

INFO US\$AHAWAN

usahawan pemacu ekonomi mapan

EDISI 25

ISSN 1823-6421



TERBITAN EDISI 25: MEI - JUN 2022

PENAUNG

DR ROSMAN MAHMOOD

CHIEF EDITOR / KETUA EDITOR

PUAN NIK FAZLIN HIRYATI NIK JAAFAR

MANAGING EDITOR / EDITOR URUSAN

CIK NOORMALINJASARI ALI

EDITOR

PUAN SUZILA SALLEH
PUAN NASIHA ABDULLAH
PUAN NORHAYATI HUSIN
PUAN ROSEZIAHAZNI ABD GHANI
PUAN 'ATIQAHA RASHIDAH ABU SAMAH
PUAN HASMIDA MOHD NOOR
PUAN RASLINA MOHAMED NOR
PUAN SITI FATIMAH MARDIAH HAMZAH
ENCIK WAN AHMAD KHUSAIRI WAN CHEK

DESIGNER / PEREKABENTUK

ENCIK ABDUL RANI JUSOH
PUAN NOOR HAFIZA MOHAMMED



Kandungan

Artikel	MS	Artikel	MS
Coret-coret Ketua Pengarang	...1	Pembangunan Keusahawanan Mahasiswa Melalui	
Catatan Editor Urusan	...2	Makmal Peruncitan Universiti	...30
Siti Khadijah's (SK) Success Story	...3	Sonian Ramadan Berhemah 1443	...31
Manfaat Media Seni dalam Ketengahkan Bakat Seni		Strategi Jualan Usahawan Pintar	...32
Lukis untuk Usahawan Seni	4-5	Strategi Pemasaran Usahawan Perusahaan Kecil	
Pengurusan Risiko Perniagaan dalam kalangan Perusahaan		dan Sederhana (PKS) di Eta Endemik	...33
Kecil dan Sederhana (Pks) melalui Insurans atau		Kelebihan Menggunakan POS kepada PKS	...34
Takaful Perniagaan	6-7	Kopitiam: Legasi Gastronomi Keluarga Malaysia	...35
Ancaman kepada Rekod Kewangan		Usahawan Alumni Dan Buku Ajaib	...36
(Bahagian Ke 8)	...8	Usahawan dan E dagang Semasa Pandemik	
You Deal With Us, You Deal With the Best	...9	Covid19	...37
Nasi Ganja	...10	Usahawan Kampus : Ada Rasa, Tak Punya Masa	...38
Biar Kecil Janji Stabil: KAPIT KAPIT		Usahawan Kopi Separuh Masa: Betul ke Mudah?	...39
Multilicious	...11	Hijrah dan Rahsia Usahawan Berjaya Siri 5:	
Social Media Influencers and Digital Economy:		Ayuh para usahawan! Perkasakan diri dan perniagaan	
Moving Forward	12-13	anda. Jom amalkan "A-Z	...40
Cabaran Perniagaan Perhotelan Semasa Pandemik	...14	Wahai Bangsaku.."Moh Jadi Usahawan"	...41
Kepentingan dan Kewajiban Hubungan Pekongsi		Profil Siswapreneur UiTM Cawangan Pahang Kampus	
antara Satu Sama Lain dalam Perniagaan		Jengka	...42
Perkongasian	...15	Usahawan Alumni : Dari Pelayan ke Pengusaha Restoran	...43
Kerang Rebus Public Phone	16-17	Strategi Keusahawanan Mampan di Kalangan Perusahaan	
Keusahawanan Sosial di Era Pandemik dan		Kecil dan Sederhana (PKS)	...44
Endemik	...18	Adaptasi Teknologi dan Inovasi dalam Perniagaan	...45
Komuniti Kampung Manfaatkan Latihan		Riderunner: Memacu Penggerak Ekonomi Setempat	...46
Keusahawanan	...19	Usahawan Siswa: Memanfaatkan Usia Muda	...47
Keusahawanan di Kalangan Mahasiswa: Pelan		Manfaat 'Service', Pembayaran Beli Dahulu bayar	
Tindakan Keusahawanan IPT 2021-2025	...20	Kemudian kepada Usahawan Digital	...48
Kopitalk Coffee Menerjah Bumi Kanggaru	21-22	Usahawan Perlu Contohi Budaya Pengurusan	
Licik Kejar Peluang Ciri Usahawan Berjaya	...23	Restoran Mamak	...49
Start-up Pelancongan Pintar sebagai Laluan Kerjaya		Menerapkan Gaya Tiki Taka Dalam Perniagaan	...50
Graduan Pelancongan	...24	The Uniqueness of Family Business	...51
Menjana Pendapatan Sampingan di Kalangan Pelajar	...25	Kajian Memahami Tingkahlaku Pengguna	
Mijies Café & Nursery : Wajah Usahawan Siswa Kental	...26	dalam Meningkatkan Kemajuan Ekonomi Usahawan	...52
Keuntungan Tanpa Sedar, Strategi Perniagaan		Uncertain External Environment: Business Need	
Alumni	27-28	to Cope Quick	...53
Dreamy Makmur: A Taste of Cloud 9	...29	Usahawan Dalam Keadaan Bahaya Bila...	...54

