

ASPIRASI FPP

FAKULTI PENGURUSAN DAN PERNIAGAAN, UiTM NEGERI SEMBILAN, KAMPUS SEREMBAN

ISSN 2735-0525

EDISI 1, 2023

HIJABS BY HANAMI

Jenama Tudung
Muslimah di Malaysia

TikTok dan
Perniagaan Anda

PENGURUSAN
EMOSI DIRI

Tanaman
Hidroponik Jana
Pendapatan
Lumayan

PayPal:
Cepat, Mudah dan Selamat

ASPIRASI FPP

Edisi 1, 2023



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, dilesenkan, 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.

ISSN : 2735-0525

Perpustakaan Negara Malaysia

Majalah ini diterbitkan dua kali setahun

©2023 Hakcipta Terpelihara



SIDANG REDAKSI

Penaung

Prof. Dr. Yamin Yasin

Penasihat

Dr. Noorlis Ahmad

Dr. Siti Sara Ibrahim

Pengerusi

Tengku Sharifeleani Ratul Maknu Tengku Sulaiman

Ketua Editor

Maziah Mohamed Arif

Editor

Nooraza Tukiran

Nurhanani Aflizan Mohamad Rusli

Dr. Wan Normila Mohamad

Tengku Sharifeleani Ratul Maknu Tengku Sulaiman

Setiausaha

Hafisah Yaakob

Kewangan

Mohd Elfee Ab Rashid

Penerbitan

Prof. Madya Dr. Nurazilah Zainal

Penyunting Bahasa

Hilwana Abd Karim

Zaidatulhusna Mohd Isnani

Iskandar Ariffin

Nur Fadhlina Zainal Abedin

Maziah Mohamed Arif

Nur Alia Amirkordin

Dr. Jamilah Mohd Mahyideen

Reka Bentuk & Grafik

Nur Fadhlina Zainal Abedin

Dr. Raja Mayang Delima Mohamad Beta

Komunikasi

Norhaniza Md Akhir

Percetakan

Bashir Ahmad Shabir Ahmad

Isi Kandungan

Nota Editor

1 Aspirasi

Hijabs By Hanami: Jenama Tudung Muslimah di Malaysia

5 Pengurusan dan Strategi

Campuran Pemasaran: Strategi 4Cs

7 Kepimpinan

Jack Dorsey- Pengasas dan Pencipta Twitter

12 Pembangunan Diri

Pengurusan Emosi Diri

15 Ekonomi

Jenis-jenis Ekonomi Gig

19 Idea Perniagaan

Tanaman Hidroponik Jana Pendapatan Lumayan!

22 Kewangan dan Pelaburan

Paypal: Cepat, Mudah dan Selamat

25 Media Sosial

Tiktok dan Perniagaan Anda

28 Teknologi

Impak Tren Teknologi Terhadap Kehidupan dan Kerjaya

34 Umum

Trend Persaraan Awal di Kalangan Penjawat Awam, Khususnya Sektor Pendidikan

36 Penulis Jemputan

Produk Digital: Perniagaan Alternatif Generasi Milenial

38 Pencapaian Fakulti

50 Aktiviti Fakulti



Nota Editor



Syukur Alhamdulillah kepada Yang Maha Esa, walaupun dunia mengalami pelbagai cabaran terutamanya dari segi kewangan, ekonomi, dan politik, kita terus memasuki suku ke-dua tahun 2023 dengan tabah. Setiap cabaran yang dilalui pasti ada hikmahnya.

Seperti yang dijadualkan, Aspirasi Edisi 1, 2023 berjaya diterbitkan dalam tempoh masa yang ditetapkan. Ucapan jutaan terima kasih kepada semua pihak yang terlibat secara langsung atau tidak langsung dengan penerbitan edisi ini.

Tokoh Aspirasi pada kali ini ialah Puan Siti Zaleha Hamzah 37 tahun, seorang usahawan tudung dan pemilik jenama "Hijabs by Hanami". Bermula dengan menjahit sendiri dan menjual sambilan ketika bertugas sebagai pensyarah di UiTM Cawangan Melaka, beliau membuka langkah mengkomersilkan tudung hasil rekaannya pada tahun 2013. Usahanya yang gigih memasarkan tudung secara on-line dan off-line telah membawa hasil sehingga beliau dapat membuka 2 buah butik sendiri di Bangi dan Shah Alam. Semoga usaha murni tokoh ini dipermudahkan dan terus mencipta banyak lagi kejayaan.

Selain perkongsian kejayaan Tokoh Aspirasi ini, edisi kali ini juga menampilkan beberapa tips dan panduan perniagaan termasuklah strategi campuran pemasaran 4Cs, penggunaan PayPal yang mudah, cepat dan selamat dan Perniagaan di aplikasi TikTok. Selain itu juga edisi kali ini menyingkap isu tren persaraan awal di kalangan penjawat awam, khasnya sektor pendidikan.

Malaysia tak boleh alpa, ancaman Covid-19 dengan varian baru, wabak denggi, penyakit Batuk Kering dan perubahan cuaca tidak menentu masih berterusan. Sama-sama kita jaga keluarga dan yang tersayang dari ancaman penyakit, strok haba, kemalangan dan bencana alam. Semoga kita semua hidup sejahtera dan dijauhi wabak dan musibah besar yang lain. Amin.

Salam positif untuk semua.

MAZIAH MOHAMED ARIF
Ketua Editor

JUTAWAN TUDUNG



ASPIRASI

'HIJABS BY HANAMI' **Jenama Tudung** **Muslimah di Malaysia**

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

SEIRING peredaran masa, perkembangan dunia fesyen juga turut berubah. Tidak terkecuali trend bertudung buat muslimah berhijab. ASPIRASI pada kali ini menyingkap sebuah pengalaman yang menarik mengenai Puan Siti Zaleha Hamzah (37 tahun), usahawan tudung yang berjaya dan merupakan pemilik jenama tudung *Hijabs by Hanami* di Malaysia. *Hijabs By Hanami* merupakan produk tudung Muslimah yang menawarkan kualiti tudung yang premium dengan perincian yang unik pada harga yang berpatutan.

Ditubuhkan pada 2013, syarikat ini beroperasi secara maya dan mempunyai cawangan fizikal. Pemilik jenama tudung terkenal ini sudah berkahwin dan mempunyai empat (4) orang cahaya mata. Beliau merupakan anak kelahiran negeri Selangor dan berkelulusan Ijazah Sarjana dalam bidang Usuluddin di Universiti Malaya. Beliau pernah berkhidmat selama tiga (3) tahun sebagai pensyarah sambilan di UiTM Cawangan Melaka, Kampus Alor Gajah dan pernah berkhidmat sebagai *tutor* selama dua (2) tahun di Universiti Malaya.

Karier awal Puan Zaleha sebagai pengusaha tudung adalah secara sambilan semasa beliau masih bekerja sebagai pensyarah. Pada asalnya, beliau membuat sendiri dan memakai tudung-tudung tersebut ke pejabat. Ramai rakan yang memuji beliau kerana tudung yang dipakai itu bukan sahaja labuh dan menepati syariah, malah nampak ekslusif dan menarik. Ternyata, apabila beliau cuba mengkomersialkan tudung hasil rekaannya, ramai rakan sepejabat yang berminat untuk membeli. Puan Zaleha juga memasarkan tudungnya sendiri melalui media sosial seperti Facebook dan juga menjual di karnival-karnival jualan.





Di awal perniagaan, beliau turut menjadi model bagi jenama tudungnya sendiri. Tambahan, perwatakannya yang menarik dan kecantikan yang dimiliki menjadikan tudung-tudung yang digayakan tampak ekslusif serta mampu menarik ramai pembeli pada ketika itu. Perniagaan tudung yang diusahakan oleh beliau menjadi semakin maju sehingga beliau menumpukan sepenuhnya perniagaan ini dan meninggalkan kerjaya profesional. Terkini, beliau mampu membuka dua (2) buah butik tudung sendiri di Bandar Baru Bangi dan Shah Alam, Selangor. Sehingga kini, beliau telah mempunyai ratusan ribu pengikut di media sosial seperti Facebook dan Instagram, serta mempunyai ribuan agen yang aktif di seluruh negara.

BELAJAR UNTUK MENJADI YANG TERHEBAT

Semangat serta usaha yang gigih untuk menimba ilmu yang baru mengenai alam perniagaan merupakan pencetus kejayaan yang dikecapi oleh Puan Zaleha. Beliau bermula dari tiada pengalaman dan sanggup untuk belajar sendiri bagi membina dan memperluaskan empayar perniagaannya. Sehingga kini, hampir 13 latihan, kursus dan bengkel telah beliau hadiri yang melibatkan ilmu dan pendedahan mengenai perniagaan seperti strategi pemasaran dan kepimpinan. Melalui latihan yang diikuti ini, beliau berjaya menjalankan jaringan perniagaan yang lebih meluas sehingga jenama tudung beliau terkenal di negara jiran seperti Brunei, Indonesia dan Singapore. Antara kursus yang pernah di ikuti adalah seperti Richwork Academy For Program Training Total Leadership Mastery, SifuFb Ads Intensive Marketing By Sifu Jamaluddin Bahari, "Titanium Circle By Richwork" Dr. Azizan, Halal International Incorporating Worlds Of Muslimah di Singapore, Business Sustainability By Annems Leadership dan banyak lagi. Beliau juga tidak lokek untuk berkongsi ilmu strategi perniagaan dengan membuka kelas 'AZAM' pada hari sabtu kepada agen dan stokisnya.

PENCAPAIAN TERBAIK

Menurut Puan Zaleha, jatuh bangunnya beliau adalah asam garam dalam dunia perniagaan. Beliau tidak pernah menganggap pengalaman pahit tapi ia satu pengalaman manis yang tidak dapat dibeli di mana-mana kerana ia mematangkan beliau untuk membuat keputusan yang lebih baik kepada syarikat, dan orang sekeliling.

Beliau berpendapat, walau apa halangan dan cabaran akan cuba diharungi dan tidak akan berputus asa, sentiasa fokus dalam mencari solusi untuk memberikan lebih manfaat kepada semua orang. Justeru, beliau amat bangga dan terharu dengan pencapaian kesemua *dropship* dan juga *reseller* jenama tudungnya, dimana mereka dapat mencapai impian dan cita-cita mereka walaupun mulanya sekadar hanya mencari duit poket sampingan tapi sekarang mampu menjadikan *Hijabs by Hanami* sebagai sumber pendapatan tetap.

Berkat daripada usaha yang tidak mengenal erti jemu dan kegigihan beliau dalam perniagaan yang diceburi, beliau telah mendapat pengiktirafan oleh MDEC Mycybersales sebagai Top E-Usahawan pada tahun 2018. Pengiktirafan yang beliau kecapi tidak berhenti disitu sahaja kerana pada tahun 2019 beliau telah mendapat dua (2) anugerah yang cukup bermakna iaitu anugerah *100 Top Young Awards CEO (Woman In Business)* dan *The CEO Achievement Award (The Best in Web E-Commerce)* oleh IKON Malaysia. Pada tahun 2020 pula, beliau telah memenangi *Nona Superwoman Award* sebagai *Nona Best Appraising Hijab Brand Award*. Pengiktirafan ini sudah pasti sesuatu yang besar dan dibanggakan malah boleh dijadikan idola buat peniaga kecil yang baru hendak berkecimpung dalam perniagaan seperti beliau.

“Jangan pernah takut untuk terbang tinggi. Yakin dan usaha dengan apa yang kita inginkan, fokus dan atur strategi untuk kejar cita-cita dan impian tapi jangan lupa untuk sentiasa tawakal.”

Zaleha Hamzah, 2022



PENGURUSAN & STRATEGI

CAMPURAN PEMASARAN: STRATEGI 4Cs

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



KUNCI kejayaan kepada sesebuah syarikat atau perniagaan adalah bergantung kepada strategi pemasaran yang baik dan sistematik. Situasi semasa di era *Endemik* memberi impak yang sangat mendalam dalam perancangan perniagaan bagi memastikan perniagaan yang dibina kekal berjaya memerlukan strategi pemasaran yang efisien dan terbaik tidak mengira apa saiz perniagaan sekalipun, sama ada syarikat yang baru menapak ataupun syarikat mega. Strategi pemasaran merupakan pendekatan jangka panjang yang berpandangan jauh ke depan serta rancangan perniagaan keseluruhan organisasi. Tujuan asas strategi pemasaran ini adalah untuk mencapai kelebihan daya saing yang mampan dengan memahami keperluan dan kehendak pelanggan. Strategi pemasaran merujuk kepada rancangan permainan keseluruhan perniagaan untuk mendapat perhatian bakal pelanggan dan seterusnya menjadikan mereka sebagai pelanggan produk atau perkhidmatan. Semua matlamat dan objektif pemasaran syarikat digabungkan menjadi satu pelan yang komprehensif.

Model pemasaran 4Cs telah dibangunkan oleh Robert F. Lauterborn pada tahun 1990 dan adalah pengubahsuaian daripada model 4Ps. Ianya merupakan lanjutan kepada bahagian asas definisi campuran pemasaran. Berikut adalah model komponen pemasaran ini.

Komunikasi (Communication) - Menurut Lauterborn, "promosi" adalah manipulatif manakala komunikasi adalah "koperasi". Pemasar harus mempunyai "target" atau "hala-tuju" untuk mewujudkan dialog terbuka dengan bakal pelanggan berdasarkan keperluan dan kehendak mereka.

Kehendak dan Keperluan Pengguna (Consumer Needs and Wants) – Sebuah syarikat seharusnya hanya menjual produk yang memenuhi permintaan pengguna. Oleh itu, pemasar dan penyelidik perniagaan harus mengkaji dengan teliti kehendak dan keperluan pengguna.

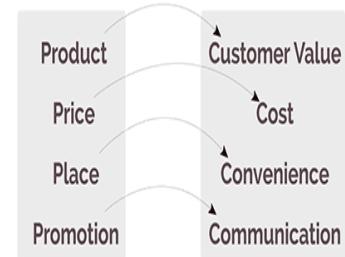
Kemudahan Pencarian (Convenience) – Produk harus sentiasa tersedia dengan mudah kepada pengguna bagi memudahkan pencarian produk apabila diperlukan. Pemasar harus memasarkan dan meletakkan produk secara strategik di beberapa titik pengedaran yang boleh dilihat.



Tumpuan utama model 4C adalah pelanggan. Oleh itu, syarikat yang menggunakan model ini perlu percaya dan fokus dalam menghasilkan produk yang memuaskan hati pelanggan. Keputusan pembelian adalah di tangan pelanggan dan ini merupakan sumber yang paling berharga dalam mana-mana strategi pemasaran. Syarikat perlu mentakrifkan sasaran pelanggan tersendiri dengan jelas dan perlu diingat bahawa syarikat mungkin menyasarkan lebih daripada satu kumpulan. Jadi, apabila memikirkan tentang sasaran pelanggan syarikat, perkara-perkara ini perlu menjadi panduan:

- Meletakkan produk atau perkhidmatan syarikat untuk keuntungan maksimum, syarikat perlu mengetahui apa keperluan dan kehendak pelanggan sasaran.
- Cadangan jenama syarikat ditentukan oleh nilai-nilai yang pelanggan anggap ia miliki.
- Kuatkan perkhidmatan pelanggan syarikat dengan matlamat untuk menggembirakan pelanggan. Cara menggembirakan pelanggan adalah sangat penting.
- Beri lebih kepada pelanggan. Tiga pilihan syarikat:
 - Kualiti produk yang sama tetapi mengurangkan kos.
 - Kekalkan kos yang sama, tetapi tingkatkan kuantiti atau tingkatkan kualiti produk.
 - Yang ideal ialah memperbaiki kualiti sambil mengurangkan kos.

4Ps to 4Cs



Penggunaan konsep 4Ps, 7Ps atau 4Cs oleh sesebuah perniagaan adalah merupakan strategi pelan campuran pemasaran yang memainkan peranan yang sangat penting. Ianya merupakan strategi penting untuk merangka pelan yang mengimbangi keuntungan, kepuasan pelanggan, pengiktirafan jenama dan ketersediaan produk. Ia juga amat penting untuk mempertimbangkan keseluruhan aspek "bagaimana" yang akhirnya akan menentukan kejayaan atau kegagalan sesebuah perniagaan. Memahami konsep asas campuran pemasaran dan lanjutannya pasti akan memberi impak kejayaan kewangan sama ada perniagaan sendiri atau sama ada membantu dalam kejayaan perniagaan selainnya. Matlamat utama perniagaan adalah untuk membuat keuntungan dan ini adalah cara yang pasti dan terbukti bagi mencapai matlamat ini.

Rujukan

<https://marketingmix.co.uk/marketing-mix-4cs/>

<https://www.linkedin.com/pulse/fundamentals-marketing-mix-4cs-ecommerce-ashish-jhalani>

"Pemasaran yang paling berkesan adalah apabila pelanggan anda bercakap untuk anda."
- Seth Godin



KEPIMPINAN

JACK DORSEY**Pengasas dan Pencipta
twitter**

Iskandar Ariffin, Bashir Ahmad Sabir Ahmad & Mohd Elfee Ab. Rashid



JACK Patric Dorsey adalah pengasas *Twitter*, sebuah perkhidmatan rangkaian sosial yang diminati oleh semua golongan, sama ada muda, tua, mahupun kanak-kanak. Ramai artis, ahli politik dan golongan pemimpin turut memiliki akaun *Twitter*. Di Malaysia, hampir semua tokoh nasional menjadi pengguna *Twitter*. Hasil kepintaran Jack Dorsey, rangkaian sosial ini menjadi magnet yang menarik perhatian jutaan manusia di dunia. Selain daripada itu, hasil sentuhan beliau, *Twitter* berjaya menjadi rangkaian sosial dan laman perkhidmatan *microblogging* yang membolehkan pengguna menghantar dan membaca mesej berdasarkan teks sehingga 140 aksara. Ia dikenali sebagai 'tweet'.

Beliau yang dilahirkan di St. Louis, Missouri, Amerika Syarikat pada 19 November 1976 ini sudah menunjukkan ciri-ciri kecerdikan semenjak dari usia kecil lagi. Beliau tampil berbeza berbanding dengan rakan-rakan sebayanya. Ketika masih kanak-kanak, beliau sudah berani meneroka segala perihal berkaitan komputer. Jack Dorsey sering merosakkan komputer, tetapi juga sering membaikinya sendiri. Malah, ketika melangkah ke sekolah rendah, seorang daripada guru menghadiahkan beliau sebuah komputer selepas melihat kecerdasan Jack Dorsey dan minat mendalam beliau terhadap komputer. Kegeniusan Jack Dorsey dalam dunia komputer menjadikan beliau sebagai pengatur cara (*programmer*) hebat yang diiktiraf dunia. Selain daripada *Twitter*, terdapat banyak lagi laman rangkaian yang dicipta oleh Jack Dorsey. Namun, hasil ciptaan beliau yang paling popular adalah *Twitter*. Syarikat *Twitter* ditubuhkan di San Francisco pada tahun 2006.



