

INFOUSAHAWAN



UNIVERSITI
TEKNOLOGI
MARA

Cawangan Terengganu



MASMED
Malaysian Academy of SME and
Entrepreneurship Development

Prospek Keusahawanan :Karier Utama Mendepani Pasca COVID-19

Oleh Shahariah Harun, Syafini Muda @ Yusof, Noorimah Misnan & Wan Mardiana Wan Musa

JABATAN UNDANG-UNDANG, UNIVERSITI TEKNOLOGI MARA TERENGGANU, KAMPUS DUNGUN

Baru baru ini, Pelan Jana Semula Ekonomi Negara (PENJANA) telah diumumkan oleh Perdana Menteri, Tan Sri Muhyiddin Yassin, yang melibatkan nilai RM35 bilion bagi memastikan kesejahteraan ekonomi Malaysia. Ia persediaan awal membantu rakyat mengharungi era pasca COVID-19, sekali gus membuktikan kerajaan sangat menitikberatkan nilai keusahawanan dengan memfokuskan usahawan dan peniaga perusahaan kecil dan sederhana (PKS). Ini termasuk Pembiayaan Mikro PENJANA dengan kerjasama Bank Simpanan Nasional (BSN) dan TEKUN Nasional bagi usahawan terjejas teruk akibat COVID-19.

Dalam merealisasikan hasrat kerajaan dalam PENJANA ini, rakyat disarankan agar membuat persediaan awal dari segi pengurusan kewangan diri dalam menghadapi era pasca COVID-19 bermula penghujung tahun ini. Ini adalah berdasarkan jangkaan 2.4 juta orang akan menganggur memandangkan banyak sektor tidak berupaya membayar gaji pekerja dan mengalami kerugian teruk berdasarkan laporan Institut Penyelidikan Ekonomi Malaysia (MIER).

Justeru itu, keusahawanan dilihat sebagai satu alternatif terbaik dan pilihan utama bagi rakyat mengurangi bebanan kos sara hidup. Rakyat tidak perlu risau jika perancangan kewangan keluarga dibuat dari sekarang dalam menghadapi masalah ekonomi yang akan melanda di seluruh dunia. Bakal usahawan perlu bijak mencari peluang mengembangkan perniagaan. Berdasarkan laporan Global Entrepreneurship Monitor, Thailand antara negara paling ramai bilangan usahawan dan peniaga di dunia selepas Uganda yang dapat membantu meringankan kos sara hidup serta bebanan hutang.

Sebagai inisiatif permulaan, para usahawan adalah disarankan agar mengusahakan premis makanan, pertanian, penternakan, pelancongan serta pakaian secara kecil-kecilan, sekurang-kurangnya dapat memenuhi keperluan asas hidup dan menampung perbelanjaan. Seterusnya, ia bukan sahaja dapat meningkatkan taraf hidup individu dan masyarakat, malah menyumbang kepada peningkatan ekonomi negara. Jika sebelum ini, keusahawanan adalah pilihan terakhir dalam sektor pekerjaan, kini ia berubah apabila menjadi pilihan utama rakyat menjelang pasca COVID-19.

KANDUNGAN

2 PRINSIP PERNIAGAAN YANG DIAMALKAN OLEH NABI MUHAMMAD SAW	3
PANDEMIK MEMBAWA CARA KERJA BARU BAGI PARA	5
BEKERJA DARI RUMAH: PELUANG DAN CABARAN	6
KEK CINTA DUNGUN - PAKAR KEK EKSLUSIF ANDA	9
KONTRAK DALAM KEUSAHAWANAN: KETENTUAN, KEIZINAN BEBAS & KEESAHAN UNDANG	11
MEMUPUK KEMAHIRAN KEUSAHAWANAN DI KALANGAN PELAJAR PENGIMEJAN PERUBATAN UITM	12
AR-RAHNU: SOLUSI MIKRO KREDIT DI KALA PANDEMIK	14

MENARIK DI DALAM EDISI 20

- [Apa itu AirBnb? Boleh Jana duit melaluinya, betul ke?](#)
- [Mengapa Kedudukan Jenama Penting Kepada Perniagaan Anda?](#)

Sambungan dr ms1



Rakyat haruslah bijak mencari dan merebut peluang memulakan perniagaan, sekaligus memanfaatkan sumber pendapatan baharu untuk kelangsungan hidup di masa hadapan.



Selama ini keusahawanan menjadi pilihan terakhir selepas gagal mendapatkan pekerjaan lain yang dianggap lebih stabil dan membanggakan. Ramai beranggapan usahawan dan peniaga kecil tidak sehebat pekerjaan lain serta dipinggirkan kerana tidak mempunyai pendapatan tetap. Namun, COVID-19 telah memberi tumpuan hebat kepada rakyat Malaysia yang berfikir sedemikian untuk mengubah mentaliti terhadap keusahawanan yang selama ini dianggap tidak stabil kepada pekerjaan lumayan dan sekaligus menjadi sumber pendapatan untuk menampung keperluan hidup.

Amalan penjarakan sosial, dilihat memberi peluang keusahawanan dan perniagaan kepada rakyat terutama berteraskan teknologi, aplikasi, kesihatan, pakej keperluan peralatan perlindungan diri (PPE), perkhidmatan penghantaran makanan dan barang, penyediaan makanan dari rumah serta pendidikan secara dalam talian. Ramai pemilik restoran dan kedai makan menyifatkan medium perniagaan menerusi perkhidmatan penghantaran makanan sangat membantu dalam meningkatkan hasil jualan perniagaan. Permintaan tinggi membantu perniagaan restoran dan pemilik kedai berjalan lancar walaupun terpaksa mengamalkan etika penjarakan sosial.

Di samping itu, impak COVID-19 memperlihatkan usaha kerajaan selama ini ke arah Revolusi Perindustrian Keempat (IR 4.0) membabitkan teknologi automasi, tepat dan bukan sia-sia. Ini membuka

mata masyarakat mengenai peranan sains dan teknologi. Pada masa hadapan, masyarakat akan lebih menghargai produk berteraskan sains dan teknologi. Hakikatnya, negara ini kekurangan usahawan teknoprenur dalam menghasilkan produk berasaskan sains dan teknologi. Oleh itu, peluang keusahawanan dalam bidang ini wajar diterjemahkan mengikut bidang dan kreativiti masing-masing. Selain itu, sektor kesihatan turut menyediakan peluang keusahawanan dan perniagaan sangat luas antaranya pembuatan keperluan PPE bagi barisan hadapan.

Kesimpulannya, pelbagai usaha kerajaan telah dipraktikkan dalam membantu usahawan, antaranya melalui kerjasama Kementerian Pembangunan Usahawan dan Koperasi (MEDAC) dengan syarikat teknologi tempatan untuk solusi dan inisiatif digital bagi membantu usahawan serta syarikat perniagaan mendepani situasi pasca COVID-19. Rakyat haruslah bijak mencari dan merebut peluang memulakan perniagaan, sekaligus memanfaatkan sumber pendapatan baharu untuk kelangsungan hidup di masa hadapan.

Rujukan

1. <https://www.bharian.com.my/rencana/komentar/2020/06/697726/keusahawanan-pilihan-utama-mendepani-pasca-covid-19>
2. <https://www.bharian.com.my/kolumnis/2020/06/701831/memperkasa-wanita-dalam-pelancongan-pasca-covid-19>
3. <http://www.astroawani.com/berita-malaysia/prospek-industri-pelancongan-pasca-covid-19-243767>
4. <https://www.tourism.gov.my/media/view/motac-lakar-pelan-tindakan-strategik-untuk-memperkasa-industri-pelancongan-yang-terjejas-berikutan-impak-wabak-covid-19>

2 Prinsip Perniagaan Yang Diamalkan Oleh Nabi Muhammad SAW

Dr. Mohd Shukri Mohd Senin¹

¹ACADEMY OF CONTEMPORARY ISLAMIC STUDIES,
UNIVERSITI TEKNOLOGI MARA, CAWANGAN JOHOR,
KAMPUS PASIR GUDANG, JOHOR, MALAYSIA

*Email Penulis:shukrisenin@uitm.edu.my



Nabi Muhammad SAW merupakan seorang ahli perniagaan dan usahawan yang berjaya. Baginda SAW telah berkecimpung di dalam arena perniagaan dan keusahawanan selama lebih kurang 25 tahun sebelum Baginda SAW menerima wahyu daripada Allah SWT dan selama itulah Baginda SAW sentiasa mengecapi kejayaan di dalam perniagaan yang dijalankan. Nabi Muhammad SAW telah memberikan teladan dan ilmu-ilmu berkaitan selok belok perniagaan yang lengkap Baginda SAW telah mewariskan kesemua khazanah keilmuan termasuklah ilmu berkaitan perniagaan di dalam al-Quran dan al-Hadis. Dua sumber inilah sebagai garis panduan perniagaan yang menjadi asbab kepada perolehan keberkatan di dunia dan jua akhirat.

Terdapat banyak prinsip-prinsip berkaitan perniagaan yang dianjurkan oleh Islam dan terbukti memelihara kemaslahatan semua pihak yang terlibat di dalam perniagaan. Di dalam artikel ringkas ini, penulis hanya akan menyatakan 2 sahaja prinsip utama yang semestinya diaplikasikan dan diterapkan di dalam pelaksanaan perniagaan iaitu pertamanya ialah **saling meredhai (suka sama suka)** sebagaimana di dalam surah al-Nisa' ayat 29 yang bermaksud :

“Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu makan (gunakan) harta-harta kamu sesama kamu dengan jalan yang salah (tipu, judi dan sebagainya), kecuali dengan jalan perniagaan yang dilakukan secara suka sama suka di antara kamu.....”.

Prof. Dr. Wahbah Zuhaili di dalam kitab tafsirnya Tafsir al-Munir menyatakan bahawa maksud “saling meredhai” di sini adalah saling meredhai hanya dalam lingkungan perkara-perkara yang dibenarkan oleh syariat Islam sahaja. Saling meredhai di dalam perniagaan yang mempunyai unsur perkara-perkara yang tidak dibenarkan oleh syariat Islam seperti riba’ adalah tidak dibenarkan bahkan hukumnya adalah haram sekalipun kedua-dua pihak yang terlibat di dalam transaksi perniagaan bersetuju mengenainya. Oleh itu, kesemua pihak yang terlibat dengan perniagaan wajib menjauhi perkara-perkara tersebut supaya unsur saling

meredhai sebagaimana yang dinyatakan adalah bertepatan dengan maksud sebenar yang dikehendaki melalui firman Allah tersebut.

Kedua ialah **larangan melakukan riba** sebagaimana di dalam surah al-Baqarah ayat 275 yang bermaksud :

Orang-orang yang memakan (mengambil) riba itu tidak dapat berdiri betul melainkan seperti berdirinya orang yang dirasuk Syaitan dengan terhuyung-hayang kerana sentuhan (Syaitan) itu. Yang demikian ialah disebabkan mereka mengatakan: "Bahawa sesungguhnya berniaga itu sama sahaja seperti riba". Padahal Allah telah menghalalkan jual-beli (berniaga) dan mengharamkan riba. Oleh itu sesiapa yang telah sampai kepadanya peringatan (larangan) dari Tuhannya lalu ia berhenti (dari mengambil riba), maka apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum pengharaman itu) adalah menjadi haknya, dan perkaranya terserahlah kepada Allah. Dan sesiapa yang mengulangi lagi (perbuatan mengambil riba itu) maka itulah ahli neraka, mereka kekal di dalamnya.

Riba daripada sudut bahasa bermaksud pertambahan atau lebih. Secara istilahnya pula, ulama daripada mazhab Hanbali mendefinisikan riba sebagai tambahan dalam sesuatu yang tertentu. Sementara ulama daripada mazhab Hanafi pula mendefinisikan riba sebagai suatu tambahan atas harta tanpa ada timbal balik (*iwadh*) dalam pertukaran harta dengan harta. Selain daripada dua definisi tersebut, riba juga didefinisikan sebagai suatu tambahan tanpa ada sebarang bentuk imbalan (*iwadh*) sebagaimana disyaratkan dalam akad jual beli atau akad pinjaman ketika berlakunya pertukaran harta sebagaimana yang ditetapkan dalam piawai syariah. Amalan riba

Terdapat banyak prinsip-prinsip berkaitan perniagaan yang dianjurkan oleh Islam dan terbukti memelihara kemaslahatan semua pihak yang terlibat di dalam perniagaan.



Sambungan ms 3



2 Prinsip Perniagaan Yang Diamalkan Oleh Nabi Muhammad SAW

Nabi Muhammad SAW merupakan seorang ahli perniagaan dan usahawan yang berjaya.

diharamkan oleh agama Islam melalui nas-nas yang jelas daripada al-Qur'an, al-hadith, dan kesepakatan ulama (*ijma'*).

