

Edisi 2

2021



Cawangan Melaka



SINERGI

KEUSAHAWANAN

Sinergi Ilmu Menjana

Ekonomi Baharu



SINERGI KEUSAHAWANAN

Sinergi Ilmu Menjana Ekonomi Baharu

Edisi 2/2021

*Strategi, Langkah-langkah dan Pelan Tindakan untuk Entiti
Usahawan, Koperasi dan Perniagaan Kekal Berdaya
Saing dan Relevan dalam Era Covid-19*

Malaysian Academy of SME and Entrepreneurship Development
MASMED

Universiti Teknologi MARA Cawangan Melaka © 2021

Hakcipta Terpelihara.

Tiada sebarang bahagian dari buletin ini boleh diubah suai, disiarkan semula, disalin, diterbitkan, dipindah milik atau dijual dalam apa jua bentuk sekalipun tanpa mendapat kebenaran secara bertulis daripada pihak Malaysian Academy of SME and Entrepreneurship Development (MASMED), Universiti Teknologi MARA Cawangan Melaka.

e-ISSN: 2735-0185

Diterbitkan oleh:

Unit Keusahawanan,

PJI, UiTM Cawangan Melaka

Malaysian Academy of SME and Entrepreneurship Development (MASMED),

Universiti Teknologi MARA (UiTM) Cawangan Melaka,

Kampus Alor Gajah, KM 26 Jalan Lendu,

78000 Alor Gajah, Melaka, MALAYSIA.

Tel : 606-5582000,

Faks : 606-5582001

<https://melaka.uitm.edu.my/>

Saluran Komunikasi Unit Keusahawanan (MASMED), UiTM Cawangan Melaka

E-mail : masmed.melaka@gmail.com

Facebook: <https://www.facebook.com/masmedmelaka>

Instagram: <https://www.instagram.com/masmed.melaka/>

Official website for Kosiswa: <http://kosismcm.com.my>

Kata Aluan Rektor	1
Kata Aluan Timbalan Rektor PJI	2
Kata Aluan Koordinator Keusahawanan	3
Laporan	
• Lawatan PNC (Keusahawanan) ke UiTM Cawangan Melaka	4
• Lawatan Penanda Aras ke Fruit Farm Valley, Kuala Selangor	5
• Majlis Penyampaian Hadiah Bank Rakyat Duitnow @Uni	6
• Majlis Penyampaian Sumbangan Pelitup Muka (Facemask)	7
• Webinar “Together We Can Through Volunteering”	8
Editorial	
• Teja Honey UiTM Cawangan Melaka	10
Keusahawanan Sosial	
• Persatuan Komuniti Usahawan Asnaf Negeri Melaka (PKUANM)	11
Inovasi Keusahawanan	
• Mensarjanakan Usahawan PKS	14
Karya Kreatif	
• Covid-19: Ujian, Peniaga, Ujian Kita Semua	16
• Covid-19: Saudaraku Usahawan, Bangkitlah	17
• Jihad Usahawan Pasca Covid-19	18
• Covid-19: Rezeki Oh Rezeki	19
• Relevankah?	20
• Covid-19 (Tanda Kasih-Nya, Mari Muhasabah)	21
• Pantun Klasik Usahawan Mampan	22
• Pantun Kisah Mak Cik Kiah	23
• Ayuh Bangkit Usahawan	24
• Kisah Warong Kak Yan	25
• Muhasabah Pasca Musibah	26
Penulisan Ilmiah	
• Forecasting The Impact of Covid-19 for Business Survivals	27
• Covid-19 Pandemic Hastening The Shift from Cash to Digital Payment	29
• Kerencanan Ekonomi Pasca Pandemik Covid-19	33
• Strategi Perundangan untuk Usahawan dalam Covid-19	35
• Covid-19: IR4.0 Adakah Masih Relevan bagi IKS	37
• Era Pasca Covid-19: Persediaan & Strategi Usahawan	39
• Anda Pengusaha Restoran: Ayuh Ikuti Langkah Ini	41
• Bangkit, Tekad dan Kekal Tenang Ketika Covid-19	43
• Citarasa Belangkas: Perniagaan Mikro yang Unik & Kalis Pandemik Covid-19	45

SIDANG REDAKSI

PENAUNG

Profesor Dr. Abd Halim Mohd Noor
Rektor UiTM Cawangan Melaka

PENASIHAT

Prof. Dr Shafinar
Timbalan Rektor Penyelidikan, Jaringan Industri & Alumni

PENGERUSI

Zunaidah Ab Hasan
Koordinator Unit Keusahawanan (MASMED), UiTM Cawangan Melaka

EDITOR (Isi Kandungan)

Nurhamizah Ishak

PENOLONG EDITOR (Susun Atur)

Mohd Khairul Nizam Mohd Aziz
Mohd Rahmat Mohd Noordin

PELAPORAN AKTIVITI & SEMAKAN ARTIKEL

Nor Halawah Ahmad
Norajila Che Man
Noor Azzura Mohamed
Nor Shahrina Mohd Rafien
Farah Shazlin Johari
Zarinah Abu Yazid
Khalilah Ibrahim

PEREKA KULIT (Muka Hadapan & Belakang)

Aidah Alias

PENYUNTING BAHASA

Zuraidah Kamarudin
Nurhamizah Ishak

Kata Aluan Rektor



Bismillahirrahmanirrahim.

**Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh
dan Salam Satu UiTM, UiTM di hatiku.**

Setinggi-tinggi kesyukuran ke hadrat Ilahi kerana dengan izin-Nya, Buletin Sinergi Keusahawanan Edisi 2/2020 dapat diterbitkan. Sekalung tahniah diucapkan kepada Sidang Redaksi Buletin Sinergi Keusahawanan Edisi 2, 2021 di bawah Unit Keusahawanan (MASMED), UiTM Cawangan Melaka dan Bahagian Penyelidikan dan Jaringan Industri, UiTM Cawangan Melaka atas kejayaan menerbitkan buletin yang memberi liputan berkenaan bidang perniagaan dan keusahawanan.

Walaupun berlaku kekangan interaksi secara fizikal berikutan pandemik Covid-19, Unit Keusahawanan (MASMED) UiTMCM masih mampu menganjurkan program keusahawanan yang bermanfaat seperti lawatan penanda aras madu kelulut, program pelitup muka bersama SK Lendu, program Plastic ART DuitNow bersama Bank Rakyat dan webinar bersama Islamic Relief Malaysia. Syabas saya ucapkan. Saya turut berbangga dengan kelangsungan perniagaan madu kelulut "TEJA HONEY" yang diusahakan oleh Unit Keusahawanan (MASMED) UiTM sebagai salah satu inisiatif penjanaan pendapatan universiti. Justeru, ayuh warga UiTM Melaka, marilah kita sama-sama menyokong perniagaan TEJA HONEY ini.

Sesungguhnya, penerbitan buletin ini bukan sahaja menjadi ruang untuk berkongsi perkembangan semasa aktiviti keusahawanan UiTM Cawangan Melaka bagi tempoh Julai sehingga Disember 2020, bahkan ianya merupakan platform bagi para pensyarah untuk menyumbang karya berbentuk kreatif mahupun ilmiah berdasarkan tema edisi ini "Strategi, Langkah-langkah dan Pelan Tindakan untuk Entiti Usahawan, Koperasi dan Perniagaan Kekal Berdaya Saing dan Relevan dalam Era Covid-19." Akhir kata, semoga penerbitan buletin ini mampu menyemai minda keusahawanan dalam kalangan warga UiTM Melaka dan seterusnya menarik minat mereka untuk menceburi bidang keusahawanan.

Wabillahi Taufik Walhidayah Wasalamu Alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

PROFESOR DR. ABD HALIM BIN MOHD NOOR
Rektor
Universiti Teknologi MARA Cawangan Melaka

Kata Aluan Timbalan Rektor PJI



Assalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh

Terlebih dahulu tahniah diucapkan kepada siding redaksi di bawah Unit Keusahawanan (MASMED) UiTM Cawangan Melaka atas kejayaan menerbitkan Buletin Sinergi Keusahawanan Edisi 2/2021. Terima kasih kerana saya diberi peluang dan kesempatan untuk memberikan sepatah dua kata dalam majalah ini.

Sememangnya diakui, Unit Keusahawanan (MASMED) UiTMCM telah banyak membantu UiTM Melaka dalam memenuhi sasaran KPI Keusahawanan menerusi penganjuran pelbagai program keusahawanan yang bermanfaat bagi para pelajar dan kakitangan UiTM Melaka. Menerusi buletin ini, semua program dan sebarang bentuk kegiatan berkaitan keusahawanan yang telah dijalankan dapat dipaparkan secara bertulis dan bergambar untuk hebahan dan tatapan semua pembaca.

Selain itu, menerusi buletin edisi ini, perniagaan madu kelulut “TEJA HONEY” yang diusahakan oleh Unit Keusahawanan (MASMED) UiTM dapat diwar-warkan kepada umum sekaligus menarik minat bakal pembeli. Tidak dilupakan juga penghargaan kepada warga UiTM yang telah menyumbang idea-idea bernas mereka dalam bentuk karya kreatif dan penulisan ilmiah berdasarkan tema “Strategi, Langkah-langkah dan Pelan Tindakan untuk Entiti Usahawan, Koperasi dan Perniagaan Kekal Berdaya Saing dan Relevan dalam Era Covid-19” di dalam buletin edisi ini. Semoga perkongsian idea ini mampu membantu usahawan merangka tindakan-tindakan sepatutnya bagi memastikan keutuhan perniagaan mereka di era Covid-19 yang sungguh mencabar ini.

Semoga usaha murni menerbitkan majalah berinformasi seumpama ini dapat diteruskan bagi edisi akan datang. InsyaAllah.

Sekian, terima kasih.

PROFESOR DR. SHAFINAR BINTI ISMAIL
Timbalan Rektor PJI,
Universiti Teknologi MARA Cawangan Melaka

Kata Aluan Koordinator Keusahawanan



Assalamualaikum WBT dan Salam Sejahtera.

Alhamdulillah kerana dengan izinNya lahirnya Edisi 2/2021 Buletin Sinergi Keusahawanan, Unit Keusahawanan (MASMED), PJI UiTM Cawangan Melaka. Sekalung tahniah dan syabas diucapkan kepada sidang redaksi yang bertungkus-lumus menghasilkan buletin ini. Terima kasih kepada penyumbang karya kreatif dan artikel ilmiah yang memenuhi tema edisi buletin ini iaitu "Strategi, Langkah-langkah dan Pelan Tindakan untuk Entiti Usahawan, Koperasi dan Perniagaan Kekal Berdaya Saing dan Relevan dalam Era Covid-19."

Jutaan terima kasih juga diucapkan kepada Pengurusan Tertinggi UiTMCM, yang sentiasa menyokong program kami; terutama sekali Yang Berbahagia Rektor, Prof Dr Abd Halim bin Mohd Noor dan Prof. Dr. Shafinar Ismail, Timbalan Rektor PJI yang sentiasa memberi tunjuk ajar dalam pencapaian KPI Unit Keusahawanan di UiTMCM. Segunung tahniah juga saya rakamkan buat penyelaras dan ahli jawatankuasa Unit Keusahawanan (MASMED), PJI UiTMCM yang sentiasa bekerjasama di dalam menjayakan pelbagai aktiviti keusahawanan yang telah dirangka. Alhamdulillah, kerjasama baik yang dijalinan antara pihak Unit Keusahawanan (MASMED) dengan agensi luar seperti Bank Rakyat dan Islamic Relief Malaysia telah membolehkan program bermanfaat seperti "Plastic Art DuitNow" dan webinar "Together We Can Through Volunteering" dianjurkan. Selain itu, projek penajaan pendapatan madu kelulut yang diusahakan oleh Unit Keusahawanan (MASMED) "Teja Honey" juga telah membuah hasil. Sambutan memberangsangkan diterima daripada para pelanggan yang terdiri daripada warga UiTM Melaka dan masyarakat luar. Terima kasih yang tidak terhingga diucapkan. Semoga saudara dan saudari terus menyokong produk madu kelulut kami di masa hadapan.

Semoga penerbitan buletin ini memberi manfaat kepada semua, terutamanya kepada pembaca, penyumbang artikel dan para graduan. Sememangnya diakui, pandemik Covid-19 bukan sahaja memberi tamparan hebat kepada kelangsungan hidup peniaga dan perniagaan mereka, tetapi juga setiap lapisan masyarakat antarabangsa merasai kesannya. Selaras dengan tema buletin ini, adalah diharapkan para usahawan dapat menambah ilmu dan mengaplikasi strategi-strategi perniagaan terkini yang disarankan oleh para penulis artikel ilmiah bagi memastikan perniagaan kekal mapan dan relevan di waktu yang sangat mencabar ini. Semoga kita berjumpa lagi di edisi buletin akan datang.

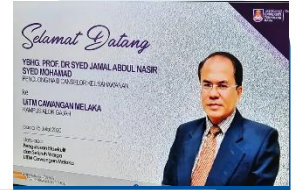
Salam Hormat.

ZUNAIDAH AB HASAN
Koordinator Keusahawanan
Universiti Teknologi MARA Cawangan Melaka

LAPORAN AKTIVITI KEUSAHAWANAN UiTM CAWANGAN MELAKA JULAI-DISEMBER 2020

Program Lawatan Penolong Naib Canselor (Keusahawanan) ke UiTM Cawangan Melaka

Penulis: Farah Shazlin Johari



ALOR GAJAH, 15 Julai 2020 - Telah berlangsung program lawatan Penolong Naib Canselor (Keusahawanan) ke UiTM Cawangan Melaka yang bertempat di Bilik Mesyuarat Utama, Kampus Alor Gajah. Program ini telah dihadiri oleh 4 orang delegasi dari Malaysian Academy of SME & Entrepreneurship Development (MASMED), Shah Alam, iaitu Penolong Naib Canselor (Keusahawanan), YBhg. Prof. Dr. Syed Jamal Abdul Nasir Syed Mohamad, Pengarah Pusat Latihan, Penyelidikan dan Pengajian Keusahawanan, Prof. Madya Dr. Mahazir Ismail, Pengarah Pusat Pembangunan Modal Insan Keusahawanan, Dr. Mohammed Hardy Loh Rahim dan Ketua Unit Perniagaan MASMED, Encik Adlan Ahmad Bakri. Program ini turut disertai oleh Rektor UiTM Cawangan Melaka, YBhg. Prof. Dr Abd Halim Mohd Noor dan juga Jawatankuasa Eksekutif Tertinggi UiTM Cawangan Melaka.



Antara pengisian bagi program tersebut adalah sesi perbincangan dua-hala mengenai takbir urus dan pencapaian Unit Keusahawanan, UiTM Cawangan Melaka. Di antara pencapaian yang dibincangkan oleh Koordinator Unit Keusahawanan, Puan Zunaidah Ab. Hasan meliputi pelan pembangunan Dataran Keusahawanan Baitul Awqaf, projek madu kelulut "Teja Honey," "UiTM Internship Immersion Programme (UIIP)" dan juga Seminar Keusahawanan Digital. Di samping itu, hala tuju Unit Keusahawanan dan MASMED bagi menjana pendapatan universiti pada masa akan datang juga dibincangkan di dalam program ini. Sebelum program berakhir, YBhg. Prof. Dr. Syed Jamal Abdul Nasir Syed Mohamad turut merasmikan pelancaran terbitan sulung "Buletin Sinergi Keusahawanan Edisi 1, 2020," terbitan Unit Keusahawanan, UiTM Cawangan Melaka.