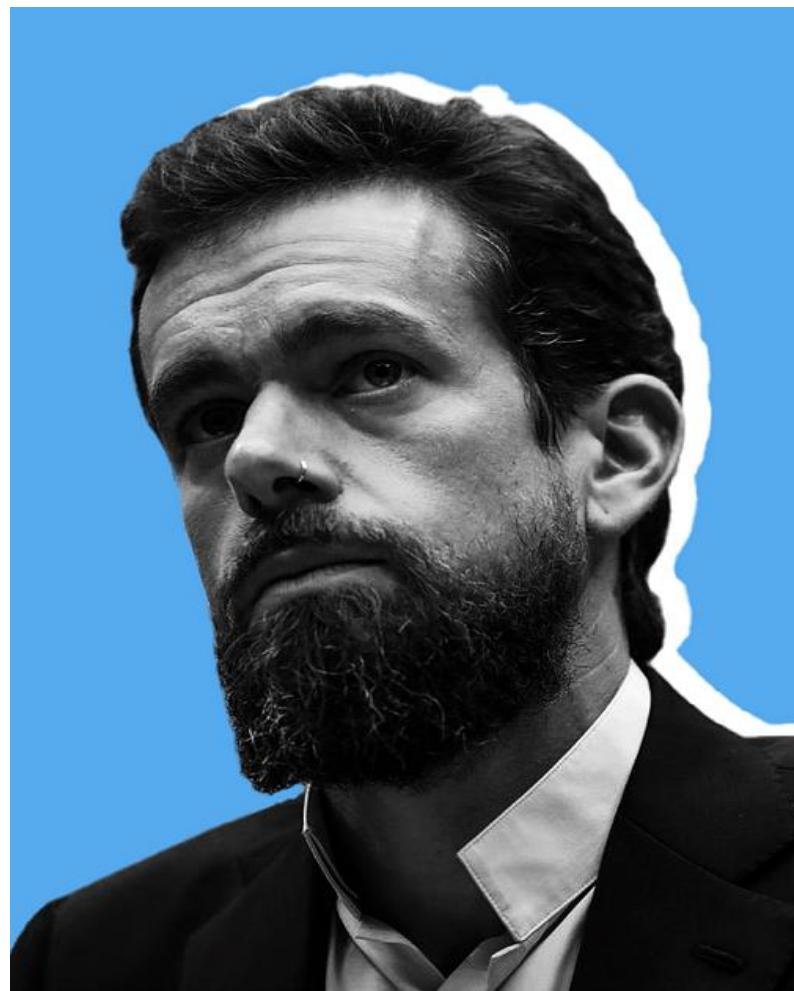
Dalam pendidikan, beliau menunjukkan tahap kegeniusan yang luar biasa apabila berjaya menamatkan pelajaran di Bishop DuBourg High School. Beliau bukan sahaja lulus, malah berjaya mendapat markah paling tinggi. Tidak berhenti hanya di Bishop DuBourg High School, Jack Dorsey melanjutkan pelajaran di Missouri University of Science and Technology di New York. Di universiti ini, beliau menunjukkan prestasi yang luar biasa. Beliau berjaya menjadi mahasiswa terbaik dalam kalangan mahasiswa seangkatan beliau dengan memperoleh markah tertinggi. Semua pensyarah mengagumi kegeniusan Jack Dorsey. Semasa belajar di Missouri University of Science and Technology di New York, Jack Dorsey sering diundang menjadi penceramah dan jurulatih dalam bengkel ataupun seminar. Hampir semua agensi di New York mengundang beliau sebagai penceramah. Uniknya, ramai peserta bengkel dan seminar terdiri daripada mereka yang berusia jauh lebih tua daripada beliau. Malah, ada dalam kalangan mereka juga adalah pensyarah di universiti. Semenjak itu, nama Jack Dorsey mulai dikenali ramai.

Kepimpinan

Disamping berjaya sebagai pembangun laman sesawang, beliau juga berjaya menjadi ahli perniagaan yang memiliki kepakaran luar biasa di Amerika Syarikat. Jack Dorsey turut menjadi pengasas dan Ketua Pegawai Eksekutif (CEO) di *Square*, iaitu sebuah syarikat perkhidmatan pembayaran menggunakan peranti mudah alih. Selain daripada itu, beliau turut dikenali sebagai inovator hebat yang berjaya melakukan pelbagai inovasi dalam pembangunan laman web. Banyak perkara berkaitan laman web hasil inovasi Jack Dorsey yang dapat kita nikmati hingga ke saat ini. Oleh kerana itu, beliau berjaya merangkul anugerah “*Innovator of the Year*” pada tahun 2012 daripada *The Wall Street Journal*.

Bukan hanya *The Wall Street Journal*, malah pelbagai agensi di Amerika Syarikat mengagumi kecerdasan Jack Dorsey khususnya alam bidang pembangunan laman sesawang. Satu daripadanya ialah *MIT Technology Review TR35*. Pada tahun 2008, ia menamakan Jack Dorsey sebagai seorang daripada 35 orang inovator di bawah usia 35 tahun yang paling menyerlah di dunia.

Sebagai pemimpin, Dorsey terkenal dengan gaya pengurusannya yang dinamik, yang menekankan ketelusan, ketulenan dan empati. Beliau mempunyai reputasi sebagai Ketua Pegawai Eksekutif yang terlibat secara mendalam dalam operasi harian syarikatnya, dan sanggup mengambil risiko besar dalam mengejar inovasi dan pertumbuhan. Salah satu pencapaian Dorsey yang paling ketara sebagai pemimpin adalah peranannya dalam mengubah *Twitter* selepas tempoh kemelesetan ekonomi pada pertengahan 2010. Di bawah kepimpinannya, syarikat itu memfokus semula pada misi terasnya untuk menghubungkan orang ramai dan memudahkan perbualan, dan memperkenalkan beberapa ciri dan inisiatif baharu yang bertujuan untuk meningkatkan pengalaman pengguna. Walau bagaimanapun, gaya kepimpinan Dorsey juga pernah dikritik kerana terlalu huru-hara dan tidak fokus dan menyebabkan ketegangan dan perletakan jawatan dalam kalangan pasukan eksekutifnya. Di sebalik kritikan ini, Dorsey kekal sebagai tokoh yang sangat dihormati dalam industri teknologi, dunia media sosial dan pembayaran digital.



Tabiat Harian Jack Dorsey

Kebijakan Jack Dorsey tidak dapat dipisahkan daripada tabiat beliau. Banyak tabiat Jack Dorsey membuatkan beliau berjaya menjadi manusia genius dengan hasil kerja yang hebat. Berikut adalah tabiat harian Jack Dorsey:-

1. Selalu berdiskusi

Tabiat pertama yang dilakukan oleh Jack Dorsey adalah berdiskusi. Beliau sering mengisi masa lapang dengan sesi perbincangan, sama ada secara formal ataupun tidak formal. Malah, beliau menetapkan waktu khusus untuk berdiskusi, iaitu sebanyak tiga kali seminggu. Orang-orang yang sering diajak berdiskusi datang daripada pelbagai latar belakang. Bagi Jack Dorsey, diskusi adalah cara mengasah otak, belajar, dan mencari idea-idea cemerlang. Melalui diskusi juga kita mampu berinteraksi dengan orang lain dalam sesi dialog dan mengemukakan buah fikiran secara produktif. Daripada tabiat berdiskusi itu, Jack Dorsey dapat menjana idea cemerlang yang tidak dimiliki oleh orang kebiasaan. *Twitter* merupakan satu daripada hasil diskusi beliau yang akhirnya berjaya direalisasikan menjadi sebuah program atau aplikasi media sosial yang popular pada hari ini.

Pada ketika itu, terdapat sebuah diskusi yang diadakan oleh Podcasting Perusahaan Odeo. Dalam diskusi itu, berlaku sesi dialog antara para peserta, termasuklah Jack Dorsey. Pada masa itu, Jack Dorsey mendapat idea bagi memudahkan orang ramai mengirim mesej pendek dalam perbualan jarak jauh. Beliau bercita-cita muh membangunkan sebuah sistem di laman web supaya semua orang dapat menghantar mesej yang mampu disebarluaskan kepada orang ramai. Akhirnya, idea itu direalisasikan dalam laman rangkaian yang dipanggil sebagai *Twitter*. Pada hari ini, ciptaan Jack Dorsey sudah menarik minat ramai orang di dunia dan ia menjadi sebuah perkhidmatan rangkaian sosial. Hasil kepintaran beliau, *Twitter* mempunyai ciri-ciri yang mampu menerbitkan catatan pendek ataupun status yang menyamai SMS. Selain daripada itu, ia dapat digunakan oleh sesiapa sahaja yang mempunyai akses kepada Internet.



2. Suka membaca

Antara tabiat Jack Dorsey yang lain adalah membaca. Beliau sering membaca buku walau di mana sahaja beliau berada. Kebanyakan buku yang beliau baca kaitan dengan tajuk komputer, internet, motivasi, dan pembangunan laman web. Setiap kali Jack Dorsey keluar dari rumah, beliau pasti akan membawa paling kurang sebanyak tiga buah buku. Kesan daripada tabiat membaca itu, ramai guru mengatakan Jack Dorsey tidak mempunyai ramai kawan. Selain daripada itu, minat Jack Dorsey terhadap buku jelas kelihatan berdasarkan kepada ratusan buah buku yang ada di dalam bilik beliau. Malah, hampir sahaja tidak ada barang lain di dalam bilik beliau, kecuali buku.

3. Bersenam

Jack Dorsey akan sentiasa bersenam pada setiap hari. Pada setiap pagi, beliau memperuntukkan masa sekurang-kurangnya selama satu jam untuk bersenam. Senaman yang digemari oleh beliau adalah *berjoging* pada waktu pagi. Namun, ada satu keunikan yang dilakukan Jack Dorsey, iaitu bersenam sambil membaca buku. Melalui tabiat ini, Jack Dorsey berkembang menjadi seorang tokoh yang cerdas dan cergas serta memiliki ketajaman otak. Malah kesihatan fizikal juga diberi perhatian. Beliau tidak hanya Jack Dorsey Pengasas dan Pencipta Twitter.

4. Sentiasa mengamati perkara di sekeliling

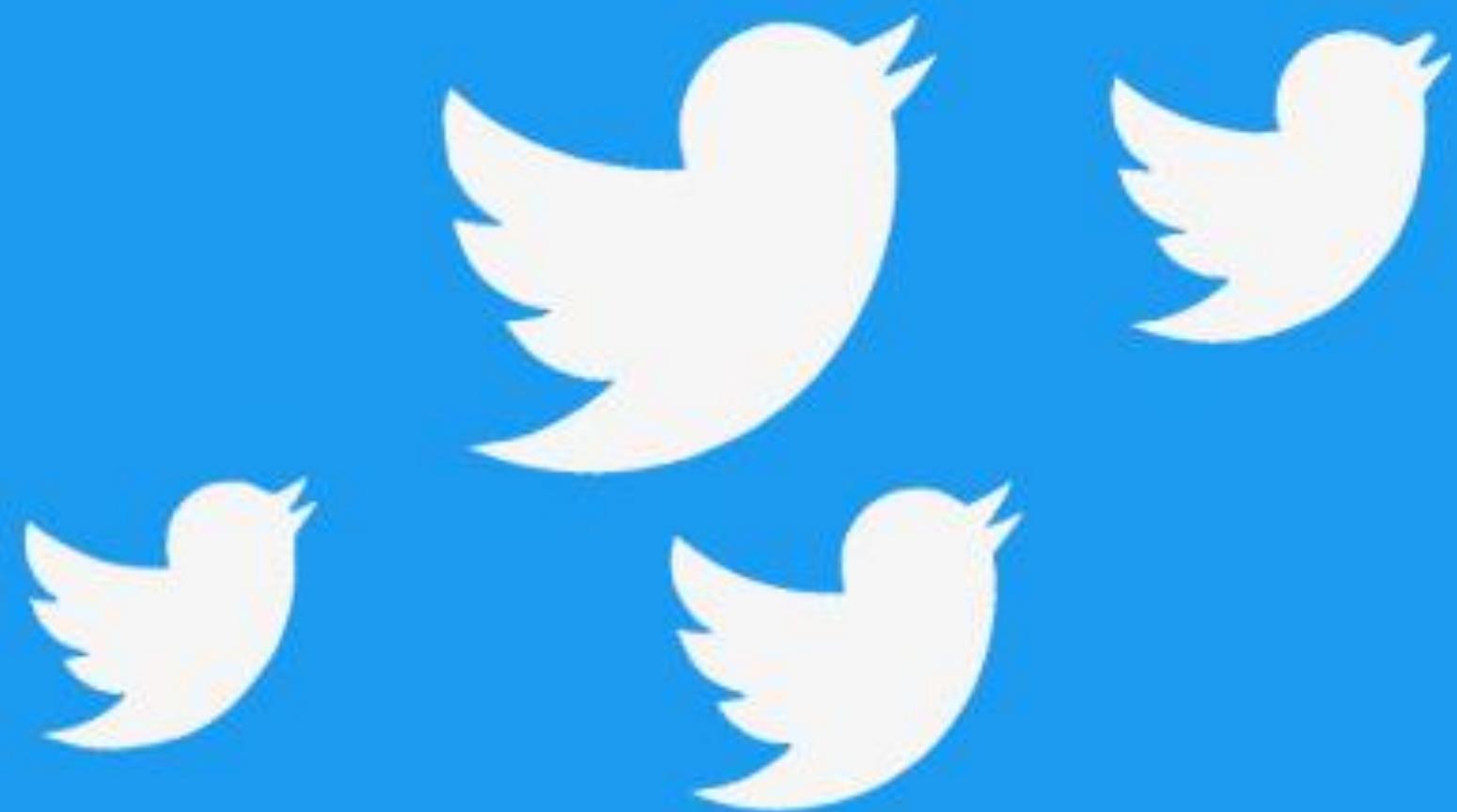
Perkara lain yang menjadi tabiat Jack Dorsey adalah memerhatikan perkara di sekeliling beliau. Jack Dorsey tidak hanya mengamati hal-hal yang serius dan berat. Malah, beliau juga memerhatikan perkara-perkara yang kelihatan biasa ataupun ringan. Faktor yang mendorong tabiat beliau ini adalah rasa ingin tahu. Misalnya, beliau memerhatikan cara manusia berinteraksi dalam jarak jauh. Daripada pemerhatian itu, beliau mendapat idea bagi menghasilkan *Twitter*.

Satu perkara yang perlu diberi perhatian daripada tabiat ini adalah Jack Dorsey selalu mengikut rasa ingin tahu beliau terhadap sesuatu yang diperhatikan. Lebih-lebih lagi jika beliau berasa ingin tahu hal-hal berkaitan dengan bidang sistem maklumat, beliau akan berusaha mencari jawapan. Tabiat ini menjadi faktor penting yang mendorong beliau menjadi inovator diyakini seperti yang kita kenal pada ketika ini. Ketika berlangsungnya sesi dialog yang dianjurakan oleh Podcasting Odeo, Jack Dorsey mendapi idea bagi memudahkan orang ramai mengirim mesej pendek dalam perbualan jarak jauh. Walaupun Jack Dorsey sibuk dengan dejan kegiatan beliau sebagai pengasas Twitter, beliau amat mementingkan penjagaan fizikal dan kesihatan. Hasil pemerhatian yang teliti mencetuskan rasa ingin tahu Jack Dorsey terutamanya di dalam bidang sistem maklumat dan beliau akan bersungguh-sungguh mencari maklumat atau jawapan yang beliau kehendaki.



"You don't have to start from scratch to do something interesting. You don't have to start from scratch to have a massive impact on the world. You have to have a good idea. You have to convince other people of those good ideas. And you have to push as quickly as possible."

Jack Dorsey



PEMBANGUNAN DIRI

PENGURUSAN EMOSI DIRI

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



EMOSI didefinisikan sebagai suatu ekspresi perasaan naluri yang kuat seperti sayang, gembira, malu, sedih, takut dan sebagainya. Ianya sebuah kehebatan dan kesensitifan perasaan yang selalunya diluahkan dari dalaman kepada tingkah laku tertentu atau cara kita menyampaikan perasaan.

Dalam istilah psikologi, emosi merupakan bahasa dalaman seseorang yang berkait rapat dengan tindak balas (fizikal) daripada sensitiviti perasaan dalaman dan luaran (pergaulan sosial). Ia adalah suatu pergerakan dalam minda yang dikeluarkan oleh pengaruh luaran. Minda adalah pasif dan sentiasa menerima semua yang terlintas untuk mempengaruhinya. Apabila minda tersebut bangkit untuk menunjukkan apa yang dirasainya, maka itulah yang dimaksudkan sebagai emosi.

KEPENTINGAN EMOSI

Antara kepentingan emosi dalam hidup seseorang individu adalah:

Kelangsungan Hidup (Survival)

Emosi memberi isyarat (*alert*) apabila keperluan sebagai manusia biasa tidak dipenuhi. Misalnya apabila manusia merasa takut yang disebabkan keperluan untuk keselamatan tidak dipenuhi.

Membuat jangkaan atau meramal tingkahlaku

melalui emosi dapat meramal tingkahlaku sendiri dan tingkahlaku orang lain. Melalui pergerakan tubuh individu, contohnya emosi suka yang dapat diterjemahkan melalui reaksi senyuman dan ketawa.

Menentukan Batasan

Emosi memberikan isyarat apabila diri tidak selesa dengan perlakuan seseorang.

Komunikasi

Emosi membantu kita berkomunikasi dengan orang lain. Ekspresi wajah dapat menyampaikan maklumat tentang apa yang kita rasa pada waktu itu. Misalnya seorang individu berada dalam perasaan sedih atau tersinggung.

Bolehkah kita tidak beremosi?



Jawapannya ialah tidak, kerana apabila kita berada dalam keadaan emosi yang baik maka segala urusan yang kita buat akan menjadi baik dan lancar. Kita akan bekerja lebih produktif. Emosi juga membolehkan kita memahami emosi orang lain. Emosi yang dipamerkan juga dapat menilai kematangan setiap orang.

Dalam membicarakan kematangan emosi pula, kita perlu lihat dari sudut:

KEWARASAN DIRI

Ini merupakan kebolehan kita untuk menyedari perasaan kita sendiri. Jadi, apabila kita beremosi, kita harus sedar apakah perasaan yang sedang kita hadapi. Perasaan marah? takut? meluat? sedih?.

PENGURUSAN DIRI

Ini pula adalah kebolehan kita untuk menguruskan emosi diri kita dan mengawal desakan dari dalam. Dari sini kita boleh lihat jika seseorang itu tidak dapat mengawal emosinya maka dia akan memberontak dan mempamerkan emosi yang sedang dia hadapi.

MOTIVASI DIRI

Motivasi merupakan dorongan kepada kita. Jika dilihat dari sudut emosi pula ia merupakan kebolehan untuk bertahan apabila berhadapan dengan halangan yang boleh menyebabkan kita beremosi..

EMPATI

Empati merupakan kebolehan kita merasai apa yang orang lain rasa. Ia bukan sekadar simpati, malah lebih dari itu. Contohnya jika rakan kita mempamerkan emosi kegembiraan kerana mendapat kenaikan pangkat, kita akan mempamerkan emosi yang sama juga seolah-olah kita pun mendapat kenaikan pangkat

KEMAHIRAN SOSIAL

Ini merupakan kemahiran kita mengendalikan emosi orang lain. Kemahiran ini penting kerana kadang-kadang atas nasihat kita, kita berjaya mengawal emosi orang daripada berlebihan. Tetapi ada juga keadaan di mana atas nasihat kita, emosi seseorang itu akan jadi berlebihan.