Justeru, sebagai peniaga yang memegang identiti seorang muslim semestinya menjadikan 2 prinsip ini iaitu saling meredhai dan menjauhi riba sebagai asas utama di dalam pelaksanaan perniagaan. Keuntungan yang dicari perlulah selari dengan garis panduan yang disusun ilahi. Perniagaan berkat, keuntungan berlipat.

Rujukan

- [1] Suwandi, Muhammad Hakimi Mohd Shafiai & Wan Nasyrudin Wan Abdullah, 'Konsep Perniagaan Islam Kajian Al Quran Dan Al Sunnah', *Jurnal Sultan Alauddin Sulaiman Shah*, vol. 3, no. 2, pp. 65-79, 2016.
- [2] Wahbah al-Zuhaili, Prof. Dr. 2009. *Al-Tafsir Al-Munir Fi Al-'Aqidah Wa Al-Syari'ah Wa Al-Manhaj*. Jilid 3. Dam-syiq : Dar Al-Fikr. h. 33.
- [3] Asyraf Wajdi Dusuki dan Mohammad Mahbubi Ali, "Riba Dalam Insurans Konvensional : Sejauhmana Konsep Takaful Berperanan Menanganinya?", *Journal Of Islam and Civilisational Renewal*, Vol. 9, No. 2, pp. 205-226, 2018.

Justeru, sebagai peniaga yang memegang identiti seorang muslim semestinya menjadikan 2 prinsip ini iaitu saling meredhai dan menjauhi riba sebagai asas utama di dalam pelaksanaan perniagaan. Keuntungan yang dicari perlulah selari dengan garis panduan yang disusun ilahi. Perniagaan berkat, keuntungan berlipat.



CELOTEH EDITORIAL

Oleh : Pn Yau'Mee Hayati Hj Mohamed Yusof

Pengangguran selepas gelombang kedua COVID 19 semakin bertambah dan membimbangkan. Rata rata penulis artikel edisi kali ini banyak menyarankan strategi untuk menukar pelan perniagaan supaya para peniaga dan usahawan dapat terus bertahan meneruskan perniagaan mereka. Tidak dinafikan gelombang ketiga yang sedang melanda dunia amnya dan Malaysia khususnya semakin membimbangkan. Kebanyakan model perniagaan sedang berubah secara dinamik. Seantero dunia sedang menerima kesan langsung dan tidak langsung pandemik COVID 19. Di dalam situasi ini, para peniaga dan usahawan perlu berusaha lebih untuk memastikan pekerja dan perniagaan dapat dipertahankan. Dan inilah antara topik topik yang banyak diulas oleh kebanyakan penulis artikel Buletin Usahawan Edisi 20. Sebanyak 23 artikel telah dihantar dan terpilih untuk di terbitkan di dalam buletin edisi 20 kali ini. Akhir kalam, kami ingin mengucapkan ribuan terima kasih kepada penyumbang artikel bagi edisi kali in. Anda semua adalah penulis yang HEBAT!. Jumpa anda sekali lagi di edisi pada tahun 2021. Insya Allah. Sehingga itu, jaga diri dan kesihatan, kerana kita masih belum selamat dari ancaman COVID 19. SELAMAT MENYAM-BUT TAHUN BARU 2021 !

Pandemik Membawa Cara Kerja Baru Bagi Para Usahawan, Dinamakan Kerja Hibrid

Afizan Bin Amer¹, Siti Hajar Binti Md. Jani²

¹FACULTY OF BUSINESS AND MANAGEMENT, UITM CAWANGAN NEGERI SEMBILAN, KAMPUS REMBAU.
²FACULTY OF BUSINESS AND MANAGEMENT, UITM CAWANGAN NEGERI SEMBILAN, KAMPUS KUALA PILAH

Kebanyakan para usahawan yang terlibat di dalam menghadapi suasana pandemic Covid 19S memperlihatkan perubahan kaedah kerja dari "tempat" sehinggalah ke "tujuan" sesuatu pekerjaan itu di lakukan. Ini berlaku kerana keperluan sesebuah syarikat PKS itu bertindak balas terhadap krisis Covid-19, merancang semula operasi dan mencipta semula cara kerja di dalam syarikat mereka. Ruang kerja di luar bandar, ruang kerja yang ergonomik di rumah, dan perbualan tidak rasmi maya antara rakan sekerja. Kesan dari semua ini mewujudkan era baru kerja hibrid.

Fasa pertama syarikat syarikat PKS ini beralih ke penggunaan "Remote Work", dan sekarang ini menyaksikan peralihan ke arah cara kerja baru iaitu - Hybrid Working. Syarikat yang bertahan dalam 'normal seterusnya' adalah syarikat PKS yang mengutamakan hubungan dan kolaborasi antara individu kerana mereka ini merancang semula amalan kerja, ruang dan budaya untuk pekerjanya.

Amalan kerja selepas lock-down

Selain itu pengurusan kerja hibrid akan menentang tiga perkara. **Corak kerja baru** - dasar kerja baru yang memberikan fleksibiliti ketika dan di mana pekerja bekerja. **Hasil berdasarkan kerja** - menghilangkan beban masa dan lokasi, menjadi produktif dan memberikan hasil. **Pelaburan optimum** - di luar pejabat korporat untuk mewujudkan ruang kerja peribadi yang berasaskan teknologi kolaboratif di mana sahaja

Perubahan ini menekankan bahawa sebelum wabak Covid 19 ini, cara kerja telah berubah kerana perniagaan telah berubah oleh kerana perkembangan revolusi industry 4.0. Pada masa ini, beberapa syarikat mendakwa teknologi adalah pemangkin untuk mengubah amalan, tetapi pada asasnya telah menekankan perlunya pelaburan dalam komponen budaya tingkah laku kerja individu yang lebih fleksibel.

Perkembangan yang di lihat menjadi keperluan pada masa depan adalah persekitaran kerja yang lebih fleksibel yang memenuhi keperluan semua pekerja, memberikan mereka pengalaman kerja yang memuaskan dan sebagai balasannya membolehkan mereka memaksimumkan nilai yang akan mereka kembalikan kepada syarikat.

Ruang kerja hibrid.

Perkembangan ini juga menjelaskan keperluan mengapa perlunya mewujudkan persekitaran terbaik untuk pekerja yang produktif dan kolaboratif adalah penting untuk era baru kerja hibrid. Laporan Trend global untuk ruang kerja hibrid yang akan muncul pada tahun 2020 dan seterusnya:

Ruang kerja di rumah akan mendapat perhatian seperti dapur - ia disusun secara ergonomik dan dirancang untuk menjadi ruang yang memberi inspirasi

Co-Kerja ini menjadi perkara biasa - Syarikat akan melabur dalam ruang bersama bekerja di luar bandar untuk menarik bakat. Kerjasama kumpulan dan hubungan sosial dengan rakan sekerja akan membawa kepada pertukaran idea dan inovasi

Landskap bandar akan berubah - Adakah kita akan terus melihat bangunan pejabat bertingkat tinggi? Bandar sebagai struktur akan tetap sama kerana bandar akan disatukan ke dalam kehidupan manusia, restoran adalah perpanjangan dapur dan gim sebagai ruang sukan.

Urus perubahan budaya

Syarikat PKS perlu 'mengaitkan' kelakuan asas ke dalam budaya berpasukan mereka untuk menyatukan pasukan kerja hibrid dan memastikan pekerja dapat meluahkan fikiran mereka. Supaya pasukan dapat menyesuaikan diri, inovatif, beretika, dan penuh dengan empati. Budaya kerja yang sihat seperti di bawah mesti di utamakan:

Inklusif - ahli pasukan yang pelbagai lebih baik, tetapi mereka harus dapat memanfaatkan dan menghargai perbezaannya.

Tanya - pengurusan 'satu saiz' tidak sesuai dengan semua. Pekerja akan bertindak balas terhadap hibrid yang bekerja secara berbeza dan pengurus mesti mempelajari kemahiran untuk bertanya, ingin tahu, dan mengemukakan soalan.

Objektif di dorong - peluasan tujuan ini dan fokus pada impak ini akan berfungsi sebagai hala tuju ketika perubahan berlaku dan mewujudkan ruang kerja yang lebih bermakna

Ruang kerja hibrid.

Ruang kerja di rumah akan mendapat perhatian seperti dapur - ia disusun secara ergonomik dan dirancang untuk menjadi ruang yang memberi inspirasi

Co-Kerja ini menjadi perkara biasa - Syarikat akan melabur dalam ruang bersama bekerja di luar bandar untuk menarik bakat. Kerjasama kumpulan dan hubungan sosial dengan rakan sekerja akan membawa kepada pertukaran idea dan inovasi

Landskap bandar akan berubah - Adakah kita akan terus melihat bangunan pejabat bertingkat tinggi? Bandar sebagai struktur akan tetap sama kerana bandar akan disatukan ke dalam kehidupan manusia, restoran adalah perpanjangan dapur

BEKERJA DARI RUMAH: PELUANG DAN CABARAN USAHAWAN MEMBINA PROSPEK PERNIAGAAN DAN PEMASARAN SEMASA MUSIM PANDEMIK

NURUL NADIAH JAMALUDIN
FACULTY OF ART AND DESIGN, UNIVERSITI TEKNOLOGI MARA, SERI ISKANDAR, PERAK MALAYSIA
nurul455@uitm.edu.my

**Istilah
 ‘Work
 From
 Home’
 atau
 lebih
 dikenali
 bekerja
 dari
 rumah
 mula
 tercetus
 di era
 sebelum
 revolusi
 industri**

Berikutan penularan wabak pandemik covid 19 yang melanda seluruh dunia pada awal tahun 2020, cara bekerja pekerja kerajaan dan swasta telah mula berubah. Kesan pandemik bukan sahaja mengubah gaya bekerja, malah turut mengubah cara usahawan memasarkan servis dan perkhidmatan mereka kepada pelanggan. Pekerja awam dan swasta diminta untuk mula bekerja dari rumah oleh pihak kerajaan bagi membendung penularan wabak tersebut daripada terus parah merebak. Ketua perkhidmatan dikehendaki untuk menyelaraskan tugas bagi diikuti oleh staf jabatan masing-masing secara penggiliran atau sepenuh masa di rumah. Manakala kebanyakan usahawan tidak mampu menanggung kos operasi perniagaan kerana transaksi perniagaan masih dijalankan secara konvensional. Justeru, cabaran semasa menuntut usahawan menukar landskap pemasaran kepada digital secara dalam talian untuk memastikan kelangsungan perniagaan mereka.

Namun begitu, pelbagai potensi dan cabaran dalam melaksanakan tugas dan perniagaan di rumah. tempoh PKP membolehkan penjawat awam/swasta dan usahawan untuk meneroka potensi yang boleh dimanfaatkan untuk tugas dan mengenalpasti cabaran dalam memastikan produktiviti mereka di rumah dapat ditingkatkan. Persediaan dari segi mental, keupayaan dan sumber menjadi daya penentu dalam mempermudah pelaksanaan tugas di rumah.

Istilah ‘Work From Home’ atau lebih dikenali bekerja dari rumah mula tercetus di era sebelum revolusi industri . Merujuk kepada petikan penulisan Adrienne Bibby dalam kolum Flexjobs, beliau menyatakan bekerja dari rumah pada zaman pertengahan ialah menggabungkan aktiviti domestik, tetapi lebih banyak dalam menyokong usaha komersial dalam satu ruang hidup. Pelbagai aktiviti dilaksanakan seperti memasak, menjahit, tidur dan makan semasa musim menuai, penternakan dan tugas lain. Ini bermakna, pelbagai tugas yang berkaitan dengan rutin kehidupan, boleh dilakukan dirumah sahaja berbekalkan sumber-sumber dan ruang khusus.



Rajah 1 – Revolusi industri merubah cara bekerja
 Sumber : Google

Di dalam zaman moden , sudah wujud pelbagai profesion yang boleh dilaksanakan di rumah sambil memberi pendapatan lumayan. Contoh pekerjaan yang dimaksudkan adalah , peniaga e-dagang , telemarketer , data entri , pereka grafik ,

penulis, editor dan lain-lain.

Perkembangan ini membawa kepada jumlah peningkatan jumlah pekerja yang melakukan kerja di rumah. Dalam kajian lain yang dilakukan Owl Labs, antara faktor pekerja ingin bekerja dari rumah, (91%) mengatakan ingin mendapatkan keseimbangan hidup, (79%) ingin meningkatkan produktiviti, (78%) mengurangkan tekanan kerja dan (78%) untuk mengelakkan kesesakan lalulintas. Ini adalah konteks yang berlaku di luar negara.