Madu merupakan antara makanan sunnah yang telah menjadi pilihan ramai sejak dulu lagi kerana khasiatnya. Madu kelulut dihasilkan oleh lebah kelulut yang mana terdapat lebih daripada 500 spesies kelulut di dunia ini. Madu kelulut diambil sebagai makanan kesihatan tambahan kerana mempunyai pelbagai khasiat dan di antaranya termasuklah kandungan antioksidan dan manfaat Vitamin C yang boleh mengatasi masalah flu dan demam. Lantaran itu, Unit Keusahawanan (MASMED), UiTM Cawangan Melaka telah mengambil inisiatif dengan membela lebah kelulut di dalam kawasan Kampus Alor Gajah untuk dikomersialkan. Sehingga laporan ini ditulis, MASMED telah mempunyai 10 log lebah kelulut. Oleh yang demikian, lawatan penanda aras yang pertama telah diatitkan ke Fruit Farm Valley, Kuala Selangor pada Khamis, 6 Ogos 2020 yang lalu.

Kunjungan tersebut diketuai oleh YBhg Rektor, Prof. Dr. Abd Halim Mohd Noor bersama-sama 20 pensyarah dari pelbagai bidang. Tujuan utama lawatan ini adalah bagi mendapatkan khidmat nasihat daripada mereka yang lebih pakar dalam bidang lebah kelulut ini serta membincangkan beberapa isu tentang teknik penternakan lebah kelulut dan cara tuaian madu yang lebih baik. Semoga dengan lawatan ini dapat meningkatkan lagi kefahaman semua penyelarasi Unit Keusahawanan (MASMED) UiTM Cawangan Melaka tentang penternakan lebah kelulut dan seterusnya misi untuk pengkomersialan madu kelulut 'TEJA HONEY' ini dapat direalisasikan.

Program Lawatan Penanda Aras Unit Keusahawanan (MASMED), UiTM Cawangan Melaka ke Fruit Farm Valley, Kuala Selangor

Penulis: Noor Azzura Mohamed



Majlis Penyampaian Hadiah Bank Rakyat Duitnow @Uni & Program 'Plastic 2 Art'

Penulis : Nor Shahrina Mohd Rafien

BANDARAYA MELAKA, 2 September 2020 - Telah berlangsung Majlis Penyampaian Hadiah Bank Rakyat Duitnow @Uni & Program 'Plastic 2 Art' anjuran Bank Rakyat dengan Kerjasama Unit Keusahawanan UiTM Cawangan Melaka di Auditorium Ibu Zain, Aras 4, UiTM Kampus Bandaraya Melaka. Seramai 100 orang peserta terlibat dalam program ini terdiri daripada kakitangan pentadbiran, pensyarah dan juga pelajar UiTM Kampus Bandaraya Melaka.

Tujuan program ini diadakan adalah untuk menyampaikan hadiah Bank Rakyat DuitNow kepada 5 penerima hadiah cabutan bertuah yang mana hadiah utamanya berupa sebuah basikal. Pada majlis ini juga, berlangsungnya penyampaian hadiah bagi pertandingan 'Plastic 2 Art'. Terdapat 3 hadiah utama dan 10 hadiah saguhati yang berupa wang tunai disampaikan kepada para pemenang. Pemenang utama bagi pertandingan ini dimenangi oleh pensyarah dari Fakulti Seni Luki dan Seni Reka, UiTM Melaka Cawangan Alor Gajah, iaitu Encik Mohd Muhammad Fitri yang menerima hadiah berupa wang tunai sebanyak RM1,000. Penyampaian hadiah telah disempurnakan oleh Yang Berbahagia Rektor UiTM Cawangan Melaka, Profesor Dr Abd Halim Mohd Noor. Kos perbelanjaan seperti kos makanan dan hadiah pemenang ditaja sepenuhnya oleh Bank Rakyat.



Majlis Penyampaian Sumbangan Pelitup Muka (Facemask) di Sekolah Kebangsaan Lendu

Penulis: Noor Azzura Mohamed

ALOR GAJAH, 23 September 2020 - Telah berlangsung satu majlis penyampaian sumbangan pelitup muka (facemask) kepada 64 orang murid yang kurang berkemampuan di Sekolah Kebangsaan Lendu. Program ini merupakan anjuran bersama di antara SUZA, Centre for Islamic Philanthropy and Social Finance-CIPSF), Persatuan Wanita UiTM (PEWANI) dan Unit Keusahawanan MASMED.



Majlis perasmian penyampaian sumbangan facemask ini telah disempurnakan oleh wakil Rektor UiTMCM, iaitu Prof. Madya Dr. Mohamed Saladin bin Abdul Rasool (Pengarah, Centre for Islamic Philanthropy and Social Finance-CIPSF) yang bertempat di Dewan Sekolah Kebangsaan Lendu, Alor Gajah. Majlis turut disertai oleh 7 orang pensyarah dan 9 orang mahasiswa/siswi UiTM yang merupakan jawatankuasa SUZA. Manakala, jumlah kutipan derma dan tajaan terkumpul adalah sebanyak RM5920.00. Murid-murid yang kurang berkemampuan ini telah menerima 2 kotak facemask, 1 washable facemask dan extension. Selain itu 80 kotak facemask dan wang tunai telah diserahkan kepada pihak sekolah untuk pembelian facemask akan datang.

Program ini telah dilaksanakan bagi membantu pihak sekolah menyediakan facemask untuk murid-murid yang kurang berkemampuan dalam menghadapi norma baharu semasa pandemik Covid-19 di Malaysia. Ia juga sebagai tanda keprihatinan warga UiTMCM terhadap pelaksanaan SOP di peringkat sekolah. Kesihatan kanak-kanak amat penting supaya mereka kekal sihat tanpa terbabat dengan serangan virus Covid-19.

Webinar “Together We Can Through Volunteering”

Penulis: Khalilah Ibrahim

BANDARAYA MELAKA, 4 Disember 2020- Telah berlangsung Program Webinar “Together We Can Through Volunteering” yang dianjurkan oleh Kelab Sukarelawan Zakat (SUZA) bersama Islamic Relief Malaysia (IRM). Program ini turut mendapat kerjasama daripada Centre of Islamic Philanthropy and Social Finance (CIPSF), dan Unit Keusahawanan Sosial MASMED UiTM Cawangan Melaka, bersempena meraikan Hari Kesukarelawan Sedunia yang diraikan setiap tahun pada 5hb Disember. Majlis dirasmikan oleh Prof. Dr. Abdul Halim Mohd Noor, Rektor UiTM Cawangan Melaka. Program ini menggunakan platform virtual, iaitu Facebook Live di akaun facebook Islamic Relief Malaysia. Program yang dijalankan mempunyai objektif menyemarakkan semangat kesukarelawan dalam kalangan masyarakat khususnya siswa siswi UiTM agar sentiasa prihatin terhadap kesusahan segelintir masyarakat dan bersedia menyumbang tenaga dan wang ringgit bagi membantu golongan yang memerlukan. Program ini juga bertujuan memberi kesedaran kepada masyarakat betapa berharganya bantuan kepada mereka yang memerlukan sama ada di peringkat dalam dan luar negara. IRM, iaitu Islamic Relief Malaysia menjadi penaung kepada Kelab SUZA. Islamic Relief merupakan sebuah organisasi antarabangsa yang ditubuhkan pada 36 tahun yang lepas, dan kini, beroperasi di lebih 45 buah negara. Malaysia juga merupakan salah satu daripada rangkaian terbesar ini. IRM merupakan organisasi kesukarelawan yang aktif dalam program memberi bantuan kepada dalam dan luar negara. Centre of Islamic Philanthropy and Social Finance (CIPSF) merupakan pusat kecemerlangan penyelidikan di UiTM Melaka. Skop penyelidikan CIPSF merangkumi aspek kedermawan dan kewangan sosial Islam terutamanya zakat, wakaf dan pembiayaan mikro. Tambahan pula, Unit Keusahawanan Sosial (MASMED) merupakan organisasi yang pakar dalam bidang keusahawanan sosial.

UNIVERSITI TEKNOLOGI MARA Cawangan Melaka
Kampus Bandaraya Melaka

SUKARELAWAN ZAKAT **Islamic Relief Malaysia**

WEBINAR
"TOGETHER WE CAN THROUGH VOLUNTEERING"
SEMPENA SAMBUTAN INTERNATIONAL VOLUNTEERS DAY
bersama panel jemputan

DIRASMIKAN OLEH:
PROFESOR DR. ABD HALIM MOHD NOOR
Rektor UiTM Cawangan Melaka

PANELIST 1:
ZAIRULSHAHEUDDIN ZAINAL ABIDIN
Ketua Pegawai Eksekutif,
Islamic Relief Malaysia

PANELIST 2:
DIANA AMIR
Ikan Kemaman, Islamic Relief Malaysia

PANELIST 3:
NUR THASRA ABDUL RAHMAN
Pegawai Kanan
Islamic Relief Malaysia

PANELIST 4:
DR AZHANA OTHMAN
Timbalan Pengarah CIPSF dan
Penasihat Kelab Sukarelawan Zakat

MODERATOR:
NUR IFEAH BINTI MERAN
Mahasiswa Pro Siswazah, UiTM KBM

TARIKH : 4 DISEMBER 2020
MASA : 9.30 PAGI - 12.00 TENGAHARI
PLATFORM :
FACEBOOK LIVE
KELABSUZA

IMBAS QR CODE UNTUK PENDAFTARAN

Anjuran bersama: **M** **CIPSF** **PJI**



Di dalam program ini terdapat 4 orang panel, iaitu Encik Zairulshahfuddin Zainal Abidin (Ketua Pegawai Eksekutif, Islamic Relief Malaysia), Dr. Azhana Othman (Timbalan Pengarah CIPSF dan Penasihat Kelab Sukarelawan Zakat, Pn. Diana Amir (Ikon Kemanusiaan Islamic Relief Malaysia) dan Pn. Nur Thasra Abdul Rahman (Pegawai Kanan Islamic Relief Malaysia). Di akhir program turut disampaikan sumbangan sebanyak RM2000.00 untuk program penanaman gandum Syria yang dianjurkan oleh Islamic Relief Malaysia. Hasil kutipan derma ini adalah daripada warga UiTM, alumni dan masyarakat sebagai tanda sokongan kepada misi kemanusiaan IRM. Usaha penajaan kutipan ini juga dilaksanakan dengan pelbagai kaedah termasuklah melalui jualan amal yang dicadangkan daripada pihak MASMED seperti jualan secara atas talian dan jualan atas tempahan. Jualan barang-barang dan makanan seperti kacang, kerepek dan lain-lain. Hasil jualan dari keuntungan disumbangkan untuk program ini. Walaupun negara kita mengalami situasi wabak pandemik covid 19, usaha yang tidak pernah jemu dilaksanakan oleh sukarelawan SUZA dengan nasihat dan pemantauan Unit Keusahawanan MASMED UiTM Cawangan Melaka. Semoga dengan usaha murni ini dapat memberi banyak manfaat kepada semua pihak dan diharapkan berterusan. Banyak kelebihan dari perkongsian pengalaman para panel. Antaranya, para panel masing-masingnya dapat berkongsi titik permulaan pembabitan sukarelawan, bersama-sama mengambil iktibar di sebalik setiap sumbangan dan bantuan mampu meringankan beban dan memberi senyuman kepada mereka yang memerlukan, dapat memberi kesedaran kepada masyarakat bahawa rezeki yang dikurniakan perlu dikongsi bersama dengan yang lain. Selain itu juga, dapat memberi kesedaran mengenai kebaikan berkongsi dan berbuat baik sesama manusia sejangat dan ganjaran yang akan diperolehi. Kelebihan pelaksanaan program seumpama ini juga dapat memberi pendedahan mengenai projek- projek kemanusiaan yang dijalankan seperti misi bantuan di Gaza dan Bosnia, bantuan musim sejuk di Syria, telaga air di Syria, membuat sekolah di Goa, India, dan 300 hektar tanah di Syria untuk penanaman gandum bagi memberi bantuan makanan kepada mereka. Dalam program ini juga dapat mendorong para pelajar universiti membabitkan diri bagi menambah pengetahuan tentang dunia dan mencari pengalamam selain mengejar kejayaan

EDITORIAL

TEJA HONEY DI UNIVERSITI TEKNOLOGI MARA, CAWANGAN MELAKA

ZUNAIDAH AB HASAN

Koordinator Unit Keusahawanan, PJI, UiTM Cawangan Melaka

Alhamdulillah, syukur kepada Allah SWT dengan izinNYA, UiTM CM telah berjaya menghasilkan pengeluaran madu kelulut UiTM CM yang dinamakan "Teja Honey" dan berjaya memenuhi permintaan madu kelulut bagi warga kampus UiTM Cawangan Melaka. Projek ini diinspirasikan oleh Yang Berbahgia Rektor, Prof Dr Abd Halim bin Md Noor, bagi merealisasikan projek pengeluaran madu kelulut ini dijayakan oleh Unit Keusahawanan, PJI,UiTMCM .Kerjasama dan sokongan daripada pengurusan atasan terutama Yang Berusaha prof Shafinar Ismail, TRPJI UiTM Cawangan Melaka.

Penjualan Teja Honey ini bukan sahaja telah berjaya mendapat tempat dikalangan warga kampus UiTM Melaka, tetapi berjaya juga mendapat permintaan hingga ke warga kampus di Kedah, Selangor, dan Negeri Sembilan. Semoga projek ini mampu berkembang dengan jayanya pada tahun 2021. Perancangan tahun ini, bagi penambahan log kelulut, seiring dengan pengurusan atasan universiti untuk meningkatkan pengeluaran dan penjanaan pendapatan kepada universiti. Harapan di masa hadapan, ia bukan sahaja dapat memenuhi permintaan warga kampus UiTM secara umumnya.



Projek ini juga sebagai platform latihan pelajar dan peluang terbaik untuk melahirkan usahawan kelulut di kalangan pelajar khususnya, seiring dengan visi negara supaya universiti dapat menghasilkan graduan yang mampu mencipta peluang pekerjaan kepada masyarakat umumnya apabila tamat pengajian kelak.

Madu kelulut mempunyai peluang permintaan pasaran yang tinggi dan mampu menghasilkan produk-produk hiliran lain seperti produk kecantikan, dan ia memberi nilai tambah kepada hasil jualannya. Ini mampu membantu visi universiti dalam penjanaan pendapatan secara umumnya.

TEMPAH SEGERA TEJA HONEY UiTM CAWANGAN MELAKA dengan
Unit Keusahawanan UiTM Cawangan Melaka,
Jangan berlengah lagi... Hubungi segera..