Semua orang pernah beremosi. Pengurus pasukan bolasepak perlu kemahiran sosial untuk meningkatkan emosi pemainnya bagi mencapai kemenangan. Ibumapa pula tidak seharusnya mempamerkan emosi ketakutan di hadapan anak-anak jika berada di dalam situasi yang menakutkan. Oleh itu, sama-sama kita mengurus emosi kita dengan baik kerana emosi ada baik dan buruknya

TIPS RINGKAS MENGURUS EMOSI

Mengurus perasaan bermula dari mengurus minda dan tubuh kita. Antara perkara yang boleh dicadangkan ialah:

- Banyak berehat. Pujuk diri untuk berehat, bercuti kerana terlalu *stress*, tekanan adalah punca kegagalan kita mengawal emosi.
- Tarik nafas yang panjang dan dalam, ketika rasa tertekan, dan bersedia untuk bertenang, berfikir secara rasional.
- Jangan letak jangkaan (*expectation*) terlalu tinggi dalam banyak perkara. Apabila kita terlalu berharap seperti yang kita mahukan namun akhirnya pekara itu tidak berlaku, maka kita akan kecewa. Maka bersederhanalah dan banyakkan bertenang.
- Cari tempat yang betul dan sesuai untuk meluahkan. Kita semua perlu ada seseorang pendengar yang baik, yang dipercayai. Luahkanlah segala yang terbuku dihati. Kadang kala sesuatu perkara tidak perlu diselesaikan segera namun kita akan cepat merasa lega apabila diluahkan pada saluran yang betul.
- Mendapatkan nasihat pakar jika perlu sebagai contoh kaunselor.
- Aspek agama, sebagai contoh sebagai orang Islam kita boleh memperbanyakkan zikir, membaca Al-Quran, solat sunat taubat dan sebagainya.

Rujukan:

1. http://eprints.utm.my/id/eprint/6308/1/bab_11.pdf, Mohd Fadzli Abu Bakar PERKEMBANGAN EMOSI WARISAN DAN PERSEKITARAN
2. <http://cikgusarinaindris.blogspot.com/2015/03/pengurusan-emosi.html>

“Kemarahan adalah musuhmu. Taklukan dia, dan jangan biarkan amarah itu mengalahkanmu.”

– Ali bin Abi Thalib”



EKONOMI

Jenis-jenis

Ekonomi GIG

Mohd Elfee Ab Rashid, Iskandar Arifin & Bashir Ahmad
Sabir Ahmad



EKONOMI gig boleh didefinisikan sebagai pasaran buruh yang bergantung kepada jawatan yang bersifat sementara dan sambilan yang mana jawatan ini tidak bersifat tetap dan sepenuh masa. Kebangkitan ekonomi gig adalah berdasarkan pekerjaannya yang lebih fleksibel, yang bersifat sementara atau bebas dan selalunya melibatkan hubungan dengan pelanggan melalui platform dalam talian. Ekonomi gig bermula semasa berlakunya krisis kewangan pada tahun 2009 yang memberi kesan yang sangat teruk kepada pasaran perumahan, pasaran saham yang merundum dan juga banyak perniagaan di seluruh dunia menemui kegagalan dengan kerugian yang bernilai jutaan ringgit dan mengakibatkan pemberhentian pekerja yang meluas dan pengangguran dalam tempoh yang sangat lama di seluruh dunia. Menurut satu kajian oleh McKinsey Global Institute (MGI), 20% - 30% pekerja di Amerika Syarikat dan Eropah memilih ekonomi gig yang merangkumi bidang makanan, peruncitan dan pengangkutan. Malah di Malaysia sendiri, lebih daripada 26% atau lebih kurang 4 juta pekerja bebas (freelancers) merupakan sebahagian daripada ekonomi gig.

Tahukah kita terdapat banyak istilah yang turut mendefinisikan ekonomi gig ini, antaranya:

- **Ekonomi perkongsian (Sharing economy)**
- **Ekonomi digital (Digital economy)**
- **Ekonomi kolaboratif (Collaborative economy)**
- **Ekonomi berasaskan masyarakat (Crowd economy)**
- **Ekonomi rakan seaya (Peer to peer economy)**





Contoh syarikat menjalankan ekonomi perkongsian (sumber – Future Lab)

Ekonomi perkongsian (Sharing economy)

Ekonomi perkongsian boleh digambarkan sebagai model ekonomi di mana barang dan sumber dikongsi oleh individu dan kumpulan secara kolaboratif supaya aset fizikal boleh menjadi perkhidmatan. Ekonomi perkongsian adalah berkaitan dengan mengakses dan memanfaatkan aset terbiar, barang dan kemahiran yang dimiliki oleh orang awam yang dibantu oleh platform digital. Di peringkat ekonomi global, ekonomi perkongsian ini telah menyumbang sebanyak 2.7 trilion dolar Amerika. Kesan daripada perkembangan ekonomi perkongsian ini telah mengganggu sektor ekonomi secara tradisional pada skala global antaranya seperti pengangkutan. Uber mampu menawarkan perkhidmatan yang kos efektif, selesa dan selamat berbanding pengangkutan awam dan teksi dan barang pengguna seperti eBay yang mana sistem inovatif mereka membolehkan pengguna membeli dan menjual produk terpakai atau baharu melalui platform yang tersedia dan menghantar barang terus ke rumah mereka. Di Malaysia, ekonomi perkongsian ini telah memberikan hampir 700,000 warga pendapatan sebanyak RM1.3 bilion semenjak tahun 2016.

Ekonomi kolaboratif (Collaborative economy)

Ekonomi kolaboratif merujuk kepada pasaran di mana pengguna bergantung antara satu sama lain dan bukannya kepada syarikat besar untuk memenuhi kehendak dan keperluan mereka. Ekonomi kolaboratif terdiri daripada proses memberi, menukar, meminjam, berdagang, menyewa dan berkongsi produk dan perkhidmatan dengan bayaran, antara individu yang mempunyai sesuatu dan individu yang memerlukan sesuatu dan kebiasaanya dengan bantuan orang tengah berdasarkan web.

Ekonomi kolaboratif telah mengubah pasaran dengan menemukan cara baharu untuk menjalankan perniagaan, mengembara dan mengelilingi bandar yang memberi manfaat kepada kita sebagai pengguna. Penawaran barang dan perkhidmatan yang lebih banyak kepada pengguna, penjimatan dengan menawarkan harga yang lebih murah dan kompetitif, kemampunan dan penjagaan alam sekitar adalah antara kebaikan daripada ekonomi kolaboratif tersebut.



Ekonomi berdasarkan masyarakat (Crowd economy)

Ekonomi berdasarkan masyarakat memfokuskan kepada model ekonomi yang digunakan oleh orang ramai (sekumpulan besar orang yang mempunyai minat yang sama). Ekonomi berdasarkan masyarakat ini dianggap lebih pantas, adil, lebih murah dan lebih baik daripada perniagaan dalam talian yang lain. Sistem ini merupakan satu ekosistem yang dinamik bagi individu produktif yang mengambil bahagian melalui platform dengan tujuan untuk mencapai matlamat yang saling menguntungkan.

Elemen yang membentuk ekonomi berdasarkan masyarakat ini adalah:

- Rakyat - Ekonomi orang ramai memperkasakan inklusif dan mementingkan manusia.
- Tujuan - Ekonomi orang ramai mencipta pengalaman bermakna dan nilai bersama.
- Platform - Orang ramai memerlukan medium untuk berinteraksi dan menghasilkan hasil.
- Penyertaan – Penyertaan dan penciptaan bersama amat ditekankan dalam ekonomi berdasarkan masyarakat dan peranan komuniti dalam mencipta masa hadapan yang positif.
- Produktiviti - Ekonomi berdasarkan masyarakat membangunkan proses yang lebih cepat, lebih murah, lebih baik dan penghasilan sumber yang cekap.

Ekonomi digital (Digital economy)

Ekonomi digital ialah aktiviti ekonomi yang terhasil daripada berbilion-bilion sambungan dalam talian setiap hari di kalangan manusia, perniagaan, peranti, data dan proses. Istilah “hyperconnectivity” merupakan tulang belakang ekonomi digital yang membawa maksud kesaling-hubungan antara manusia, organisasi dan mesin yang semakin meningkat yang terhasil daripada internet, teknologi mudah alih dan “internet of things” (IoT).

Ekonomi global juga sedang mengalami transformasi digital, dan ia berlaku pada kelajuan yang sangat pantas. Malah TechCrunch, syarikat penerbit berita dan analisa dalam talian pernah menyatakan, “Uber, syarikat teksi terbesar di dunia, tidak memiliki kenderaan”. Facebook, pemilik media paling popular di dunia, tidak mencipta kandungan. Alibaba, peruncit paling berharga, tidak mempunyai inventori. Malah, Airbnb, penyedia penginapan terbesar di dunia, tidak memiliki harta tanah. Sesuatu yang menarik sedang berlaku.

Ekonomi rakan sebaya (Peer to peer economy)

Ekonomi “peer-to-peer” (P2P) ialah model desentralisasi di mana dua pihak berinteraksi untuk membeli atau menjual barang dan perkhidmatan secara langsung antara satu sama lain atau menghasilkan barang dan perkhidmatan bersama-sama, tanpa perantara pihak ketiga. Dalam transaksi “peer-to-peer”, pembeli dan penjual berurus niaga secara langsung antara satu sama lain dari segi penghantaran barang atau perkhidmatan dan pertukaran pembayaran. Model ekonomi perkongsian dan aplikasi seperti Uber dan Airbnb membolehkan ekonomi rakan sebaya berkembang maju apabila mereka memotong peranan pihak ketiga.

Rujukan:

- <https://www.investopedia.com/terms/g/gig-economy.asp>
- <https://www.derby.ac.uk/magazine/issue-12/the-gig-economy/>
- <https://focusmalaysia.my>
- <https://mdec.my/sharingeconomy>
- <https://corporatefinanceinstitute.com>
- <https://moneyclubber.com/blog/what-is-the-shared-economy/>
- <https://www.igi-global.com/chapter/the-crowd-economy/>
- <https://www.theprojectdefinition.com/crowd-economy/>
- <https://www2.deloitte.com/mt/en/pages/technology/articles/mt-what-is-digital-economy.html>
- <https://climate.selectra.com/en/environment/sharing-economy>



IDEA PERNIAGAAN



Tanaman *Hidroponik* Jana Pendapatan Lumayan

PM Dr. Nurazilah Zainal, Che Nurul Huda Che Bahrin, Hilwana Abd Karim, Nur Alia Amirnordin, Norhaniza Md Akhir & Tengku Sharifeleani Ratul Maknu Tengku Sulaiman

Tanaman Hidroponik Bermula Sekadar Mengisi Masa Lapang

PERINTAH Kawalan Pergerakan (PKP) semasa pandemik Covid-19 telah memberi impak yang besar terhadap ekonomi negara. Pergerakan yang terhad telah membantutkan operasi semua jenis perniagaan. Kini, kita telah pun beralih ke fasa pasca Covid dan sudah tentu pengalaman dan keperitan lepas yang dihadapi oleh usahawan menjadi iktibar dan pembakar semangat untuk mencari peluang-peluang perniagaan yang baharu serta memberi pulangan yang menguntungkan.

Aktiviti mengisi masa lapang ketika PKP dijalankan telah membawa hasil apabila kini ianya mampu menjana pendapatan lumayan setiap bulan. Bermula dengan mengusahakan tanaman bersendirian dan secara kecil-kecilan di halaman rumah, ia kemudian dikembangkan apabila mula ditanam secara berkumpulan dalam kawasan setempat.

Bermula dengan menanam sayur-sayuran termasuk salad, sawi hijau, kangkung, pak choy dan 'wet grass' di rumah sendiri secara hidroponik. Kebanyakannya hanya menggunakan modal permulaan yang rendah sekitar RM200 sahaja untuk mencuba menanam sayur-sayuran bagi menghasilkan 10 bekas bagi memenuhi keperluan keluarga.

Bermula dengan 10 bekas kemudian bertambah menjadi 80 bekas tanaman sayur-sayuran. Penanaman secara hidroponik ini juga tidak mendatangkan hasil jika tiada ilmu yang cukup. Terdapat segelintir yang mengusahakan tanaman hidroponik ini mengambil langkah dengan mempelajari cara penanaman dan penjagaan pokok menerusi Internet termasuklah YouTube, Tiktok, Facebook dan lain-lain lagi.

Tanaman Hidroponik Secara Berkumpulan

Selepas melihat kejayaan tanaman itu, jiran tetangga yang lain juga berminat untuk mengusahakan cara tanaman sayur secara hidroponik. Kebanyakannya mereka terdiri dari golongan ibu tunggal dan golongan rentan yang lain.

Melalui aktiviti ini ianya telah mendatangkan hasil apabila dapat menjual sayur-sayuran yang ditanam ini setiap bulan serta memperoleh pendapatan sekitar RM2,000 sebulan. Pendapatan ini sekurang-kurangnya dapat membantu perbelanjaan barang dapur dan mengubah nasib keluarga. Selain itu, penanaman sayur ini dapat menjimatkan kos barang mentah dan dapat menjamin kualiti sayur yang ditanam sendiri untuk hidangan seisi keluarga.

Penanaman sayur-sayuran secara hidroponik mudah kerana tidak membutuhkan tanah, cuma memerlukan kawasan sesuai dan modal pula hanya dikeluarkan sekali sahaja. Projek penanaman sayuran ini bukan saja dapat menambah pendapatan, malah membantu mengurangkan beban yang ditanggung keluarga.

Tanaman hidroponik ini mudah dijaga dan lebih terkawal daripada serangan serangga atau makhluk perosak. Memandangkan kos baja yang sangat tinggi, terdapat beberapa alternatif lain untuk mengurangkan kos baja dengan menggunakan kaedah akuaponik iaitu memelihara ikan tilapia dan puyu.

Hasil najis ikan ini dijadikan baja untuk sayur-sayuran yang ditanam, malah ia tumbuh segar dan saiz tanaman pula besar daripada biasa. Secara puratanya, satu pokok sayur pak choy umpamanya seberat 400 gram dan ini sangat memberi keuntungan kepada pengeluar.



Jana Pendapatan ‘Lumayan’

Terdapat juga segelintir individu yang menjalankan tanaman ini menuai hasil mereka sebanyak lima kali dengan hasil tuaian hampir 1,000 pokok setiap tuaian. Hasil berkenaan kemudian dijual kepada penduduk kampung dengan harga serendah RM1 seikat bagi membantu penduduk kampung mendapatkan sayur-sayuran segar dan organik pada harga yang murah.

Selain itu, hasil sayur-sayuran ini juga boleh menghasilkan produk hiliran termasuk teh bagi tanaman “wet grass” dan mi untuk sayur bayam. Hasil produk hiliran ini juga mampu menambah pendapatan keluarga.

Untuk perancangan masa hadapan, aktiviti tanaman hidroponik ini perlu dikembangkan dan ianya sekali gus dapat menampung keperluan sayur-sayuran di sekitar kawasan setempat. Ini juga dapat mengurangkan kadar kebergantungan produk hasil tani dari orang luar.



KEWANGAN

PayPal: Cepat, Mudah dan Selamat

Nur Fadhlina Zainal Abedin & Dr. Faridah Pardi



SETIAP individu mungkin pernah menggunakan khidmat penghantaran wang ke luar negara sekurang-kurangnya sekali, ataupun mungkin berkali-kali secara berkala. Seiring dengan perkembangan teknologi, kini terdapat banyak pilihan platform penghantaran wang atas talian. Antara platform penyedia perkhidmatan penghantaran wang secara atas talian yang popular di kalangan pengguna adalah seperti Boost, Touch 'N Go, Razer Pay dan PayPal. Walaupun PayPal tidak sepopular e-wallet lain di Malaysia, tetapi ia adalah antara e-wallet terawal yang digunakan hingga kini terutama bagi transaksi penerimaan dan pembayaran wang dalam matawang asing.

Apakah Paypal? PayPal adalah sebuah syarikat teknologi kewangan multinasional yang berpengkalan di Amerika Syarikat. Ia ditubuhkan pada tahun 1998 dan pernah menjadi subsidiari eBay sebelum menjadi syarikat bebas pada 2015. Pada tahun 2022, PayPal telah menduduki tangga ke-143 dalam senarai syarikat terbesar (berdasarkan hasil pendapatan syarikat) di Amerika Syarikat oleh Fortune500.

PayPal merupakan sebuah platform pembayaran melalui laman sesawang dan aplikasi telefon yang membolehkan pindahan wang oleh individu dan perniagaan. Sistem bayaran dan penerimaan wang secara atas talian melalui PayPal adalah selamat dan terjamin. Ia menyediakan kaedah bayaran yang tidak memerlukan pendedahan maklumat kad kredit atau nombor akaun bank kepada pembeli atau penjual. Ia bertindak sebagai perantara di antara pihak bank pengguna dan perniagaan. Selain perniagaan, perpindahan wang daripada individu kepada individu lain seperti ahli keluarga dan rakan-rakan turut boleh dilakukan. Hanya maklumat emel atau nombor telefon penerima sahaja yang diperlukan untuk melakukan transaksi pindahan wang.

Berapakah Yuran PayPal?

Pendaftaran akaun PayPal adalah percuma. PayPal memperoleh hasil perkhidmatan daripada yuran-yuran yang dikenakan kepada penjual (penerima). Tiada yuran transaksi yang dikenakan apabila memindahkan wang daripada akaun PayPal kepada akaun bank. Yuran juga tidak dikenakan sekiranya pengguna mengirim tunai kepada saudara mara dan rakan-rakan. Yuran transaksi sebanyak 4 peratus hanya akan dikenakan sekiranya melibatkan matawang asing, dan sekitar 3 peratus jika melibatkan kad kredit. Yuran-yuran lain adalah seperti menjual dan membeli matawang kripto dan pengiriman wang untuk derma atau kebajikan (dengan yuran yang lebih rendah).

Bagaimana Mendaftarkan Akaun PayPal?

Langkah untuk mendaftarkan akaun PayPal adalah:

1. Layari [paypal.com](https://www.paypal.com) atau muat turun aplikasi PayPal dari App Store atau Google Play
2. Tekan butang Sign Up
3. Pilih akaun peribadi atau perniagaan.
4. Masukkan nama, emel dan kata laluan.
5. Masukkan nombor telefon bimbit anda. Kod pengesahan akan dihantar ke nombor yang didaftarkan.
6. Tandakan pada kotak pengesahan di akhir halaman yang menandakan anda bersetuju dengan terma dan syarat.
7. Tunggu emel pengesahan dihantar ke alamat emel anda.
8. Buka emel anda dan klik pada pautan yang disertakan dalam emel tersebut untuk pengesahan.



Pengguna perlu mendaftarkan akaun dan memasukkan maklumat sama ada kad kredit, kad debit ataupun akaun bank untuk melengkapkan pendaftaran. Maklumat tersebut akan disahkan oleh PayPal terlebih dahulu sebelum perkhidmatan PayPal boleh dilakukan. Ini untuk memastikan pendaftar adalah pemilik sebenar kad tersebut. Langkahnya adalah:

1. Tekan pada Settings dan masukkan maklumat peribadi berserta maklumat akaun bank anda.
2. Kemudian, masukkan butiran nombor akaun anda pada bahagian Financial Information
3. Tekan Link a new bank account dan masukkan segala butiran yang dikehendaki.
4. Tekan Continue
5. Lengkapkan verifikasi akaun bank anda dengan memasukkan kod yang dihantar melalui SMS, emel atau panggilan.

Bagaimana Memindahkan Wang kepada Penerima?

