maklum balas, untuk tidak membuat tuduhan dan memalukan si mangsa kerana kita tidak berada di tempat mereka. Selain itu, pihak berkuasa perlu memberi tumpuan kepada jenayah siber dan komersial termasuk penipuan secara dalam talian yang telah menjadi satu trend jenayah utama berikutan perkembangan dan perubahan trend ekonomi dan teknologi digital semasa.

Rujukan:

- Zainuddin, M. (2020, October 23). Mangsa scam rugi RM914 juta tahun ini. Retrieved October 25, 2020, from <https://www.bharian.com.my/berita/nasional/2020/10/745272/mangsa-scum-rugi-rm914-juta-tahun-ini>
- Bernama. (2020, October 12). Macau Scam, 'cuci duit': Apa tindakan kita? Retrieved October 25, 2020, from <https://www.hmetro.com.my/rencana/2020/10/629814/macau-scum-cuci-duit-apa-tindakan-kita>



Jabatan Siasatan Jenayah Komersial (JSJK) melaporkan kerugian akibat penipuan Macau Scam meningkat 55.5 peratus berbanding 2017 berdasarkan statistik 2018. Ia membabitkan kerugian lebih RM224.6 juta.

- BH Online, Oktober 11, 2020



PENCAPAIAN FAKULTI

اسقیراسي ASPIRASI FPP

Dr. Wan Normila Mohamad



ASPIRASI [as.pi.ra.si] | اسقیراسي

Definisi: keinginan yang kuat (utk mencapai, mengadakan, dll sesuatu), cita-cita: seperti yang ditegaskan oleh Esman, ~ berbagai-bagai kaum kini sudah berubah; mengaspirasikan mempunyai keinginan yang kuat terhadap sesuatu, mencita-citakan: terdapat jurang pemisah antara pemimpin yang berorientasikan Barat dengan umat yang rata-rata ~ cara hidup Islam di kebanyakan negara Islam. (Kamus Dewan Edisi Keempat). Majalah Aspirasi adalah majalah sulung terbitan Fakulti Pengurusan dan Perniagaan, UiTM Cawangan Negeri Sembilan, Kampus Seremban. Idea yang disuntik oleh Pn. Nur Fadhlina Zainal Abedin di dalam mesyuarat Jabatan FPP telah sebulat suara dipersetujui oleh semua pensyarah fakulti pada bulan Februari 2020. Fenomena Covid-19 dan Perintah Kawalan Keselamatan (PKP) yang bermula pada Mac 2020 telah membuka dan bakal menjadi lembaran sejarah kepada manusia di Abad ke21. Fenomena ini juga telah menjadi perintis kepada penulisan dan akhirnya penerbitan ASPIRASI FPP edisi pertama.

Kerjasama dan komitmen seluruh warga fakulti amat memberangsangkan, tambahan pula kerja-kerja penerbitan ini dilakukan dalam tempoh Perintah Kawalan Pergerakan. Hikmah PKP yang bakal menjadi titik sejarah kepada Fakulti Pengurusan dan Perniagaan (FPP) Kampus Seremban. Pihak fakulti amat berbesar hati dengan penglibatan Bahagian Perpustakaan UiTM Cawangan Negeri Sembilan yang diterajui oleh Puan Wan Norizan Wan Mansor sehingga penerbitan majalah ini berjaya mendapat E-ISSN dan ISSN dari Perpustakaan Negara. ASPIRASI FPP akan diterbitkan sebanyak dua kali setahun iaitu Edisi Jun dan Edisi Disember. Sumbangan para akademia di Fakulti Pengurusan dan Perniagaan Kampus Seremban yang terdiri daripada 19 orang Pensyarah Kanan dalam bidang ekonomi, kewangan dan pengurusan perniagaan dapat meningkatkan lagi kesarjanaan dan pembangunan kerjaya masing-masing.