Puan Khalilah Ibrahim (019-3303375) – Kampus KBM

Puan Azzura Mohamed (019-2205980) – Kampus KAG

Puan Halawah Ahmad (018-6655541) – Kampus KAG

Cik Norajila Che Man (019-5449570) -Kampus KJM



KEUSAHAWANAN SOSIAL

Persatuan Komuniti Usahawan Asnaf Negeri Melaka (PKUANM): Perjuangan Melestarikan Keusahawan Dalam Kalangan Asnaf Sepanjang Tempoh Pandemik Covid-19

DR. RANI DIANA OTHMAN

Pensyarah Kanan, Fakulti Perakaunan (FPN), UiTM Cawangan Melaka

Persatuan Komuniti Usahawan Asnaf Negeri Melaka (PKUANM) adalah sebuah badan bukan kerajaan (NGO) yang ditubuhkan pada 5 Disember 2018 dan merupakan sebuah organisasi yang diiktiraf oleh Jabatan Pendaftaran Pertubuhan Malaysia (ROS). Ia ditubuhkan atas inisiatif Encik Zaidi bin Hj. Omar yang merupakan penerima Anugerah Ikon Asnaf Kebangsaan tahun 2018 dan merupakan pengerusi kepada persatuan ini sendiri. PKUANM juga merupakan rakan strategik utama Majlis Agama Islam Negeri Melaka (MAIM) yang membantu Unit Agihan MAIM dalam membangunkan usahawan di kalangan asnaf Negeri Melaka.

Objektif utama penubuhan PKUANM adalah untuk membantu asnaf yang ingin membaiki taraf kehidupan mereka melalui aktiviti-aktiviti keusahawanan yang lebih teratur dan terancang. PKUANM amat menitikberatkan pembangunan usahawan yang berkualiti bagi memastikan bantuan yang diberikan oleh pihak MAIM atau lain-lain pihak dapat dimanfaatkan sebaiknya. Ini adalah kerana misi PKUANM adalah untuk mengeluarkan mereka dari kelompok asnaf dan seterusnya menjadi sebahagian dari penyumbang zakat pada masa hadapan. Selain dari membantu dalam bidang keusahawanan, PKUANM juga berfungsi sebagai NGO yang prihatin kepada asnaf-asnaf lain yang memerlukan bantuan serta berusaha memperkasakan golongan ini melalui program pemindahan dan perkongsian ilmu oleh mereka yang berpengalaman dan bertauliah.

Operasi PKUANM berpusat di Hub Pengeluaran Usahawan Asnaf di Kelebang, Melaka yang telah dirasmikan oleh Ketua Menteri Melaka pada 1 September 2019 selain sebuah pusat latihan di Masjid Tanah. Bermula dengan penghasilan produk sejuk-beku, PKUANM telah bergerak jauh dalam membantu usahawan asnaf untuk berjaya di dalam perniagaan mereka. Bagi memastikan pengurusan persatuan yang lebih efektif dan dinamik, persatuan ini juga telah disertai oleh barisan ahli akademik yang melaksanakan program Infak Ilmu selain ahli profesional dan rakan strategik perniagaan yang sentiasa bersedia berkongsi pengalaman dan berdedikasi dalam memberikan latihan.





Apabila tercetusnya pandemic Covid19, usahawan-usahawan asnaf di bawah PKUANM juga teruk terjejas. Simpanan dari perniagaan yang dijalankan sebelum ini terpaksa digunakan bagi menampung kehidupan seharian mereka dan akhirnya mereka menghadapi masalah ketiadaan modal untuk memulakan perniagaan semula. Krisis pandemik Covid19 ini juga telah mengakibatkan sebahagian besar dari golongan asnaf terpaksa melepaskan pekerjaan mereka lantaran perintah kawalan pergerakan (PKP) dan majikan yang juga tidak lagi mampu menggajikan mereka.

Bagi memula dan meneruskan semula usaha keusahawanan di kalangan para asnaf, pihak PKUANM telah mengambil langkah proaktif melalui beberapa inisiatif penghasilan produk baru berasaskan teknologi. Antara inisiatif yang dilaksanakan adalah Program Inkubator OEM dan penghasilan produk-produk 'retort' yang berkonsepkan 'ready to eat' (RTE) dan set pakej makanan kembara berserta element pemanas (heating element).

Melalui Program Inkubator OEM, lima orang usahawan telah menghasilkan minuman 'pre-mix' dengan jenama mereka sendiri. OEM membawa maksud "Original Equipment Manufacturer" di mana syarikat OEM akan mengilangkan barangan, produk atau komponen untuk dipasarkan di bawah jenama usahawan itu sendiri. Program Inkubator OEM ini dilaksanakan dengan kerjasama pihak TEKUN yang menyalurkan dana segera, melalui pakej PRIHATIN dan rakan strategik pengilang OEM yang sanggup menerima pesanan produk inkubator OEM ini, tanpa had pengeluaran minimum. Produk yang dihasilkan mampu memberi pulangan sekurang-kurangnya 60% dari modal yang dikeluarkan. Seiring dengan prinsip PKUANM bahawa semua usahawan asnaf perlu mempunyai ilmu pengetahuan dan berdaya saing dalam melaksanakan perniagaan, bimbingan dari segi kos perakaunan (costing) dan pemasaran telah diberikan bagi membantu mereka untuk memasarkan produk mereka sendiri secara atas talian (on-line) atau sebaliknya (off-line). Program ini terus mendapat sambutan apabila kumpulan kedua peserta Program Inkubator OEM, kini sedang dalam proses mengeluarkan produk makanan atas jenama mereka sendiri juga.



INOVASI KEUSAHAWANAN

MENSARJANAKAN USAHAWAN PKS

SITI AISYAH BINTI BASRI*

AHMAD DAUD BIN MARSAM @ DOLLAH*

NOR 'ASYIQIN BINTI ABU*

WAN SHAFIZAH BINTI HUSSAIN*

*Pensyarah Kanan, Fakulti Perakaunan (FPN), UiTM Cawangan Melaka

Pada suatu pagi, seorang pelanggan menghampiri Mak Cik Kiah yang menjual nasi lemak di tepi jalan. Berikut adalah perbualan mereka:

Pelanggan : Mak Cik, berapa harga sebungkus nasi lemak biasa

ini?

Mak Cik Kiah : Satu bungkus RM1 sahaja, nak.

Pelanggan : Berapa lama dah Mak Cik berniaga?

Mak Cik Kiah : Sejak COVID19 ini, Pak Cik dah diberhentikan kerja. Jadi, Mak Cik berniaga kecil-kecilan ini untuk

bantu tampung belanja keluarga.

Pelanggan : Macam mana Mak Cik letakkan harga RM1?

Mak Cik Kiah : Kedai di hujung simpang sana dan kedai di sebelah

masjid sana pun jual RM1 sebungkus. Kalau Mak Cik jual mahal lagi, nanti pelanggan tak beli.

Pelanggan : Apakah kos yang Mak Cik tanggung untuk menghasilkan nasi lemak ini?

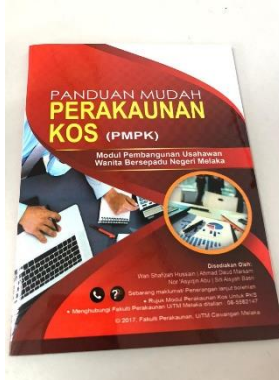
Mak Cik Kiah : Beras, santan, ikan bilis, bawang, timun, kacang, daun pisang dan kertas untuk bungkus.

Adakah cara Mak Cik Kiah membandingkan harga jualan pesaing untuk menentukan harga jualan sebungkus nasi lemaknya adalah cara yang terbaik? Adakah hanya kos yang dinyatakan oleh Mak



Untuk menangani persoalan ini, empat orang pensyarah Fakulti Perakaunan UiTM Cawangan Melaka telah mengambil tindakan proaktif untuk memasyarakatkan universiti dengan melaksanakan pelbagai usaha yang terarah kepada pembangunan inovasi dan program pemindahan ilmu kepada masyarakat. Dalam hal ini, masyarakat yang dimaksudkan adalah para usahawan kecil dan sederhana.

Kumpulan pensyarah ini telah menghasilkan modul berkaitan perakaunan kos yang difokuskan kepada Perusahaan Kecil dan Sederhana (PKS). Modul yang dikenali sebagai Panduan Mudah Perakaunan Kos (PMPK) telah dibangunkan hasil percambahan minda empat pensyarah tersebut dan telah dipertandingkan dalam Melaka International Intellectual Exposition (MIIEEx) 2016. Keyakinan para juri terhadap modul ini melayakkannya untuk dianugerahkan pingat emas dalam MIIEEx 2016.



COVID-19: UJIAN PENIAGA, UJIAN KITA SEMUA

Nukilan: MOHD HANIF MOHD OMAR & MUAZ MOHD NOOR
Akademi Pengajian Islam Kontemporari (ACIS), UiTM Cawangan Melaka

K

A

R

Y

A

10

K

R

E

A

T

I

F

COVID-19: SAUDARAKU USAHAWAN, BANGKITLAH!

Nukilan: MUAZ BIN HJ MOHD NOOR

Akademi Pengajian Islam Kontemporari (ACIS), UiTM Cawangan Melaka

Pergi ke kedai membeli pasak,
Tidak lupa membeli papan,
Janganlah engkau merasa sesak,
Perniagaan tetap harus diteruskan.

Sekatan polis di jalan raya,
Askar berjaga di perbatasan,
Jika peniaga ingin terus berjaya,
Jangan jadikan Covid sebagai alasan.

Burung kedidi hinggap di galah,
Pohon kelumbar daunnya lebar,
Virus Covid-19 semakin bertambah,
Harap sang usahawan dapat bersabar.

Mulakan perniagaan dengan lafaz bismillah,
Alangkah indah jualan melonjak,
Ayuhlah peniaga ayuh bangkitlah,
InsyaAllah rezeki bertambah banyak.

Hendak bercuti bersama keluarga,
Dari Johor hendak ke Melaka,
Ujian menimpa dalam berniaga,
Mari bersama membantu mereka.

**K
A
R
Y
A

K
R
E
A
T
I
F**

JIHAD USAHAWAN PASCA COVID-19

Nukilan: MUAZ MOHD NOOR & MOHD HANIF MOHD OMAR
Akademi Pengajian Islam Kontemporari (ACIS), UiTM Cawangan Melaka

Virus Corona melanda dunia,
Angka jangkitan naik menderu,
Peniaga kini sudah bersiap sedia,
Cuba berniaga dalam norma baharu.

Peniaga perlu mencari rezeki,
Untuk menyara keluarga dan diri,
Patuhlah S.O.P yang diberi,
Agar terhindar dari dijangkiti.

Kota bukan sebarang kota,
Kota tembok penghalang jahat,
Berniaga bukan sebarang niaga,
Berniaga adalah sebahagian jihad.

Telur ayam berpuluh-puluh,
Menetas tiga menjadi saksi,
Norma baharu tahun 2020,
Online perbankan dan 'cashless' transaksi.

Sanitasi perlu sentiasa ada,
Amalan semua termasuk si peniaga,
Kitaran hidup seperti roda,
Ingat pesanan 'kita jaga kita'.

Pergi ke pejabat naik kenderaan,
Pemandu dilarang menjawab talian,
Peniaga boleh meneruskan perniagaan,
Dengan cara meniaga di atas talian.

Duduk di rumah demi keselamatan,
Meniaga atas talian pilihan bersama,
Marilah kita teruskan perniagaan,
Untuk kebaikan masyarakat semua.

Kita semua harus berhati-hati,
Sehingga wabak ini berlalu pergi,
Ramai peniaga terpaksa berhenti,
Doakan mereka agar dimudahkan rezeki.

COVID-19: REZEKI OH REZEKI

Nukilan: Muaz Mohd Noor & Nur Hasimah Mohammad

Akademi Pengajian Islam Kontemporari (ACIS), UiTM Cawangan Melaka

Rezeki,
Rezeki adalah satu anugerah Allah,
Rezeki juga amanat keluarga,
Rezeki juga gelombang bunyi satu dunia,
Rezeki juga dilahirkan dari usaha tanpa mengenal erti berputus asa.

Rezeki,
Mencari rezeki bukan sekadar hanya memetik jari,
Rezeki juga datangnya dari peniaga,
Tanpa berniaga, hilanglah rezeki,
Wabak Covid-19 pula memunculkan diri.

Rezeki,
Wujudnya wabak Covid-19,
Wujudlah kemelesetan ekonomi,
Wujudlah kebimbangan penyakit,
Wujudlah perumpamaan bagi layang-layang terputus tali.

Rezeki,
Kerana Covid-19,
berlakulah kais pagi makan pagi,
kais petang makan petang,
Wujudlah pula strategi dari hasil usaha,
Wujudlah juga kepercayaan dalam diri.

Rezeki,
Kita perlulah bersinergi bersama keluarga,
Kita juga perlu melahirkan sifat keyakinan diri,
Kita juga perlu berfikiran positif,
Serta tidak lupa juga keperluan menjaga imej negara sendiri.

K

A

R

Y

A

K

R

E

A

T

I

F

K
A
R
Y
A
K
R
E
A
T
I
F

RELEVANKAH?

Nukilan oleh: IJLAL SAJA @ MAERAJ

Akademi Pengajian Bahasa (APB), UiTM Cawangan Melaka

Relevankah barisan hadapan memerangi ancaman musuh halimunan
Sedangkan sendiri juga bukan Umar al-Khattab atau Hamzah yang
memang melawan musuh?.

Relevankah mereka tanpa SOP menjangkiti yang lemah
Ke sana ke mari sahaja
Sedang yang lain berusaha menjaga diri dengan betul
"aku selalu dicuci, dijarak semeter dan ditutup pelitup"
kalaulah jasad dapat berkata ini.

Tapi tak disangka covid-19 menyerang jua, Takdir.
Hadir tekak merintih, mata berduka, dada terselam

Tak kira umur kau datang jua pada yang usia setahun,
sedang dirinya belum pun matang membesar
Sisinya keseorangan pisahan keluarga dengan tirai kuarantin
Ajak jua menanti menyambutnya tenang.
Sudah ketentuan damai pergi menanti ibu ayahnya di Sana.

Relevankah covid-19? Diperintah Tuhan tanpa soal.
Menguji keimanan kita.

Kombinasikan kemahiran diri,
Tingkatkan diri rezeki bertambah juga, namun tingkatkan
nafsu punah nyata
Nah! Jual dalam internet, hantar barang dan makanan pun
lumayan
Ajari tuisyen dan kelas depan komputer.
Bukankah suatu ujian itu adalah nikmat?

Relevankah? Ya! Berusaha JAGA dan bertawakkal
Tiada daya melainkan dengan kuasaNya!

COVID-19 (TANDA KASIH-NYA, MARI MUHASABAH)

Nukilan: NOOR IZAM BIN HJ. SAMIN

Perpustakaan, UiTM Cawangan Melaka, Kampus Jasin

Setelah lama menikmati kurniaan-Nya,
cuma seringkali tiada mensyukuri,
alpa di lautan keasyikan bergelora,
virus Corona sekadar datang menyapa.

Utusan sejambak kasih melimpah,
bukan musibah dilabel pemusnah,
supaya semua segera muhasabah,
kembali taati perintah-Nya pasrah.

Biarlah mula bertapak di bawah,
walau bergelar peniaga kecil-kecilan,
tempuhi ujian proses pembelajaran,
ikhtiar kehidupan usaha perniagaan,
meraih rezeki hidup berdikari.

Pelanggan seperti saudara sendiri,
berhias keikhlasan di halaman hati,
tiada diambil keuntungan berganda,
memenuhi keperluan pengguna,
produk halal toyyibah sempurna.