Langkah-langkah pemindahan wang kepada penerima atau membuat pembayaran kepada penjual adalah:

1. Tekan butang Send jika penerima bukan penjual, atau Pay jika penerima adalah penjual.
2. Masukkan nama, alamat emel atau nombor telefon penerima. Pengguna juga boleh mengimbas kod QR PayPal penerima sekiranya ada.
3. Masukkan jumlah wang transaksi. Pengirim juga boleh meletakkan teks pesanan atau ucapan.
4. Pilih tujuan pemindahan wang atas talian tersebut sama ada Friends and Family atau Goods and Services. Penerima kategori Goods and Service iaitu penjual akan dikenakan yuran. Oleh itu, sila pastikan pemilihan tujuan adalah betul terutamanya jika melakukan pemindahan kepada rakan-rakan dan saudara mara.

Bagaimana Meminta Bayaran daripada Pembeli?

Berikut adalah langkah-langkah untuk meminta bayaran daripada pembeli:

1. Tekan butang Request
2. Pilih cara pindahan samada;
3. memasukkan emel atau nombor telefon pembayar.
4. menghantar link PayPal.Me kepada pembeli.
5. membuat bil.

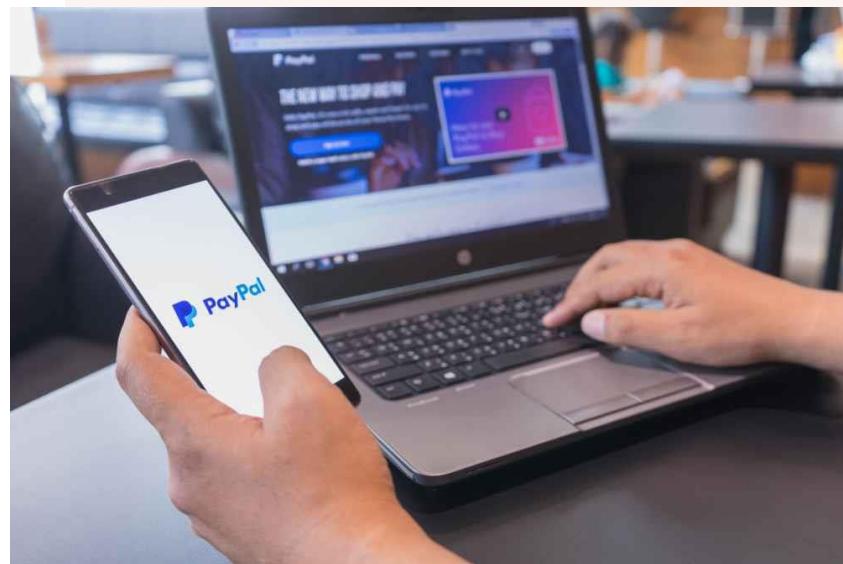
Pembeli juga boleh memasukkan alamat emel atau nombor telefon penjual. Notifikasi emel dan notifikasi aplikasi PayPal akan dihantar jika ada wang yang diterima atau didepositkan ke akaun PayPal. Wang tersebut boleh terus berada dalam akaun PayPal untuk pemindahan wang pada masa depan atau dipindahkan ke akaun bank (pilih butang Withdraw) yang didaftarkan dengan akaun PayPal. Biasanya pengeluaran wang dari akaun PayPal ke akaun bank mengambil masa di antara 2 hingga 3 hari bekerja.

Bagi pengeluaran melebihi RM400, tiada caj dikenakan tetapi sekiranya amaun transaksi kurang daripada RM400, pihak PayPal akan mengenakan caj perkhidmatan sebanyak RM3.

Perlukah anda memiliki akaun PayPal?

Jawapannya bergantung kepada matlamat, gaya hidup serta tujuan perbelanjaan sehari-hari anda. Jika anda seorang yang kerap melakukan transaksi (pembayaran atau penerimaan wang) secara online terutama melibatkan syarikat atau perkhidmatan dari luar negara, anda disarankan untuk memilih platform yang mana ciri-ciri keselamatan siber mereka adalah terjamin.

PayPal dikatakan memiliki ciri-ciri perkhidmatan yang paling selamat dan mudah, kerana ia menerima segala nilai matawang dunia. Pembayaran menerusi PayPal juga diiktiraf dan diterima oleh kesemua bank sama ada tempatan mahupun luar negara. Penggunaan PayPal seterusnya lebih memudahkan pelanggan kerana setiap penerimaan wang dalam matawang asing akan ditukar secara automatik kepada matawang tempatan apabila transaksi ke akaun simpanan pengguna dilakukan. Proses yang sama juga akan berlaku apabila pengiriman wang ke akaun luar negara dibuat.



Kesimpulannya, setiap pengguna perlu bijak dalam memilih platform perkhidmatan penghantaran wang yang betul dan tepat bagi menjamin keselamatan transaksi atas talian. Disamping memilih penyedia penghantaran wang yang tepat sama ada untuk tujuan peribadi atau profesional pengguna disarankan untuk memastikan kaedah yang digunakan adalah pada kadar yang berpatutan agar perkhidmatan tersebut berbaloi untuk digunakan.

MEDIA SOSIAL

TikTok dan Perniagaan Anda

Nooraza Tukiran dan Maziah Mohamed Arif



Apa itu Tiktok?

TIKTOK adalah aplikasi di mana kita dapat memuat naik video pendek dan panjang dengan tempoh masa tidak lebih dari 1 minit. Ia merupakan perkhidmatan rangkaian sosial perkongsian China dimiliki oleh ByteDance. TikTok juga sebenarnya dikenali sebagai Douyin yang bermaksud video pendek vibrato. Aplikasi ini dilancarkan pada September 2016 oleh Zhang Yimin. Ia digunakan untuk membuat tarian pendek, lip-sync, komedi, dan video bakat. bagi transaksi penerimaan dan pembayaran wang dalam matawang asing.



Walaupun diwujudkan pada tahun 2016 di China, ia menjadi terkenal dan digilai ramai pada tahun 2017 ketika dilancarkan di pasaran antarabangsa. Ia menjadi aplikasi yang paling banyak dimuat turun di berbagai negara di dunia, mencapai lebih dari 2 billion muat turun pada tahun 2020, dengan liputan lebih dari 75 jenis bahasa.

Pada tahun 2017, ByteDance teknologi memutuskan untuk membuat pelaburan melalui pembelian rangkaian sosial Amerika Musical.ly. Ini dilakukan kerana aplikasinya begitu popular di kalangan orang muda Amerika. ByteDance melihat ini sebagai peluang yang baik untuk memanfaatkan pangkalan data tersebut. Penggabungan antara TikTok dan Musical.ly pada tahun 2018 telah berjaya mewujudkan komuniti raksasa di rangkaian seluruh dunia.

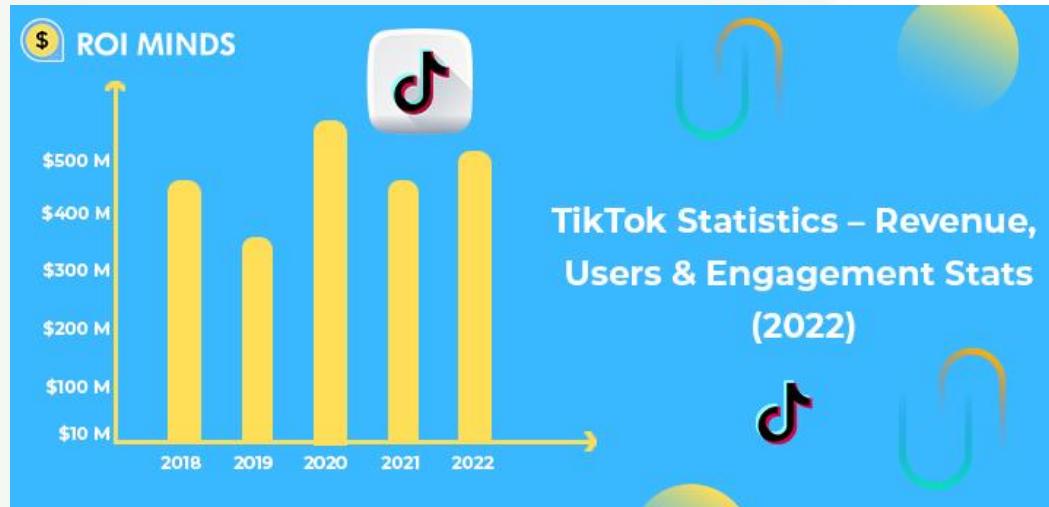
Tik tok bukan hanya aplikasi untuk hiburan semata-mata malah ia juga aplikasi yang sangat berguna dalam perniagaan. Terdapat beberapa kelebihan Tik tok untuk perniagaan anda.

TikTok Mempunyai Penonton Yang Besar

Berdasarkan data Business of Apps, terdapat 1.53 billion pengguna aktif bulanan TikTok di dunia pada tahun 2022 dan merupakan aplikasi sosial ketujuh yang paling banyak digunakan di dunia. Ia mempunyai lebih banyak pengguna daripada Snapchat dan Twitter dan jumlah ini terus bertambah setiap hari.

Mempunyai penonton yang besar bermakna ada lebih banyak peluang untuk menjangkau khalayak yang lebih luas dan lebih banyak orang yang mengetahui tentang perniagaan anda, tidak kira sekecil mana pun.

Menurut Influencer Marketing Hub, orang ramai lebih banyak terlibat di TikTok berbanding dengan semua platform media sosial yang lain. Penglibatan yang lebih tinggi berkadar langsung dengan peningkatan jangkauan jenama anda. Jadi, apa sebenarnya yang menghalang anda mempromosikan jenama anda di TikTok jika anda sudah melakukannya di Snapchat dan Twitter?



TikTok Mempunyai Penonton Antarabangsa

TikTok terkenal di lebih 150 negara di seluruh dunia. Sekiranya anda ingin mempromosikan perniagaan anda walaupun di luar negara maka TikTok dapat membantu anda menjangkau penonton antarabangsa juga. Anda boleh melokalkan kandungan anda sambil mensasarkan kawasan yang berlainan di dunia. Sebagai contoh, anda dapat memilih video anda dalam bahasa yang relevan di negara sasaran.

Kurang Persaingan Berbanding Dengan Platform Lain

Sebilangan besar jenama bergantung pada Twitter, Instagram, dan Facebook, dan lain-lain daripada TikTok untuk mengiklankan produk atau perkhidmatan mereka. Kenapa? Kerana mereka tidak mempunyai banyak pendedahan kepada TikTok dan mereka mempunyai persepsi bahawa jenama mereka akan melakukan yang terbaik di platform media sosial ini.

Anda boleh memanfaatkan persaingan yang lebih rendah ini dan mula mempromosikan perniagaan anda di TikTok bersama dengan platform media sosial yang lain. Kurangnya persaingan bermaksud kandungan anda akan mencapai jumlah pengguna yang lebih tinggi dan kemungkinan besar jenama anda akan melihat peningkatan penjualan.

Ini juga membolehkan anda menandai jejak anda dari awal ketika ada peluang yang baik untuk melakukannya, dan apabila setelah bertahun-tahun jenama lain akan berusaha mendapatkan pendedahan di platform ini, anda tidak perlu berusaha sama seperti yang lain.

Peluang Beriklan

TikTok dapat menawarkan pelbagai peluang untuk beriklan, termasuk iklan dalam aplikasi dan kolaborasi dengan pengguna yang popular. Ini membolehkan perniagaan untuk mencapai penonton yang lebih besar dan meningkatkan kesedaran jenama mereka. Strategi pemasaran ini memerlukan anda membelanjakan lebih dari sekadar beberapa dolar untuk menjangkau pengguna yang lebih luas di TikTok dan mendapatkan lebih banyak pengikut untuk jenama anda. Sama seperti Instagram dan Facebook, anda mempunyai pilihan untuk mensasarkan pelbagai jenis penonton di merata wilayah.

Mudah Dihubungkan Dengan Khalayak

Tidak dapat dinafikan bahawa semua orang mahu berhibur di TikTok. Dengan menghasilkan kandungan yang menarik dan menyeronokkan, anda mungkin menjadi viral. Kerana terdapat banyak cabaran hashtag di TikTok yang menjadikan pencipta mereka memperoleh berjuta-juta pengikut seperti cabaran papan, cabaran penghapusan dan lain-lain.

Anda juga harus membuat penyelidikan di lokasi anda dan membuat video yang menyeronokkan berkaitan dengan cabaran hashtag anda supaya orang lain juga dapat membuatnya. Ini adalah cara yang luar biasa untuk meningkatkan interaksi dengan jenama anda dan mungkin mendapat lebih banyak pengikut.

Pempengaruh Pemasaran

Sekiranya anda mempunyai beberapa pengikut di TikTok, akaun yang mempunyai ribuan dan jutaan pengikut dapat membantu dalam mempromosikan produk anda. Anda boleh meminta pemberi pengaruh yang relevan dengan niche anda untuk berkolaborasi dengan anda atau mempromosikan produk anda dengan menyiarannya atau membicarakannya dalam video mereka.

Oleh kerana penggiat TikTok mengenakan bayaran lebih rendah daripada yang ada di platform media sosial lain seperti Instagram dan Facebook, jadi anda dapat menjimatkan wang tambahan dengan mengiklankan perniagaan anda kepada penonton yang lebih besar.



Manfaatkan Kandungan yang Dihasilkan Pengguna

Bukankah lebih baik sekiranya pengguna menghasilkan kandungan untuk jenama anda bagi pihak anda? Ini adalah pemasaran percuma untuk perniagaan anda! Jenama seperti Nike menggunakan ini sebagai strategi pemasaran mereka. Daripada menyiaran kandungan awam, Nike memulakan tren hashtag di TikTok sehingga pengguna membuat kandungan yang menyenangkan dan kreatif memakai Nike.

Yang perlu anda lakukan hanyalah memulakan perbualan dan mendorongnya ke arah perniagaan anda serta mendorong pelanggan anda untuk membuat video memakai atau menggunakan produk anda (testimoni). Kandungan yang tidak laku, tidak akan mengganggu pengguna dan akan meningkatkan penglibatan.

Anda Boleh Mengikuti Tren Dengan Mudah

Oleh kerana orang ingin tahu tentang kandungan yang menghiburkan, pengguna media sosial terus berusaha sebaik mungkin untuk membuat tren yang menarik. Banyak akaun kecil malah terkenal pada hari berikutnya hanya dengan memulakan tren yang unik. Sesetengah perniagaan, sukar untuk mengikuti tren baru sepanjang masa di platform seperti Instagram dan Facebook kerana memerlukan usaha dan masa tambahan untuk menghasilkan kandungan berkualiti premium baru dengan cepat.

Walau bagaimanapun, di TikTok, semua yang anda perlukan adalah telefon pintar dan kemahiran untuk membuat kandungan yang menarik tanpa perlu melalui jalan cerita, alat mewah, dan lain-lain. Dengan cara ini, anda boleh muncul di hasil carian hashtag dan beribu-ribu pengguna boleh mengikuti perkembangan kandungan kreatif yang baru anda buat. Ini adalah strategi yang baik untuk mendapatkan pengikut baru untuk perniagaan anda.

Namun seperti platform media sosial lain, perniagaan perlu memastikan bahawa kandungan yang mereka hasilkan bersesuaian dengan pengguna TikTok dan tidak melanggar penggunaan platform tersebut.

TEKNOLOGI

IMPAK TREN TEKNOLOGI TERHADAP KEHIDUPAN DAN KERJAYA

Tengku Sharifeleani Ratul Maknu Tengku Sulaiman, Norhaniza Md Akhir &
Zaidatulhusna binti Mohd Isnani

Tren teknologi yang membentuk perniagaan

TREN berubah mengikut zaman dan pada masa sekarang setiap individu dan juga perniagaan perlu berubah supaya boleh mengadaptasi dengan teknologi terkini yang sememangnya sudah tersedia. Setiap perniagaan perlu berubah menggunakan teknologi yang bersesuaian dengan industri masing-masing supaya menjadi lebih efisyen dan baik serta membolehkan perniagaan berkembang lebih pesat. Jika perniagaan tidak menggunakan teknologi mengikut keperluan yang diperlukan dalam industri perniagaan, ia akan mengalami atau berdepan dengan kegagalan atau pengeciran pasaran dan akhirnya tidak mampu bersaing dalam industri yang diceburi.

Setiap perniagaan perlu tahu inovasi teknologi yang terlibat dalam industri masing-masing. Selain untuk berada dalam pasaran lebih lama dan meningkatkan produktiviti ia juga perlu memastikan kepuasan hati pelanggan dengan apa yang ditawarkan.



Merujuk kepada Technology Adoption terdapat 5 fasa dalam mengadaptasi atau penerimaan dalam penggunaan teknologi baru. Bermula dengan innovators ia dikenali sebagai golongan yang paling awal mencuba dan menggunakan teknologi yang diperkenalkan dalam pasaran. Mereka amat teruja dan tidak sabar dengan teknologi baru yang diperkenalkan disamping tidak teragak-agak untuk mengambil risiko.

Innovators mempunyai tahap keyakinan yang tinggi dan golongan ini mempunyai maklumat yang cukup dan berani mencuba teknologi terkini. Diperingkat ini tidak ramai mahu mencuba kerana masih menunggu maklumbalas atau masih ingin melihat keberkesanan teknologi yang diperkenalkan. Selalunya jumlah innovators adalah amat kecil iaitu 2.5 peratus. Golongan ini selalunya lebih rapat dengan pencipta teknologi yang diperkenalkan.

Early Adopters adalah golongan yang kedua menggunakan teknologi yang diperkenalkan. Mereka masih dikira sebagai kumpulan awal pengguna teknologi yang diperkenalkan. Selalunya golongan ini terdiri daripada 13.5 peratus. Mereka ini adalah influencer kepada yang lain. Jumlah pengguna semakin meningkat kerana pengguna mula mengiktiraf teknologi yang diperkenalkan dan mendapatinya memberi impak yang positif.

Peringkat ketiga menunjukkan lingkungan 34 peratus pengguna akan mula mencuba dan menggunakan teknologi yang diperkenalkan. Golongan ini dikenali sebagai Early Majority. Mereka mula mengumpul maklumat dan melihat maklumbalas dari golongan terdahulu.

Late Majority pula adalah 34 peratus lagi golongan yang mula mengadaptasi atau menggunakan teknologi yang diperkenalkan. Golongan ini selalunya merujuk kepada perbualan rakan-rakan atau words of mouth berbanding dengan iklan yang dibuat. Golongan ini lebih skepticism.

Golongan terakhir yang menerima kewujudan teknologi ini dikenali sebagai laggards dimana golongan 16 peratus ini hanya menggunakan teknologi yang diperkenalkan di akhir waktu di mana ketika mereka menggunakan teknologi ini terdapat teknologi yang lebih baru diperkenalkan dipasaran.

Top 5 Tren Teknologi Yang Mempengaruhi Kehidupan Perniagaan Di Tahun 2023

Untuk memberi kita gambaran tentang cara perintis dalam teknologi akan membentuk kehidupan kita, kajian dari Emeritus Institute of Management (2023) menawarkan ramalan menyeluruh tentang semua aliran teknologi yang semakin matang yang akan membawa hasil pada tahun 2023. Daripada tenaga kerja hiper-automatik kepada induksi metaverse, ini adalah senarai lengkap. Mari kita lihat top 5 tren teknologi berikut:

1. Penggunaan AI Kod Rendah atau Tanpa Kod

Pada tahun 2023, Kecerdasan Buatan (AI) akan meninggalkan jargon teknikalnya untuk menerima antara muka seret dan lepas (drag-and-drop interfaces) yang mudah, seterusnya menghasilkan AI tanpa kod. Ini bermaksud semua orang boleh menggunakan komputer sekarang tanpa perlu memahami pengaturcaraan latar belakang sistem pengendalian. Begitu juga, operasi dan penyelesaian AI akan menjadi lebih berfungsi tanpa pengekod perlu menulis satu baris kod pun. Penerimaan yang semakin meningkat dalam kalangan orang awam hanya akan membolehkan lebih banyak industri manfaatkan sepenuhnya kuasa kecerdasan berdasarkan AI dan mencipta produk yang lebih pintar. AI tanpa kod telah diperluaskan penggunaannya dalam pasaran dengan antara muka (interfaces) mesra penggunanya dalam pelbagai domain seperti pembangunan runcit dan laman web.