Namun, berbeza dengan apa yang berlaku di dalam negara kita. Sepanjang tempoh pelaksanaan PKP penjawat awam dan swasta, peniaga dan usahawan perlu meneroka potensi yang boleh dimanfaatkan untuk tugas dalam memastikan produktiviti mereka di rumah dapat ditingkatkan. Pada musim PKP, usahawan perlu mengambil peluang membuat strategi pemasaran secara konsisten supaya pelanggan akan terdetik hati untuk membeli produk atau perkhidmatan yang ditawarkan. Perubahan gaya hidup disebabkan PKP memerlukan usahawan untuk melakukan anjakan dalam strategi pemasaran mereka melalui platform e-dagang. Persediaan dari segi mental, keupayaan dan sumber menjadi daya penentu dalam mempermudah pelaksanaan tugas dan berbisnes dari rumah.

Perubahan gaya hidup pengguna dengan norma baharu juga akan berlaku secara mendadak apabila kerajaan mengumumkan akan mengadakan kerjasama dengan syarikat swasta dalam menjalankan kempen "Shop Malaysia Online" bagi menggalakkan rakyat berbelanja secara dalam talian dengan kod promosi dan pelbagai baucar diskaun akan diberi melalui platform e-dagang. Untuk permulaan, sejumlah RM70 juta diperuntukkan untuk dipadankan dengan jumlah yang sama oleh platform e-dagang.

Selain itu, pengguna akan lebih banyak melakukan transaksi dalam talian bagi pembelian dengan menggunakan 'telefon pintar', 'perbankan dalam talian' serta 'e-dompet'. Terkini, kerajaan telah mengumumkan PENJANA dengan RM50 akan dikreditkan ke akaun e-dompet rakyat Malaysia yang berumur 18 tahun ke atas dengan pendapatan bawah RM100,000. Ini sudah tentu akan menggalakkan lagi penggunaan e-dagang dan transaksi secara dalam talian.

Perubahan gaya hidup pengguna ini memerlukan usahawan melakukan anjakan dengan menumpukan pemasaran kepada video. Melalui hasil kajian, 90 peratus penduduk dunia lebih suka melihat produk dan servis kegemaran mereka menggunakan video. Selain itu kajian juga menunjukkan 70 peratus hasil jualan melalui internet dan media social dipengaruhi oleh video. Bilangan angka ini cukup untuk menuntut usahawan di era PKP dan pasca-PKP menumpukan kepada pemasaran video seiring dengan perubahan dalam kehidupan pengguna disebabkan pandemik COVID-19.

Antara langkah baharu untuk meningkatkan jumlah jualan adalah dengan membuat video secara langsung dan berinteraksi dengan pelanggan mengenai produk yang dijual sama ada di Facebook, Instagram, Shopee Live dan sebagainya. Dengan membuat FB 'Live', kita boleh berhubung dengan pelanggan secara dekat. Ini menunjukkan terdapat alternatif tambahan dalam meluaskan usaha mencari prospek. Di samping itu, penggunaan saluran 'YouTube' juga merupakan anjakan dalam dunia pemasaran video di era norma baharu. Walaupun 'kegilaan' menggunakan saluran YouTube telah menjadi tumpuan sebelum PKP tetapi dengan adanya PKP, saluran ini semakin menjadi tumpuan penonton dalam kalangan rakyat Malaysia. Tidak hairanlah mengikut satu kajian yang dijalankan, rakyat Malaysia merupakan antara pengguna YouTube paling besar berdasarkan per kapita penduduk. Ini sudah cukup untuk membuka mata para usahawan untuk merebut ruang dan peluang bagi memanfaatkan pemasaran video menggunakan saluran YouTube. Landskap pemasaran juga turut berubah daripada

Pada musim PKP, usahawan perlu mengambil peluang membuat strategi pemasaran secara konsisten supaya pelanggan akan terdetik hati untuk membeli produk atau perkhidmatan yang ditawarkan.

Sambungan ms 7

konvensional kepada digital setelah pandemik COVID-19 yang telah melanda secara global. Senario ini dijangka akan berterusan dalam jangka masa panjang. Jadi, setiap usahawan harus buat penambahbaikan dari segi menyediakan platform sistem pemasaran digital yang jitu.



Rajah 2- Pemasaran melalui social media dan platform digital membantu usahawan mengembangkan perniagaan-

Sumber: <http://www.businesshubgroup.com/how-to-take-the-best-advantages-of-social-media-marketing-for-your-business>

Sebagai kesimpulan, Covid19 memberikan hikmah yang besar buat diri kita sebagai pekerja dan usahawan dalam mempelajari sesuatu perkara baharu, menguruskan tugas dan menangani cabaran yang dihadapi apabila melaksanakan tugas di rumah. Ia merupakan satu pengalaman berharga sebagai persediaan terhadap pelbagai kemungkinan dan memerlukan kepada penyelarasan, kebijaksanaan dan tekad dalam memastikan tugas dan perniagaan dapat dilakukan dengan berkesan walaupun berada di rumah.

Rujukan:

- ⇒ Bailey, D.E. and Kurland, N.B. (2002), "A review of telework research: findings, new directions, and lessons for the study of modern work", *Journal of Organizational Behavior*, Vol. 23. No. 4, pp. 383-400
- ⇒ Bailey, D.E. and Kurland, N.B. (2002), "A review of telework research: findings, new directions, and lessons for the study of modern work", *Journal of Organizational Behavior*, Vol. 23. No. 4, pp. 383-400
- ⇒ Baruch, Y. (2001), "The status of research on teleworking and an agenda for future research", *International Journal of Management Reviews*, Vol. 3 No. 2, pp.113-129
- ⇒ Eurofound and the International Labour Office (2017), *Working anytime, anywhere: The effects on the world of work*, Publications Office of the European Union, Luxembourg, and the International Labour Office, Geneva
- ⇒ Henttonen, K. and Blomqvist, K. (2005), "Managing distance in a global virtual team: The evolution of trust through technology-mediated relational communication", *Strategic Change*, Vol. 14 No. 4, pp. 107-119
- ⇒ Morgan, R. E. (2004), "Teleworking: an assessment of the benefits and challenges", *European Business Review*, Vol. 16 No. 4, pp. 344-35
- ⇒ Morgan, R. E. (2004), "Teleworking: an assessment of the benefits and challenges", *European Business Review*, Vol. 16 No. 4, pp. 344-35
- ⇒ Henttonen, K. and Blomqvist, K. (2005), "Managing distance in a global virtual team: The evolution of trust through technology-mediated relational communication", *Strategic Change*, Vol. 14 No. 4, pp. 107-119

Kek Cinta Dungun - Pakar Kek Eksklusif Anda

Nur Sha'adah Zainuddin^{1*}, Nur Syamimi Zainudin¹, Wan Noni Afida Ab Manan¹, Sha-hida Hanum Kamarullah

¹FACULTY OF APPLIED SCIENCE, UNIVERSITI TEKNOLOGI MARA, CAWANGAN PAHANG, KAMPUS JENGA, PAHANG MALAYSIA

*Email Penulis: nsz@uitm.edu.my

K

ek Cinta Dungun adalah industri pembuatan kek yang mempunyai keunikan yang tersendiri. Kepelbagaian suntikan kreativiti dekorasi kek telah dihasilkan, antaranya ialah jenis kek 3D dan yang terbaru ialah kek 5 tingkat untuk majlis perkahwinan dengan harga jualan berpatutan. Pengusaha Kek Cinta Dungun, Norhasmieza binti Mahmood memulakan perniagaan pada Jun 2014 secara kecil-kecilan ekoran kekangan modal. Pada awal perniagaan, beliau menerima tempahan daripada sahabat, pelanggan berdekatan dan malah memasarkan dalam bentuk bungkusan mini di pasar malam Dungun. Beliau mengembangkan perniagaan dengan membuka kedai bersebelahan rumahnya. Hasil daripada bantuan Usahawan RISDA Terengganu, perusahaan beliau semakin berkembang dengan penambahan ruang pemprosesan yang lebih besar, peralatan yang lebih canggih dan penambahan bilangan pekerja.



S

eterusnya, beliau membuka cawangan baru berdekatan Mesra Mall Kemasik pada pertengahan tahun 2019, hasil daripada prinsip beliau yang sentiasa berpegang kepada moto iaitu 'memastikan hasil produk sentiasa memenuhi permintaan dan citarasa pelanggan'. Misi beliau adalah mewujudkan kedai kek yang menawarkan pelbagai pilihan citarasa kek, rekabentuk terkini dan 'readymade' setiap hari. Matlamat beliau ialah membuka kilang pemprosesan kek yang besar serta dilengkapi dengan peralatan canggih. Dengan adanya pekerja yang mempunyai kepakaran dalam bidang pastri membolehkan perniagaan beliau mengikuti perubahan modenisasi pastri dengan mencipta produk baru yang viral.

S

epanjang menceburi bidang perniagaan, beliau banyak mempraktikkan strategi pemasaran secara berkala dan musim viral dengan mempromosikan produk kek secara 'readymade' dan pembungkusan mini melalui media sosial iaitu Facebook (Page: Kedai Kek Cinta Dungun HQ dan KEK CINTA Dungun Cawangan Kerteh), Instagram (Page: Kedai Kek Cinta Dungun HQ dan KEK CINTA Dungun Cawangan Kerteh), Tiktok, poster dan *flyers*. Berbekalkan ilmu pengetahuan dalam bidang ekonomi dan perakaunan dari Politeknik Kota Bharu banyak membantu beliau dalam mengendalikan perniagaan yang memerlukan modal dan kos operasi yang

Seterusnya, beliau membuka cawangan baru berdekatan Mesra Mall Kemasik pada pertengahan tahun 2019, hasil daripada prinsip beliau yang sentiasa berpegang kepada moto iaitu 'memastikan hasil produk sentiasa memenuhi permintaan dan citarasa pelanggan'

Sambungan ms 9

Setelah 6 tahun berkecimpung dalam perniagaan ini, beliau amat bangga dengan wujudnya satu pasukan pekerja yang pakar dan tangkas dalam menghasilkan kek yang kreatif dan moden seiring dengan perubahan semasa dan kehendak pelanggan tanpa terlalu memerlukan campur tangan pengusaha atau pengasas iaitu beliau sendiri

tinggi. Setelah 6 tahun berkecimpung dalam perniagaan ini, beliau amat bangga dengan wujudnya satu pasukan pekerja yang pakar dan tangkas dalam menghasilkan kek yang kreatif dan moden seiring dengan perubahan semasa dan kehendak pelanggan tanpa terlalu memerlukan campur tangan pengusaha atau pengasas iaitu beliau sendiri. Justeru, keadaan ini telah sedikit sebanyak memberi beliau ruang untuk fokus kepada urusan keluarga tercinta.

Antara sumbangan beliau adalah;

- 01  Dijemput sebagai salah seorang tokoh usahawan dengan menyampaikan sesi perkongsian pengalaman dalam sebuah majlis Siri Pembangunan Usahawan Wanita *Jejak Kasih* di Politeknik Sultan Mizan Zainal Abidin (PSMZA) Dungun Terengganu dengan bertajuk 'Forum: Transformasi Minda Usahawan'
- 02  Dijemput sebagai demonstrator di mana-mana institusi sebagai contoh Politeknik Sultan Mizan Zainal Abidin (PSMZA) Dungun Terengganu
- 03  Mengendalikan kelas dekorasi kek untuk projek pelajar jurusan kedoktoran dan kepada pengusaha pastrri yang baru berjinak dalam bidang ini
- 04  Program mendeko kek bersama Kanak-kanak cilik.

Akhir sekali, harapan dan nasihat beliau kepada usahawan diluar sana sama ada yang sudah lama berkecimpung atau yang baru berjinak dalam perniagaan haruslah sentiasa berpegang kepada:

- 01  Jika mahu mencapai matlamat sebagai usahawan yang berjaya, anda perlulah bijak untuk encari dan merebut peluang
- 02  Jangan sesekali takut menempuh kegagalan kerana di sebalik kemanisan kejatuhan itu akan mendorong dan membawa anda kepada kejayaan
- 03  Pastikan setiap pekerjaan/perusahaan yang diusahakan sentiasa mempunyai mentor dan memelihara usaha yang konsisten dalam menjaga kualiti produk
- 04  Amalkan diri supaya sentiasa berkawan dengan insan yang positif dan berpengalaman
- 05  Sentiasa fikirkan perkara yang unik, kreatif dan inovatif yang membolehkan kita sentiasa menyerlah dalam perniagaan

Kontrak dalam Keusahawanan: Ketentuan, Keizinan Bebas & Keesahan Undang-Undang

Mimi Sofiah Ahmad Mustafa

JABATAN UNDANG-UNDANG, UITM CAWANGAN MELAKA, MELAKA.