Terima kritikan berminda positif,
seiringan bersaing sihat di pasaran,
tanpa sebarang perdaya muslihat,
semarak iltizam membugar kudrat.

Memahat niat memuncak hasrat,
tiada mudah sesat arah terjerat,
subur inspirasi yakini matlamat,
selagi hayat mencari keredaan-Nya.

**K
A
R
Y
A

K
R
E
A
T
I
F**

**K
A
R
Y
A
K
R
E
A
T
I
F**

PANTUN KLASIK USAHAWAN MAMPAN

Nukilan: NORAZAMIMAH BOGAL

Fakulti Pengurusan Perniagaan (FPP), UiTM Cawangan Melaka

Pisang emas dibawa berlayar,
Masak sebiji di atas peti,
Usahawan gigih bina empayar,
Jana ekonomi demi pertiwi.

Buah cempedak di luar pagar,
Ambil galah tolong jolokkan,
Covid-19 datang menggegar,
Transformasi usahawan jadi kekuatan.

Nasi lemak buah bidara,
Sayang selasih hamba lurutkan,
Pelan Jana Semula Ekonomi Negara,
Teknologi digital strategi gerakan.

Yang kurik itu kundi,
Yang merah itu saga,
Inovasi jadi nadi,
Kekal relevan dalam berniaga.

Kajang Pak Malau kajang berlipat,
Kajang hamba mengkuang layu,
Aduan pelanggan juga pendapat,
Diutamakan sentiasa supaya maju.

Pulau Pandan jauh ke tengah,
Gunung Daik bercabang dua,
Ayuhlah usahawan jangan berlengah,
Sambil berniaga beribadah jua.

PANTUN KISAH MAKCIK KIAH PENIAGA PISANG GORENG

Nukilan: ADRIANA SHAMSUDIN, NUR FARAHAH MOHD PAUZI, MOHD SYAZWAN KARIM, KHAIRIAH AHMAD & NURFARAHIN ROSLAN
Fakulti Perakauanan (FPN), UiTM Cawangan Melaka

Makcik Kiah nama diberi,
Usahawan PKS ligat gerak geri,
Namanya viral sebab PM yang kasi,
Peniaga pisang goreng terkenal sekali,

Gerai pisang goreng punca rezeki,
Tak pernah tutup di siang hari,
Sejak Covid 19 datang ke negeri,
Kedai tutup operasi berhenti.

Tempoh PKPB telah diharungi,
Duduklah di rumah empat belas hari,
Perniagaan terkesan tutup operasi,
Pening kepala bayar itu ini.

Bantuan PKS amat diharapkan,
Ada berita baik dari kerajaan,
Tempoh moratorium telah dilanjutkan,
Syukur dapat ringankan beban.

Bila PKPB semua berkurung,
Makcik Kiah tak tahu ke mana nak
pergi,
Baru niaga tak sempat untung,
Gelombang ketiga menyerang lagi.

PKPB tamat semua gembira,
Semua sudah ke sana ke sini,
Untung niaga belum siap kira,
Makcik Kiah sudah rentas negeri,

Hari-hari Makcik Kiah niaga,
Cari duit belanja dapur,
Musim Covid kita jaga kita,
Arahan kerajaan kena akur.

Tempoh PKPB pergerakan terhad,
Kebanyakan kedai kurang pelanggan,
Namun rezeki Allah tiada had,
Dari cara lama tukar ke atas talian.

Kerajaan prihatin sangat proaktif,
Banyak bantuan melalui PENJANA,
Dana dan geran sebagai inisiatif,
Agar Makcik Kiah kekal berniaga.

Makcik Kiah tak perlu bayar sewa
ruang,
Promosi produk melalui aplikasi atas
talian,
Rakyat perlu bijak mengambil peluang,
Asas kemahiran digital perlu
diperkasakan.

Makcik Kiah bijak mengatur strategi,
Melalui E-dagang promosikan produk,
'Food Delivery' sekarang di hujung jari,
Peluang pekerjaan untuk anak-anak.

Covid 19 serang semua,
Tak kira usia tua muda,
Strategi dirangka norma baru bermula,
Teguh kita, menang bersama!

K
A
R
Y
A
K
R
E
A
T
I
F

AYUH BANGKIT USAHAWAN!

Nukilan: NURUL AIDA HARUN

Fakulti Pengurusan Perniagaan (FPP), UiTM Cawangan Melaka

Covid 19 sudah hampir setahun menghantui peniaga
Negara sudah banyak membantu dan berusaha
Pelbagai pelan dan strategi telah dilaksana
Tinggal peniaga melakukan tindakan segera
Pelan Pemulihan Usahawan dan Koperasi misalnya
Yang menggariskan enam strategi utama
Kementerian Pembangunan Usahawan dan Koperasi memperkenalkannya
Mengandungi 30 program dalam dua fasa jangka pendek dan sederhana
Merangkumi 20,000 usahawan mikro, perusahaan kecil sederhana, koperasi dan sektor informal
Suntikan tambahan dana bagi TEKUN Nasional juga dilaksanakan
Agar usahawan industri kecil dan sederhana (IKS) juga dapat dibiaya
Program keusahawanan bidang pertanian tidak dilupa
Teknologi seperti fertigasi dan program Mobilepreneur dimanfaatkan bersama
Selain beri peluang pekerjaan kepada belia dengan pembiayaan sedia ada
Ia menjadikan keusahawanan sebagai kerjaya pilihan
Komitednya kerajaan membantu usahawan terkesan dan yang hilang sumber pendapatan
Kita perlu bangkit supaya sosioekonomi Malaysia inklusif, seimbang dan mapan
Kita perlu bangkit mewujudkan ekosistem keusahawanan yang holistik dan kondusif bagi menyokong agenda pembangunan
Jangan ada minda semua minta bantuan kerajaan
Kita perlu bangkit membentuk masyarakat Malaysia yang berpemikiran dan berbudaya keusahawanan
Kena berubahlah dari pemikiran tetap (fixed mindset) kepada pemikiran pertumbuhan (growth mindset)
Kita perlu bangkit meningkatkan bilangan usahawan negara yang berkualiti, berdaya maju, berfikiran global dan kompetitif serta berdaya tahan
Jangan jadi pengusaha selesa kekal sebagai peniaga dan tidak punya cita untuk menjadi usahawan global
Demi negara yang kita sayang
Kita perlu menang!

K
A
R
Y
A

K
R
E
A
T
I
F

KISAH WARONG KAK YAN

Nukilan: SALINA ABDULLAH

Fakulti Perakaunan (FPN), UiTM Cawangan Melaka

K
A
R
Y
A
K
R
E
A
T
I
F

Terima kasih kak Yan kerana sangat berjasa kepada kami bertahun lamanya
Karipap kentang panas yang sering jadi juadah petang
Apatah lagi tika hujan dan perut berkeroncong
Nasi lemak telur rebus, nasi lemak rendang ayam, mihun goreng dan kuetiau goreng
Semuanya sedap-sedap belaka

Kak Yan idolaku kerana berniaga dengan jujur dan amanah
Mi goreng harga RM2, minta separuh kak Yan kira RM1 sahaja
Walaupun nak bayar lebih, kak Yan tetap tak mahu terima
Boleh sahaja penuhi kehendak pelanggan tak pernah berkira
Kalau kebanyakan peniaga dah berkerut muka, sambil merungut
Sesetengah lagi langsung tak dilayannya
Mereka tak tahu agaknya yang pelanggan sentiasa betul

Covid-19 muncul tanpa diduga
Seluruh dunia berkurung tanpa rela
Sekolah, pejabat, kilang-kilang, pusat membeli-belah, taman tema dan zoo di seluruh
negara
Semua ditutup untuk mengelakkan virus tersebar
Hanya hospital, klinik dan perniagaan untuk keperluan seharian boleh dibuka

Kasihannya sungguh mereka semua
Semua perniagaan terjejas akibat virus yang tak boleh nampak dek mata kasar
Peniaga kecil yang hanya bergantung hidup dengan berniaga
Keuntungan mereka tak seberapa, mereka tiada wang berjuta
Warong kak Yan berminggu lamanya tidak dapat dibuka
Rasa rindunya dengan karipap panas itu

Akhirnya kak Yan mula berniaga
Sudah ada kod QR aplikasi My Sejahtera di atas meja
Sudah ada papan tanda 'Sentiasa memakai pelitup muka' dan 'Jaga jarak fizikal 1 meter'
Pasang tali sekeliling warong untuk elakkan pelanggan berkumpul
Dan memudahkan mereka beratur dari satu arah yang sama
Bila saya imbas kod QR barulah tau nama kak Yan
Selama ini tak pernah pun tanya namanya
Itulah hikmah Covid-19

Bangga sungguh dengan kegigihannya
Inilah ciri-ciri peniaga yang perlu ada untuk terus berjaya
Berniaga dalam norma baharu untuk kekal relevan mengharungi pandemik ini
Semoga kak Yan teruskan usaha berniaga dengan cara yang baik dan diredai Allah
Semoga mendapat keberkatan di dunia dan akhirat.

MUHASABAH PASCA MUSIBAH

Nukilan: MOHD AB MALEK MD SHAH

Jabatan Undang-Undang (JUJ), UiTM Cawangan Melaka

Koperasi bestari, usahawan mithali,
Lestari jauhari akli sendiri,
Sama memberi meneguh peribadi,
Rezeki disyukuri sama dikongsi.

Bahana menimpa menambah derita,
Berusaha manusia sedaya asa,
Merencana usaha seia sekata,
Amarah bahaya dimuhasabah sentiasa.

Pesan Junjungan panduan berzaman,
"Kesederhanaan itukan pedoman kejayaan"?
Neraca kewarasan dambaan budiman,
Mapan pegangan kelangsungan kehidupan.

Musibah menimpa betah dimuhasabah,
Ummah barakah dijana wibawa,
Segenggam tabah pasrah berserah,
Moga barakah ummah bertakwa.

Transformasi ekonomi strategi bervisi,
Wahana dijana bijaksana dicerna,
Rapi direncana melaksana misi,
Sejahtera hubaya mencipta bahagia.

K
A
R
Y
A

K
R
E
A
T
I
F

PENULISAN ILMIAH

FORECASTING THE IMPACT OF COVID-19 FOR BUSINESS SURVIVALS

DR SHARIFAH NORHAFIZA SYED IBRAHIM,

Pensyarah Kanan, Fakulti Perakaunan (FPN), UiTM Cawangan Melaka

Every now and then, there were news about the bad effects of the COVID-19 pandemic on businesses. Many business entities could not create value or make breakeven sales. Consequently, they were forced to exit the industry. When a business entity closed operation, its employees lose jobs and would face financial difficulties to support their families. Therefore, business survivals are important not only to the business owners but also to the employees and the community. According to the Malaysian Business Report 2020, as cited in SME Asia Online, up to 78 percent of the businesses in Malaysia are either moderately or extremely concerned about the COVID-19 pandemic. This indicates that forecasting how the pandemic is affecting your business is critical to your business survival.

How to make a good forecast? The strategic management experts suggest that a good forecasting relies on three important steps (Dess et al, 2019). The first step is to scan the changes in the external environment related to your business and identify the key changes. This requires a good understanding of the industry, your business and customers, and keeping an eye on the events that are happening around you. Spotting these changes could help you to prepare for the new norms and avoid unnecessary financial implications. For example, to curb the pandemic, our government had imposed stringent standard of operating procedures such as shorter operating hours and social distancing. Failing to meet the requirements, the business owners could face a RM1,000 fine for each non-compliance (Hilmy, 2020). Customers' behaviours also changed. Most customers now prefer to shop via online stores. All these changes would adversely affect sales for the brick-and-mortar businesses.

The second step is monitoring or tracking the evolution of the environmental trends, sequence of events or streams of activities. Business owners could talk to their customers, suppliers and competitors to identify important indicators that he or she should monitor. For example, for safety reason, consumers are reluctant to visit the brick-and-mortar stores during this COVID-19 pandemic. Therefore, business owners should revise their business strategies. For instance, several boutique owners decided to close all stores and only sell via online platform during the pandemic. Not only they would be able to provide safer and more convenient shopping avenues to their existing and potential customers, utilizing online stores lead to huge cost savings. Lower operating costs due to substantial reduction in overhead costs such as utilities, rental expenses and other costs to operate a store, will increase the profit margin and thus help the business to thrive and survive during the pandemic.

The third step is to define and understand the industry by intelligence gathering of relevant data such as identifying competitors' moves, strengths and weaknesses. For example, new entrants to facial masks business are increasing due to attractive industry growth in demand for facial masks during the pandemic. Hence, the intensity of rivalry is higher. Existing

facial masks sellers must re-evaluate their purchasing and pricing strategies to avoid financial loss as when the supply of facial masks is abundant, the market price will decrease to the extent that the selling price per unit is less than its cost per unit. Furthermore our government is only authorised to set or fix the maximum or ceiling price per each facial mask but not the minimum price. The demand and supply forces would eventually influence the actual market price. Identifying this impact earlier can help the business to minimize loss and survived the intense price competition among sellers. Nevertheless, not all industries are negatively affected by the COVID-19 pandemic. Some industries are experiencing sales growth. For example, in food industry, Gardenia KL Bakeries Sdn. Bhd., the bread market leader with an outstanding 99 percent recall rate or repeat customers had to increase production to meet customer's higher demand during the MCO. To cope with an increasing demand for their products, the company is still hiring new employees during the pandemic.

Inputs from the three steps; scanning, monitoring and competitive intelligence are essential in forecasting how the pandemic affect a business. Forecast inputs are outputs of a strategic analysis that a business entity must undertake before it can make a new decision or strategy as well as in revising existing business strategies. The effects of the pandemic can vary from one sector to another sector. Examples of the effects are declining consumer confidence for the food and beverage industry, reduction in productivity for the construction sector, and higher input or raw material prices due to demand spikes and supply chain disruptions for the manufacturing sector. In addition, banks and other financial institutions may implement stringent procedures in processing loans in order to minimise default risks. Hence, a business owner should observe the three essential steps to get better forecast of how COVID-19 affects his or her business. Then, based on the forecasts, the business owner must make or develop a new business strategy. To survive, a business owner must make fast and drastic changes to the business operation. An airline company such as AirAsia had diversified into e-food, as Asia Food, in response to major disruption caused by the pandemic to its airline business. The need to find alternative business that can create value is important for a company to thrive and survive during the COVID-19 pandemic.