2. Interaksi Terpilih seperti ChatGPT

Salah satu trend akan datang yang paling sensasi dalam industri teknologi ialah ChatGPT. Ia telah mencetuskan satu fenomena dalam dunia chatbot automatik dengan teknologi GPT3 yang lancar model bahasa autoregresif yang memberikan 'keupayaan seperti manusia' AI untuk memahami dan menghasilkan teks. Tambahan pula, dengan bantuan pembelajaran mendalam, ChatGPT boleh menjana imej daripada gesaan teks, menyelesaikan persamaan matematik, dan menyampaikan pelbagai tugas menulis daripada mencari tajuk video yang bijak kepada menulis puisi.

Penciptanya, OpenAI, mendakwa bahawa algoritma ChatGPT dilatih untuk menjawab soalan susulan, memahami kesilapannya berdasarkan maklum balas dan mencabar andaian yang salah. Secara ringkasnya, ChatGPT adalah satu laman yang membantu pengguna untuk menjawab sebarang soalan dalam masa yang singkat dan memberikan maklumat yang tepat berdasarkan maklumat yang terdapat secara atas talian.

3. Pemasaran dalam Metaverse

Analisis Bloomberg (2021) menyatakan bahawa pasaran metaverse akan mencapai USD800 bilion menjelang 2024 amat mengejutkan. Metaverse ialah simulasi maya 3D di mana individu boleh berinteraksi antara satu sama lain melalui berbilang platform. Dalam era Internet 3.0, pengiklan akan menyedari kemungkinan pemasaran yang tidak berkesudahan dari pengalaman mendalam ini, menjadikannya sarang kesedaran dan penglibatan jenama. Jenama seperti Nikeland sudah pun menjelaki pilihan dan corak penggunaan di kedai metaverse mereka dengan pelbagai jenis pengalaman dikuasakan AI dan Realiti Maya-(VR-). Yang lain juga sedang berusaha untuk mengembangkan pengalaman pengguna dengan menyambungkan kedai fizikal mereka ke metaverse melalui kod QR.

4. Sistem Imun Secara Digital

Senarai tren teknologi 2023 tidak lengkap tanpa pengenalan Sistem Imun Digital (DIS). Sistem ini merujuk kepada keseluruhan seni bina amalan yang dipinjam daripada reka bentuk perisian, automasi, pembangunan, operasi dan analitik. Ia bertujuan untuk mengurangkan risiko perniagaan dengan meneutralkan kecacatan, ancaman dan kelemahan sistem untuk meningkatkan pengalaman pelanggan secara keseluruhan. Kepentingan DIS terletak pada mengautomasikan elemen sistem perisian yang berbeza supaya ia berjaya menangkis semua jenis ancaman maya. Gartner meramalkan bahawa menjelang 2025, syarikat yang sudah menggunakan DIS akan mengurangkan masa henti (downtime) pelanggan sebanyak kira-kira 80%.

5. Hiper-Automasi

Laporan PRNewsWite (2021) menganggarkan bahagian pasaran automasi hiper berkembang kepada USD26.5 bilion menjelang 2028, manakala laporan Salesforce meramalkan sekurang-kurangnya 80% organisasi di seluruh dunia akan bergerak ke arah automasi hiper untuk mengoptimumkan produktiviti dan meningkatkan kepuasan pelanggan. Automasi hiper ialah gabungan penting semua alat inovasi terkini seperti:

1. AI tanpa kod
2. Platform pengurusan perniagaan dan aliran kerja automatik
3. Platform integrasi
4. Pemprosesan dokumen pintar
5. Pemprosesan bahasa semula jadi
6. Automasi proses robotik
7. Alat pemetaan proses

Kesimpulannya, setiap pengguna perlu bijak dalam memilih platform perkhidmatan penghantaran wang yang betul dan tepat bagi menjamin keselamatan transaksi atas talian. Di samping memilih penyedia penghantaran wang yang tepat sama ada untuk tujuan peribadi atau profesional pengguna disarankan untuk memastikan kaedah yang digunakan adalah pada kadar yang berpatutan agar perkhidmatan tersebut berbaloi untuk digunakan.



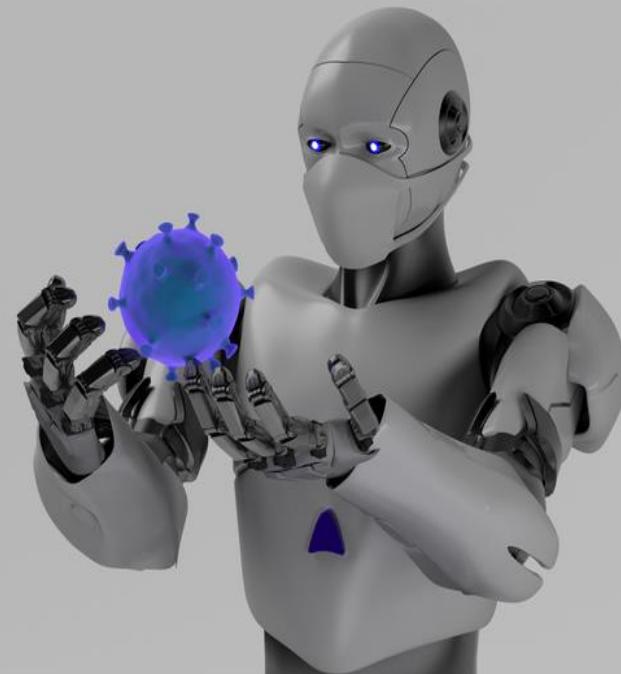
KEPENTINGAN/KEBAIKAN MENGADAPTAJI TEKNOLOGI DALAM PERNIAGAAN

Era globalisasi kini, cabaran tren perniagaan dunia lebih mencabar dengan berlakunya pemesatan didalam perubahan teknologi yang semakin maju dan kehadapan. Terutamanya perniagaan terbesar kini perlu mengikuti perubahan drastik bagi mengukuhkan kedudukan perniagaan pada peringkat yang paling atas dalam saingan pasaran dan sentiasa perlu dikemaskini pada setiap perubahan trend terkini termasuklah dari segi teknologi pemasaran, pengedaran barang jualan dan cara pembayaran atas talian yang menjadi pilihan pelanggan masa kini.

Menurut Influencer Marketing Hub, orang ramai lebih banyak terlibat di TikTok berbanding dengan semua platform media sosial yang lain. Penglibatan yang lebih tinggi berkadar langsung dengan peningkatan jangkauan jenama anda. Jadi, apa sebenarnya yang menghalang anda mempromosikan jenama anda di TikTok jika anda sudah melakukan di Snapchat dan Twitter?

Walaubagaimanapun, penerimaan teknologi dalam perniagaan juga merujuk kepada persediaan pelanggan terhadap penggunaan teknologi terbaru sebagai suatu elemen inovasi yang memberi pelbagai kebaikan kepada pengguna dan pelanggan. Setiap organisasi berbeza mengikut kepada tujuan dan pemahaman perniagaan itu ditubuhkan serta bertindakbalas terhadap inovasi produk dan proses perniagaan yang dijalankan. Kebanyakan perniaga menjadi sangat bersemangat dan teruja untuk menerima teknologi baharu didalam pasaran perniagaan mereka terutamanya bagi mengekalkan peluang yang lebih baik dalam pasaran seiring dengan kehendak pelanggan generasi baru. Kitaran hayat penggunaan teknologi memberi isyarat bahawa perubahan terhadap produk termasuklah jenis produk yang dihasilkan, strategi pemasaran dan platform agihan perlu seiring dengan kehendak pasaran yang mula kearah digitalisasi dan berteknologi tinggi.

Penggunaan teknologi baharu kini lebih fokus kepada teknologi seperti proses penghantaran produk/ barang yang lebih pantas serta penjimatan kos terhadap pelanggan dalam meningkatkan kepuasan yang maksimum dapat dicapai. Ianya menjadi lebih diminati terutamanya ketika zaman pandemik COVID-19 yang memaksa semua perniaga membuat perubahan yang drastik terhadap strategi perniagaan mereka.



Perniagaan Kecil Sederhana dan Teknologi Terkini Perniagaan

Bagi sesetengah usahawan kecil dan sederhana, mereka mempunyai pandangan yang beza terhadap tren teknologi. Mereka beranggapan "mahal" dan melibatkan kos yang tinggi bagi mencapai sesuatu teknologi atau melabur dalam penciptaan inovasi baru sebagai salah satu sebab mengapa banyak perniagaan memilih hanya menggunakan strategi perniagaan secara tradisional. Ia benar bahawa sesetengah teknologi memerlukan perbelanjaan yang besar, akan tetapi terdapat juga inovasi lain yang boleh dijadikan sebagai permulaan pelaburan peniaga-peniaga kecil yang memberikan hasil yang kepada pertumbuhan yang positif dan menguntungkan.

Penggunaan teknologi umpama batu loncatan bagi peniaga-peniaga kecil untuk mampu bersaing dan seiring dengan syarikat-syarikat besar dipasaran. Penggunaan teknologi mudah alih seperti aplikasi boleh membawa lebih banyak keuntungan dalam tempoh yang singkat. Terdapat beberapa kepentingan dan peranan mengapa perniagaan, besar dan kecil, harus mula mengorak langkah menggunakan teknologi baharu dalam perniagaan mereka.

Kebaikan Teknologi Baharu dalam Perniagaan Kecil dan Sederhana

Tidak kira saiz perniagaan, teknologi merupakan suatu faktor kejayaan yang boleh membawa manfaat kepada syarikat serta menguntungkan. Antara sebab yang paling penting mengapa perniagaan kecil mahupun besar perlu melabur dalam teknologi baharu adalah bagi menjadikan perniagaan mereka berjaya dalam dunia moden ini.



1. Komunikasi Yang Cekap Dengan Pelanggan

Komunikasi antara syarikat dan pengguna adalah tunggak untuk setiap perniagaan serta paling menguntungkan. Suatu ketika dahulu, perniagaan hanya perlu menggunakan telefon dan email untuk membalas setiap pertanyaan pelanggan mereka yang tidak dapat hadir secara fizikal ke premis perniagaan. Proses ini mengambil masa beberapa hari sebelum setiap pertanyaan berjaya mendapat respon. Akan tetapi, perubahan semakin drastik pada masa kini, di mana komunikasi akan terjalin serta-merta melalui sosial media dan aplikasi 'messaging' serta email. Dengan perubahan industri telefon pintar, semua ini boleh dilakukan dan sekaligus menamatkan operasi pengeposan surat/dokumen yang agak perlahan dan kurang selamat. Panggilan telefon masih kekal digunakan, tetapi dengan keunikan sistem telefon pintar setiap pelanggan dan syarikat perniagaan boleh berinteraksi dan berkomunikasi dengan baik dengan hanya menggunakan panggilan video call yang sekaligus menawarkan penglibatan kedua-dua belah pihak dalam menyelesaikan pelbagai permasalahan dan pertanyaan berkenaan dengan produk atau perkhidmatan yang disediakan.

2. Teknologi dapat memperkasakan Aliran Kerja

Kini, segala-galanya termasuklah kehidupan manusia menjadi lebih pantas. Begitu juga perubahan pada Model Perniagaan. Perniagaan yang tidak dapat menggunakan teknologi yang terkini dalam operasi perniagaan mereka akan menghadapi masalah untuk berdaya saing dengan perniagaan lain yang lebih terbuka dengan teknologi baru. Dalam proses kerja juga melibatkan keperluan teknologi yang tinggi bagi menjamin effisien dan effektif proses dapat dicapai dan berhasil. Oleh itu, mengadaptasi teknologi terhadap proses kerja adalah jalan yang terbaik bagi meningkatkan mutu kerja dan menjimatkan kos perniagaan dan masa.

Penggunaan teknologi umpama batu loncatan bagi peniaga-peniaga kecil untuk mampu bersaing dan seiring dengan syarikat-syarikat besar dipasaran. Penggunaan teknologi mudah alih seperti aplikasi boleh membawa lebih banyak keuntungan dalam tempoh yang singkat. Terdapat beberapa kepentingan dan peranan mengapa perniagaan, besar dan kecil, harus mula mengorak langkah menggunakan teknologi baharu dalam perniagaan mereka.

3. Teknologi sebagai Perlindungan Aset Perniagaan yang Tinggi Nilainya

Terdapat pelbagai teknologi yang digunakan oleh perniagaan pada masa kini yang dapat melindungi aset perniagaan mereka. Memandangkan aset boleh dikategorikan dalam pelbagai bentuk samaada digital atau fizikal, perniagaan yang berjaya adalah apabila mereka melabur untuk kedua-dua keselamatan tersebut. Yang mana data digital disimpan dalam rangakain syarikat dari terdedah kepada serangan penggodam. Ini kebiasaan menyebabkan perisian antivirus canggih, perisian penyulitan (encryption software), pembelajaran mesin dan Artificial Intelligent (AI) terus dibangunkan untuk menghentikan jenayah siber daripada mencuri atau memusnahkan harta intelek syarikat. Begitu juga aset fizikal termasuklah pengisian aplikasi dan peranti baharu serta pelayar (server). Pelaburan ini boleh diperolehi dalam bilik berkunci (biometrics-locked room) yang menggunakan biometrik scanner yang juga boleh dipantau melalui kamera CCTV dan penggera berdefinisi tinggi.



Kesimpulannya, bagi setiap usahawan yang menginginkan syarikatnya terus maju dan berjaya dalam perniagaan serta seiring dengan syarikat besar, pelaburan yang tinggi terhadap penggunaan teknologi baharu adalah suatu perkara yang wajib terutamanya dalam meningkatkan fleksibiliti dan keuntungan syarikat, menyelaraskan operasi, membantu menghadapi perubahan dalam pasaran serta relevan di mata pengguna.

UMUM

Trend Persaraan Awal di Kalangan Penjawat Awam, Khususnya Sektor Pendidikan

IPOH: Jumlah guru bersara awal hampir menyamai kadar guru yang bersara wajib, kata Menteri Pendidikan, Datuk Dr. Mohd Radzi Md. Jidin.

Beliau berkata, Kementerian Pendidikan sedang memperincikan maklumat mengenai perkara itu sebelum dikongsikan kepada umum.

Katanya, perkara itu memerlukan perincian menyeluruh termasuk corak atau trend yang mendorong guru-guru bersara lebih awal.

"Kita akan melihat perincian data perkara itu, bukan sahaja dari jumlah tetapi perkara-perkara lain termasuk apabila ramai yang bercakap macam-macam."

"Kita juga sedang merangka data untuk membuat persatuan antu persatu termasuklah dengan"

na keadaan guru dan mereka dalam bidang luar membuat kepada sara awal," katanya.

Beliau berkata demikian selepas mengadakan tinjauan hari pertama sesi persekolahan secara bersemuka bagi kalender akademik 2022/2023 di Sekolah Kebangsaan (SK) Syed Idrus Chemor, dekat ini semalam.

Februari lalu, Dr. Radzi, Perak, Datuk Dr. Mohd Radzi yang meninggal akibat tekanan berikut vid-19 di negeri ini.

Begitupun, Saarani menyertai guru terlibat tidak mengambil keputusan meletak jawatan atau bersara awal disebabkan Covid-19 memandangkan ia adalah ejen perubahan

DR. Radzi Jidin bersama murid ketika pertama sesi persaraan secara bersemuka di SK Syed Idrus Hafizi Mohd. Ipoh, Perak, semalam.

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

Trend persaraan awal di kalangan penjawat awam bermaksud semakin ramai penjawat awam yang memilih untuk bersara sebelum mencapai umur persaraan biasa. Dalam sektor awam, bersara awal atau pilihan adalah di bawah Seksyen 12 Akta 227/239 di mana seseorang penjawat awam boleh memohon bersara awal apabila telah layak mengikut syarat yang telah ditetapkan. Memilih untuk bersara awal ketika karier profesional berada di puncak antara isu kritikal dalam kalangan wanita bekerjaya pada masa kini. Dalam mendepani isu ini, wajarlah kebimbangan ini diberi perhatian kerana ia akan menyebabkan negara kehilangan tenaga kerja berkemahiran tinggi, berilmu dan berpengalaman dalam pelbagai bidang dengan sebilangannya dikuasai oleh golongan wanita.

Memetik laporan Berita Harian bertarikh 18 Ogos 2022, Pesuruhjaya Suruhanjaya Hak Asasi Manusia Malaysia (SUHAKAM), Profesor Datuk Noor Aziah Mohd Awal, berkata meskipun bersara awal adalah hak pekerja, isu ini tidak seharusnya dipandang sebelah mata kerana ia satu kerugian jika khidmat profesional mereka berkubur begitu saja.

Beliau yang juga Profesor Undang-Undang, Universiti Kebangsaan Malaysia (UKM), tidak menafikan faktor seperti keletihan dan tahu kerana tempoh perkhidmatan panjang menjadi penyumbang kepada persaraan awal. Beliau mencadangkan agar pihak kerajaan dapat memberi tumpuan kepada golongan pekerja di peringkat umur 25 hingga 45 tahun kerana mereka mungkin memilih untuk berhenti kerja atas faktor tekanan susulan waktu kerja yang ketat dan masalah penjagaan anak.

Naib Canselor Universiti Teknologi MARA (UiTM), Profesor Datuk Dr. Roziah Mohd Janor pula berpendapat negara akan berdepan cabaran besar jika semakin ramai wanita berusia khususnya 50-an ke atas memilih untuk pencen awal. Untuk mengatasi masalah ini, beliau mengesyorkan Malaysia supaya menjadikan Jepun dan Singapura sebagai contoh di mana pekerja mereka yang masih berupaya untuk berkhidmat dibenarkan bekerja sehingga berumur 65 tahun. Sistem yang lebih fleksibel seperti bekerja dari rumah boleh dipertimbangkan sekiranya negara tidak mahu kehilangan ramai tenaga mahir dan berpengalaman yang sepatutnya dimanfaatkan demi pembangunan negara.

Sektor pendidikan merupakan antara sektor utama yg berhadapan dengan masalah persaraan awal. Trend persaraan awal di sektor pendidikan mendapat perhatian susulan kenyataan dibuat Kesatuan Perkhidmatan Perguruan Kebangsaan (NUTP) yang menganggarkan lebih 10,000 guru membuat pilihan bersara awal setiap tahun sejak kebelakangan ini. Walaupun tiada angka tepat bagi menyokong dakwaan yang dibuat NUTP itu, pelbagai pihak mula menzahirkan kebimbangan mengenai trend persaraan awal di kalangan pendidik kerana mereka adalah tonggak kepada pembangunan modal insan negara. Berdasarkan tuntutan tabung kebajikan persaraan di Kesatuan Perkhidmatan Perguruan Kebangsaan Semenanjung Malaysia (NUTP), majoriti yang mengambil keputusan untuk bersara awal adalah dalam lingkungan antara 56 hingga 58 tahun.

Pada tahun 2015, sebanyak 2,777 guru telah memilih untuk bersara awal dan telah meningkat kepada 3,591 pada tahun 2016. Trend ini menjadi lebih merisaukan apabila ianya terus meningkat kepada 4,360 permohonan persaraan awal pada 2021 iaitu bersamaan dengan 1.06% jumlah keseluruhan guru.