*Email Penulis:mimi@uitm.edu.my



Salam ceria. Penulis mohon untuk menyampaikan elemen pembentukan kontrak seterusnya iaitu ketentuan, keizinan/kerelaan bebas dan juga keesahan undang-undang. Tiga elemen yang terakhir ini akan menyempurnakan pembentukan kontrak yang pada mulanya hanya dianggap sebagai perjanjian sahaja di sisi undang-undang dan tidak boleh mengikat pihak-pihak yang berjanji. Kesemua lima elemen sebelum ini telah pun dijelaskan dalam edisi-edisi yang terdahulu. Alhamdulillah. Ingat *ye*, jika kesemua lapan elemen ini tidak ujud dalam perjanjian yang dibuat antara pihak-pihak berkenaan, maka tiada kontrak yang sah yang termaktub antara mereka. Jika tiada kontrak, tiada sebarang tuntutan mahkamah yang boleh dibawa sekiranya terdapat pertelingkahan yang timbul dalam pelaksanaan kontrak itu.

Perjanjian yang dibuat antara dua pihak itu mestilah mempunyai terma yang jelas dan tidak kabur untuk menjadikan ia sebuah perjanjian yang boleh dikuatkuasakan oleh undang-undang. Perkara ini diperuntukkan oleh seksyen 30 Akta Kontrak 1950. Jika ada sebarang peruntukan yang sukar untuk ditentukan, ia tidak memberi hak kepada pihak-pihak yang berjanji itu untuk menuntut di mahkamah. Sebagai contoh, Mak Su menawarkan rumah kedainya untuk disewakan kepada Budi pada harga RM1500 atau RM2000 sebulan. Tiada ketentuan dalam perjanjian ini kerana Budi boleh memilih salah satu daripada harga yang ditawarkan Mak Su untuk sewaan tersebut. Sekiranya Budi tidak pernah membayar sewa kedai berkenaan selama dia menggunakan premis tersebut, kemungkinan Mak Su tidak boleh menuntut terhadapnya kerana tiada kontrak yang sah ujud di antara mereka disebabkan tiada ketentuan dalam perjanjian mereka itu.

Bagi elemen keizinan/kerelaan bebas pula, perjanjian yang dibuat mestilah diperolehi secara bebas (*freely given*) tanpa sebarang usur paksaan, pengaruh tak wajar (*undue influence*), penipuan ataupun salahnyataan (*misrepresentation*). Oleh yang demikian, jika Milah memaksa Tipah jualan tanahnya kepada Milah untuk elakkan Milah cederakan anak-anak Tipah dan Tipah terpaksa bersetuju untuk selamatkan anak-anaknya, kontrak ujud antara Milah dan Tipah disebabkan

Namun, persetujuan itu dicemari dengan unsur paksaan yang menjadikan keizinan yang diberi oleh Tipah itu tidak diberi dengan bebas/rela dan menyebabkan kontrak itu menjadi kontrak boleh batal iaitu ia tetap sah sehinggalah ia dibatalkan. Di sisi undang-undang, Tipah boleh menuntut di mahkamah agar kontrak yang awalnya dibuat dengan Milah itu diisytiharkan sebagai batal dan tidak boleh berkuatkuasa kerana terdapat elemen paksaan yang mendorong Tipah untuk memberi keizinannya untuk menjual tanah tersebut kepada Milah. Perlu diingat bahawa kontrak itu tetap menjadi kontrak boleh batal sehinggalah pihak yang terkilan membawa tuntutan ke mahkamah untuk membatalkannya. Semua peruntukan mengenai keizinan bebas ini termaktub di dalam seksyen 10-23 Akta Kontrak 1950.

Akhir sekali, semua perjanjian yang dibuat mestilah mempunyai tujuan yang sah di sisi undang-undang iaitu ia tidaklah boleh ada objektif berunsur jenayah atau mempunyai tujuan untuk memberi tekanan kepada mana-mana pihak dalam pembentukannya. Misalannya, Pak Akop menawarkan RM50,000 kepada Demang untuk membakar rumah Aduka. Perjanjian ini tidak boleh menjadi kontrak yang sah kerana ia mempunyai motif jenayah. Tiada tuntutan yang boleh dibuat jika terdapat pertelingkahan dalam pelaksanaan perjanjian tersebut.

Semoga apa yang telah dinukilkan dalam ruangan ini memberi manfaat kepada semua pembaca dalam merancang sesuatu perjanjian di masa hadapan. Jangan dilupakan kata-kata terkenal ini, "*Ignorance of the law is no defence*". Selamat berkontrak semua!

Rujukan:

Akta Kontrak 1950, Percetakan Nasional Berhad, 2006

Nasreen Miza Hilmy Nasrijal *et al.*, 'Business Law', Internal Circulation, UiTM Cawangan Melaka, 2020.

Se moga apa yang telah dinukilkan dalam ruangan ini memberi manfaat kepada semua pembaca dalam merancang sesuatu perjanjian di masa hadapan. Jangan dilupakan kata-kata terkenal ini, "*Ignorance of the law is no defence*". Selamat berkontrak semua!

Memupuk kemahiran keusahawanan di kalangan pelajar pengimejan perubatan UITM Puncak Alam melalui program amal
Hairenanorashikin Sharip, Rafidah Supar, Lyana Shahirah Mohamad Yamin

FACULTY OF HEALTH SCIENCES, UNIVERSITI TEKNOLOGI MARA,
 PUNCAK ALAM, SELANGOR MALAYSIA

*Email Penulis:hairena@uitm.edu.my



**Pelajar
 memilih
 tempat yang
 strategik
 untuk
 menjual
 makanan
 dengan
 harga yang
 berpatutan,
 menjadikan
 jualan
 mereka
 sangat laris**

Bulan Oktober merupakan Bulan Kesedaran Kanser Payudara Sedunia. Bulan ini turut dikenali dengan nama “Pink October”. Reben berwarna merah jambu merupakan simbolik kepada sambutan yang diraikan di seluruh dunia pada setiap tahun ini. Tujuan utama sambutan bulan kesedaran kanser payudara diadakan ialah untuk meningkatkan kesedaran masyarakat tentang kanser payudara yang merupakan kanser pembunuh wanita nombor dua. Selain itu, bulan kesedaran kanser payudara juga merupakan satu platform untuk menzahirkan sokongan masyarakat kepada penderita kanser payudara.

Persatuan Pelajar Pengimejan Perubatan (MISA), Fakulti Sains Kesihatan UITM Puncak Alam turut sama-sama memberikan sokongan dengan mengadakan pelbagai aktiviti sempena bulan kesedaran kanser payudara. Antara aktiviti utama yang dilakukan pada setiap tahun ialah mengumpulkan dana berbentuk wang tunai untuk disalurkan kepada Majlis Kanser Nasional (MAKNA). Wakil pihak MAKNA juga turut dijemput untuk memberikan ceramah kesedaran kepada para pelajar serta menawarkan perkhidmatan pemeriksaan klinikal payudara yang dilakukan oleh staf MAKNA yang berpengalaman.

Selain daripada menyediakan tabung sumbangan, para pelajar telah mengambil inisiatif yang sangat baik dengan menjalankan pelbagai aktiviti keusahawanan amal untuk tujuan pengumpulan dana. Aktiviti ini bukan sahaja dapat memupuk semangat kerjasama dalam kalangan pelajar bagi menjayakan program, malah ia juga turut memupuk kemahiran keusahawanan. Pelajar berpeluang untuk mengaplikasikan teori keusahawanan yang telah dipelajari di kelas. Kemahiran keusahawanan sangat penting untuk digilap bagi melahirkan graduan pengimejan perubatan yang lebih berdaya saing dalam pasaran kerja. Ini bertepatan dengan hasrat kerajaan untuk menjadikan keusahawanan sebagai pilihan kerjaya selepas tamat pengajian dan secara tidak langsung dapat mengurangkan kadar pengangguran di kalangan graduan.

Antara aktiviti keusahawanan amal yang dijalankan pada tahun 2018 ialah jualan makanan seperti donut dan pizza. Pelajar memilih tempat yang strategik untuk menjual makanan dengan harga yang berpatutan, menjadikan jualan mereka sangat laris. Selain itu, pelajar turut mengumpulkan barangan terpakai yang masih baik kualitinya daripada para pensyarah seperti pakaian, tudung dan buku untuk dijual semula dengan harga yang sangat murah. Jualan barangan terpakai ini bukan sahaja mendapat sambutan yang menggalakkan daripada para pelajar, malahan juga daripada para pekerja pembersihan UITM.

Pada tahun 2019, pelajar MISA telah menganjurkan program larian amal sejauh 5 kilometer bagi mengisi dana sumbangan kepada MAKNA. Setiap penyertaan di dalam program larian ini dikenakan bayaran yang berpatutan. Setiap peserta yang mendaftar layak mendapatkan sehelai baju-T, beg, makanan, cenderahati dan juga hadiah. Sambutan yang diterima sangat menggalakkan, bukan sahaja daripada warga UITM Puncak Alam tetapi juga orang awam sekitar Puncak Alam. Selain daripada meningkatkan kesedaran terhadap kanser payudara, program larian amal ini juga membantu meningkatkan kecerdasan fizikal peserta.

Pada tahun 2020, seluruh dunia berhadapan dengan wabak pandemik Covid-19. Dalam menangani penularan wabak ini, perintah kawalan pergerakan (PKP) telah dilaksanakan. Sehingga ke saat artikel ini ditulis, perintah kawalan pergerakan bersyarat

(PKPB) masih berlangsung di seluruh Malaysia kecuali Pahang, Perlis dan Kelantan. Aktiviti pelajaran dan pembelajaran pelajar turut terganggu. Walaupun begitu, program keusahawanan amal MISA masih tetap diteruskan dengan norma baharu. Program Virtual Run dan jualan amal masih tetap diteruskan. Peserta program Virtual Run dikenakan sedikit yuran pendaftaran dan mereka berlari di sekitar kawasan masing-masing. Jarak larian direkod melalui aplikasi dalam telefon. Untuk program jualan amal, para pelajar mengumpulkan barangan terpakai yang masih elok dan menjualnya di atas talian.

Walaupun pergerakan agak terbatas, tetapi warga MISA tetap komited untuk menjalankan aktiviti-aktiviti kebajikan dan keusahawanan. Program yang dijalankan secara tahunan ini diharap dapat diteruskan untuk tahun-tahun yang akan datang. Semoga lebih ramai lagi usahawan yang akan dilahirkan dalam kalangan pelajar pengimejan perubatan untuk sama-sama memacu perkembangan ekonomi negara.



Figure 1: Larian Amal MISA 2019



Figure 2: Jualan amal MISA 2018

Program yang dijalankan secara tahunan ini diharap dapat diteruskan untuk tahun-tahun yang akan datang. Semoga lebih ramai lagi usahawan yang akan dilahirkan dalam kalangan pelajar pengimejan perubatan untuk sama-sama memacu perkembangan ekonomi negara.

AR-RAHNU: SOLUSI MIKRO KREDIT DI KALA PANDEMIK

Wan Naimah Wan Daud¹, Ahmad Termizi Ab Lateh¹ Noor Azura Zainuddin², Jamalia Aurani²

¹ACADEMY OF CONTEMPORARY ISLAMIC STUDIES, UNIVERSITI TEKNOLOGI MARA, PULAU PINANG BRANCH, MALAYSIA

²ACADEMY OF CONTEMPORARY ISLAMIC STUDIES, UNIVERSITI TEKNOLOGI MARA, PERLIS BRANCH, MALAYSIA

*Email Penulis:wannaimah@uitm.edu.my



Sumber: Berita Harian | 15 Mei 2020

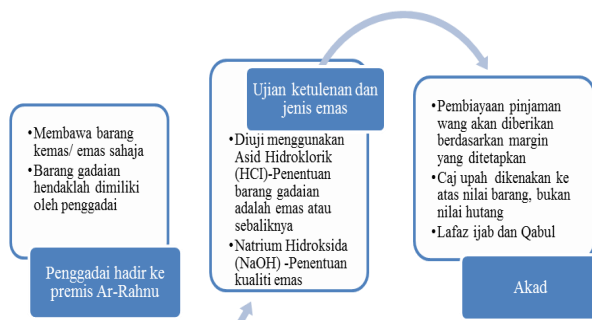
Ar-Rahnu bermaksud meletakkan sesuatu barang berharga sebagai jaminan atau cagaran oleh pemiutang untuk mendapatkan sejumlah hutang

Pandemik Covid-19 telah menjadi isu global dan sejarah hitam bagi kebanyakan negara yang terlibat termasuk Malaysia. Dengan kadar penularan yang begitu drastik menyebabkan negara kurang bersedia untuk melalui fasa yang cukup mencabar terutama dari aspek ekonomi. Bagi mengurangkan beban kerajaan, institusi kewangan seperti Ar-Rahnu telah tampil menawarkan khidmat gadaian Islam kepada masyarakat yang memerlukan bantuan mikro kredit secara lebih cepat, mudah dan menepati prinsip syarak.