References

- Dess, G, McNamara G., Eisner, A. and Lee, S. (2019). *Strategic Management: Text and Cases*. 9th Edition. McGraw Hill Education.
- Gardenia KL Bakeries Sdn. Bhd. Retrieved from <https://www.gardenia.com.my/contact.html>
- Hilmy, I. (2020, 9 October). *COVID-19: 21 fined RM1, 000 each for non-compliance with SOP*. The Star Online. Retrieved from <https://www.thestar.com.my/news/nation/2020/10/09/COVID-19-21-fined-rm1000-each-for-non-compliance-with-sop>
- Nik Anis, M. (2020, 11 June). *COVID-19: Report those who do not comply with SOP*. The Star Online. Retrieved from <https://www.thestar.com.my/news/nation/2020/06/11/COVID-19-report-those-who-do-not-comply-with-sop>.
- SME Asia (2020, 22 September). *Malaysia's Businesses Concerned how COVID-19 will affect their business*. SME Asia Online. Retrieved from <https://sme.asia/malysias-businesses-concerned-how-COVID-19-will-affect-their-business/>

COVID PANDEMIC HASTENING THE SHIFTS FROM CASH TO DIGITAL PAYMENT: A MALAYSIAN EXPERIENCE AND STRATEGIES

HARNIYATI HUSSIN¹ & NORAZLINDA MOHAMMAD²

Fakulti Pengurusan dan Perniagaan, UiTM Cawangan Melaka¹

Fakulti Komunikasi dan Pengajian Media, UiTM Cawangan Melaka²

Introduction

The covid-19 outbreak certainly marks a huge catastrophe towards the global changes in the perspective of political, social, economy, business, commerce, and entrepreneurship all over the world including Malaysia. This pandemic brought tremendous effects towards the economy. It weakens the growth of enterprises, affects the flow of sales, and slows down productivity, as well as disrupts marketing of products, goods, and services nationwide. Many businesses, factories, and shops close down their operations due to failure to sustain, no customers and insufficient profit amidst the covid-19 period. Meanwhile, some branches that survived have to be downsized. This subsequently leads to the nasty issue of unemployment. When the products or services could not be traded or retailed, tragically it will force retrenchment of labours to take place.

To stay relevant in the era of covid-19, several steps, effective strategies and a shift of marketing plan have to be taken account seriously and implemented by entrepreneurs, businesses, retailers, and traders. The quote “when there is a will, there is a way” must be applied by Malaysian entrepreneurs, businesses and traders. They should be awake and be brave in facing the challenges by keeping up to the trend of online businesses and creating novelty, yet not forgetting the tradition of practicing the recipes of 4P’s which are product, price, promotion, and packaging. This is imperative in order to compete with other enterprises and online merchants that are not only selling on conventional shops, but also in Malaysian online shopping or e-commerce platforms like Lazada, Shopee, Mudah, PrestoMall, Lelong, Hermo, Zalora, Carousell, Ezbuy, Ebay, tele-marketing, and TV shopping programmes such as WOWShop and Go Shop.

Digital payment has also now become common among people in the on-going pandemic. Using digital payment, people do not have to go to the bank to withdraw money from the counter or Automated Teller Machine (ATM) that will only be wasting time. In Malaysia, the government has provided an e-wallet which is the safest and hygienic way for people without using cash. Hoe (2020) reported that in South East Asia, digital banks are documenting an increase in the registration of bank accounts during the implementation of Movement Control Orders (MCOs) in respective countries. Similarly, in Malaysia, in the days leading up to MCO 1.0 implementation, there was an increase in the number of conventional small and medium-sized enterprises (SMEs) opening online banking accounts to facilitate the transfer of funds rather than depositing traditional cheques at their local bank branches.

How Digital Payment Works

The digital payment is the most convenient transaction between buyers and sellers via internet connection. Many financial institutions currently provide an application for their customer to

stay connected with their bank accounts such as Maybank2u from Maybank, cimbclicks.com from CIMB, and Bank Islam Go from Bank Islam. From the application, their customer can check their balance or easily transfer their money to people for making payments.

Other than that, e-wallet is another form of digital payment. People just need to use their smartphones to scan the QR code at the cashier and then, the money in the e-wallet will directly be transferred to the shop's account. Not only e-wallet is easy to be used, it also enables social distancing between the sellers and buyers. In addition, The Star (2020) reported that Maybank has seen a drastic increase of its MAE e-wallet users.

Challenges In Using Digital Payment

The issues that are usually faced by the user are security and transparency of their account that requires sign up using name and phone number which are considered as private information. If someone gets this information, they could trace the account. Moreover, one of the regular security issues is a virus that easily sneaks in the smartphones by downloading the infected files or application, and by email. According to Bogdan-Alexandru (2015) there are several different types of computer viruses designed by individuals to access other information, such as attacking the mobile banking payment system by taking up web browser passwords or any cached operating system information.

The second issue with digital payment in Malaysia is that there are so many options for e-wallet applications, so individuals cannot use all stores with only one application. There are over 20 e-wallets reportedly available in Malaysia at a quick glance. There are both big and small players in the game like GrabPay, WeChat Pay, Boost, Fave, Sarawak Pay, Kiple, Bayar, Samsung Pay, Lazada wallet, vcash, BigPay, and more where each of them offers its own perks and benefits (Krishnan, 2019). It is impossible for people to use all the e-wallets and load money to all e-wallet applications. That will be a waste because once users load the e-wallet, people cannot withdraw or transfer to other e-wallet accounts.

Last but not least, certain people in rural community areas and aged people still prefer to use cash rather than a digital payment due to not enough knowledge and exposure regarding digital payment as well as poor internet access.

The Solutions

The safest way to secure the user's account from being traced by other people is to use a different password and try to change it every six months for better security. Thus, an efficient authentication software must be introduced. Bogdan-Alexandru (2015) proposed multiple layers of authentication that require different security credentials such as PIN, cryptographic key, digital signature, biometrics, etc. to be implemented in order to enhance better security.

The government also provided an e-wallet scheme via Touch N Go e-wallet to encourage people to use e-wallet. The Touch N Go e-Wallet is chosen by the government because it is the largest e-Wallet in the country and it can facilitate transforming Malaysia into a cashless nation.

To curb the spreading of Covid-19 pandemic and to expose rural community on the benefit of digital payment, Smart Village initiative will be introduced to enable more rural entrepreneurs to sell their goods online. However, both the customer and entrepreneur in rural area still need constant guidance and information sharing on using the digital payment for them to be ready to adopt cashless transaction (Aris, 2019)

Strategies for Entrepreneurs to be competitive and relevant in the era of Covid-19

Covid-19 pandemic contributed to changes on customer behaviour, needs and demands, as well as sellers' adaptability through promotion of product or services in social media networks such as WhatsApps, Facebook, Twitter, Instagram, YouTube, and others. According to Muslimin (2020) there are many approaches on how the company will withstand the COVID-19 pandemic, such as;

1. Rapidly, embrace changes and be more flexible

It is vital for the businesses and entrepreneurs to adapt and be flexible to the new norms. They have to diversify their businesses operations to online platforms such as selling their product and have extensive marketing tools through e-commerce websites. It is time for the conventional business to make a shift towards business digitalisation.

2. Understand your customer's shift in behaviour

There is a famous tagline "Customer is always right, customer is king". In line with that, the businesses and entrepreneurs must be wise and always conscientious on the demands and needs of the customers in facing the new norms of social distancing. Everything must be followed strictly according to the SOP in any businesses. According to Sinclair, a PR, social media, digital and experiential communications agency, current sentiment shows that customers' behaviour are more likely to be home-based. Payment model that is now hype such as digital payment or contactless payment known as e-wallet are widely and popularised used by many online shoppers in purchasing their products or services in digital marketing. In fact, it is best to cater the society's needs for hygienic, fast and convenient transaction.

3. Be bold and seize the opportunity

The Malaysian government is always helping and supporting the businesses and entrepreneurs by giving aids to Micro and Small and Medium-sized Enterprises. (SMEs) This is to ensure businesses sustain their longevity, safeguard their labours and enhance economic domestic investment. As for the business and entrepreneurs, they must always be quick and action oriented by taking the opportunity offered by the government such as attending to the webinars on how to build your own store in by selling through online. Besides, they can also join the PENJANA Micros and SMEs E-commerce scheme to expand their businesses operations through digital or e-commerce platforms so as to reach greater customers in the constraints of conventional selling due to the covid-19. Fresh food producers such as farmers from Cameron Highlands, agriculture, fishmongers and fishermen from the East Coast are encouraged to join the scheme so that they can sustain their sales and adapt to the new norm. The participating businesses and entrepreneurs will be receiving seller subsidy, sales support, and on-boarding training by several online agencies that support the government's initiative campaign such as Lazada, Shopee, Fave, Zalora and others.

4. Invest in digital technology and build meaningful digital experiences

In setting up business, entrepreneurs must not be thrifty in idea but also ready to invest in digital technology, creativity, and movement plan by opening e-commerce platforms such as Lazada and Shopee. They can also integrate it by utilising social media platforms,

connects interactivity with their customers through WhatsApp, Instagram, Telegram, Twitter, YouTube, and others to reach greater customers and targeted audiences. Entrepreneurs must also not forget to create an automated response system on their website and tactful in winning the heart of customers by offering choices of logistics service providers like Poslaju, Ninjavan, DHL, J & T Express to deliver packages.

5. Market your new product, offering variety of goods by providing affordable price

Successful businesses or entrepreneurs must be smart by selling various products to meet the customer needs and wants, as well as offering affordable price to ensure survival. Other than that, attract buyers by captivating their eyes through attractive packaging and ensuring their brand loyalty by giving special deals from time to time.

6. Always be open to comment, suggestions, and feedbacks from customers

Bear in mind to treat your buyers good as customer is always right either in selling your products on shop or in online platforms. Customers can give low ratings or poor comments if they are dissatisfied with the product or service offered. Thus, entrepreneurs should monitor closely on customer's comments, suggestions, and feedback either on the online websites, email, or by the social media. The longevity of the business and success of the marketing depends on how well the online business meets their customers changing needs. Businesses that listen and adjust their strategies based on customer feedback will improve customer satisfaction and enhance the trust and loyalty in buying the products or services.

CONCLUSION

In a nutshell, technology and innovation of the banking sector nowadays enable people to use the most hygienic and safest way to make payments as well as reducing the spread of the virus during COVID-19 pandemic. It was also "new normal" knowledge to people who used to pay using cash and for people who live in the rural area. Hence, from this knowledge, they can run the business using the cashless method that not only safe, but can also help the government to break the COVID-19 chain. Likewise, for consumers, buying essential goods using a cashless method like e-wallet may assure their safety and health.

REFERENCES

- Aris, N. A. (2019, 13 May). FMT News. *Tough to go cashless in rural areas, says economist*. Retrieved from <https://www.freemalaysiatoday.com/category/nation/2019/05/13/tough-to-go-cashless-in-rural-areas-says-economist/>
- Bogdan-Alexandru URS. (2015). Security Issue and Solutions In E-Payment System.
- BOTS Team. (2019, 20 December). News Strait Times. *The public can claim e-Tunai Rakyat programme's RM30 via Touch 'n Go e-Wallet*. Retrieved from <https://www.nst.com.my/lifestyle/bots/2019/12/549511/public-can-claim-e-tunai-rakyat-programmes-rm30-touch-n-go-ewallet>
- Hoe, L. K. (2020). PWC Malaysia. *COVID-19: Opportunities and Challenges for Digital Banks*. Retrieved from <https://www.pwc.com/my/en/perspective/digital/200408-pwc-blog-covid-19-opportunities-challenges-digital-banks.html>

Krishnan, G. (2019). iMoney Learning Centre. *Is Having Too Many E-Wallets a Problem?* Retrieved from <https://www.imoney.my/articles/is-having-too-many-e-wallets-a-problem>

Muslimin, A. S. M. (2020, 23 June). Compare Hero.my. *#NewNormal: How Your Business Can Survive The COVID-19 Pandemic*. Retrieved from; <https://www.comparehero.my/money-tips/articles/business-survival-during-covid-19>

The Star, (2020, 28 April). Aseanplus News. *Covid-19 outbreak steepens adoption curve of e-wallets in Malaysia*. Retrieved from <https://www.thestar.com.my/news/regional/2020/04/28/covid-19-outbreak-steepens-adoption-curve-of-e-wallets-in-malaysia>

KERENCATAN EKONOMI PASCA PANDEMIK COVID-19: REDHAKAH KITA?

FATIMAH HASHIM, SITI NUSYAHIRA ZAINUDIN, & NURUL EMYZA ZAHIDI

Pensyarah Kanan, Fakulti Sains Komputer dan Matematik

Sejurus kes Covid-19 (Coronavirus Disease 2019) dikesan di Malaysia, kerajaan mengumumkan Perintah Kawalan Pergerakan (PKP) sebagai langkah bagi membendung penularan Covid-19. Perintah ini telah bermula pada 18 Mac 2020 dan berlangsung sehinggalah sekarang. Perintah Kawalan Pergerakan Diperketatkan (PKPD) & Perintah Kawalan Pergerakan Bersyarat (PKPB) masih kekal diimplimentasi di beberapa lokasi di seluruh negara. Kerajaan telah mencatatkan kerugian sebanyak RM 3.37 bilion dalam masa dua bulan pertama tahun 2020 (Dzulkifly, 2020).

Situasi ini telah memberikan impak yang sangat besar terhadap ekonomi negara sehinggakan banyak syarikat terpaksa menggulung tikar serta sektor-sektor utama seperti sektor pelancongan, perkilangan dan pertanian terjejas teruk sekaligus mengakibatkan ramai orang kehilangan pekerjaan. Penemuan hasil kajian yang dijalankan oleh Wasiul et.al (2020) menunjukkan bahawa pekerja-pekerja hotel dan resort di Malaysia telah diminta untuk mengambil cuti tanpa gaji berikutan pandemik yang berlaku.

Jadi, bagaimanakah reaksi kita? Adakah menyalahkan pihak lain atas apa yang berlaku dan duduk termenung mengenang nasib diri? Oh, malangnya nasibku! Begitukah diri kita? Semoga kita bukanlah dalam kalangan yang berfikiran sebegitu. Sesungguhnya segala yang berlaku di dunia ini adalah dengan izin Allah jua.

“Tidak ada kesusahan (atau bala bencana) yang menimpa (seseorang) melainkan dengan izin Allah, dan sesiapa yang beriman kepada Allah, Allah akan memimpin hatinya (untuk menerima apa yang telah berlaku itu dengan tenang dan sabar), dan (ingatlah) Allah Maha Mengetahui akan tiap-tiap sesuatu.”

(Surah Al-Taghabun, 64 :11)

Kita harus menerimanya dengan berlapang dada. "Senanglah cakap, bukan awak yang kena". Dah tu, adakah dengan meratap nasib akan mengubah segalanya? Sebagai seorang muslim, kita patut bangkit dan mencari jalan penyelesaian serta tidak perlu menuding jari kepada mana-mana pihak.

Lantas, apa yang patut kita lakukan? Bangkitlah kembali dengan mengkaji kebolehmampuan untuk meneruskan operasi sedia ada. Sekiranya masih boleh bertahan, maka bersabarlah serta letakkan keyakinan yang tinggi terhadap Allah. Namun demikian, perlu ada had untuk terus bersabar. Sekiranya selepas suatu tempoh masa, memang tiada cahaya yang terang di penghujung jalan, maka berhijrahlah.

"... Boleh jadi kamu membenci sesuatu, padahal ia amat baik bagimu, dan boleh jadi (pula) kamu menyukai sesuatu, padahal ia amat buruk bagimu; Allah mengetahui, sedang kamu tidak mengetahui."

(Surah Al-Baqarah, 2: 216)

Mungkin ada kurang baiknya perniagaan sedia ada. Anggaplah ia sebagai teguran dari Allah untuk memperbaiki diri dan menghapus dosa lepas. Ini juga sebenarnya peluang untuk kita menambah pahala seterusnya meningkatkan jati diri kita.