Start-up pelancongan pintar sebagai laluan kerjaya graduan pelancongan

Syarikat pemula (start-up) pelancongan pintar (smart tourism) menjadi strategi serampang dua mata iaitu sebagai pembekal teknologi kepada operator kecil dan sederhana pelancongan ke peralihan digital, serta sebagai laluan kerjaya mampan kepada graduan pelancongan Malaysia. Pertubuhan Pelancongan Dunia (UNWTO) telahpun mewujudkan ekosistem bagi start-up pelancongan seperti penganjuran UNWTO Tourism Start-up Competition bagi mencari start-up pelancongan yang inovatif.

Budaya perniagaan baru (start-up) telah lama menjadi tunjang ekonomi di negara-negara maju seperti Amerika di mana 15.4% daripada populasi mereka menceburi dalam syarikat pemula (start-up). Syarikat pemula (Start-up) milikan Asia Tenggara telah merekodkan jumlah tertinggi pelaburan pada tahun 2021 pada nilai \$25.7 billion. Malaysia antara negara terawal dalam kalangan negara Asia Tenggara yang membuat pelaburan dalam ekonomi digital namun bilangan syarikat pemula berasaskan digital di Malaysia masih rendah berbanding negara jiran seperti Indonesia dan Singapura.

Digitalisasi pelancongan dilihat sebagai penyelesaian kepada arah aliran atau trend konsumsi pasca-pemulihan sektor pelancongan Malaysia. Trend pasaran pelancongan domestik pada masa kini menjurus kepada pelancongan berkumpulan sama ada kumpulan yang melancong bersama keluarga atau konvoi bersama rakan-rakan. Kumpulan pelancong ini mahukan aktiviti pelancongan tersuai (customise) kepada kumpulan mereka. Sebagai contoh, teknologi seperti panduan maya (virtual guide) dapat menjana informasi dan memberi cadangan tempat dan aktiviti-aktiviti menarik mengikut minat individu.

Pelancongan pintar dapat menyelesaikan masalah permintaan dan penawaran oleh operator pelancongan tempatan dengan menganggar permintaan dengan lebih tepat pada satu-satu masa. Dalam konteks ini, keupayaan teknologi sesebuah destinasi, tarikan, atau pelancong itu sendiri diistilahkan sebagai pelancongan pintar. Sebagai contoh, penggunaan geolokasi, penandaan (tagging), dan pendedahan (mentions) di media sosial dapat membawa pelancong ke satu-satu lokasi. Pada masa yang sama, para operator pelancongan dapat memantau proses pengeluaran perniagaan mereka.