Edisi 1, 2020 berorientasikan Aspirasi, Pengurusan dan Strategi, Kepimpinan, Pembangunan Diri, Ekonomi, Idea Perniagaan, Kewangan dan Pelaburan, Komuniti, Teknologi, Umum, Penulis Jemputan, Pencapaian Fakulti dan Trivia. Pelancaran dan perasmian ASPIRASI FPP telah diadakan dengan jayanya pada 15 September 2020 oleh YBhg. Prof. Dr. Yamin Bin Yasin, Rektor UiTM Cawangan Negeri Sembilan. Beliau sangat menyokong dan gembira dengan inisiatif Fakulti Pengurusan dan Perniagaan Kampus Seremban yang sememangnya amat digalakkan di kalangan para akademik. Semasa pelancaran ini juga 35 naskah telah disediakan untuk diedarkan ke bahagian dan unit yang terpilih. Selaras dengan aspirasi YBhg. Naib Canselor UiTM untuk meletakkan universiti keramat ini di persada global, penerbitan majalah ini sebahagian daripada usaha meningkatkan lagi ketampakan universiti (visibility) di samping meningkatkan MyRA skor UiTM Cawangan Negeri Sembilan. Terbitan ASPIRASI FPP adalah merupakan penulisan yang bermanfaat yang secara tidak langsung mempromosikan kepakaran para akademia kepada agensi, jabatan, masyarakat melalui khidmat penyelidikan, perundingan, jaringan kerjasama dan sebagainya demi melonjakkan lagi nama baik universiti. Tahniah dan syabas kepada semua pensyarah Fakulti Pengurusan dan Perniagaan Kampus Seremban atas kerjasama dan komitmen yang sangat cemerlang. Semoga sumbangan kecil yang besar maknanya kepada fakulti dapat menyumbang kearah kecemerlangan UiTM Cawangan Negeri Sembilan.



LANTIKAN

Congratulations

LUAR KAMPUS

Dr. Wan Normila Mohamad

1. Panel Penasihat
Program Diploma Kesetiausaha (DSK)
Jabatan Perdagangan (JP)
Politeknik Sultan Idris Shah (PSIS)

Dr. Nurazilah Zainal

1. Felo Institut Kepimpinan dan Pengurusan (ILD)
Bandar Enstek
2. Ahli Bersekutu
Pusat Kecemerlangan Pengajian Tinggi (HICoE) UiTM
3. Ahli, Accounting Research Institute (ARI)
4. Ahli, Center for Islamic Philanthropy and Social Finance (CIPSF) UiTM Melaka

Mohd Elfee Ab Rashid

1. Pegawai Liaison
Lawatan Audit Luar iQMS InQKA Kitaran 5,
UiTM Cawangan Arau, Perlis
UiTM Cawangan Machang, Kelantan
Fakulti Senibina Perancangan dan Ukur

Zaidatul Husna Mohd Isnani

1. Penilai Luar iQMS
2. Editor/Pewasit Jurnal Inovasi Malaysia (JURIM)

PANEL JEMPUTAN LUARAN

Dr. Nurazilah Zainal

Asean Youth Virtual Summit 2020
Topic: Financial Management and Planning for New Business

DALAMAN KAMPUS

Hafisah Yaakob

Koordinator ICEPs

Zaidatul Husna Mohd Isnani

Penyelaras KIK

Nurhanani Aflizan Mohamad Rusli

Pakar Rujuk
Sejarah Malaysia (CTU555)

Nur Alia Amirmordin

AJK Unit Peperiksaan

Habsah Kasim

AJK Tatatertib

Nur Fadhlina Zainal Abedin

Pegawai Dokumen MyRA

PANEL JEMPUTAN DALAMAN

Mohd Elfee Ab Rashid

Penceramah Taklimat
Bengkel Penyediaan
Laporan dan Pertandingan
Anugerah Kualiti Rektor
Antara Bahagian (AKRAB)
2020

PENERBITAN

Congratulations

Bakri, M. H., Ismail, S., Al-shami, S., **Zainal, N.**, & Ridzuan, A. R. (2020). Modeling an Islamic Student Financing Securitization. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(10), 1047–1056.
<https://doi.org/10.13106/jafeb.2020.vol7.no10.1047>