Ar-Rahnu bermaksud meletakkan sesuatu barang berharga sebagai jaminan atau cagaran oleh pemiutang untuk mendapatkan sejumlah hutang. Ia merupakan satu instrumen kewangan Islam yang berasaskan hutang berjangka pendek iaitu dalam tempoh purata 6 bulan sehingga 10 bulan sahaja berdasarkan syarat-syarat yang ditetapkan dalam kontrak. Objektif utama pelaksanaannya adalah untuk memberi kemudahan mikro kredit kepada masyarakat yang memerlukan tanpa mengira latar belakang agama dan pendapatan.

Dalam situasi pandemik yang sedang dihadapi kini, kefahaman masyarakat terhadap Ar-Rahnu perlu dipertingkatkan. Penerapan ilmu yang lebih mendalam tentang gadaian Islam terutama dari aspek rukun-rukun gadaian dan kaedah pelaksanaan operasi Ar-Rahnu yang melibatkan beberapa kontrak syaria perlu dijelaskan dengan baik. Secara ringkasnya, gadaian Islam melibatkan beberapa prosedur seperti rajah 1 di bawah:

Rajah 1: Carta alir prosedur gadaian Islam (Ar-Rahnu)



Sumber: Ringkasan Penulis Terhadap Prosedur Gadaian di institusi Ar-Rahnu

Budaya memiliki dan mengumpul emas dalam kalangan masyarakat perlu dipupuk sedari awal. Ia adalah penting bagi membantu mereka menghadapi situasi ekonomi yang tidak dijangka seperti pandemik Covid-19 kini. Kebanyakan institusi Ar-Rahnu di Malaysia hanya menerima barang gadaian daripada emas atau barang kemas sahaja. Mengapakah institusi Ar-Rahnu hanya menetapkan emas sebagai cagaran? Ini kerana emas mempunyai nilai jualan yang tinggi dan memerlukan masa yang singkat untuk ditentukan keaslian serta kualiti. Antara alat yang digunakan untuk menguji ketulenan emas adalah seperti gambar di bawah:



Gambar 1: Contoh Alat Densimeter

Sumber: <https://www.google.com/url?sa=i&url=https%3A%2F%2Fwww.mohdzulkifli.com%2F2015%2F09%2Ftest-ketulen-an-emas>

Gambar 1 tersebut adalah densimeter iaitu alat yang digunakan untuk menguji ketulenan emas di kebanyakan premis Ar-Rahnu. Penggunaan alat yang canggih dapat membantu institusi Ar-Rahnu untuk menguji tahap ketulenan emas dengan lebih efisien dan mengurangkan risiko penipuan barang cagaran.

Dengan pembiayaan mikro kredit yang ditawarkan oleh institusi Ar-Rahnu, diharapkan dapat membantu masyarakat untuk kelangsungan ekonomi keluarga dan mengelakkan mereka dari terjerat dengan pinjaman yang tidak patuh syariah. Usaha pelbagai institusi kewangan Islam amat penting untuk membantu kerajaan memulih kembali tahap keamanan ekonomi negara.

Rujukan

- [1] Muhamad, H., San, O. T., Katan, M. B. H., Ni, S. W., ' Factors That Influence the Customers' Perception towards Ar-Rahnu (Islamic Pawn Broking Product) in Selangor, Malaysia', *International Journal of Academic Research in Accounting, Finance and Management Sciences* 9 (2): 126-137, 2019.
- [2] Nik Azman N.H, Kassim, S. and Adeyemi, A.A., 'Analysing Ar-Rahnu in the context of informal credit market theory: Evidence from women micro-entrepreneurs in Malaysia', *ISRA International Journal of Islamic Finance Open Access Volume 10, Issue 2: 237-250, 2018.*
- [3] Berita Harian Online (2020, Mei 15). Retrieved from <https://www.google.com/url?sa=i&url=https%3A%2F%2Fwww.facebook.com%2Fyapeimofficial%2Fposts%2Framai-gadai-barang-kemas-tampung-belanja-sara-hidupyapeim-rekod-32000-urus-niaga%2F3056532987746079%2F&psig=AOvVaw3iSGZmZ3SEwaSSWdHJ29Km&ust=1595957058793000&source=images&cd=vfe&ved=0CAIQjRxqFwoTCOj5qcD57eoCFQAAAAAdAAA AABAD>
- [4] Alat Densimeter. Retrieved from <https://www.google.com/url?sa=i&url=https%3A%2F%2Fwww.mohdzulkifli.com%2F2015%2F09%2Ftest-ketulen-an-emas>

Dengan pembiayaan mikro kredit yang ditawarkan oleh institusi Ar-Rahnu, diharapkan dapat membantu masyarakat untuk kelangsungan ekonomi keluarga dan mengelakkan mereka dari terjerat dengan pinjaman yang tidak patuh syariah





Penetapan harga sewaan sesebuah bilik atau rumah dilakukan oleh hos sendiri. Kos pengiklanan juga percuma kerana senarai penginapan hos akan dipaparkan di platform Airbnb mengikut kriteria yang dicari oleh pelanggan serata dunia (Rajah 1).

JANA PENDAPATAN DENGAN AIRBNB

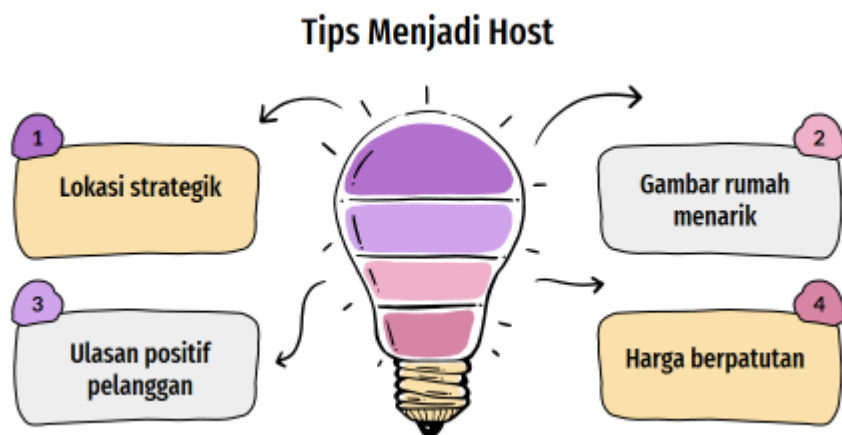
Nor Maizana Mat Nawi, Nur Aliah Mansor, Nik Alif Amri Nik Hashim

Fakulti Hospitaliti, Pelancongan dan Kesejahteraan, UNIVERSITI MALAYSIA KELANTAN, Pengkalan Chepa, Kelantan, Malaysia

*Email Penulis: maizana.mn@umk.edu.my

Airbnb ialah sebuah platform atas talian yang menghubungkan hos dan tetamu yang ingin menyewa bilik atau rumah untuk menginap. Antara jenis penginapan yang ditawarkan Airbnb di Malaysia adalah seperti rumah teres, apartment, servis residen, banglo, dan SoHo (*small office, home office*). Sebagai sebuah laman web Airbnb antarabangsa, bakal tetamu boleh menempah tempat penginapan dari mana-mana sahaja lokasi di serata dunia. Pengusaha rumah penginapan atau hos memang boleh menjana pendapatan dengan Airbnb kerana permintaannya yang tinggi di kalangan pelancong kontemporari.

Penetapan harga sewaan sesebuah bilik atau rumah dilakukan oleh hos sendiri. Kos pengiklanan juga percuma kerana senarai penginapan hos akan dipaparkan di platform Airbnb mengikut kriteria yang dicari oleh pelanggan serata dunia (Rajah 1). Harga sewaan juga boleh berubah berdasarkan populariti seseorang hos dan sesebuah lokasi.



Rajah 1 Tips Menjadi Host Airbnb

Populariti sesebuah lokasi adalah berdasarkan bilangan hos yang disenaraikan di laman web Airbnb. Ia telah menyenaraikan Kuala Lumpur sebagai lokasi yang paling popular di Malaysia di kalangan tetamu Airbnb. Jumlah ini diikuti dengan Pulau Pinang, Melaka, Petaling Jaya dan Johor Bahru.

Hos di Malaysia dianggarkan peroleh pendapatan sehingga \$48.1 juta Dolar Amerika (bersamaan RM200 juta). Jumlah ini melebihi dua kali ganda berbanding tahun sebelumnya iaitu \$23.3 juta Dolar Amerika (RM97 juta). Jumlah tetamu yang menginap di Airbnb Malaysia adalah paling ramai dari negara-negara Asia Pasifik, diikuti dengan Singapura, Indonesia, negara-negara Eropah, Thailand, China, dan Australia (The Edge Property, 2017).

Airbnb biasanya hanya mengenakan caj sebanyak 3% kepada hos untuk setiap tempahan yang dibuat oleh tetamu. Pengiraan yang mudah perlu diambilkira sebelum menjana pendapatan bersama Airbnb. Berikut adalah contoh pengiraan yang jelas untuk memahami konsep Airbnb.

Harga (RM) satu malam	Jumlah Hari Menginap	Jumlah (RM)
100.00	2 malam	200.00

Pengiraan ini adalah sekiranya harga sewaan bilik yang ditetapkan oleh hos pada kadar RM100.00 semalaman. Bilangan hari tetamu menginap adalah selama 2 malam. Oleh yang demikian, tetamu hanya perlu membayar kadar sewaan sebanyak RM200.00. Namun begitu, Airbnb akan mengambil sebanyak 3% daripada jumlah keseluruhan yang dibayar oleh tetamu ($3\% \times RM200.00 = RM6.00$). Jumlah pendapatan bersih yang dijana oleh hos adalah sebanyak RM194.00 hanya daripada sewaan selama 2 malam. Caj 3% sebenarnya dibayar oleh tetamu kepada hos Airbnb. Hos yang bijak akan membuat pengiraan harga sewaan penginapan terlebih dahulu untuk mengelakkan kerugian. Penyertaan sebagai hos Airbnb sesuai bagi mereka yang ingin berjinak-jinak dalam bidang penginapan dan pada masa menjana pendapatan tambahan.

Rujukan

- [1] Eza, Fakta Airbnb, Majalah Labur (2015), Retrieved from: <https://www.majalahlabur.com/pelaburan-hartanah/apa-itu-airbnb-juga-ada-fakta-menarik-airbnb/>
- [2] Razli et al.,(2017), 'Airbnb: An Overview of a New Platform for Peer to Peer Accommodation in Malaysia', Journal of Competitiveness, Vol. 23, 7829–7832, 2017
- [3] The Edge Markets (2017), Retrieved from: <https://www.theedgemarkets.com/article/airbnb-flourishing-malaysia>

Jana pendapatan dengan Airbnb

Airbnb biasanya hanya mengenakan caj sebanyak 3% kepada hos untuk setiap tempahan yang dibuat oleh tetamu. Pengiraan yang mudah perlu diambilkira sebelum menjana pendapatan bersama Airbnb.

KEDUDUKAN JENAMA DI MINDA PELANGGAN

Zainuddin Bin Zakaria (Dr)

FACULTY OF BUSINESS MANAGEMENT, UNIVERSITI TEKNOLOGI MARA, DUNGUN, TERENGGANU, MALAYSIA

Email Penulis:hzainudd@uitm.edu.my

Ramai usahawan mengetahui peri pentingnya sesuatu produk atau perkhidmatan mempunyai jenama yang menarik dan mudah diingati. Ramai usahawan dan organisasi di Malaysia sudah berjaya meletakkan jenama mereka sebagai jenama yang popular di percayai ramai. Antara jenama yang telah bertapak lama di hati pelanggan ialah Mydin, Adabi, Perodua, Sendayu Tinggi, MayBank, Milo dan Maggi. Jenama-jenama ini telah menjadi nama yang cukup terkenal kerana jenama ini mewakili produk dan perkhidmatan yang mempunyai keistimewaan yang dicari dan dikehendaki oleh pelanggan.

Usaha untuk meletakkan sesuatu jenama di dalam ingatan dan hati para pelanggan di bandingkan dengan jenama pesaing di kenali sebagai proses Kedudukan Jenama (*Brand Positioning*). Kedudukan Jenama boleh didefinisikan sebagai satu tempat konseptual yang ingin anda miliki di dalam fikiran pengguna yang anda sasarkan – dalam erti kata lain anda cuba menanamkan di dalam fikiran pelanggan anda faedah atau manfaat produk atau perkhidmatan yang boleh anda tawarkan kepada pelanggan di bandingkan dengan produk atau perkhidmatan pesaing.

Mengapa Kedudukan Jenama Penting Kepada Perniagaan Anda?