Menggalas tanggungjawab sebagai pendidik bukan satu tugas mudah pada hari ini. Jika dibanding tugas guru 10 atau 20 tahun dulu, ia jauh sekali berbeza kerana guru pada zaman serba canggih ini dilihat bukan saja perlu memberi tumpuan kepada tugas mengajar tetapi juga tugas-tugas pentadbiran. Presiden Kesatuan Perkhidmatan Perguruan Kebangsaan Semenanjung Malaysia (NUTP), Aminuddin Awang berkata, keperluan untuk memenuhi tugas sampingan yang pelbagai termasuk kerja perkeranian menyebabkan ramai guru sudah hilang keseronokan untuk mengajar di sekolah..

Tidak dinafikan ramai di kalangan warga pendidik memilih untuk bersara awal dari tahun persaraan wajib disebabkan masalah kesihatan, fizikal dan mental. Kesihatan mental di kalangan guru menjadi isu yang semakin mendapat perhatian pada masa kini. Beberapa kajian telah menunjukkan bahawa masalah kesihatan mental di kalangan guru di Malaysia semakin meningkat. Contohnya, sebuah kajian yang dilakukan oleh Universiti Malaya pada tahun 2018 mendapati bahawa hampir separuh dari 313 guru yang ditemubual mengalami tahap kesihatan mental yang rendah atau sederhana, dengan masalah keletihan, kecemasan, dan depresi yang paling kerap dilaporkan.

Seperti di negara lain, para guru di Malaysia menghadapi tekanan yang tinggi dalam melaksanakan tugas mereka, seperti beban kerja yang berat, masalah disiplin murid, keperluan untuk mengendalikan teknologi dan sistem pembelajaran jarak jauh yang baru, dan tekanan dari pihak ibu bapa serta masyarakat untuk mencapai kejayaan akademik yang lebih baik.

Seperti yang dinyatakan sebelum ini, terdapat banyak faktor mendorong kepada keputusan untuk bersara awal seperti tekanan di tempat kerja, beban tugas, masalah kesihatan, kepuasan kerja dan juga pendapatan. Langkah segera perlu diambil pemegang taruh sistem pendidikan bagi mengurangkan bilangan guru bersara awal. Pemerksaan sistem sokongan emosi dan psikososial perlu dilakukan bagi mewujudkan persekitaran yang lebih kondusif sekali gus mengurangkan keadaan lesu upaya yang dialami oleh guru. Langkah agresif perlu diambil oleh Kementerian Pendidikan Malaysia bagi menangani isu ini dengan segera bagi mengelak negara berdepan krisis pendidikan yang lebih kritikal.



PENULIS JEMPUTAN

“BIJAK AMBIL PELUANG PERNIAGAAN DIGITAL TANPA TUNAI”

Intan Liana binti Suhaimi
Fakulti Pengurusan dan Perniagaan
UiTM Cawangan Melaka,
Kampus Alor Gajah



MALAYSIA dijangka akan jauh meninggalkan Filipina dan Singapura dalam konteks penerimaan “Digital Banking” menjelang tahun 2025. Perbankan digital adalah sistem perbankan secara online yang menggunakan pelbagai peranti seperti smartphone, tablet atau komputer dan pengguna bakal menikmati pelbagai kemudahan perbankan secara mudah, cepat, pada bila-bila masa tanpa perlu mengunjungi bank secara fizikal. Menurut Malaysian Digital Association (MDA), lebih 80% rakyat Malaysia telah menggunakan platform perbankan digital dan angka tersebut meningkat secara signifikan selari dengan situasi post-pandemik COVID-19 yang lepas.

Bagaimana pula seorang peniaga dapat mengambil kesempatan pada situasi di atas? Adakah para peniaga khasnya peniaga kecil dan sederhana bersedia untuk bersama-sama menjadi sebahagian komuniti tanpa tunai dengan turut menyediakan platform perbankan digital agar selari dengan tuntutan semasa. Adakah cukup dengan menyediakan platform perbankan digital untuk tujuan pembayaran semata-mata? Bagaimana dengan “visibility” peniaga secara “online”? Bagaimana pula aktiviti “sourcing” bahan mentah peniaga tersebut? Adakah peniaga menjalankannya secara digital atau hanya bergantung pada pasaran lokal semata-mata.

Konsep dunia terbuka dalam perniagaan pada masa kini membenarkan peniaga untuk menjelajah pasaran penawaran dan permintaan secara bebas dan fleksibel. Peniaga harus bijak mengambil peluang untuk mendapatkan bekalan bahan mentah pada harga yang ekonomi tetapi masih tidak mengesampingkan kualiti dan standard semasa. Peniaga harus peka dengan kewujudan pelbagai “marketplace” dan komuniti digital yang kadangkala menawarkan bahan mentah pada tawaran jauh lebih menarik sekaligus mengurangkan pada peniaga. Adalah tidak salah juga jika peniaga belajar ilmu mengimport bahan mentah dari negara luar selagi ianya masih di dalam ruang lingkup modal peniaga itu sendiri dan tidak menyalahi undang-undang negara.

Pada situasi yang berlainan, konsep dunia terbuka dan digital juga memerlukan peniaga untuk “wujud” secara dalam talian. Sebagai peniaga bijak, mereka harus cakna dengan keperluan sosial perniagaan mereka sendiri untuk disedari bakal pembeli. Peniaga bebas menjelajah pelbagai platform menjual yang ada, sama ada berbayar ataupun percuma. Apa yang penting peniaga perlu bersedia bukan sahaja fizikal tetapi mental kerana menguruskan platform digital perniagaan sendiri adalah sama karenanya seperti menguruskan sebuah kedai fizikal walaupun berlainan cabaran. Peniaga juga perlu faham dengan strategi jualan, metod pembayaran serta peratus keuntungan yang diambil oleh platform digital ini agar tidak tersalah meletakkan harga jualan. Kejayaan peniaga untuk wujud secara digital sebenarnya membantu perniagaan mereka sendiri dalam memahami kesukaan pelanggan dan seterusnya memberikan ruang pada perniagaan untuk memberi layanan lebih tepat demi memenuhi kehendak pelanggan secara individu.

Melihat pada sudut yang berasingan, peniaga juga perlu bijak mengambil peluang bersaing dalam platform digital dengan mewujudkan kepelbagaiannya metod pembayaran. Jika peniaga sukar untuk mewujudkan peranti bagi pembayaran menggunakan kad debit, jalan terbaik dan termudah adalah menyediakan pembayaran menerusi “QR Pay”. Penggunaan “QR Pay” semakin popular dan menjadi pilihan rakyat Malaysia sementara 98% penduduk negara kita memiliki telefon pintar.



Pembayaran menerusi “QR Pay” bukan sahaja memudahkan pelanggan untuk melakukan transaksi dengan cepat, ianya juga mengurangkan risiko penipuan pada penjual. Dalam masa yang sama, enkripsi “QR Pay” ini juga menyebabkan penjual tidak perlu risau untuk menyediakan wang baki lebih-lebih lagi jika payung jualan baru dibuka! Pelanggan juga rata-rata gembira menggunakan kaedah pembayaran “QR Pay” kerana pelbagai mata ganjaran dijanjikan oleh pihak pembekal.

Walau apa pun kaedah atau strategi perniagaan yang diaplikasikan oleh peniaga dalam era digital ini, antara perkara yang perlu diingat adalah mengekalkan nilai dan etika di dalam urusan jual beli. Dalam meneruskan kesinambungan perniagaan, nilai dan etika adalah harga kejujuran yang sangat penting untuk dikekalkan. Lebih-lebih lagi terdapat pelbagai aplikasi kepintaran buatan (Artificial Intelligence) yang memberikan pengakhiran indah khabar dari rupa seterusnya membuat kekecewaan pada pelanggan. Justeru, kemudahan digital ini turut mempunyai risiko-risiko yang tersendiri. Lebih-lebih lagi jika kita terlalu bergantung pada teknologi semata-mata. Sebagai peniaga bijak, perlulah mengambil nisbah untuk menghubungkan perniagaan sedia ada dengan keperluan semasa agar legasi perniagaan dapat dikembangkan ke generasi akan datang.



PENCAPAIAN FAKULTI

PENCAPAIAN FAKULTI

Disediakan oleh:
Dr. Wan Normila Mohamad

Tahniah!

LANTIKAN BARU

KOORDINATOR
FAKULTI PENGURUSAN DAN PERNIAGAAN,
UiTM KAMPUS SEREMBAN

Yang Mulia Tengku Sharifeleani Ratul Maknu binti Tengku Sulaiman



PENCAPAIAN FAKULTI

Tahniah!

KENAIKAN PANGKAT**Professor Madya Gred DM54****Prof. Madya Dr. Nurazilah Zainal****ANUGERAH KHAS 2023****Prof. Madya Dr. Nurazilah Zainal
Pingat Ahli Setia Negeri Sembilan (A.N.S.)**

PENCAPAIAN FAKULTI

Tahniah!

HARI INOVASI & KUALITI UiTM 2022



Dr. Wan Normila Mohamad
Anugerah Tokoh Akademik
UiTM Cawangan Negeri Sembilan 2022

Prof. Madya Dr. Nurazilah Zainal
Anugerah Ahli Akademik Harapan
UiTM Cawangan Negeri Sembilan 2022

Mohd Elfee Ab Rashid
Anugerah Juri Terbaik AKRAB 2022

PENCAPAIAN FAKULTI

Tahniah!

**ANUGERAH TEMPAT KEDUA FAKULTI/JABATAN
PEMENANG BIDANG TUJAHAN PENGAJARAN DAN PEMBELAJARAN
ANUGERAH KUALITI REKTOR ANTARA BAHAGIAN
(AKRAB 2022)**

ZaidatulHusna Mohd Isnani

Dr. Wan Normila Mohamad

Hafisah Yaakob

Dr. Jamilah Mohd Mahyideen

Nurhanani Aflizan Mohamad Rusli

Hilwana Abd. Karim

Tengku Sharifeleani Ratul Maknu Tengku Sulaiman

Nur Alia Amirnordin

Prof. Madya Dr. Nurazilah Zainal

Norhaniza Md. Akhir

Iskandar Ariffin

LANTIKAN BARU

Nur Alia Amirnordin

Penyelaras Latihan Keusahawanan Siswa MASMED Kampus Seremban

LANTIKAN SEMULA

Zaidatulhusna Mohd Isnani

Koordinator ICEPs

GERAN PENYELIDIKAN

Prof. Madya Dr. Nurazilah Zainal (Ketua) (UiTM), Prof. Dr. Zuraidah Mohd Sanusi (UiTM), Dr. Wan Normila Mohamad (UiTM), Hafisah Yaakob (UiTM), Dr. Siti Sara Ibrahim (UiTM) dan Nur Alia Amirmordin (UiTM)

International Research Matching Grant

MoA with Universitas Indonesia (UI)

Prof. Madya Dr. Nurazilah Zainal (UiTM (Ketua), Dr. Jamilah Mohd Mahyideen (UiTM), Prof. Dr. Annuar Md Nassir (UPM), Prof. Madya Dr. Mohamed Hariri Bakri (UTEM) dan Prof. Dr. Law Siong Hook (UPM)

Fundamentals Research Grant Scheme (FRGS)

Tajuk: Modelling the Growth of Microfinance Institutions for Post Covid-19 Recovery: A New Future for the Poor

2021 – 2023 – RM67 200

Dr. Normalini Md. Kassim (USM) (Ketua), Prof. T. Ramayah (USM), Dr. Norhazlina Hashim (UM), Dr. Wan Normila Mohamad (UiTM) dan Dr. Thien Lee Mee (PP Pendidikan Khas)

Geran Research University (RUI)

Universiti Sains Malaysia

Tajuk: A Proposed Future Internet Banking Security Models Towards IR 4.0 Direction: Moderating by Perceived Effectiveness Biometrics Usage Implementation.

1/10/2020 – 30/09/2023 - RM40 000

Farah Azaliney Mohd Amin (Ketua), Dr Zahari Bin Md Rodz, Dr Zati Aqmar binti Zaharuddin, Dr. Muhamad Helmi bin Muhamad Khair, Dr. Wan Normila Mohamad, dan Wan Asma binti Wan Nasruddin

Geran Dana Dalaman Negeri CRSF 2022

Tajuk: Beyond Halal Certification - Hesitant Fuzzy DEMATEL for Knowledge, Challenges, and Improvements.

1 Jun 2022 - 31 Mei 2023 – RM6000

PENYELIAAN

PASCA-SISWAZAH

Prof. Madya Dr. Nurazilah Zainal

Penyelia Utama (Main Supervisor)
 Che Nurul Huda Che Bahrun
 Doctor of Philosophy (PhD)
 Fakulti Pengurusan dan Perniagaan
 UiTM Cawangan Negeri Sembilan

Penyelia Utama (Main Supervisor)
 Saiyidah Aisyah Binti Anwar Azmy
 Master of Science
 Fakulti Pengurusan dan Perniagaan
 UiTM Cawangan Negeri Sembilan

Penyelia Bersama (Co-Supervisor)
 Ruzzle Affandee Bin Abdul Sarah
 Master of Science
 Fakulti Pengurusan dan Perniagaan
 UiTM Cawangan Negeri Sembilan

Dr. Jamilah Mohd Mohyideen

Penyelia Bersama (Co-Supervisor)
 Che Nurul Huda Che Bahrun
 Doctor of Philosophy (PhD)
 Fakulti Pengurusan dan Perniagaan
 UiTM Cawangan Negeri Sembilan

Dr. Raja Mayang Delima Mohd Beta

Penyelia Utama (Main-Supervisor)
 Ghazali Shafie bin Amanullah Sahib
 Master of Science
 Fakulti Pengurusan dan Perniagaan
 UiTM Cawangan Negeri Sembilan

Dr. Wan Normila Mohamad

Penyelia Bersama (Co-Supervisor)
 Saiyidah Aisyah Binti Anwar Azmy
 Master of Science
 Fakulti Pengurusan dan Perniagaan
 UiTM Cawangan Negeri Sembilan

Penyelia Bersama (Co-Supervisor)
 Zhu Fei
 School of Management
 Universiti Sains Malaysia (USM)

SARJANA MUDA

KURSUS SR243/241

Dr. Wan Normila Mohamad
Dr. Raja Mayang Delima Mohamad Beta

KURSUS ADS511

Dr. Wan Normila Mohamad
Zaidatulhusna Mohd Isnani
Hafisah Yaakob

KURSUS CS2904

Bashir Ahmad Shabir Ahmad

LANTIKAN LUAR KAMPUS

Dr. Wan Normila Mohamad

1. Panel Penasihat, Program Diploma Kesetiausahaan (DSK), Jabatan Perdagangan (JP), Politeknik Sultan Idris Shah (PSIS)
2. Pemeriksa Luar (External Examiner), Master of Business Administration in Healthcare Management (MBAHM), International Medical University (IMU)
3. External Assessor, Masters of Business Administration (MBA), Alfa University College (AUC)

Mohd Elfee Ab Rashid

1. Felo Unit Jaminan Kualiti Dalaman
2. Institut Kualiti dan Pengembangan Ilmu (InQKA)
3. Jurulatih Kecemerlangan Operasi (Operational Excellence Trainer - InQKA)
4. Ahli Persatuan Ekonomi Malaysia

Dr. Faridah Pardi

1. Rakan Pembimbing Perkhidmatan Awam Malaysia (AKRAB)
2. Jabatan Perkhidmatan Awam (JPA)

Zaidatul Husna Mohd Isnani

1. Jurulatih Kecemerlangan Operasi (Operational Excellence Trainer - InQKA)
2. Penilai Luar iQMS
3. Editor/Pewasit Jurnal Inovasi Malaysia (JURIM)

Prof. Madya Dr. Nurazilah Zainal

1. Felo Institut Kepimpinan dan Pengurusan (ILD) Bandar Enstek
2. Perunding Pembangunan Kepimpinan Lembaga Pengarah Universiti Awam, Akademi Kepimpinan Pendidikan Tinggi (AKEPT)
3. Penasihat Akademik Program, Diploma Pengurusan Perniagaan Kolej Vokasional, Kementerian Pendidikan Malaysia (KPM)
4. Ahli Bersekutu, Pusat Kecemerlangan Pengajian Tinggi (HICoE) UiTM, Accounting Research Institute (ARI)
5. AJK Mesyuarat Pengurusan Dalaman, Institut Kepimpinan dan Pembangunan (ILD) UiTM
6. AJK Penilaian Konsultant, Institut Kepimpinan dan Pembangunan (ILD) UiTM

Dr. Raja Mayang Delima Mohd Beta

1. Setiausaha, USIM Writers' Pool Universiti Sains Islam Malaysia (USIM) Nilai
2. Jawatankuasa Tertinggi, AID Academy
3. Co-Director, International Science and Social Science Innovation Competition (ISIC IV) 2023

LANTIKAN DALAMAN KAMPUS

Tengku Sharifeleani Ratul Maknu

Tengku Sulaiman

1. Ahli Jawatankuasa Akademik Negeri
2. Timbalan Ketua Sistem Audit
3. Mentor Projek Keusahawanan Pelajar UiTMCNS
4. Ahli Jawatankuasa Pemantauan Profesionalisma Pensyarah (Pro-Pens)
5. Ahli Jawatankuasa Jadual Waktu FPP

Dr. Jamilah Mohd Mahyideen

1. Panel Penemuduga Zakat UiTMCNS

Norhaniza Md Akhir

1. Mentor Projek Keusahawanan Pelajar
2. Ahli Jawatankuasa Jadual Waktu

Prof. Madya Dr. Nurazilah Zainal

1. Penemuduga Pemohon Zakat
2. Panel Penilai Geran FRGS UiTMCNS

Nur Alia Amirnordin

1. Penyelaras Latihan Keusahawanan Siswa (MASMED)

Nooraza Tukiran

1. Ahli Jawatankuasa Peperiksaan

Dr. Raja Mayang Delima Mohd Beta

1. Koordinator MASMED
2. Mentor Penulis AKNC
3. Ketua Projek Perancangan Strategik UiTMCNS
4. Mentor Keusahawanan Pelajar (MASMED)

Maziah Mohamed Arif

1. Auditor Dalaman

Dr. Wan Normila Mohamad

1. Auditor Dalaman
2. Editor Journal of Academia UiTM Negeri Sembilan
3. Panel Penemuduga Zakat UiTMCNS
4. Panel Penemubual Ketidakhadiran Kuliah UiTMCNS

Mohd Elfee Ab Rashid

1. Ahli Jawatankuasa Penilaian Risiko
2. Jawatankuasa *Task Force Hal Ehwal Akademik* UiTMCNS
3. Penulis Bersama Laporan AKNC UiTMCNS
4. Ahli Jawatankuasa Jadual Waktu

Hafisah Yaakob

1. Ahli Jawatankuasa Pemantauan Profesionalisma Pensyarah (Pro-Pens)
2. Panel Penemuduga Zakat UiTMCNS
3. AJK Biro PEWANI Ekonomi dan Keusahawanan Negeri Sembilan

Nurhanani Aflizan Mohamad Rusli

1. Pakar Rujuk, Sejarah Malaysia (CTU555)
2. Panel Penemuduga Zakat UiTMCNS
3. Ahli Jawatankuasa Jadual Waktu FPP

Zaidatul Husna Mohd Isnani

1. Ahli Jawatankuasa Jadual Waktu FPP
2. Auditor Dalaman
3. Mentor Projek Keusahawanan Pelajar UiTMCNS

PANEL JEMPUTAN DALAMAN & LUARAN

Prof. Madya Dr. Nurazilah Zainal

Speaker

Data Development Analysis (DEA): Computing Financial Efficiency Score
 Faculty of Economics and Business Universitas Indonesia, Depok Jakarta
 14 March 2023