Mohd Noor, N. H. H., Bakri, M. H., Wan Yusof, W. Y. R., Mohd Noor, N. R. A., & **Zainal, N.** (2020). The effects of regulation and supervision on the risk-taking behaviour of Islamic banks. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 7(11), 747–757. <https://doi.org/10.1108/JIABR-12-2019-0222>

Vianneca W. Jubilee, R., Kamarudin, F., Iqbal Hussain, H., Razman Abdul Latiff, A., & **Zainal, N.** (2020). Analysis of Total Factor Productivity Changes in Islamic and Conventional Banks: Empirical Evidence from Three Regions. *International Journal of Management and Sustainability*, 9(3), 161–180.
<https://doi.org/10.18488/journal.11.2020.93.161.180>

Mahad N. F., Aziz N. A. A., Amin F. A. M. & **Mahyideen J. M.** (2020). A Hybrid DEA-PROMETHEE II Method: A Complete Ranking of DMUs. *Changing Lives in Brilliant Ways (Series 2)*, 34. Kuala Lumpur. MNNF Publisher

Aziz N. A. A., **Mahyideen J. M.**, Vijayarajoo A., Abd Aziz R. & Razali N. H. M. (2020). Covid-19 Pandemic: The Challenges That Malaysian Secondary School Students Faced With Online Learning. *e- Proceeding Virtual Symposium on Teaching and Learning (VSTL2020)*, 156-160.

Abedin, N. F. Z., Amiruddin R. & Ismail I. (2020). Public Debt, Government Expenditure and Economic Growth in Malaysia. *Proceedings International Invention, Innovative and creative Conference*, 105-111.

INOVASI

Congratulations

ANUGERAH EMAS IIINDEX 2020

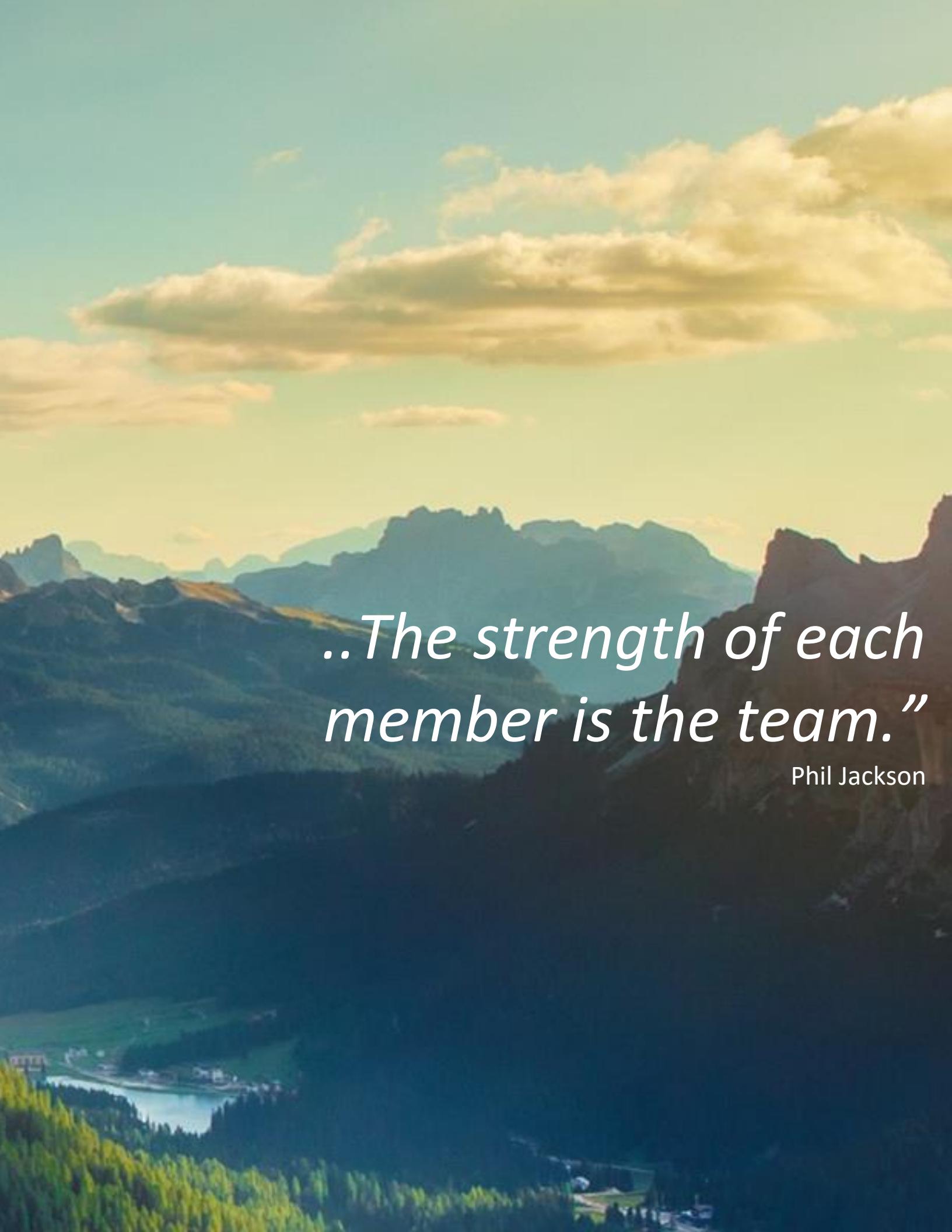
Tahniah kepada Dr. Nurazilah Zainal yang telah memenangi anugerah emas dalam IIINDEX 2020 Competition & Exhibition bagi projek bertajuk: Structuring Social Enterprise for Gig Economy. Projek ini diketuai oleh Dr. Norlaila Md Zin bersama ahli-ahli kumpulan yang lain. Projek ini berkaitan penyediaan platform perkhidmatan atas talian kepada perusahaan sosial seperti perkhidmatan kawalan dalaman, penilaian tadbir urus, penilaian kecekapan sosial dan kewangan bagi membantu meningkatkan pendapatan golongan B40 di Malaysia.