Mungkin juga dengan berhijrah ini ada yang lebih baik menanti. Dunia ini luas, maka terokailah perniagaan yang lain pula dengan berpandukan ilmu dari mereka yang berpengetahuan dan boleh dipercayai. Allah lebih Mengetahui apa yang terbaik untuk hamba-hambaNya.

Akhirnya, setelah berusaha dan berdoa tanpa henti, marilah kita bertawakkal kepada-Nya.

"Dan Tuhanmu berfirman, Berdoalah kepada-Ku, nescaya akan aku perkenankan bagimu"

(Surah Al-Ghafir, 40 : 60)

"Kemudian, apabila engkau telah membulatkan tekad, maka bertawakkal kepada Allah. Sesungguhnya, Allah menyukai orang yang bertawakkal"

(Surah Ali Imran 3 : 159)

Rendahkan diri kepada-Nya dengan memperbanyakkan istighfar dan solat yang sempurna. Solat itu perlu dijaga sebaiknya, baik solat fardhu mahupun solat sunat.

"Dan mohonlah pertolongan (kepada Allah) dengan sabar dan mengerjakan solat."

(Surah Al-Baqarah, 2 : 45)

Selain itu, bersedekahlah mengikut kemampuan sama ada sedekah harta atau perbuatan.

"Dan orang yang disempitkan rezekinya hendaklah memberi nafkah dari harta yang diberikan Allah kepadanya. Allah tidak memikulkan beban kepada seseorang melainkan (sekadar) apa yang Allah berikan kepadanya. Allah kelak akan memberikan kelapangan sesudah kesempitan."

(Surah Al-Thalaq, 65 : 7)

Paling penting juga, kita hendaklah bersangka baik dengan Allah sentiasa. Semoga pandemik Covid-19 segera berakhir dan ekonomi pulih seperti sediakala. Yakinilah bahawa ada hikmah di sebalik semua yang berlaku. Bak kata Ustaz Ebit Lew, "Ujian itu tanda Allah sayang".

RUJUKAN

Dzulkifly, D. (2020, March 13). *Muhyiddin: Tourism industry hit hardest by Covid-19, faces RM3.37b loss*. Retrieved March 27, 2020, from Malaymail:

<https://www.malaymail.com/news/malaysia/2020/03/13/muhyiddin-tourism-industry-hit-hard-by-covid-19-to-lose-rm3.37b-while-gdp-s/1846323>

Wasiul, K., Ahasanul, H., Arije, U., Zohurul, A. (2020) The Movement Control Order (MCO) for COVID-19 Crisis and its Impact on Tourism and Hospitality Sector in Malaysia International Tourism and Hospitality Journal (ITHJ) 3 (2), 1-07

STRATEGI PERUNDANGAN UNTUK USAHAWAN DALAM COVID-19

MIMI SOFIAH BINTI AHMAD MUSTAFA

Pensyarah Kanan, Jabatan Undang-Undang, UiTM Cawangan Melaka

Persoalan pertama sebelum apa sahaja aktiviti yang hendak kita lakukan dalam era pandemik ini adalah, “*Eh, ni langgar SOP tak?*” Segala-galanya perlu menepati *new normal*. Sebelum keluar rumah, pelitup muka jangan dilupa untuk dibawa. *Hand sanitiser* jangan ditinggalkan. Pesan memesan untuk *social distancing*. Elakkan pergi ke kawasan “merah” yang berisiko tinggi. Jangan bersalaman. Pelbagai pesanan untuk melindungi diri daripada dijangkiti virus berbahaya yang tidak kelihatan itu.

Sepertimana pekerjaan-pekerjaan lain, usahawan juga perlu meneruskan kehidupan dalam aktiviti perniagaan mereka di samping berusaha untuk melestarikan apa yang telah terbina semenjak bergelar usahawan. Penulis ingin berkongsi peruntukan perundangan Malaysia yang relevan kepada para usahawan agar mereka tidak terjebak dalam transaksi yang mengundang kesusahan dan kerugian terutamanya dalam waktu pandemik ini. Ini jelas supaya para usahawan sekalian tidak berhadapan dengan tuntutan undang-undang yang tidak perlu dan membazirkan.

Sebagai asas, **Akta Kontrak 1950** adalah perundangan yang diguna pakai untuk sebarang isu yang timbul dalam kontrak yang dibuat oleh para usahawan. Mengikut akta ini, usahawan perlu memastikan perjanjian yang mereka bentuk boleh dikuatkuasakan di bawah undang-undang - **s.2(h)**. Jika para usahawan berjanji dengan mana-mana pihak namun jika perjanjian tersebut tiada elemen-elemen yang membentuk satu kontrak yang sah, tiada sebarang tuntutan undang-undang yang boleh dibuat di mana-mana mahkamah di Malaysia ini seperti yang diputuskan dalam kes *M.N.Guha Majumder v R.E.Donough [1974]* (Pheng & Detta, 2008).

Akta Jualan Barang (AJB) 1957 pula ialah perundangan yang mengawal selia segala transaksi mengenai jualan barangan. Para usahawan sudah pastinya banyak melakukan jual beli barangan dengan pihak lain. Akta ini, antara lain, memberi panduan kepada para usahawan untuk tidak menjual barangan yang tidak mengikut perihal barangan (**s.15**) atau barangan yang tidak sesuai dengan tujuan ia dibeli oleh pembeli (**s.16**) atau barangan yang tiada kualiti persaudagaran (**s.17**) mahupun barangan di mana penjual itu tidak ada hakmilik yang sah (**s.14**). Ini telah diputuskan dalam *Rowland v Divall [1923]* 2KB 500 (Pheng & Detta, 2008).

Untuk mengukuhkan lagi tuntutan oleh pembeli di bawah AJB 1957 di atas, pembeli juga boleh merujuk **Akta Perlindungan Pengguna 1999** di bawah **s.34** yang mana terdapat satu jaminan/gerenti bahawa barang yang ditempah mestilah sama seperti yang diperihal. Di bawah seksyen ini, pembeli yang tidak berpuas hati dengan barangan yang diterimanya kerana tidak sama seperti yang diperihalkan boleh menuntut ganti rugi dalam bentuk wang. Untuk tuntutan bawah RM25,000 boleh dibawa ke Tribunal Tuntutan Pengguna sekiranya para usahawan enggan menggantikan barangan yang tidak mengikut perihal itu tersebut dengan yang barang yang baharu.

Seterusnya, terdapat **Akta Komunikasi dan Multimedia 1998** yang mengatur peraturan-peraturan yang berkaitan penggunaan multimedia dalam komunikasi seperti penggunaan internet dan peralatan yang digunakan bagi tujuan tersebut. Seperti yang sedia maklum, jualan atas talian sekarang sudah menjadi normal baharu buat semua usahawan sama ada usahawan baharu atau lama, kecil mahupun besar, bandar ataupun luar bandar. Oleh yang sedemikian, para usahawan perlu menitikberatkan peruntukan akta ini dalam membuat sebarang transaksi atas talian bagi mengelakkan sebarang tuntutan daripada pihak pembeli ataupun pengguna. Sebagai contoh, **s.232** menggariskan kesalahan dalam penggunaan rangkaian internet atau perkhidmatan internet secara penipuan dan **s.233** adalah berkaitan penggunaan perkhidmatan atau rangkaian secara tidak wajar.

Perundangan berkaitan peruntukan halal terdapat di dalam **Akta Perihal Dagangan 2011** dan peraturan yang berkaitan adalah Perintah Perihal Dagangan (Takrif Halal) 2011 dan juga Perintah Perihal Dagangan (Pensijilan dan Penandaan Halal) 2011. Kedua-dua peraturan ini menggariskan secara terperinci syarat-syarat yang perlu dipenuhi oleh setiap usahawan sama ada usahawan tersebut beragama Islam ataupun tidak dalam pengeluaran sijil halal terhadap barangan atau servis yang diguna atau dibeli oleh orang Islam. Pelanggaran syarat-syarat di bawah perundangan ini akan menyebabkan usahawan yang didapati bersalah terpaksa membayar denda yang tinggi (RM5 juta untuk korporat dan RM1 juta untuk bukan korporat) dan berkemungkinan terpaksa dipenjarakan (untuk bukan korporat) untuk jangka masa tidak melebihi tiga tahun.

Banyak lagi perundangan yang relevan buat para usahawan sekalian. Namun apa yang telah diperjelaskan di atas diharap dapat mempersiapkan mereka dalam merancang strategi yang membantu mereka untuk membangun perniagaan mereka dengan lebih baik lagi. Semoga para usahawan sentiasa bertindak berlandaskan perundangan!

~Ignorance of law is no defence~

Rujukan:

1. Pheng, LM & Detta IJ. (2009) *Business Law*. Oxford University Press. Shah Alam, Selangor.
2. *Akta Kontrak 1950* (Cth.) s.2(h) (Malaysia)
3. *Akta Jualan Barang 1957* (Cth.) s.14, s.15, s.16, s.17 (Malaysia)
4. *Akta Perlindungan Pengguna 1999* (Cth.) s.34 (Malaysia)
5. *Akta Komunikasi dan Multimedia 1998* (Cth.) s.232 & s.233 (Malaysia)
6. *Akta Perihal Dagangan 2011* (Cth.) (Malaysia)
7. *M.N.Guha Majumder v R.E.Donough* [1974] 2 MLJ 114
8. *Rowland v Divall* [1923] 2 KB 500

COVID-19: IR 4.0 ADAKAH MASIH RELEVAN BAGI IKS?

DR. HANAFIAH HASIN

Pensyarah Kanan, Fakulti Perakaunan (FPN), UiTM Cawangan Melaka

Apakah Industri 4.0? Menurut Klaus Schwab (2016), pengasas Forum Ekonomi Dunia, menjelaskan tanda-tanda Revolusi Industri Keempat adalah superkomputer, robot pintar, dan kereta tanpa pemandu. IR4.0 sebenarnya merangkumi simulasi dan realiti maya, integrasi sistem menegak dan melintang, industri *Internet of Things* (IoT), keselamatan siber, pengkomputeran awan, pembuatan bahan tambahan, rantai bekalan, analisis data raya dan robot automasi. IR4.0 memberi cabaran baharu kepada semua sektor di negara ini yang memerlukan mereka melakukan perubahan seiring dengan transformasi digital itu untuk kekal berdaya saing. Industri 4.0 adalah revolusi terkini yang akan memberikan lebih banyak kemudahan kepada kehidupan manusia, sambil meningkatkan produktiviti ekonomi, perhotelan, perkhidmatan dan sektor-sektor lain. Namun dalam situasi hari ini adakah Industri 4.0 masih relevan untuk dibincangkan?

Dunia yang seolah-olah berhenti berputar, masih belum berjaya mengendalikan pandemik Covid-19 ini dengan sempurna. Pelbagai inisiatif dilakukan oleh kerajaan bagi memastikan wabak ini dapat dihapuskan segera agar rakyat dapat meneruskan kehidupan seperti biasa. Di antara langkah awal kerajaan ialah seperti mengumumkan Perintah Kawalan Pergerakan (PKP), menyediakan Bantuan Prihatin Nasional dan sinergi kerjasama kerajaan, swasta dan NGO. Menurut laporan Astro Awani bertarikh 29 Julai 2020, lebih 4,500 buah perniagaan telah ditutup dalam tempoh empat bulan penularan pandemik Covid-19 di negara ini seperti yang dilaporkan oleh Timbalan Menteri Perdagangan Dalam Negeri dan Hal Ehwal Pengguna (KPDNKEH) yang mendapat maklumat dari Suruhanjaya Syarikat Malaysia (SSM). Akibat dari pandemik ini, di antara yang sangat terkesan yang dapat dilihat di luar sana ialah pengusaha industri kecil dan sederhana (IKS) apabila majoriti mereka tidak dapat meneruskan urusan niaga mereka seperti biasa. Kita melihat tahap tekanan yang tidak pernah dilihat atau dirasakan sebelum ini. Sebilangan pengeluar ada yang mengalami penurunan permintaan dan tidak kurang juga yang menutup terus perniagaan mereka, namun ada sebahagian industri yang mengalami peningkatan permintaan yang besar seperti mendapat durian runtuh. Boleh dikatakan hampir keseluruhan industri terutamanya IKS dipengaruhi oleh krisis ini dan ini telah memberi ancaman terhadap kemampuan sesebuah perniagaan terutamanya IKS.

Oleh itu adalah dirasakan, IKS tiada pilihan lain selain mengarahkan perniagaan mereka ke arah digital. Kerajaan Malaysia telah memperkenalkan IR4.0 di mana kita semua perlu bersedia mengguna pakai alat telekomunikasi yang canggih terutama kepada IKS yang sangat terkesan dengan pandemik ini. Sebelum krisis, IR 4.0 adalah perkara yang sangat rancak diperkatakan oleh banyak pengeluar mahupun masyarakat di luar sana. Ia adalah isu utama yang diberi penekanan untuk terus berdaya saing di dalam sesebuah industri.

Apabila industri 4.0 mula diperkenal sebelum ini, ramai percaya ia pasti membawa banyak kebaikan bagi pengeluar IKS. Oleh itu, kerajaan telah menyediakan dana untuk IKS bagi sesiapa yang ingin terlibat dengan IR4.0. Namun, dengan apa yang berlaku pada hari ini adalah di luar jangka, tiada sebarang persiapan yang pernah difikirkan oleh IKS mahupun mana-mana pihak di seluruh dunia. Pada ketika ini apa yang menjadi tumpuan bagi kebanyakan pengeluar IKS adalah bagaimana mereka boleh mendapatkan bantuan kewangan

bagi meneruskan pengeluaran produk mereka. Secara tidak langsung pekerja yang diberhentikan sementara akan dapat kembali bekerja seperti biasa. Oleh itu, pengeluar IKS perlu bijak mengatur perbelanjaan pembelian bahan mentah yang lebih teratur seperti membuat pembelian apabila terdapat permintaan ke atas produk yang dihasilkan. IKS juga perlu mencuba kepelbagaian cara pemasaran bagi meningkatkan permintaan ke atas produk yang dikeluarkan oleh mereka. Atas dasar keperluan mendadak ke atas dana untuk meneruskan perniagaan, banyak perniagaan merasakan IR4.0 yang sedang hangat diperkatakan sebelum ini atau mungkin ada yang sudah memulakannya, mula merasakan IR4.0 merupakan aktiviti perniagaan yang tidak penting dan boleh ditangguhkan ke masa hadapan. Bagi IKS apa yang lebih penting pada saat ini adalah isu survival perniagaan itu sendiri, pemulihan dan akhirnya perniagaan dapat dijalankan seperti biasa dalam norma baharu. Matlamat untuk semua pengeluar IKS sekarang adalah untuk sampai ke peringkat perniagaan dapat dijalankan seperti biasa dengan kos terendah dalam memastikan perniagaan yang lebih mampan dan kompetitif.