Reviewer

Journal of Academia UiTM Negeri Sembilan

Reviewer

International Journal of Economics and Management (SCOPUS)
 Title: The Effect of Microfinance Program on Rural Clients Assets Accumulations in Bangladesh

Reviewer

International Journal of Economics and Management (SCOPUS)
 Title: Sustainability of Stock Market against COVID-19 Pandemic

Dr. Wan Normila Mohamad

Content Expert Validator

Masters by Research
 Universiti Malaysia Sabah

Speaker

Research Method Approaches: Quantitative vs Qualitative
 Faculty of Economics and Business Universitas Indonesia, Depok Jakarta
 14 March 2023

Nur Fadhlina Zainal Abedin

Speaker

Regression Analysis
 Faculty of Economics and Business Universitas Indonesia
 Salemba Campus Jakarta
 14 March 2023

Speaker

Understanding ANOVA (Webinar)
 Faculty of Business and Management Seremban Campus
 19 January 2023

Speaker

T-Test for Basic Statistical Analysis (Webinar)
 Faculty of Business and Management Seremban Campus
 11 January 2023

Jury

International Invention, Innovation & Design Competition (I3DC) 2023
 Kolej Vokasional Tanah Merah Kelantan

Reviewer

Journal of Academia
 Title: Exploring The Mediating Processes of Quality of Governance Between Foreign Direct Investment and Economic Growth

Dr. Jamilah Mohd Mahyideen

Reviewer

Social and Management Research Journal
 Title : Innovation and Technology as Catalyst for Revenue Generation: Kwara State Internal Revenue Service (KW-IRS), Nigeria in Focus

PANEL JEMPUTAN DALAMAN & LUARAN

Zaidatulhusna Mohd Isnani

Speaker

Effective Performance Management System Model through Standard Performance Review Method
Faculty of Economics and Business Universitas Indonesia, Salemba Campus Jakarta
14 March 2023

Reviewer

Jurnal Inovasi Malaysia (JURIM), UiTM

Tengku Sharifleani Ratul Maknu Tengku Sulaiman

Speaker

Innovation Opportunities: Consumer Trend Canvas
Faculty of Economics and Business Universitas Indonesia, Depok Jakarta
14 March 2023

Hilwana Abd. Karim

Speaker

Innovation Opportunities: Consumer Trend Canvas
Faculty of Economics and Business Universitas Indonesia, Depok Jakarta
14 March 2023

Dr. Raja Mayang Delima Mohd Beta

Speaker

Collaborative Teaching with Masscommunication Studies (FKPM) UiTM Kampus Rembau – Interpersonal Communication
26 Jun 2023

Dr. Faridah Pardi

Reviewer

Journal of Economics, Management and Trade 2023

Jury

International Invention, Innovation & Design Competition (I3DC) 2023

Norhaniza Md Akhir

Speaker

Business Model Canvas
Faculty of Economics and Business Universitas Indonesia, Depok Jakarta
14 March 2023

Nur Alia Amirnordin

Speaker

Business Model Canvas
Faculty of Economics and Business Universitas Indonesia, Depok Jakarta
14 March 2023

Hafisah Yaakob

Reviewer TIJARI

International Journal of Islamic Economics, Business and Entrepreneurship

Iskandar Ariffin

Speaker

Financial Plan (Webinar)
Collaborative Teaching ENT300
19 Mei 2023

PENERBITAN

Kassim, N. M., **Mohamad, W. N.**, & Hashim, N. H. (2022)(Indexed in WoS 20 April 2023). The Effect of the COVID-19 Pandemic on the Mobile Messaging Application Among Millennials in Public Universities in Malaysia. *International Journal of Enterprise Information Systems (IJEIS)*, 18(1), 1-21.

Mohamad, W. N., & Kassim, N. M. (2022). Medical Tourism: The Mediating Effect of Companion's Delight of Service Quality Towards Behavioral Intention in Malaysia Private Hospital* 3. *International Journal of Early Childhood*, 14(03), 2022.

Azam, A. H. M., Zainuddin, M. R., **Abedin, N.F. Z.** & **Rusli, N. A. M.** (2022). Impact of Exchange Rate Volatility on Trade Balance in Malaysia. *The Journal of Asian Finance, Economics and Business (JAFEB)*, 9(10), 49-59.

Abedin, N.F. Z., **Pardi, F.** & Idris, A. R. (2023). Gender Differences in Academic Performance of Entrepreneurial Course. *Journal of Administrative Science*, 20, Special Issue, 10-16.

Abedin, N.F. Z., **Yaakob, H.**, Ibrahim, S. S. & Sharip, S. M. (2023). The Relationship between SDG Knowledge and Sustainability Behaviour of UiTM Negeri Sembilan Students. *Journal of Administrative Science*, 20, Special Issue, 59-71.

Musa, A. H., Baharuddin, F. N., Antara, P. M., Idris, A. R., Selamat, S. M., & **Abedin, N. F. Z.** (2023). Agent Trustworthiness, Electronic Word of Mouth (eWoM) and Social Media Influencer Roles in Purchasing Insurance: A Conceptual Paper. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 13(3), 917 – 922.

Baharuddin, F. N., Musa, A. H., Antara, P. M., Selamat, S. M., Idris, A. R., & **Abedin, N. F. Z.** (2023). A Future Entrepreneur in The Making: A Conceptual Model of Students' Entrepreneurship Intentions. *International Journal of Academic Research in Progressive Education and Development*, 12(1), 1519–1526.

Antara, P. M., Musa, A. H., Idris, A. R., Selamat, S. M., Baharuddin, F. N., & **Abedin, N. F. Z.** (2023). Intention to Use Social Media Influencers in Halal Food Promotional Activities: A Proposed Conceptual Model using the Integrative Model of Behavioural Prediction. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 13(3), 978 – 988.

Hassan, F.A., Abidin, N.A.N.Z.A, **Abedin, N.F.Z.**, Purwano, P., & Shanthi, A. (2023). The Effect of the Face-to-Face, Online, and Blended Teaching Modes on Students' Performance in Listening. *International Research in Education*, 11(2), pp. 1-14. doi:<http://dx.doi.org/10.5296/ire.v11i2.20991>

AKTIVITI FAKULTI



AKTIVITI FAKULTI

Disediakan oleh:

YM Tengku Sharifeleani Ratul Maknu Tengku Sulaiman, Norhaniza Md Akhir, Dr. Nurazilah Zainal, Hilwana Abd Karim, Nur Alia Amirnordin, Nur Fadhlina Zainal Abedin, Hafisah Yaakob & Dr.Faridah Pardi

SIRI PERKONGSIAN WEBINAR

UNDERSTANDING ANOVA & T-TEST FOR BASIC STATISTICAL ANALYSIS



Fakulti Pengurusan & Perniagaan Cawangan Negeri Sembilan Kampus Seremban telah mengajurkan dua siri webinar yang memberi fokus pada kaedah penyelidikan iaitu *T-Test* dan *Understanding ANOVA for Basic Statistical Analysis*.

Program ini memberi pendedahan dan kefahaman kepada warga fakulti dan pelajar tentang kaedah penyelidikan dan bagaimana pelajar dan pensyarah boleh menggunakan kaedah tersebut dalam penyelidikan masing-masing melalui sampel jurnal yang disediakan. Selain itu, webinar ini juga memberi galakan kepada pensyarah untuk membuat penyelidikan berimpak tinggi sekaligus mencapai *Key Performance Indicator* yang telah ditetapkan oleh pengurusan tertinggi UiTM. Lebih kurang 50 orang peserta yang terdiri daripada pelajar dan pensyarah dari UiTM Negeri Sembilan dan cawangan UiTM yang lain menyertai program ini dan penceramah utama bagi kedua-dua siri webinar ini adalah Puan Nur Fadhlina Zainal Abedin, pensyarah kanan dari Fakulti Pengurusan & Perniagaan Kampus Seremban.

PERTANDINGAN INOVASI: *INNOVATION IDEA CELEBRATION*



Innovation Idea Celebration 4 (IIC4) merupakan satu program pertandingan inovasi yang telah dijalankan pada 13 Januari 2023 bagi mengetengahkan idea kreatif pelajar yang mengambil subjek *Technology Entrepreneurship* (ENT600). Program ini berbentuk pembentangan produk secara bersemuka dan lebih 30 produk inovasi yang dihasilkan oleh 302 pelajar dari FSKM dan FSR telah dipertandingkan. Program ini juga melibatkan penilaian para panel dari kalangan pensyarah sebagai wadah *check & balance*. Program ini adalah berbentuk pembudayaan keusahawanan yang lebih ringkas dimana ianya bertujuan memberi pendedahan asas mengenai aspek keusahawanan dan produk inovasi kepada pelajar yang masih dalam pengajian di UiTM. Impak dari program ini, pelajar bukan sahaja dapat mengasah kreativiti malahan program ini mampu memberi insipasi kepada pelajar untuk menjadi usahawan berteknologi tinggi pada masa hadapan.

MEMORANDUM PERSEFAHAMAN

DI ANTARA UNIVERSITI TEKNOLOGI MARA DAN MERCHANTRADE ASIA SDN BHD

Pada 25 Januari 2023 yang lalu telah termeterai Memorandum Persefahaman di antara Universiti Teknologi Mara (UiTM) Negeri Sembilan dan Merchantrade Asia Sdn Bhd. Merchantrade adalah sebuah syarikat perkhidmatan wang berlesen di bawah Akta Perniagaan Perkhidmatan Wang 2011 dan ditadbir oleh Bank Negara Malaysia. Merchantrade merupakan pengeluar wang elektronik (e-money issuer) dan merupakan pemilik proprietari Kad Prabayar Merchantrade Money Visa ("Merchantrade Money Visa Prepaid Card atau MMVPC") dengan dompet elektronik digital berbilang mata wang dan aplikasi mudah alih. Melalui memorandum ini, pihak UiTM dan Merchantrade Asia Sdn Bhd bersetuju untuk menggalakkan aktiviti-aktiviti seperti menjadi rakan kerjasama di dalam permohonan geran penyelidikan industri, mengadakan kolaborasi pengajaran dan penyelidikan pembangunan pelajar dan bekerjasama di dalam khidmat masyarakat dan apa-apa bidang lain seperti mana yang dipersetujui oleh pihak-pihak dari semasa ke semasa.

38 | Niaga!

Dompet digital untuk pelajar UiTM

PETALING JAYA – Universiti Teknologi Mara (UiTM) dan Merchantrade Asia Sdn Bhd (Merchantrade) telah menandatangani memorandum persefahaman (MoU) untuk menyediakan perkhidmatan dompet digital kepada pelajar antarabangsa dan di luar negara yang berdaftar di UiTM, kaktion universiti dan juga kepada netizen di luar negara yang mewujud akta.

Oktaik sebagai Kad Prabayar Visa Merchantrade Money dengan dompet digital, Kad tersebut membolehkan kemaslahatan kepada pelajar dan kakitangan UiTM menggunakan transaksi keuangan secara digital dengan lebih lancar.

Pengasas dan Pengurusan Universiti Merchantrade, Ramasamy K Venkateswaran berkata, melalui dompet tersebut, mereka dapat merentas had pembangunan kewangan dan yang lebih besar sehingga RM50,000.

Memantau beliau, dengan sese-



RAMASAMY (kiri) bersama Rosliah (dua dari kiri) menunjukkan replika kad dompet digital selepas majlis penandatanganan MoU antara Merchantrade dengan UiTM di Kuala Lumpur baru-baru ini.

dompet yang kelihatan besar, eWallet akan memudahkan pelajar merentas wang daripada ibu bapa mereka semasa berada di luar negara atau daripada institusi

kiar negara.

"Penggunaan wang lebiah mudah dengan pemindahan dari piata kad ke kad yang mewar为代表性圖像

ked tervu di dalam aplikasi."

"Pengguna boleh berbelanja di seuruh dunia menggunakan kad di mana-mana kedai yang menggunakan Visa atau di dalam

talian.

"Semua pengguna dompet

digital boleh menggunakan tetapi

kaun seseorang diri sejagat

perbelanjaan secara tetap. Den-

gan itu keselamatan tersedia, ia

atau memberi keterangans flizans

kepada pengguna" katanya.

Beliau berkata dalam ke-

mpatan berkenaan dengan pen-

daratan MoU antara Ramasamy

dan dari Merchantrade dengan

Netz Cawangan UiTM, Profesor Da-

taik Tuan Dr Rosiah Mohd. Jance

dan Ibu-batru.

Selain itu, Rosiah merujuk

kan, sanasari untuk mengajak

UiTM sebagai Universiti Ter-

mak Duaan total memberikan

tanyak peluang kepada pihak

nya untuk merangkul kerjasama

dengan institusi luar.

"Malah McGinni, warga UiTM

dapat merasakan pengalaman

moden terutama dalam pelan

perguruan kewangan digital,"

katanya.



QUALITY IN HIGHER EDUCATION: ENTREPRENEURSHIP EDUCATION, INNOVATION AND LEADERSHIP IN GLOBAL SETTINGS

(PROFESSORIAL TALK AND PUBLIC SPEAKING SESSIONS WITH PROFESSOR SOPHIA LEONG)

The poster features the logos of Universiti Teknologi MARA (UiTM) Cawangan Negeri Sembilan and ILD@Enstek. The title "PROFESSORIAL TALK AND PUBLIC SPEAKING SESSIONS WITH PROFESSOR SOPHIA LEONG" is prominently displayed, along with the subtitle "(3COINS INTERNATIONAL, CANADA)". The date "6 MARCH 2023 | 8 AM - 2 PM" and location "AUDITORIUM PERDANA, ILD BANDAR ENSTEK, NILAI, NEGERI SEMBILAN" are also included. A list of program topics and key areas follows:

- SESSION I - Global Entrepreneurship and the Impact of Exponential Technologies – It's Crazy Good
- SESSION II - Innovation in Leadership and Management Education: Does it Matter and How to Make it Stick?
- SESSION III - Leadership and Growth in the Fourth Industrial Revolution – Do You have the Right Stuff?

CONTACT PERSON
Dr. Faridah : 019-9871942
Dr. Jamilah : 019-2699785

JOINTLY ORGANIZED BY:
FACULTY OF BUSINESS AND MANAGEMENT,
UITM CAWANGAN NEGERI SEMBILAN, SEREMBAN CAMPUS &
INSTITUTE OF LEADERSHIP AND DEVELOPMENT (ILD)



Pelaksanaan program “Professorial Talk and Public Speaking Sessions with Professor Sophia Leong” adalah merupakan program syaranan umum selama separuh hari di bawah anjuran bersama Fakulti Pengurusan dan Perniagaan, UiTM Cawangan Negeri Sembilan Kampus Seremban dengan Institut Latihan dan Kepimpinan (ILD) UiTM, Bandar Enstek. Program ini merupakan sesi ceramah umum oleh penceramah jemputan iaitu Professor Sophia Leong, Pengarah di 3Coins International yang berpengalaman di Kanada. Program ini telah dilaksanakan dengan jayanya pada 6 Mac 2023 bertempat di Auditorium Perdana, ILD Bandar Enstek, Nilai, Negeri Sembilan dan juga telah disiarkan secara langsung menerusi FB Live stream di Facebook rasmi ILD.

Seramai kira-kira 50 orang peserta yang telah menyertai program ini merupakan para pensyarah Fakulti Pengurusan dan Perniagaan, UiTM Cawangan Negeri Sembilan dari ketiga-tiga kampus iaitu Seremban, Kuala Pilah dan Rembau. Objektif program ini secara asasnya adalah untuk memberi pendedahan serta pengukuhan pengetahuan kepada para peserta menerusi tiga slot ceramah yang telah direncanakan. Ceramah SESI I yang bertajuk “Global Entrepreneurship and the Impact of Exponential Technologies – It’s Crazy Good” telah mengupas isu teknologi eksponen iaitu bagaimana kesan dan pengaruh komunikasi digital melalui platform media sosial (TikTok, IG, FB dsb.) terhadap kehidupan seharian.



Perbincangan secara meluas juga telah meliputi kesan pemasaran digital terhadap keusahawanan global. Ceramah sesi II adalah bertajuk “Innovation In Leadership and Management Education: Does it Matter and How to Make it Stick?”. Menerusi sesi ceramah ini, para peserta telah diberi pendedahan tentang bagaimana idea dan kreativiti di kalangan generasi muda dapat dibangunkan. Penceramah juga telah berkongsi pengalaman beliau semasa menjalankan program kem latihan pembangunan idea inovasi di kalangan pemilik baru syarikat generasi muda. Slot ketiga ceramah dalam program ini adalah tentang “Leadership and Growth in the Fourth Industrial Revolution – Do You have the Right Stuff?”. Aspek kepimpinan di dalam pentadbiran di institusi pengajian tinggi serta cabaran menangani pengaruh komunikasi digital adalah merupakan topik utama perbincangan di dalam sesi ceramah ini.

Di dalam menghadapi era globalisasi yang hebat tatkala fasa endemik pasca wabak Covid-19, penceramah telah membawa peserta menyelami isu-isu kritikal seperti etika Pengajaran dan Pembelajaran (PdP) sama ada secara atas talian mahupun secara bersemuka, serta isu pembangunan modal insan dalam mengharungi era revolusi industri 4.0.

Secara kesimpulannya, program ini telah berjaya mencapai objektif yang telah dirangka iaitu bagi memberi pendedahan serta menambah pengetahuan kepada para peserta di dalam isu-isu kritikal meliputi bidang keusahawanan, pentadbiran serta kepimpinan institusi pengajian tinggi. Menerusi perkongsian penceramah tentang teknik membangunkan idea inovasi keusahawanan di kalangan generasi muda, ianya diharap dapat memberi inspirasi kepada para peserta dalam mengaplikasikan idea seumpamanya kepada para pelajar pada masa hadapan.

MEMORANDUM PERJANJIAN (MoA) FPP KAMPUS SEREMBAN BERSAMA UNIVERSITAS INDONESIA:

LAWATAN AKADEMIK & *GUEST LECTURE*

Fakulti Pengurusan dan Perniagaan UiTM Cawangan Negeri Sembilan, Kampus Seremban telah mengadakan **Majlis Menandatangani Memorandum Perjanjian (MoA) bersama Universitas Indonesia** secara **virtual**. Majlis menandatangani memorandum ini dilaksanakan pada 24hb November 2022. Usaha menandatangani Memorandum Perjanjian (MoA) ini adalah sebahagian dari inisiatif UiTM global dan menyokong hasrat UiTM untuk menjadi universiti terkemuka dunia pada tahun 2025.

Setelah MoA ini termeterai, satu aktiviti telah dijalankan di antara pihak Fakulti Pengurusan & Perniagaan Kampus Seremban bersama Fakultas Ekonomi & Bisnis (Universitas Indonesia). Pada 14 dan 15 Mac 2023 telah berlangsungnya lawatan akademik oleh pihak FPP Kampus Seremban ke Universitas Indonesia, dimana perincian aktiviti dipenuhi dengan syarahan *Guest Lecture* dari pensyarah-pensyarah Fakulti Pengurusan dan Perniagaan kepada pelajar Universitas Indonesia.