Di sini, graduan pelancongan dilihat boleh memainkan peranan sebagai usahawan pemula (start-up) pelancongan pintar dengan bertindak sebagai penyedia perkhidmatan platform digital bagi pelancongan domestik. Ini dapat merapatkan jurang dalam kalangan operator kecil dan sederhana pelancongan melalui transformasi digital. Minat Generasi Y dan Generasi Z terhadap teknologi pintar dan gamifikasi boleh digilap bagi mencetuskan budaya start-up pelancongan pintar dalam kalangan graduan pelancongan.

Dengan ini juga, strategi untuk meningkatkan kapasiti modal insan berdasarkan Dasar Pelancongan Negara 2020-2030 dapat dimanifestasikan melalui penglibatan pemegang taruh seperti institusi pengajian tinggi, Perbadanan Kemajuan Multimedia (MDEC), dan pelabur untuk menyediakan ekosistem yang menyokong aktiviti start-up pelancongan pintar. Ekosistem perniagaan yang berkesan dapat memadamkan idea, bakat, dan pelaburan seiring dengan kemajuan dalam pelancongan pintar dan seterusnya menyokong misi Malaysia ke arah menjadi bandar raya pintar.

Rujukan

- [1] World Tourism Organization. (n.d.). UNWTO tourism startup competitions <https://www.unwto.org/unwto-startup-competition#:~:text=The%20UNWTO%20Global%20Rural%20Tourism,%2C%20scholarship%2C%20and%20networking%20opportunities>
- [2] Statista Research Department. (2022, January 7). North American startups - statistics & facts. Statista. https://www.statista.com/topics/4734/startups-in-north-america/#topicHeader_wrapper
- [3] Iwamoto, K. (2022, January 31). Gold rush: ASEAN startup fundraising more than doubled in 2021. Nikkei Asia. https://asia.nikkei.com/Spotlight/Market-Spotlight/Gold-rush-ASEAN-startup-fundraising-more-than-doubled-in-2021?utm_campaign=IC_asia_daily_free&utm_medium=email&utm_source=NA_newsletter&utm_content=article_link&del_type=1&pub_date=20220131190000&seq_num=2&si=19107692
- [4] Sarma, A., & Seah, J. (2021, August 30). Malaysia's startup world: Underrated, untapped and unknown. Digital News Asia. <https://www.digitalnewsasia.com/insights/malysias-startup-world-underrated-untapped-and-unknown>
- [5] de la Flor, C. S. (2019, July 18). 6 Brands Opting for a Personalized Travel Experience. We Are Marketing. <https://www.waremarketing.com/blog/importance-creating-personalized-travel-experiences.html>
- [6] Akgis İlhan, Ö. (2021). The Rise of Digitalization in the Tourism Industry During COVID-19: Cyber Space, Destinations, and Tourist Experiences. In M. Demir, A. Dalgıç, & F. Ergen (Eds.), Handbook of Research on the Impacts and Implications of COVID-19 on the Tourism Industry (pp. 843-862). IGI Global. <https://doi.org/10.4018/978-1-7998-8231-2.ch041>
- [7] Kementerian Pelancongan, Seni dan Budaya. (2020, December 23). Dasar Pelancongan Negara (DPN) 2020 - 2030. <https://www.motac.gov.my/muat-turun/category/114-dasar-pelancongan-negara-dpn-2020-2030>

Nur Aliah Mansor¹, Rizalnihani Abdul Razak², dan Siti Salina Saidin¹

¹Fakulti Hospitaliti, Pelancongan dan Kesejahteraan, UNIVERSITI MALAYSIA KELANTAN, Kota Bharu, Kelantan.

²Fakulti Perniagaan dan Kewangan, UNIVERSITI TUNKU ABDUL RAHMAN, Kampar, Perak.

*Koresponden: aliah.m@umk.edu.my