Di luar sana, kita juga harus mempertimbangkan keadaan ekonomi yang telah terjejas akibat pandemik ini. Berapa lamakah masa yang perlu diambil untuk kembali ke tahap normal seperti sebelum ini. Oleh itu rasanya adalah sangat sensitif pada ketika ini, untuk kita terus membincangkan Industri 4.0 walaupun tidak dinafikan industri 4.0 dapat membantu untuk memulihkan IKS dengan kadar yang lebih pantas. Oleh itu, ini telah menimbulkan beberapa persoalan yang mencabar seperti adakah IR4.0 masih lagi satu topik yang masih relevan lagi untuk dibincangkan pada saat ini? Sedangkan bagi meneruskan pengoperasian perniagaan sahaja IKS sangat memerlukan bantuan kerajaan apatah lagi untuk berada di dalam keadaan mengguna pakai teknologi tinggi seperti AI atau robot automasi yang memerlukan kos perbelanjaan yang lebih tinggi. Walau bagaimanapun, sekiranya ia masih relevan, bagaimanakah caranya untuk ia dapat membantu memulihkan semula IKS yang telah terjejas ketika ini?

Pada hari ini, peranan industri 4.0 telah berbeza dari sebelum ini. Peranannya sekarang sewajarnya lebih kepada memastikan lebih banyak perniagaan dapat bertahan, mempercepatkan fasa pemulihan, mengembalikan perniagaan ke operasi normal secepat mungkin, menyediakan platform untuk mengembangkan perniagaan baharu dan lebih berdaya tahan dalam jangka sederhana hingga panjang. Apa yang patut difikirkan bagaimanakah IR4.0 dapat membantu IKS untuk memulihkan keadaan seperti sedia kala seperti sebelum pandemik Covid-19.

Rujukan

- Azlina Jumadi (2020, November 12). *Mengadaptasi norma baharu ke arah IR4.0*. Retrieved from <https://www.bharian.com.my/rencana/komentar/2020/11/753365/bhplus>
- Dominik T. Matt, Vladimír Modrák, Helmut Zsifkovits (2020). *Industry 4.0 for SMEs: Challenges, Opportunities and Requirements*. Retrieved from <https://link.springer.com/book/10.1007/978-3-030-25425-4>
- Fareez Azman (2020, April 4). *Adakah peniaga IKS Malaysia bersedia memasuki ekonomi digital?* Retrieved from <https://www.astroawani.com/berita-malaysia/adakah-peniaga-iks-malaysia-bersedia-memasuki-ekonomi-digital-236786>

- Klaus Schwab (2016, Jan 14). *The Fourth Industrial Revolution: what it means, now to respond*. Retrieved from <https://www.weforum.org/agenda/2016/01/the-fourth-industrial-revolution-what-it-means-and-how-to-respond/>
- Madiha Abdullah (2020, Ogos 26). *Norma baharu pasca COVID-19 buka ruang terokai IR4.0*. Retrieved from <https://www.astroawani.com/berita-malaysia/norma-baharu-pasca-covid19-buka-ruang-terokai-ir40-256864>
- M. Fairuz (2017, November 6). *Revolusi Perindustrian Keempat*. Retrieved from <http://mohdfairuzmohdyusof.blogspot.com/2017/11/industri-40-ir-40-revolusi.html>
- Nora Mahpar (2019, Jun 23). *Platform digital SME Bank bantu PKS hadapi IR4.0*. Retrieved from <https://www.bharian.com.my/bisnes/lain-lain/2019/06/577235/platform-digital-sme-bank-bantu-pks-hadapi-ir-40>
- Wan Syamsul Amly (2020, Julai 29). *COVID-19: Lebih 4,500 Perniagaan Ditutup Dalam Empat Bulan*. Retrieved from <https://www.astroawani.com/berita-malaysia/covid19-lebih-4500-perniagaan-ditutup-dalam-empat-bulan-253197>

ERA PASCA COVID-19: PERSEDIAAN DAN STRATEGI USAHAWAN

SYAHRINA HAYATI MD JANI

Pensyarah Kanan, Fakulti Pengurusan dan Perniagaan (FPP), UiTM Cawangan Melaka

Pandemik COVID-19 memberi kesan yang amat besar kepada pelbagai sektor apabila kerajaan mengumumkan Perintah Kawalan Pergerakan (PKP) pada 18 Mac 2020 lalu. Rakyat secara drastik mula bekerja dari rumah, sekolah dan institusi pengajian tinggi (IPT) melaksanakan pengajaran dan pembelajaran secara maya dan pelanggan melakukan pembelian dalam talian akibat situasi yang belum pasti akan berakhir dalam tempoh yang singkat.

Bagi usahawan pula, mereka perlu mempersiapkan diri untuk berhadapan dengan senario perniagaan yang jauh berbeza untuk membolehkan mereka kekal berdaya saing, mengekalkan prestasi yang cemerlang dan melonjakkan lagi pendapatan. Sudah pasti setelah berakhirnya COVID-19 ini nanti dijangka akan menyaksikan lebih ramai usahawan yang menggunakan perkhidmatan dalam talian bagi memastikan mereka tidak ketinggalan dan terpinggir. Oleh yang demikian, amat penting bagi mereka berwaspada membuat perancangan dan mengadaptasi perniagaan agar kekal relevan dan berdaya saing tinggi.

Pasca COVID-19 membawa kepada perubahan dalam pendigitalan perniagaan dan perkhidmatan dalam skala yang lebih meluas. Para usahawan perlu menguasai ilmu teknologi digital dan mengambil serius komponen industri revolusi (IR) 4.0 yang merupakan tunjang ekonomi masa hadapan. Mereka perlu mempelajari ilmu baharu berkaitan pengeluaran barangan, penawaran dan permintaan perkhidmatan, teknik pemasaran yang berkesan, pengurusan sumber manusia dan pentadbiran perniagaan bagi memantapkan pengetahuan dalam hal ehwal perniagaan.

Selain itu, usahawan perlu membuat persediaan minda untuk berubah ke minda digital melalui pemantapan sikap, ilmu pengetahuan dan kemahiran digital. Sebagai contoh, portal

<https://www.go-ecommerce.my/> telah membantu seramai 183,290 usahawan digital untuk mempelajari kemahiran e-dagang (BERNAMA, 2020). Tambahan lagi, portal ini sentiasa dikemas kini untuk menyalurkan maklumat semasa kepada para usahawan. Usaha ini juga selaras dengan pelancaran teknologi 5G yang akan dinikmati sepenuhnya mulai tahun 2021 demi menjayakan agenda digital negara.

Pengasas Kumpulan Brainy Bunch, Mohd Fadzil Hashim menyatakan beberapa jenis perniagaan yang dijangka mempunyai peluang besar dan memberi pulangan yang lumayan sekitar era pasca COVID-19 (Nurul Firdaus Khairi, 2020). Antaranya ialah perkhidmatan pembersihan dan pembasmian kuman untuk bangunan dan pejabat; peruncitan komuniti; perkhidmatan penghantaran; produk kesihatan untuk meningkatkan sistem imunisasi tubuh; pembangunan laman sesawang; pengurusan taska/tadika dan sebahagian besar sektor berasaskan keselamatan pengeluaran makanan.

Oleh itu, usahawan harus lebih kreatif dan proaktif untuk merebut peluang yang ada dan mengambil kesempatan ini untuk mengukuhkan semula serta menyelaraskan strategi perniagaan sedia ada bagi memenuhi permintaan pelanggan. Ini secara tidak langsung menggalakkan kemunculan pelbagai bentuk perniagaan yang baharu dan merencanakan semula ekonomi negara.

Faktor sekeliling banyak mempengaruhi sikap dan gaya perbelanjaan pelanggan kerana mereka pasti mengutamakan barangan keperluan atau perkhidmatan yang berasaskan kebersihan, kesihatan, keselamatan dan bekalan makanan asas. Kesemua ini akan menjadi tumpuan pelanggan serta mendapat penawaran dan permintaan yang tinggi. Adalah penting untuk mengetahui ruang perniagaan dalam talian yang dapat membantu meningkatkan jualan serta cara terbaik untuk menyampaikan perkhidmatan dengan mengambil kira kekangan interaksi fizikal dan kelaziman baharu.

Kesimpulannya, usahawan perlu mengatur semula perancangan dan strategi perniagaan bagi memastikan kelangsungan perniagaan dan kekal relevan serta berdaya saing. Usahawan perlu bertindak segera melaksanakan pendigitalan perniagaan selain mengambil peluang menghadiri latihan dan menerima tawaran yang diumumkan oleh agensi seperti Perbadanan Ekonomi Digital Malaysia (MDEC) dan SME Corp. Ini membolehkan para usahawan untuk mendapatkan bantuan kewangan dan bimbingan daripada agensi kerajaan serta perbankan.

RUJUKAN

- BERNAMA. (2020, April 7). *Usahawan Digalakkan Promosi Produk Secara Dalam Talian*. BH Online. Diperoleh daripada <https://www.bharian.com.my/bisnes/lain-lain/2020/04/674152/usahawan-digalakkan-promosi-produk-secara-dalam-talian>
- Malaysia Digital Economy (2020). *Memfaatkan Teknologi Digital untuk Teruskan Kehidupan Sewaktu PKP*. Diperoleh daripada <https://mdec.my/blog/?paged=5>
- Nurul Firdaus Khairi. (2020, April 11). *Coach Fadzil Dedah 20 Perniagaan "Meletop" Beri Pulangan Lumayan Berlandaskan Ekonomi Islam*. Malakat Tribune. Diperoleh daripada <https://www.malakattribunenews.com/2020/04/coach-fadzil-dedah-20-perniagaan-meletop-beri-pulangan-lumayan-berlandaskan-ekonomi-islam/>

ANDA PENGUASAH RESTORAN? AYUH IKUTI LANGKAH INI UNTUK KEKAL BERDAYA SAING!

NORLIDA ZAKIRAI@ZAKARIA¹, NUR FAITHZAH JAMIAN²

Fakulti Pengurusan dan Perniagaan, UiTM Cawangan Melaka

Krisis pandemik Covid-19 yang mula menular dunia pada Disember 2019 memberi kesan kepada pelbagai sektor ekonomi. Peniaga dari pelbagai jenis perniagaan berusaha keras membina strategi baharu bagi agar mampu berdaya saing dan dalam masa yang sama memastikan kelangsungan pendapatan. Antara peniaga yang terjejas teruk akibat krisis pandemik Covid-19 terutamanya apabila Malaysia mengumumkan perintah kawalan pergerakan ialah pengusaha restoran, kedai makan dan juga penjaja makanan.

Menurut ramalan dari *World Health Organization (WHO)*, dunia akan kekal berhadapan dengan krisis pandemik Covid-19 dalam jangka masa 3 hingga 5 tahun (*World Health Organization, 2020*). Ianya satu jangka masa yang panjang dan pelbagai kemungkinan boleh berlaku. Justeru, peniaga sektor makanan perlu mengambil langkah proaktif untuk terus menjana pendapatan dengan memberi fokus mencapai pelanggan walaupun berdepan Perintah Kawalan Pergerakan (PKP). Mereka harus membantu pelanggan merancang dan bersedia mendapatkan perkhidmatan restoran walaupun perlu melalui pelbagai '*standard operating procedure*' (SOP) yang diperkenalkan oleh kerajaan dalam menangani wabak ini. Malah, SOP tersebut mungkin akan lebih diperketatkan lagi pada masa akan datang memandangkan kes positif Covid19 semakin bertambah ketika ini.

Bagi memastikan perniagaan kekal berdaya saing dan masih dapat mencapai pelanggan, beberapa panduan boleh diikuti oleh peniaga restoran antaranya ialah:

- i. Menyalurkan maklumat tentang perubahan yang mempengaruhi restoran secara proaktif.
 - Penggunaan sosial media adalah trend pemasaran terkini yang wajib dipraktikkan oleh semua perniagaan. Ianya merupakan langkah yang tepat kerana kebanyakan pelanggan menggunakan saluran ini untuk mendapatkan informasi. Maklumat perubahan yang berlaku di dalam sistem operasi restoran harus sentiasa dikemas kini untuk memberi impak yang berkesan. Laraskan teks iklan untuk menonjolkan cara restoran membuat perubahan bagi menyesuaikan dengan keadaan semasa.
- i. Penambahan dan pengubahsuaian menu dan atribut makanan yang disediakan di restoran.
 - Pemilik restoran harus lebih kreatif dalam mempelbagaikan menu makanan yang disediakan supaya dapat memberi kepelbagaian pilihan buat pelanggan. Menu bersesuaian untuk seisi keluarga juga boleh dijadikan faktor penting pelanggan memilih restoran. Di samping mempelbagaikan menu, atribut makanan juga boleh ditambah seperti menyediakan makanan sejuk beku, kaedah penghantaran setempat atau pembayaran tanpa tunai bagi memudahkan pelanggan membuat pilihan berdasarkan kehendak mereka.

- ii. Perkhidmatan 'rider' dengan harga cas penghantaran yang berpatutan.
 - 'Rider' merupakan nadi penyambung di antara pelanggan dan restoran apabila perintah kawalan pergerakan diadakan. Walaupun selepas ianya berakhir, pelanggan masih diselubungi kebimbangan untuk makan di luar kerana pandemik ini masih pada tahap membimbangkan. Khidmat 'rider' untuk menghantar makanan kepada pelanggan adalah yang paling sesuai digunakan. Pastikan penghantaran pada kadar yang berpatutan supaya pelanggan tidak merasa terbeban dengan kos penghantaran dan berkemungkinan akan kembali memesan makanan di restoran anda.
- iii. Yakinkan pelanggan dengan kaedah operasi restoran yang selamat dan bersih
 - Pelanggan sangat menitikberatkan kualiti kebersihan dan kesegaran makanan apabila memilih restoran. Pastikan perkara ini diberi perhatian utama di dalam isi kandungan pemasaran media sosial kerana paparan gambar pekerja memakai pelitup muka dan sarung tangan memberi imej kebersihan yang terjamin.
- iv. Kaedah pembayaran tanpa tunai (Parkin, 2020)
 - Peniaga hari ini perlu lebih proaktif dalam menawarkan perkhidmatan bukan sahaja memaparkan produk tetapi perlu lebih seiring dengan perkembangan teknologi terkini untuk kekal bertahan. Salah satu kaedah yang boleh digunakan ialah kaedah transaksi pembayaran tanpa tunai yang semakin popular kini contohnya menggunakan 'Google Pay', 'online payment', pembayaran melalui debit kad atau kredit kad dan juga pembayaran menggunakan 'QR Pay'. Ianya mampu memberi faedah kepada kedua-dua pihak sama ada peniaga atau pelanggan seperti boleh menjimatkan masa, tidak perlu menyediakan wang kecil, pengiraan yang lebih mudah dan juga dapat mengurangkan risiko kecurian.

RUJUKAN:

- Harian Metro. (2020, 26 Mei). *Ramai Sokong Jadi Masyarakat Tanpa Tunai*. Harian Metro Online. Bahan diakses pada 9 November 2020, daripada <https://www.hmetro.com.my/bisnes/2020/05/582551/ramai-sokong-jadi-masyarakat-tanpa-tunai>
- Parkin, J. (2020, Sept 10). *Cashless payment is booming, thanks to coronavirus*. The Conversation. Bahan diakses pada 9 November 2020, daripada <http://theconversation.com/cashless-payment-is-booming-thanks-to-coronavirus-so-is-fiinancial-surveillance-145179>
- World Health Organization (2020, 8 September). *Information for young People*. Bahan diakses pada 9 November 2020, daripada <https://www.who.int/malaysia/emergencies/covid-19-in-malaysia/information/young-people>

BANGKIT, TEKAD DAN KEKAL TENANG KETIKA COVID-19

FADHILAH ZAINAL ABIDIN & SITI AMALINA MOHD YAZID

Pensyarah Kanan, Fakulti Perakaunan (FPN), UiTM Cawangan Melaka



Pandan Mekar Enterprise - bersebelahan Poslaju Tengker di Lorong Pandan

Pandan Mekar Enterprise merupakan sebuah warung kecil yang mula beroperasi sejak tahun 2000. Warung ini yang kini dikenali sebagai '*P.M. Corner*' diusahakan oleh pasangan suami isteri yang turut merupakan alumni UiTM Cawangan Melaka, Encik Mohamad Faisal bin Zainal Abidin dan Puan Haryati binti Mohtar.