Dalam usaha untuk mempengaruhi kemahuan dan kehendak pengguna, strategi Kedudukan Jenama secara langsung dikaitkan dengan kesetiaan pengguna, ekuiti jenama berdasarkan pengguna dan kesediaan untuk membeli jenama tersebut. Kedudukan jenama yang berkesan adalah bukti sejauh mana pengguna yakin yang sesuatu jenama itu baik, unik, berbeza dan dapat dipercayai.

Misalnya, produk jenama MAGGI terkenal dengan produk mee segera yang mempunyai pelbagai perasa yang disukai oleh rakyat Malaysia dan kecepatan penyediannya. Ini bertepatan dengan slogan MAGGI yang berbunyi "*Cepat di Masak, Sedap di Makan*". Begitu juga dengan pasaraya MyDin. MyDin terkenal sebagai pasaraya yang menjual barangan keperluan harian dengan harga mampu milik. Satu lagi contoh ialah kenderaan jenama Volvo yang terkenal di seluruh dunia dengan ciri-ciri keselamatannya. Begitu juga dengan kenderaan jenama nasional PERODUA yang merupakan jenama kenderaan yang terlaris di Malaysia untuk tahun 2019 dengan menguasai 40% dari jumlah pasaran kenderaan pelanggan akhir (*Consumer Market*). Ini kerana jenama PERODUA sudah terpacat di fikiran pelanggan sebagai satu jenama yang berkualiti dan menawarkan harga yang berpatutan.

Tiga Langkah Membina Kedudukan Jenama

Sekiranya anda ingin membina satu Kedudukan Jenama yang mantap, terdapat tiga kaedah mudah yang anda boleh lakukan

Langkah 1: Untuk membina Kedudukan Jenama yang unik dan berjaya untuk jenama anda, anda perlu menganalisis perkara berikut:

- ⇒ Fahami apa yang pengguna mahukan
- ⇒ Fahami keupayaan syarikat dan jenama anda (Apa keistimewaan produk atau perkhidmatan yang anda tawarkan)
- ⇒ Fahami bagaimana setiap pesaing meletakkan Kedudukan Jenama mereka

Langkah 2: Setelah selesai, anda perlu memilih pernyataan kedudukan yang:

- ⇒ Akan bergema dan terpacat dihati dan fikiran pengguna anda
- ⇒ Boleh disampaikan oleh produk atau perkhidmatan anda (kemampuan produk atau perkhidmatan)
- ⇒ Kedudukan yang berbeza dengan pesaing anda

Cara mudah untuk menentukan pernyataan kedudukan jenama adalah merangkumnya dalam tiga perkataan. Contohnya, "Organik, Tradisional & Feminin". Cuba jangan memilih kata-kata umum seperti "produk berkualiti, unik, istimewa" kerana ini adalah tujuan setiap jenama.

Langkah 3: Cabaran yang terakhir adalah dengan menyerlahkan kedudukan jenama ini dalam semua aktiviti perniagaan yang anda lakukan (keperibadian jenama (*brand personality*), reka bentuk pembungkusan, produk, perkhidmatan, reka bentuk, identiti visual, komunikasi, dll.).

Rujukan:

Arjuna Chandran Shankar-Perodua books record sales in 2019: theedgemarkets.com.21 January 2020. Pautan <https://www.theedgemarkets.com/article/perodua-books-record-sales-2019>

Marion (4 November 2016) A Simple Definition of Brand Positioning. Pautan <https://www.thebrandingjournal.com/2016/11/brand-positioning-definition/#:~:text=By%20shaping%20consumer%20preferences%2C%20brand,and%20credible%20in%20consumers'%20minds.>



KEDUDUKAN JENAMA DI MINDA PELANGGAN

Usaha untuk meletakkan sesuatu jenama di dalam ingatan dan hati para pelanggan di bandingkan dengan jenama pesaing di kenali sebagai proses Kedudukan Jenama (Brand Positioning). Kedudukan Jenama boleh didefinisikan sebagai

satu tempat konseptual yang ingin anda miliki di dalam fikiran pengguna yang anda sasarkan – dalam erti kata lain anda cuba menanamkan di dalam fikiran pelanggan anda faedah atau manfaat produk atau perkhidmatan yang boleh anda tawarkan kepada pelanggan di bandingkan dengan produk atau perkhidmatan pesaing.

Perniagaan Online Dari Perspektif Syariah

Suhaida Abu Bakar¹, Norhidayah Ali²

¹AKADEMI PENGAJIAN ISLAM KONTEMPORARI, UNIVERSITI TEKNOLOGI MARA, CAWANGAN KEDAH.

²FAKULTI PENGURUSAN PERNIAGAAN, UNIVERSITI TEKNOLOGI MARA, CAWANGAN KEDAH.
*suhaida596@uitm.edu.my

Amalan perniagaan secara tradisional atau *offline* telah lama bertapak di Malaysia. Dengan kerancakan teknologi terkini trend perniagaan internet berkembang pesat. Teknologi internet menyediakan pelbagai bentuk kemudahan dan akses berterusan kepada pengguna untuk mendapatkan maklumat, hiburan, rangkaian dan perhubungan. Dari perspektif perniagaan, teknologi ini juga meningkatkan aktiviti perniagaan dan pertumbuhan ekonomi. Perniagaan internet adalah proses di mana peniaga boleh berkongsi maklumat, menjaga hubungan dan menjalankan urusan perniagaan menggunakan teknologi (Ainin Sulaiman, 2000). Manakala, perniagaan atau dagangan melalui internet juga bermaksud penukaran maklumat perniagaan, urusan jual beli produk, perkhidmatan dan maklumat menerusi aplikasi internet.

Perniagaan internet adalah perniagaan yang dilakukan menerusi internet tanpa memerlukan modal yang tinggi atau kos yang tinggi. Peniaga boleh mula melakukan perniagaan internet tanpa perlu ada pengalaman yang meluas. Teknologi internet telah membuka pelbagai ruang dan kemudahan yang berterusan kepada pengguna dan peniaga tanpa sempadan masa dan tempat. Di antara faktor-faktor yang menyumbang kepada perniagaan internet boleh dilihat melalui dua perspektif iaitu pengguna dan peniaga. Bagi pengguna, teknologi internet memberi kemudahan dan penjimatan masa di mana pencarian maklumat atau pembelian boleh dibuat pada bila-bila masa tanpa mengira tempat. Bagi peniaga pula, kemudahan dan faktor penjimatan masa juga memainkan peranan penting. Di samping itu, peniaga dapat menjimatkan kos dan menjana pendapatan yang lebih tinggi.

Secara umumnya, terdapat tiga jenis perniagaan internet di Malaysia iaitu penjualan produk fizikal, produk digital dan produk perkhidmatan. Peniaga yang mempunyai modal yang besar, bolehlah bermula dengan menjual produk sendiri dan secara langsung serta mula menyimpan stok. Manakala, individu yang berminat dengan perniagaan internet ini boleh menceburi perniagaan internet dengan modal yang minima dengan mendaftar sebagai agen *affiliate* atau agen *dropship*. Di antara jenis-jenis perniagaan internet yang lain yang sering dipraktikkan adalah jualan secara langsung (*direct distribution*), rangkaian sosial dan emel,

Senario lanskap perniagaan di Malaysia banyak dipengaruhi dari keberkesanaan internet itu sendiri. Justeru, ramai peniaga yang bertukar dari perniagaan *offline* kepada perniagaan internet. Namun begitu, terdapat beberapa isu yang diketengahkan oleh kedua-dua pihak di antara pembeli dan pengguna internet. Salah satu isunya adalah sistem sekuriti yang ditawarkan dalam perniagaan internet seperti transaksi yang selamat bagi maklumat pengguna, keselamatan dalam urusan perniagaan dan maklumat tidak dapat digodam oleh pihak ketiga, risiko samada produk atau servis yang ditawarkan bertepatan dengan pilihan pembeli perlu diberi perhatian. Justeru, antara lima peringkat dalam memastikan perniagaan internet menurut landasan Syariah bagi melindungi hak pembeli dan mendisiplinkan peniaga ialah:

- ◆ *Al-Ta'auqud* iaitu niat serta iktiqad kita melibatkan diri dalam urusan perniagaan online.
- ◆ *Sihha* iaitu melakukan kesahihan terhadap barang yang ingin ditempah kepada penjual
- ◆ *Nafath* iaitu melaksanakan rekod tempahan dan pembungkusan barangan
- ◆ *Ilzam* iaitu aqad antara penjual dan pembeli. Kebiasaannya aqad yang terlibat dalam perniagaan online ialah aqad jual beli salam.

Penghantaran barang kepada pelanggan sama ada secara terus (*cash on delivery*) atau melalui "dropship". (Norazlina Zainal, 2005)

Di samping itu, beberapa prinsip asas syariah dalam urusan muamalat dalam perniagaan online perlu diketahui antaranya:

- ◇ Kerelaan dalam berurus niaga antara pembeli dan penjual melalui lafaz
- ◇ Tidak mengandungi unsur gharar (meragukan), may-sir (judi) dan riba dalam urusan niaga online.
- ◇ Produk dan perkhidmatan online mestilah halal di sisi syarak
- ◇ Tiada unsur manipulasi seperti ihtikar (sorok barang) dengan tujuan meningkatkan harga barangan
- ◇ Prinsip khiyar iaitu pilihan sama ada meneruskan kontrak atau membatalkan kontrak

Justeru, memilih sesuatu perniagaan atau perkhidmatan yang halal lagi baik merupakan kewajipan bagi setiap muslim.

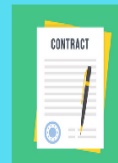
Rujukan

- [1] Ainin Sulaiman. (2000). The status of e-commerce applications in Malaysia. *Information Technology for Development*, 99, 153-161.
- [2] Daniel, E. (2003). An exploration of the inside-out model: E-commerce integration in UK SMEs. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 10(2), 233-249.
- [3] Noarazlina Zainul. (2005) "Mobile commerce from an Islamic Perspective. *Proceedings of International Conference on E-commerce*. 10-11 Jan 2005, The Summit Hotel, Subang, Selangor, Malaysia.

PERNIAGAAN ONLINE : PATUH SYARIAH



1.) INITIATING A CONTRACT (AL-TA'QUT)



niat serta iktiqad kita melibatkan diri dalam urusan niaga online.

2.) CONFIRMING TO VALIDITY (SIHHA)

-melakukan kesahihan terhadap barang yang ingin ditempah kepada penjual

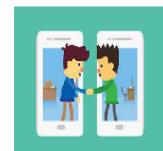


3.) IMPLEMENTATION (NAFATH)

-melaksanakan rekod tempahan dan pembungkusan barangan

4.) BINDING (ILZHAM)

-aqad antara penjual dan pembeli. Kebiasaannya aqad yang terlibat dalam perniagaan online



5.) DELIVERY (STATE OF EXCHANGE)



-penghantaran barang kepada pelanggan sama ada secara terus (cash on delivery) atau melalui "dropship".

SOURCES:

Noarazlina Zainul, Fauziah Osman & Siti Hartini Mazlan. (2004). E-commerce from an Islam perspective. *Electronic Commerce Research and application*, 3, 280-295

Noarazlina Zainul. (2005). Mobile commerce from an Islamic Perspective. *Proceedings of International Conference on E-commerce*. 10-11 Jan 2005, The Summit Hotel, Subang USJ, Selangor, Malaysia.

ANCAMAN KEPADA REKOD KEWANGAN (BAHAGIAN KE 6)

Oleh: Ahmad Azman Mohamad Ramli
FAKULTI PENGURUSAN MAKLUMAT
UITM CAWANGAN NEGERI SEMBILAN, KAMPUS REMBAU

ahmadazman@uitm.edu.my

Pada keluaran yang lepas, artikel ini telah membincang dua jenis ancaman yang boleh membahayakan rekod kewangan yang dimiliki oleh para usahawan. Ancaman-ancaman tersebut ialah makhluk perosak dan manusia. Pada keluaran kali ini, artikel ini akan menyambung perbincangan tersebut dengan memberi tumpuan kepada dua jenis ancaman iaitu asid dan dakwat.

Ancaman daripada asid

Kertas dihasilkan dengan cara memproses bahan-bahan mentah bersama dengan bahan-bahan kimia. Bahan-bahan mentah tersebut ialah bahan-bahan daripada tumbuh-tumbuhan seperti kayu, *rags*, *straw*, *bagasse*, *esparto* atau *grass*. Bahan-bahan kimia yang digunakan pula seperti soda, *sulfer*, *alum*, *rosins* dan sebagainya. Semasa proses penghasilan kertas ini, asid akan terhasil. Sekiranya kandungan asid terlalu banyak di dalam kertas, ia boleh mengurangkan kualiti kertas dan seterusnya merosakkan rekod kewangan jenis kertas. Asid ini juga boleh menyerap ke dalam kertas semasa kertas tersebut digunakan dan disimpan oleh usahawan. Asid ini berpunca daripada habuk, minyak dan sumber pencemaran alam yang terdapat dalam tempat penyimpanan rekod. Gambarajah 1 menunjukkan gambar rekod kertas yang musnah disebabkan oleh asid.