Lawatan akademik ke Universitas Indonesia telah diadakan untuk berkongsi ilmu pengetahuan dan kepakaran bersama pelajar dan pensyarah dari Universitas Indonesia dan sekaligus menjalinkan jaringan antarabangsa yang lebih erat dengan universiti -universiti di Indonesia yang mempunyai kekuatan dalam bidang sains dan teknikal.



SUMBANGAN BARANG MAKANAN ASAS: PANTI ASUHAN RUMAH PIATU MUSLIMIN, JAKARTA



Seramai 10 orang staf Fakulti Pengurusan Perniagaan telah ke Jakarta, Indonesia sebagai sebahagian aktiviti dalam program MoU dengan Universitas Indonesia pada 12-15 Mac 2023. Ketika di sana, kata sepakat dicapai untuk menjalankan aktiviti serampang dua mata dengan melawat dan memberi sumbangan khidmat masyarakat di sekitar Jakarta. Panti Asuhan Rumah Piatu Muslimin, Jakarta telah dipilih atas faktor lokasi dan keadaan panti asuhan yang memerlukan bantuan dan sokongan masyarakat.

Program ini merupakan satu usaha yang dapat memberi peluang kepada warga Fakulti Pengurusan Perniagaan untuk menzahirkan penghayatan kemahiran insaniah dengan melawat dan menyampaikan sumbangan. Ia melahirkan rasa kesyukuran dan memberi kesan positif secara rohaniah kepada staf yang terlibat. Program ini juga memberi impak positif kepada UiTMCNS dengan jalinan kemasyarakatan sekaligus memperkenalkan UiTMCNS kepada masyarakat antarabangsa.



PROGRAM WEBINAR DATA VISUALIZATION DAN INTERACTIVE DASHBOARD USING GOOGLE DATA STUDIO & TABLEAU

FREE WEBINAR SERIES

Data Visualization INTERACTIVE DASHBOARD

MUHAMMAD ALIFIAN NURIMAN
Department of Business Statistics,
Faculty of Vocational Studies,
Institut Teknologi Sepuluh Nopember,
Surabaya, Indonesia

DR. WAHYU WIBOWO
Department of Business Statistics,
Institut Teknologi Sepuluh Nopember,
Faculty of Vocational Studies,
Surabaya, Indonesia

SERIES 1
GOOGLE DATA STUDIO
10 MAY **10-12 AM PM**

Data Visualization Concept | Interactive Dashboard using Google Data Studio | Create Bar Chart, Line Chart, and Pie Chart | Create Maps and Scatterplot | Add Data Field Range, Field Control | Create Comparison Date Range, Add Features/Variables | Create Dashboard

SERIES 2
TABLEAU
11 MAY **10-12 AM PM**

Interactive Dashboard using Tableau | Create Multiple Line Chart, Bar Chart, Table, Maps, Sorting, and Filtering | Create Dual Axis Graphs, Motion Bar Chart, Motion Line Chart | Create Scatterplot, Reverse Graphs, and Filter Date Range | Create Dashboard

ORGANISED BY:
FACULTY OF BUSINESS AND MANAGEMENT
UITM, SEREMBAN CAMPUS

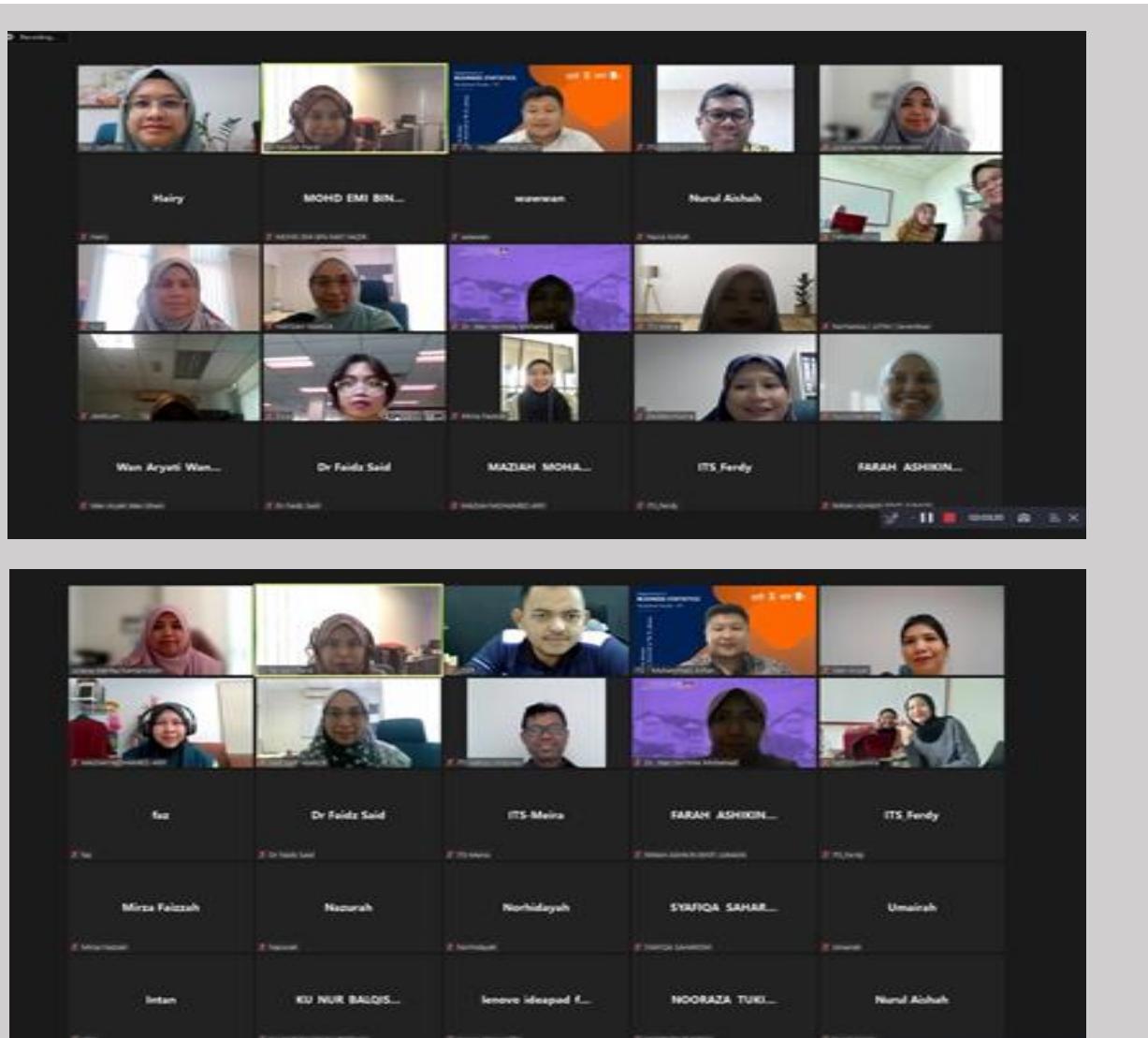
IN COLLABORATION WITH:
INSTITUT TEKNOLOGI SEPULUH NOPEMBER, INDONESIA
AND
COMPUTING SCIENCES STUDIES, UITM, SEREMBAN CAMPUS

Pelaksanaan program Webinar Data Visualization Dan Interactive Dashboard Using Google Data Studio & Tableau adalah merupakan webinar anjuran Fakulti Pengurusan dan Perniagaan, UiTM Cawangan Negeri Sembilan Kampus Seremban dengan kerjasama bersama Department of Business Statistic, Institut Teknologi Sepuluh Nopember, Indonesia dan Kolej Pengajian Pengkomputeran, Informatik dan Media, Pusat Pengajian Komputer, Kampus Seremban. Program ini telah dilaksanakan dengan jayanya pada 10 dan 11 Mei 2023 menggunakan platform Zoom.

Program ini terbuka kepada semua pelajar dan staf UiTM Cawangan Negeri Sembilan dan mendapat sambutan yang menggalakkan dari pelbagai pihak. Seramai kira-kira 99 peserta yang telah menyertai program ini di mana 64 orang merupakan pelajar dari Fakulti Sains Komputer dan Matematik dan 35 orang merupakan staf akademik dari pelbagai fakulti.

Objektif program ini secara asasnya adalah untuk memberi pendedahan serta pengukuhan pengetahuan visualisasi kepada para peserta dalam menganalisis data. Para peserta diberi pendedahan cara memilih kesesuaian pelbagai jenis visualisasi kepada set data. Terdapat Dua (2) dua slot webinar di mana penceramah bagi kedua-dua slot ini adalah dari Institut Teknologi Sepuluh Nopember, Indonesia. Webinar SESI 1 dilaksanakan pada 10 Mei 2023 yang bertajuk Data Visualization Concept dan Interactive Dashboard using Google Data Studio, disampaikan oleh Dr. Wahyu Wibowo dan Encik Muhammad Alifian Nuriman. Manakala SESI 2 pula dilaksanakan pada 11 Mei 2023 yang bertajuk Interactive Dashboard using Tableau, disampaikan oleh Encik Muhammad Alifian Nuriman.

Secara keseluruhannya, webinar ini berjaya mencapai matlamat objektif program. Semoga perkongsian ilmu yang sangat bermanfaat ini dapat dipelajari dan diperaktikkan dalam P&P dan penyelidikan. Di samping itu dapat meluaskan jaringan kolaborasi di peringkat antarabangsa antara Fakulti Pengurusan dan Perniagaan Kampus Seremban khususnya serta UiTM secara amnya.



PROGRAM WEBINAR

COLLABORATIVE TEACHING ENT300

**WEBINARS ENT300
COLLABORATIVE
TEACHING**

BUSINESS MODEL CANVAS

Dr. Dian Tauriana Siahaan
Universitas Indonesia

05 May 2023 | Friday
2:30 - 3.30 PM

Online (Zoom)
Moderator:
Nur Fadhlina Zainal Abedin

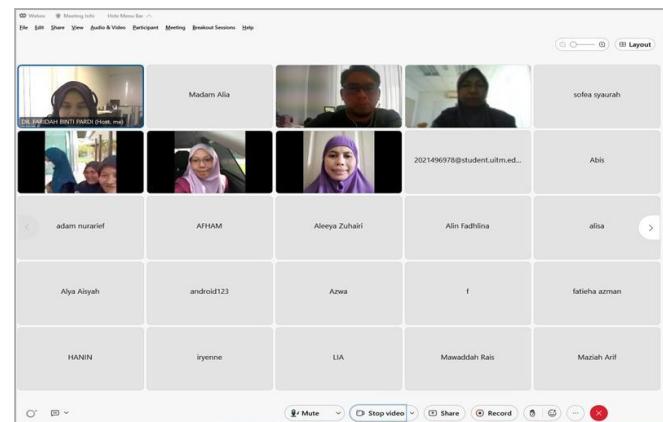
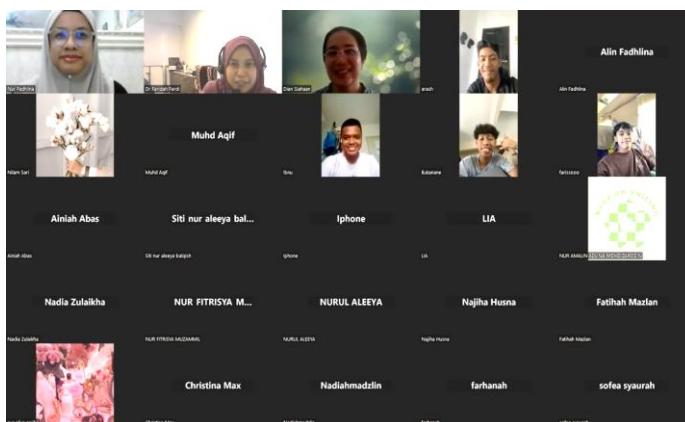
FINANCIAL PLAN

Iskandar Ariffin
Universiti Teknologi MARA

19 May 2023 | Friday
2:30 - 3.30 PM

Online (WebEx)
Moderator:
Dr. Faridah Pardi

Webinar ENT300 Collaborative Teaching telah dijalankan pada 5 dan 19 Mei 2023. Penceramah jemputan adalah Dr. Dian Tauriana Siahaan daripada Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Indonesia. Penceramah kedua ialah Encik Iskandar Ariffin yang merupakan Lecturer in Charge (LIC) bagi kod kursus ini di kampus Seremban. Webinar ini diwajibkan kepada pelajar-pelajar pensyarah yang terlibat dalam pengajaran kolaboratif ini iaitu Puan Nur Fadhlina Zainal Abedin, Encik Iskandar Ariffin, Dr. Faridah Pardi dan Puan Nurhanani Aflizan Mohd Rusli. Selain itu iaanya terbuka kepada pelajar-pelajar pensyarah lain dan juga pelajar-pelajar kod kursus ENT530 dan ENT600.



PROGRAM LAWATAN AKADEMIK

KURSUS FUNDAMENTALS OF FINANCE (FIN242)

KE MINISTRY OF FINANCE (MOF)



Pada 24 Mei 2023 yang lalu, program lawatan akademik Kursus Fundamentals of Finance (FIN242) ke Kementerian Kewangan (MOF) di Putrajaya telah diadakan dengan jayanya. Lawatan akademik yang diadakan adalah bertujuan untuk memberi pendedahan kepada para pelajar terhadap peranan MOF melalui sesi ceramah yang dirancang.

Selain itu, program ini merupakan salah satu keperluan dalam komponen pengajaran dan pembelajaran (PdP) di dalam maklumat kursus terkini FIN242.



Program ini melibatkan seramai 39 orang pelajar Bahagian 5, Diploma Pentadbiran Korporat, FSPPP serta diketuai oleh pensyarah pengiring yang mengajar kursus tersebut, Dr Faridah Pardi, FPP. Sesi taklimat telah disampaikan oleh YBrs. Encik Ezleezan Othman, Ketua Seksyen Bahagian Cukai (Dasar & Pelaksanaan GST). Para pelajar kelihatan amat teruja kerana berpeluang hadir ke MOF dan melawat sekitar bangunan MOF. Menerusi sesi soal jawab, beberapa soalan telah diajukan oleh pelajar dan ini telah memberi pendedahan kepada mereka berkenaan aspek dasar percukaian negara. Semoga sesi sebegini dapat memberi manfaat serta pengalaman sebelum mereka menempuh alam pekerjaan.

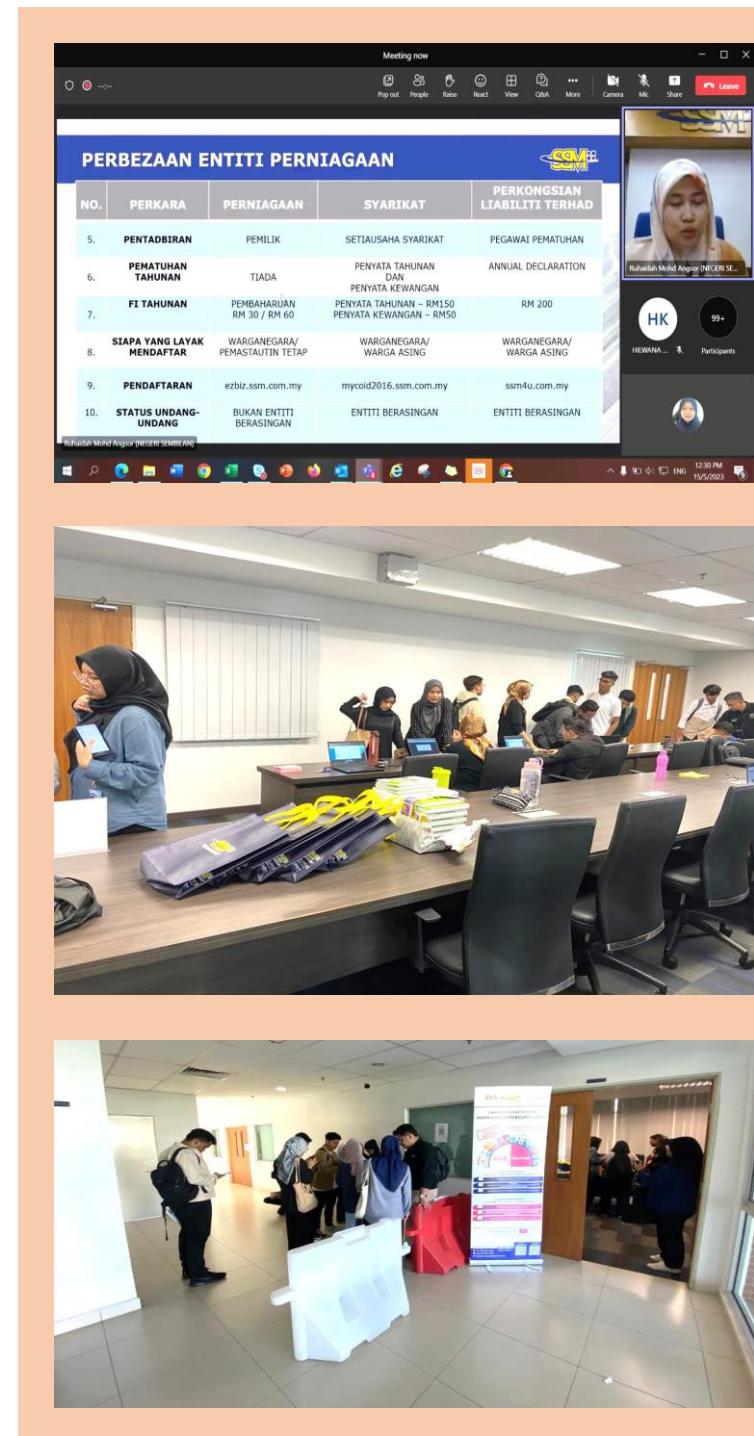
PROGRAM PENDAFTARAN PERNIAGAAN BERSAMA SSM NEGERI SEMBILAN

Fakulti Pengurusan dan Perniagaan, UiTM Cawangan Negeri Sembilan Kampus Seremban telah menganjurkan satu program Pendaftaran Perniagaan Bersama SSM pada 15, 16 dan 17 Mei 2023 yang lalu. Program ini merupakan suatu inisiatif para pensyarah kursus Principles of Entrepreneurship (ENT530) untuk memudahkan proses pendaftaran perniagaan pelajar mereka dengan menjemput pihak Suruhanjaya Syarikat Malaysia (SSM) Cawangan Negeri Sembilan hadir ke kampus untuk sesi pendaftaran perniagaan pelajar secara bersemuka.

Program ini menyasarkan kepada 305 orang pelajar yang mengambil kursus ENT530 pada semester Mac-Ogos 2023, dimana para pelajar ini dikehendaki untuk menujuhan satu perniagaan secara berkumpulan dan seterusnya mendaftar perniagaan tersebut secara sah bersama SSM samada sebagai perkongsian, perkongsian liabiliti terhad (PLT) ataupun Sendirian Berhad (Sdn. Bhd.)

Program ini terbahagi kepada dua sesi iaitu yang pertama merupakan sesi taklimat bertajuk ‘Pendaftaran Perniagaan di Malaysia’ dan ‘Tatacara Pendaftaran EzBiz – Daftar Perniagaan Secara Dalam Talian’. Manakala sesi kedua pula diteruskan dengan pembukaan kaunter pendaftaran oleh SSM di dalam kampus.

Pihak fakulti yakin program ini telah dapat menambah ilmu pengetahuan serta memberi pendedahan awal kepada para pelajar tentang kepentingan mendaftar dan menguruskan perniagaan mereka.



ISSN 2735-0525

A standard one-dimensional barcode is positioned in the center of the white rectangular area. It consists of vertical black bars of varying widths on a white background.

9 772735 052005