ANUGERAH EMAS InIIC, SIRI 2/2020

Tahniah kepada Dr. Jamilah Mohd Mahyideen yang telah memenangi anugerah emas dalam pertandingan International Invention & Innovative Competition (InIIC), Series 2/2020 bagi projek bertajuk: "A hybrid DEA-PROMETHEE II: A Complete Ranking of DMUs". Projek ini diketuai oleh Nor Faradilah Mahad bersama ahli Prof. Madya Dr. Nur Azlina Abdul Aziz dan Farah Azaliney Mohd Amin daripada Fakulti Sains Komputer dan Matematik, Kampus Seremban. Secara ringkasnya, projek ini berkaitan pengukuran prestasi sesebuah organisasi menggabungkan kaedah DEA dengan PROMETHEE II iaitu kaedah hibrid ini telah berjaya menyisihkan unit pembuat keputusan tanpa mengurangkan bilangan unit yang cekap.

A wide-angle landscape photograph of a majestic mountain range. In the foreground, a rocky cliff face with sparse vegetation is visible. Below it, a dense forest of green coniferous trees covers a hillside. The middle ground shows several more mountain ridges, some with snow or ice patches. The background features a range of mountains under a bright blue sky with a few wispy white clouds.

*“The strength of the
team is each individual
member..*

A wide-angle photograph of a mountainous landscape. In the foreground, there's a dense forest of green trees. Below the forest, a small town with several buildings is nestled near a bright blue lake. The middle ground is dominated by dark, rugged mountains. In the background, more mountain peaks are visible under a sky filled with large, white, puffy clouds.

*..The strength of each
member is the team.”*

Phil Jackson

eISSN 2735-0509



A standard linear barcode is positioned vertically in the center of the page. It consists of vertical black bars of varying widths on a white background.

9 772735 050001