Gambarajah 1: Rekod kertas yang rosak disebabkan asid

Usaha perlu dilakukan untuk mengelakkan rekod kewangan kertas rosak disebabkan asid. Contoh usaha tersebut ialah rekod kewangan kertas hendaklah disimpan di tempat yang bersih daripada kekotoran seperti habuk serta bebas daripada pencemaran alam seperti asap kilang. Rekod kewangan kertas juga perlu disimpan di dalam bekas penyimpanan rekod yang diperbuat daripada bahan bebas asid seperti dalam kotak bebas asid. Bagi rekod kewangan kertas yang telah rosak disebabkan oleh asid, rekod tersebut perlu dihantar segera kepada ahli pemuliharaan (*conservator*) untuk diawet atau diperbaiki. Tujuannya bagi mengelakkan rekod tersebut rosak bertambah teruk serta bagi membolehkan rekod tersebut dapat terus digunakan.

Ancaman daripada dakwat

Salah satu komponen utama rekod kewangan jenis kertas adalah dakwat. Hal ini kerana dakwat digunakan untuk menulis rekod. Namun, setengah-setengah dakwat yang digunakan mempunyai kualiti asid yang banyak serta boleh merosakkan kertas dan melunturkan warnanya. Mana-mana rekod kewangan yang telah rosak disebabkan oleh dakwat, rekod tersebut perlu dihantar segera kepada ahli pemuliharaan (*conservator*) untuk diawet atau diperbaiki.



Gambarajah 2: Rekod kertas rosak disebabkan dakwat

(Akan bersambung di keluaran hadapan)

*Salah satu komponen utama rekod kewangan jenis kertas adalah dakwat. Hal ini kerana dakwat digunakan untuk menulis rekod. Namun, setengah-setengah dakwat yang digunakan mempunyai kualiti asid yang banyak serta boleh merosakkan kertas dan melunturkan warnanya. Mana-mana rekod kewangan yang telah rosak disebabkan oleh dakwat, rekod tersebut perlu dihantar segera kepada ahli pemuliharaan (*conservator*) untuk diawet atau diperbaiki*

Kertas dihasilkan dengan cara memproses bahan-bahan mentah bersama dengan bahan-bahan kimia. Bahan-bahan mentah tersebut ialah bahan-bahan daripada tumbuh-tumbuhan seperti kayu, rags, straw, bagasse, esparto atau grass.

10 TREND PENGGUNA TERHANGAT 2030 UNTUK USAHAWAN

USAHAKAN

Afizan Bin Amer¹, Siti Hajar Binti Md. Jani²

¹FACULTY OF BUSINESS AND MANAGEMENT, UITM CAWANGAN NEGERI SEMBILAN, KAMPUS REMBAU.

²FACULTY OF BUSINESS AND MANAGEMENT, UITM CAWANGAN NEGERI SEMBILAN, KAMPUS KUALA PILAH

Para usahawan perlu sedar bahawa teknologi canggih akan membolehkan penggunaan internet sensori sepenuhnya pada tahun 2025, dan kemampuan yang diramalkan untuk berkomunikasi secara digital melalui minda pada tahun 2030.

Lupakan sejenak krisis dan ancaman kemelesetan ekonomi. Mari kita melihat trend apa yang akan muncul di masa depan kerana perkembangan teknologi. Sepuluh tahun yang lalu, mungkin banyak orang tidak membayangkan dapat memesan perkhidmatan pengangkutan dan membeli makanan melalui telefon pintar. Sekarang, ini telah menjadi amalan biasa dalam kehidupan seharian.

Dari perkembangan ini diramalkan bahawa penggunaan teknologi augmented reality (AR), realiti maya (VR), pembantu maya, kecerdasan buatan (Artificial Intelligence / AI), yang telah mula diterapkan dalam pelbagai penggunaan oleh syarikat teknologi pada era 4G, akan menjadi semakin canggih pada era 5G. Kemajuan dan kecanggihan teknologi dicirikan oleh kemampuan internet untuk mewakili lima deria manusia.

Para usahawan perlu sedar bahawa teknologi canggih akan membolehkan penggunaan internet sensori sepenuhnya pada tahun 2025, dan kemampuan yang diramalkan untuk berkomunikasi secara digital melalui minda pada tahun 2030. Ketika usahawan perlu lah sedar bahawa masyarakat akan bergerak lebih jauh ke dalam sistem deria digital, garis antara digital dan dunia nyata sebenarnya akan semakin ketinggalan.

Apakah 10 Trend Pengguna Terhangat pada tahun 2030? Mari kita bincangkan satu persatu!

Otak anda adalah antara muka pengguna

Menjelang 2030, teknologi ditetapkan untuk bertindak balas terhadap pemikiran manusia dan bahkan dapat membagikannya kepada orang lain. Apabila otak manusia dapat berfungsi sebagai antara muka, papan kekunci, tetikus, pengawal permainan, dan antara muka pengguna peranti digital lain menjadi tidak berguna. Pengguna hanya perlu memikirkan arahan, dan ia akan berlaku. Para usahawan harus memikirkan bagaimana mahu menggunakan perkembangan ini.

Kedengaran seperti saya

Para usahawan perlu tahu pelanggan juga berharap dapat mengawal sepenuhnya bukan sahaja apa yang mereka dengar tetapi juga apa yang orang lain dengar dari mereka. Di masa depan, mereka berharap dapat memiliki lebih banyak kawalan terhadap bagaimana suara mereka dapat diterjemahkan ke dalam bahasa apa pun. Lebih daripada 70% individu menjangkakan mempunyai fon telinga yang mampu menterjemahkan bahasa secara automatik dan sempurna.

Apa-apa rasa yang anda mahukan

Pengguna secara individu percaya bahawa meletakkan alat di mulut secara digital dapat meningkatkan rasa makanan. Oleh itu, makanan apa pun akan terasa seperti yang diinginkan manusia. Ini boleh memberi kesan besar kepada kesihatan dan diet orang, kerana ia membolehkan mereka makan makanan yang sihat, tetapi terasa dari restoran lima bintang.

Aroma digital

Aroma adalah sensasi fizikal yang mempengaruhi manusia secara langsung dan mendalam. Pada masa ini, pengalaman membeli-belah dalam talian tidak melibatkan kemampuan mencium, tetapi pelanggan mengharapkan deria bau manusia menjadi bahagian penting dalam internet menjelang 2030, pengguna mengharapkan data bau akan tersedia untuk digunakan oleh syarikat secara komersial.

Jumlah sentuhan

Keupayaan untuk melihat tekstur digital di masa depan mungkin melampaui batasan skrin telefon pintar. Sebenarnya, ramai pengguna mengharapkan alat gelang tangan akan dapat merangsang saraf sehingga manusia dapat merasakan objek secara digital menjelang 2030.

Realiti bercantum

Menjelang 2030, pengguna membayangkan perbezaan antara realiti fizikal dan digital hampir hilang sepenuhnya. Pengalaman visual penggabungan pertama diramalkan akan berlaku dalam industri permainan utama.

Disahkan sebagai nyata

Melanjutkan dari titik sebelumnya, pelanggan percaya bahawa menjelang 2030, internet deria sepenuhnya akan menjadi semakin canggih sehingga realiti fizikal dan digital akan menyatukan menjadi satu, dan teknologi dapat meniru dan memanipulasi deria manusia.

Pengguna pasca privasi

Pelanggan percaya bahawa teknologi pengecaman wajah akan semakin popular di mana-mana, sehingga konsep privasi hampir hilang. Oleh itu, pengguna mengharapkan undang-undang data digital untuk mengatur penggunaan data awam dan swasta dengan jelas, sehingga masalah privasi tidak lagi ada.

Kesinambungan yang berkaitan

Pengguna juga percaya bahawa perkhidmatan internet sensori sepenuhnya membolehkan manusia muncul secara digital di mana sahaja, menjimatkan masa dan membantu menyelamatkan Bumi.

Perkhidmatan sensasi

Para usaha perlu tahu pengguna mengharapkan bahawa dalam dekad berikutnya bunyi dan penglihatan digital, dilengkapi dengan sentuhan, rasa, bau, dan banyak lagi, akan mengubah pengalaman berdasarkan skrin hari ini menjadi pengalaman multi-deria yang secara praktikalnya tidak dapat dipisahkan dari realiti fizikal.

Perkhidmatan sensasi

Para usaha perlu tahu pengguna mengharapkan bahawa dalam dekad berikutnya bunyi dan penglihatan digital, dilengkapi dengan sentuhan, rasa, bau, dan banyak lagi, akan mengubah pengalaman berdasarkan skrin hari ini menjadi pengalaman multi-deria yang secara praktikalnya tidak dapat dipisahkan dari realiti fizikal.

AYUH PARA USAHAWAN! PERKASAKAN DIRI DAN PERNIAGAAN ANDA. JOM AMALKAN PRINSIP “E” (BAHAGIAN 3)

Dr Nor Hayati Samba Binti Mohamed
UNIVERSITI TEKNOLOGI MARA CAWANGAN KELANTAN
yatisamba@uitm.edu.my

Dr Ruzanifah Binti Kosnin
UNIVERSITI MALAYSIA KELANTAN
ruzanifah@umk.edu.my

Peniaga yang mengamalkan etika Islam melalui prinsip kesatuan akan bertindak atas kepercayaan bahawa segala di dunia ini adalah milik Allah s.w.t.

Di dalam siri yang lepas, kita telah menghayati dua tabiat utama usahawan yang membantu mereka mencapai kejayaan di dalam perniagaan iaitu tabiat C, Cermat dan D, Disiplin. Seterusnya siri kali ini akan membincangkan satu tabiat utama yang diklasifikasikan di bawah tabiat E, iaitu Etika.

Etika

Mengikut Kamus Dewan Bahasa dan Pustaka, etika diertikan sebagai prinsip moral atau nilai-nilai akhlak yang menjadi pegangan seseorang individu atau sesuatu kumpulan. Etika di dalam konteks perniagaan pula boleh membawa erti nilai akhlak, peraturan atau moral yang membatasi gelagat atau tindakan manusia dalam menjalankan urusan. Pelbagai isu etika wujud di dalam dunia perniagaan termasuk isu rasuah, penipuan, persaingan yang tidak sihat serta penindasan samada kepada pekerja atau pelanggan syarikat. Sekiranya perniagaan hanya mempunyai objektif untuk mengaut keuntungan, ini boleh menjurus kepada penerimaan konsep ‘matlamat menghalalkan cara’. Ini bertentangan dengan prinsip etika perniagaan menurut pandangan Islam dimana niat yang baik tidak boleh menghalalkan tindakan yang haram. Rafik Isa Beekun (1997) di dalam bukunya yang bertajuk *Islamic Business Ethics* menyenaraikan lima prinsip umum etika menurut pandangan Islam. Lima prinsip ini adalah kesatuan, tanggungjawab, kebebasan, keseimbangan dan ehsan.

Peniaga yang mengamalkan etika Islam melalui prinsip kesatuan akan bertindak atas kepercayaan bahawa segala di dunia ini adalah milik Allah s.w.t. Semua manusia adalah berstatus hamba kepada Sang Pencipta tanpa mengira apa pun status dan kedudukan mereka di dunia ini. Peniaga yang memahami prinsip ini tidak akan mengamalkan diskriminasi samada diatas dasar kaum, warna kulit atau agama.

Prinsip seterusnya adalah tanggungjawab. Peniaga yang memahami prinsip ini akan mengambil sepenuh tanggungjawab diatas apa sahaja impak buruk hasil dari tindakan yang mereka ambil tanpa menyalahkan pihak lain atau cuba untuk berlepas tangan. Mereka juga tidak akan sesekali menggunakan alasan mendapat tekanan, mengikut arahan atau tiada pilihan sebagai satu justifikasi untuk melakukan sesuatu kejahatan dalam perniagaan.

Prinsip kebebasan menurut Islam pula adalah kebebasan untuk membuat apa-apa pilihan kerana manusia dikurniakan akal fikiran dan perasaan untuk menentukan baik buruk sesuatu tindakan. Walaupun begitu, tidak ada konsep kebebasan mutlak kerana sebagai hamba, manusia masih tertakluk kepada undang-undang agama yang akan memastikan setiap tindakan tidak terkeluar dari batas syariat. Tanpa panduan syariat, manusia mungkin melakukan penyalahgunaan kebebasan untuk kepentingan diri sendiri semata-mata. Menurut Al_Ghazali (1988) melalui artikelnya "*The Psychological Nature of Man*", nafsu amarah dan syahwat adalah sebahagian dari elemen diri manusia yang sekiranya dipersembahkan untuk dipandu oleh syaitan akan membawa kepada kehancuran akhlak manusia. Elemen yang sama sekiranya dipandu oleh akal yang berpegang kepada syariat akan membawa kecemerlangan dunia dan akhirat.