Mereka sama seperti peniaga lain, berniaga untuk menjana pendapatan diri; demi keluarga tercinta; demi kelangsungan hidup. Tempoh 20 tahun bertapak dalam dunia perniagaan ini, bukanlah satu tempoh singkat dan pastinya pelbagai jatuh dan banggunya pasangan suami isteri ini telah lalui. Bak kata pepatah - adat berniaga, pasti ada pasang surutnya. Walaupun ada yang berkata '*nak kaya, perlu berniaga*', namun berniaga bukanlah sesuatu yang seindah yang disangka. Jadi, ianya memerlukan kesanggupan dan juga semangat yang cukup tinggi daripada peniaga sendiri.

'Banyak perniagaan perlu mengubah cara mereka menjalankan operasi. Jadi, kita jangan hanya duduk diam, terus merungut dan meratapi kesedihan kerana pandemik ni. Tak akan ke mana. Kita perlu sentiasa merancang, buat analisa, melihat trend dan pastinya seiring dengan doa yang tak putus-putus untuk memastikan status perniagaan dapat dikekalkan walaupun operasi perniagaan terganggu. Pada saya, cabaran terbesarnya adalah apabila aliran tunai masuk perniagaan terhenti, namun aliran tunai yang keluar tidak pernah berhenti; sewa tapak dan pekerja perlu difikirkan' - kata encik Mohamad Faisal.

Bangkitnya *P.M. Corner* di era Covid19 adalah dengan 5 TIPS berikut:

- **Rebrand** - sebelum era Covid19, warung ini mungkin dikenali dengan warung sebelah pejabat pos. Namun kini, Encik Mohamad Faisal bertindak untuk *rebrand* warung ini kepada - *P.M. Corner* - seiring dengan konsep pelanggan dan pemasaran zaman sekarang. Byrne (2013) turut menyatakan penjenamaan semula membolehkan seseorang mengubah cara, misalnya perubahan fungsi dalaman, atau perubahan nama syarikat. Jadi mudah untuk pelanggan untuk ingat. Apa-apa *P.M.*!

- **Menu baru** – sepanjang 20 tahun menyajikan makanan pagi, dan nasi lauk campur untuk makanan tengah hari, Encik Mohamad Faisal kini bangkit dengan menu baru seperti Roti Sarang Burung dengan pilihan ayam, daging, kambing dan sotong yang sangat sesuai dengan selera pelanggan terkini. Selain itu, terdapat juga menu baru seperti Roti Telur Gegau Special dan Roti Hamlet untuk sarapan pagi.



- **Ambience** – pernah terfikir kenapa kebanyakan logo restoran berwarna merah? Dari kajian Omar, Ariffin dan Ahmad (2015), suasana restoran memainkan peranan penting dalam mewujudkan imej restoran, dan untuk menarik pelanggan untuk menjamu selera. Oleh itu, Encik Mohamad Faisal tekad untuk menukar suasana dalam warung dan *signboard* makanan dengan warna merah. InsyaAllah boleh bertambah-tambah pesanan pelanggan nanti!



- **Operasi perniagaan** - Kini P.M. Corner dibuka setiap hari dengan ketetapan masa seawal 7.30 pagi sehingga 3.00 petang. Oleh kerana corak pelancongan di era Covid19 tidak menentu, Encik Mohamad Faisal membuat keputusan untuk berniaga setiap hari di samping para pekerja juga boleh mendapat gaji yang lebih berbanding dulu.
- **Media sosial** - Wabak Covid-19 sekarang membuatkan lebih ramai orang akan meluangkan masa dengan media sosial. Oleh itu, Encik Mohamad Faisal mewujudkan Facebook *fanpage* P.M. Corner untuk mengemas kini aktiviti dan menu serta ia turut memudahkan capaian dari para pelanggan. Ianya sangat berpadanan dengan apa yang dibincangkan oleh Kim, Koh, Cha dan Lee (2015, p. 44) di mana media sosial menjadi sangat penting dalam komunikasi antara pemilik restoran dan pelanggan tetap mahupun bakal pelanggan.

Encik Mohamad Faisal mengakhiri kata dengan 'walaupun ada 1001 usaha, tetapi tidak menjaga solat dan tidak bersungguh-sungguh berdoa, tidak berguna dan tiada keberkatan kerana itulah salah satu cara kita menjaga hubungan kita dengan Maha Pencipta; yang pemberi rezeki. Semoga pandemik Covid19 ini akan segera berlalu pergi dan kita sama-sama dilindungi Allah SWT'.

Jangan lupa ke P.M. Corner ya! bersebelahan Poslaju Tengkeru di Lorong Pandan, Melaka.

Rujukan:

- Byrne, J. (2013). *Rebranding and Repositioning: The Kentucky State Parks Restaurants*. TopSCHOLAR®. https://digitalcommons.wku.edu/stu_hon_theses/430/
- Kim, S., Koh, Y., Cha, J., & Lee, S. (2015). Effects of social media on firm value for U.S. restaurant companies. *International Journal of Hospitality Management*, 49, 40–46. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2015.05.006>
- Omar, M. S., Ariffin, H. F., & Ahmad, R. (2015). The relationship between restaurant ambience and customers' satisfaction in Shah Alam Arabic Restaurants, Selangor. *International Journal of Administration and Governance*, 1(4), 1-8.

CITARASA BELANGKAS: PERNIAGAAN MIKRO YANG UNIK DAN KALIS PANDEMIK COVID-19?

RAHAYU MOHD SEHAT

Pensyarah Kanan, Fakulti Perakaunan (FPN), UiTM Cawangan Melaka

MAZLAN BIN SALLEH

Pensyarah Kanan, Fakulti Sains Komputer Dan Matematik (FSKM), UiTM Cawangan Melaka

Pernahkah anda menikmati menu belangkas? Nama saintifiknya, *tachypleus gigas* merupakan hidupan laut yang jarang ditemui melainkan bagi mereka yang tinggal berhampiran dengan kawasan pantai. Boleh jadi antara kita ada yang langsung tidak pernah mengenali bentuknya. Bentuk badannya mirip kepada 'ketopong besi' tentera dan juga mempunyai ekor yang panjang dan tajam (Mohd Sabran & Essa, 2017).

Kami ingin berkongsi tips dari sedikit pembacaan dan temu bual ringkas bagaimana Azizi, usahawan mikro, pemilik Citarasa Belangkas meneruskan perniagaannya, di sepanjang tempoh Perintah Kawalan Pergerakan (PKP) sehinggalah kepada Perintah Kawalan Pergerakan Pemulihan (PKPP). Menurut beliau, jualan belangkas laris di kedainya. Ini disebabkan keenakan telurnya yang disediakan mengikut pelbagai menu masakan dan juga perubahan aliran selera bagi pengunjung restoran nelayan. Perniagaannya masih bertahan walaupun terdapat sedikit penurunan jumlah jualan. Tips yang boleh dikongsikan ialah:

1. Masak dengan 'empati'

Sebagaimana menyediakan masakan untuk keluarga, begitu jugalah sepatutnya memasak untuk jualan. Kejujuran menjemput keberkatan. Azizi berbakat dalam masakan. Beliau bersyukur kerana dibimbing ibunya sendiri dalam ilmu masakan. Bekalan belangkas yang

diterima daripada peraih adalah berdasarkan keperluan sahaja bagi menjamin kesegaran dan keenakan hidangan kepada pelanggan.

2. Ketahui dan hargai pelanggan

Peniaga sangat-sangat memerlukan pelanggan. Beliau menyenaraikan pelanggan yang menjadi pelanggan setia. Layanan cekap, bersih, serta menu sihat adalah di antara penarik pelanggan berkunjung semula ke premis kita. Azizi sentiasa melebihkan hidangan atau memberi hadiah menu sampingan percuma pada pelanggan setia. Secara tidak langsung mereka akan menjadi agen pemasaran tanpa kos berdasarkan pengalaman manis ketika berada di premisnya. Menurutnya, pelanggan setia sudah mengetahui mereka boleh menikmati dua menu bagi seekor belangkas segar. Sebahagiannya dimasak berkuah, iaitu masak lemak atau masak lemak berempah dan sebahagian lagi dibuat sambal goreng. Apabila dimakan bersama nasi panas, bertambah-tambah selera pelanggan.

3. Pelajari ilmu pemasaran digital

Kemudahan internet telah memberi kesempatan ke atas pemasaran tradisional kepada digital. Pelbagai platform media sosial tersedia untuk kemudahan peniaga. Daftarkan perniagaan anda di *Google My Business*. (Lee Y.T, 2020). Ianya servis percuma yang membantu anda menguruskan profil anda di *Google*, *Instagram* dan *FB Group* penting untuk membina imej yang kukuh untuk jenama produk. Teknik pemasaran digital yang digunakan amat mudah untuk menjana maklumat seperti *likes*, *followers*, lebih-lebih lagi setelah mengetahui kumpulan sasaran pelanggan. Amat penting dan lebih utama bukanlah medium itu tetapi bahan-bahan untuk dimuat naik di dalam pemasaran digital. Kualiti penulisan artikel, penyediaan video, reka bentuk dan infografik haruslah tulen, jelas dan menarik bagi meningkatkan kepercayaan pelanggan. Buat masa ini, Azizi menggunakan *WhatsApp* dan *Facebook* sebagai medium pemasaran.

4. Khidmat penghantaran dan prosedur operasi standard (SOP)

Penghantaran makanan dari dapur terus ke pintu rumah pelanggan terus mendapat permintaan tinggi bagi pengusaha makanan. Tempahan makanan atas talian dilihat menepati kriteria utama untuk membolehkan masyarakat terus kekal di rumah. Bagi meningkatkan tahap keselamatan dan kebersihan makanan, pengusaha digalakkan mengamalkan sistem pembayaran tanpa tunai bagi mengelakkan sentuhan ketika penyerahan makanan. Penggunaan topeng muka, sarung tangan, kebersihan tangan serta pemeriksaan suhu pada *rider* mesti dilakukan supaya terhindar dari sebarang wabak. Keperluan semasa penghantaran makanan haruslah dipatuhi. Di antaranya memastikan bungkus makanan tidak terbuka atau bocor,

beg termal dalam keadaan bersih, dan ditutup rapi, masa makanan disediakan dinyatakan pada bungkusan makanan (Jabatan Penerangan Negeri Sabah, 2020). Buat masa ini, Azizi sendiri menjadi *rider*. Beliau akan memastikan perancangan teliti dilaksanakan supaya tiada kelewatan penyediaan dan penghantaran makanan. Secara tidak langsung, ianya menjana pendapatan tambahan.

5. Bimbingan mentor dan sokongan

Usahawan mikro disarankan mencari pembimbing atau mentor yang boleh dijadikan rakan kerana ia adalah kaedah yang bijak untuk berjaya dalam perniagaan (Zaiti Satibi, 2018). Selain membantu usahawan mencapai matlamat dalam perniagaan, mereka turut menjadi rujukan termasuk memberi khidmat nasihat dalam urusan perniagaan serta dunia keusahawanan. Ini penting bagi mengelakkan risiko kesilapan. Kerajaan turut menawarkan konsultasi percuma, latihan dan tunjuk ajar kepada usahawan untuk berkongsi isu dan cabaran yang dihadapi di bawah Kementerian Pembangunan Usahawan dan Koperasi (MEDAC), Institut Keusahawanan Negara, Suruhanjaya Koperasi Malaysia dan Institut Kemahiran Mara dan lain-lain lagi.

Sebagai kesimpulan, usahawan perlu mengenali kekuatan dan kelemahan diri. Bukan mudah untuk berniaga ketika ini. Teruskan usaha gigih, tidak berputus asa serta bawalah idea kreatif, unik bagi survival di musim pandemik.

Rujukan

- Bahagian Keselamatan dan Kualiti Makanan (2020, April 24). Panduan Keselamatan Makanan: Keperluan Semasa Penghantaran Makanan. Kementerian Kesihatan Malaysia. Diperoleh daripada <http://fsq.moh.gov.my/v6/xs/page.php?id=441000617>
- Mohd Sabran Md Sani dan Essa Abu Yamin (2017, April 22). Belangkas bernilai tinggi. Harian Metro. Diperoleh daripada <https://www.hmetro.com.my/mutakhir/2017/04/225305/belangkas-bernilai-tinggi/>
- Yee Lin Thum (2020, Jun 1). 7 Tips Marketing Online Untuk Tingkatkan Sales Bisnes Kecil Anda 2020. Storehub. Diperoleh daripada <https://www.storehub.com/blog/tips-online-marketing/>
- Zaitie Satibi (2018, Januari 15). Bimbingan mentor lonjak hasil bisnes. Harian Metro. Diperoleh daripada <https://www.hmetro.com.my/hati/2018/01/303744/bimbingan-mentor-lonjak-hasil-bisnes>



Gambar 1: Azizi, usahawan mikro Citarasa Belangkas.

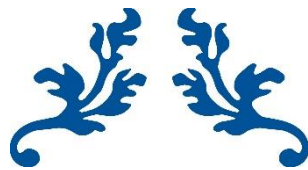
menu
CitaRasa Belangkas

📞 Azizi - 014-712 7832 / Fouziah - 017-673 7390
📍 Azizi Buyaman 📍 Kg Nelayan K.Linggi

Menu Special		Me	
Belangkas Masak Lemak (1 Ekor)	RM25.00	Nasi Putih	
Belangkas Lemak Berempah (1 Ekor)	RM25.00	Nasi Goreng Kampung	
Belangkas Sambal (1 Ekor)	RM25.00	Nasi Goreng Cina	
		Nasi Goreng Udang	
		Nasi Goreng Sotong	
		Nasi Goreng Seafood	
		Nasi Goreng Pataya	
		Nasi Goreng Penyet	
		Nasi Goreng Ayam Penyet	
		Nasi Goreng Ayam	
		Nasi Goreng Paprik	
		Nasi Goreng USA	

Menu Ketam	
Lemak Ketam	RM15.00
Sambal Ketam	RM12.00
Ketam Goreng Kuryit	RM12.00
Ketam Tepung	RM12.00
Sun Ketam	RM10.00

Gambar 2: Harga semasa menu masakan belangkas di Citarasa Belangkas.



SINERGI KEUSAHAWANAN

Sinergi Ilmu Menjana Ekonomi Baharu



Malaysian Academy of SME and Entrepreneurship Development
MASMED



UNIVERSITI
TEKNOLOGI
MARA

Cawangan Melaka



MASMED
Malaysian Academy of SME &
Entrepreneurship Development

eISSN 2735-0185



9 772735 018001