Prinsip etika menurut pandangan Islam yang seterusnya adalah keseimbangan. Prinsip ini berkait rapat dengan konsep keadilan. Sebagai contohnya, untuk menjadi seorang usahawan yang berjaya dari kaca mata agama yang syumul, seseorang itu perlu memastikan perjalanan perniagaannya seimbang di antara mengejar kekayaan peribadi, menyumbang kepada masyarakat dan memberi kembali kepada yang berhak. Kewajipan mengeluarkan zakat perlu menjadi prioriti utama sesebuah perniagaan. Para usahawan juga perlu memastikan wujud keseimbangan dalam peruntukan masa bagi urusan perniagaan, keluarga, agama serta kewajipan yang lain. Keseimbangan ini akan mengelakkan dari berlaku kacau-bilau di dalam kehidupan yang akhirnya akan menjejaskan prestasi perniagaan seseorang usahawan.

Prinsip yang terakhir adalah prinsip ehsan atau kebaikan terhadap insan lain. Antara contoh perilaku ehsan yang boleh diamalkan oleh seseorang usahawan adalah seperti berikut. Saling memudahkan dan tidak menipu dalam urusan jual beli. Juallah barangan kita dengan harga yang lebih rendah kepada mereka yang kurang berkemampuan. Sebaliknya andai kita membeli dari mereka yang susah, elakkan dari tawar-menawar dan adalah sangat ehsan sekiranya dapat diberikan bayaran lebih kepada mereka. Ramai masyarakat hari ini yang sudah hilang sifat ehsan bilamana mereka tidak kisah berhabisan ribuan ringgit membeli barangan berjenama dan membantu menaikkan perniagaan yang sedia ada kaya tetapi bersungguh-sungguh menawar dari peniaga-peniaga jalanan yang hanya mengambil untung seringgit, dua. Andai kita memberi pinjaman, maka elakkanlah dari menekan-nekan si peminjam, begitu juga sebaliknya. Andai kita telah meminjam, pastikan hutang diselesai bila saja ada lebihan dan tidak menunda-nunda dalam melunasi hutang.

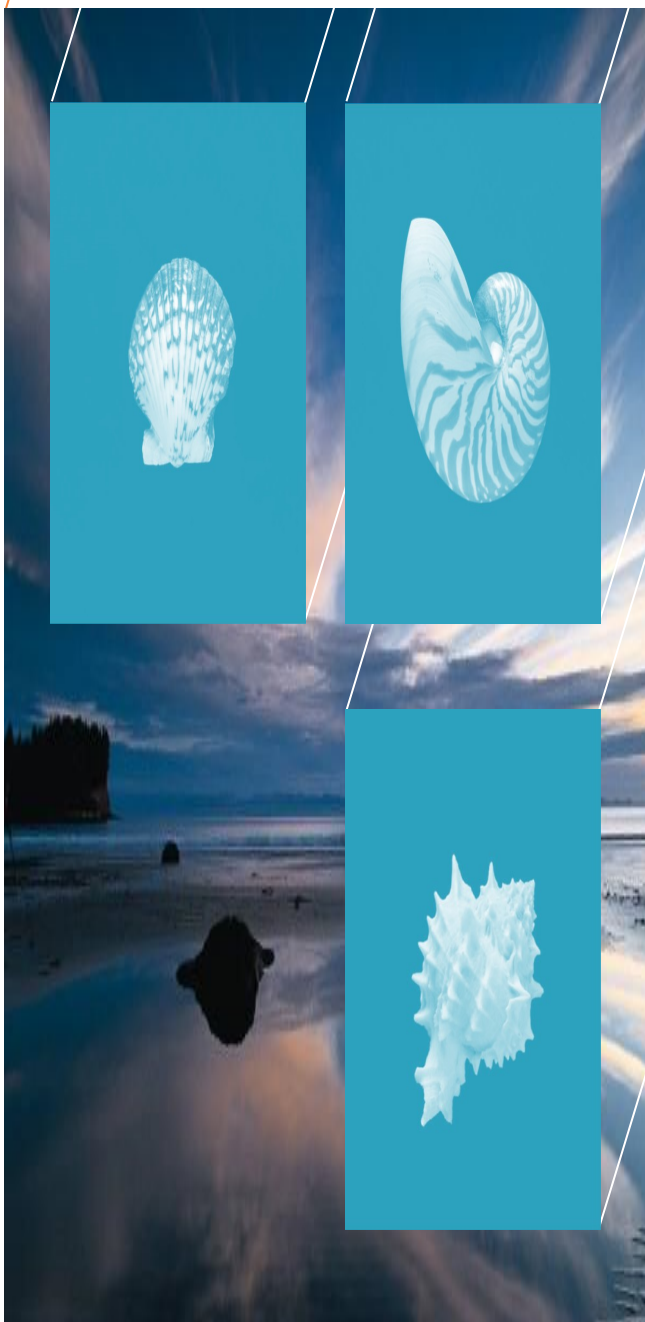
Usahawan perlu sentiasa peka, menganalisa serta mengelakkan amalan-amalan perniagaan yang berunsur penindasan terhadap pengguna. Sifat ehsan sesama insan bakal meraih kasih-sayang dari tuhan. Insyallah dapat mencapai berkat dalam perniagaan dan kehidupan. An-

Sambungan ms 29

juruan untuk sentiasa membuat kebaikan adalah sebagaimana firman Allah s.w.t di dalam Surah Al-A'raaf ayat 56 yang bermaksud "Sesungguhnya rahmat Allah amat dekat dengan orang-orang yang berbuat baik". Semoga dengan rahmat dan kasih-sayang dari Allah s.w.t dapat menjadikan para usahawan golongan jutawan di dunia dan akhirat.

Ayuh para usahawan! Perkasakan diri dan perniagaan anda. Jom amalkan prinsip "E" (Bahagian 3)

Di dalam siri yang lepas, kita telah menghayati dua tabiat utama usahawan yang membantu mereka mencapai kejayaan di dalam perniagaan iaitu tabiat C, Cermat dan D, Disiplin. Seterusnya siri kali ini akan membincangkan satu tabiat utama yang diklasifikasikan di bawah tabiat E, iaitu Etika.



TERIMA KASIH

Senarai Buletin Infousahawan 2020

The collage displays several issues of the journal 'INFO USAHAWAN' from the Faculty of Accountancy, Universiti Teknologi MARA (UiTM). The issues shown include:

- Issue 12, June 2020:** Features the article 'Covid-19: Dari perspektif mana ia perlu dilihat usahawan?' (COVID-19: From whose perspective should it be seen as an entrepreneur?).
- Issue 11, May 2020:** Features the article 'KHAS COVID-19' (Special COVID-19).
- Issue 10, April 2020:** Features the article 'KHAS COVID-19'.
- Issue 9, March 2020:** Features the article 'KHAS COVID-19'.
- Issue 8, February 2020:** Features the article 'KHAS COVID-19'.
- Issue 7, January 2020:** Features the article 'KHAS COVID-19'.
- Issue 6, December 2019:** Features the article 'KHAS COVID-19'.
- Issue 5, November 2019:** Features the article 'KHAS COVID-19'.
- Issue 4, October 2019:** Features the article 'KHAS COVID-19'.
- Issue 3, September 2019:** Features the article 'KHAS COVID-19'.
- Issue 2, August 2019:** Features the article 'KHAS COVID-19'.
- Issue 1, July 2019:** Features the article 'KHAS COVID-19'.

INFO USAHAWAN
PROJEK PENANAMAN CILI
PERTIANGI DI UTM CAWANGAN TERENGGANU

Covid 19, PRP dan Kontra: Implikasi Undang-Undang

ARTIKEL PILIHAN
 1. JAMA MEMPERSIAK USAHAWAN TANI
 2. ATAU PAKA USAHA
 3. BUKAN PERUSAHA
 4. BUKAN USAHA
 5. BUKAN USAHA
 6. BUKAN USAHA
 7. BUKAN USAHA
 8. BUKAN USAHA
 9. BUKAN USAHA
 10. BUKAN USAHA

INFO USAHAWAN
PROJEK PENANAMAN CILI
PERTIANGI DI UTM CAWANGAN TERENGGANU

Artikl mawardi

<https://terengganu.uitm.edu.my/v3/index.php/research-publications/ebook-dan-buletin-dalamaman#info-usahawan>

KELEMAHAN PENGURUSAN PERAKAUNAN DI KALANGAN USAHAWAN PKS

Musmailina Mustafa Kamal¹, Ahmad Marzuki Amiruddin Othman², Nor Hafizah Abd Mansor³
 FAKULTI PERAKAUNAN, UNIVERSITI TEKNOLOGI MARA, SEGAMAT, JOHOR MALAYSIA
 Emel Penulis: musmailina@uitm.edu.my



Menurut portal SME Corp, hampir 98.5% daripada perniagaan yang berdaftar di Malaysia merupakan perusahaan bersaiz kecil dan sederhana (PKS). PKS yang berjumlah 907,065 ini menyumbang kepada 38.9% Keluaran Dalam Negara Kasar (KDNK) atau RM552.3 bilion pada tahun 2019. Sektor PKS merupakan majikan terbesar dengan menyediakan peluang pekerjaan kepada penduduk Malaysia. Ini membuktikan sumbangan besar sektor PKS kepada ekonomi negara.

Walaupun ramai usahawan yang mampu memperoleh jualan yang tinggi namun ramai juga yang akhirnya terpaksa 'gulung tikar' disebabkan oleh pengurusan kewangan yang lemah. Tanpa pengurusan yang terancang menyebabkan berlakunya kerugian serta cairan tunai berada pada tahap negatif. Portal JAKIM melaporkan sebanyak 34,667 perniagaan telah diisytiharkan bankrap pada tahun 2015. Antara penyumbang kegagalan usahawan disebabkan oleh kelemahan pengurusan perakaunan. Perakaunan merupakan bahasa perniagaan. Kesan kelemahan pengurusan perakaunan menyebabkan:

⇒ **Gagal untuk memantau kedudukan kewangan**

Pengurusan perakaunan yang sistematik membantu usahawan memantau pendapatan dan perbelanjaan perniagaan serta membuat keputusan perniagaan yang berkesan. Tanpa pengurusan perakaunan, usahawan tidak tahu dengan tepat jumlah untung rugi perniagaan mereka dan hanya bersandarkan kepada agakan semata-mata. Usahawan juga akan mengalami masalah kekurangan tunai untuk menampung operasi perniagaan mereka.

Gagal untuk menyiapkan penyata kewangan akhir seperti yang ditetapkan oleh Akta Syarikat 1965 (bagi syarikat Sandirian Berhad) dan pelaporan cukai di bawah Akta Hasil Dalam Negeri.

Kedua - dua akta ini telah menggariskan penalti tersendiri yang boleh dikenakan ke atas pengusaha perniagaan yang melanggar akta tersebut.

⇒ **Sukar memperolehi bantuan kewangan dari institusi kewangan**

Ketiadaan penyata kewangan akan menjejaskan peluang untuk mengembangkan perniagaan. Ini adalah kerana institusi kewangan hanya akan memberi bantuan kewangan setelah menilai keupayaan sesebuah perniagaan untuk berkembang serta membayar kembali pinjaman yang diperolehi. Ini dilakukan dengan menilai penyata kewangan perniagaan. Tanpa bantuan kewangan dari institusi ini, usahawan terpaksa bergantung kepada simpanan sendiri serta pinjaman berskala kecil dari keluarga serta kenalan mereka.

Hakikatnya, masih ramai usahawan PKS kurang mengendahkan keperluan untuk menyediakan pelaporan perakaunan. Kesilapan yang sering dilakukan ini amat merugikan usahawan PKS. Bukan sekadar risiko membuat keputusan yang salah malah risiko untuk dikenakan kompaun oleh Bursa Malaysia dan Lembaga Hasil Dalam Negeri juga akan wujud. Masalah ini adalah berpunca daripada:

⇒ **Kurangnya kesedaran tentang kepentingan pengurusan perakaunan**

Kebanyakan usahawan PKS tidak menyedari kepentingan merekodkan urusan perniagaan. Urusan keluar masuk wang perniagaan tidak dicatat dan menganggap urusan perakaunan sebagai kerja yang remeh. Malahan, terdapat juga usahawan yang mencampurkan transaksi perniagaan mereka dengan kewangan peribadi. Kesannya, mereka tidak dapat memastikan berapa keuntungan sebenar yang diperolehi serta kesilapan membuat perkiraan kos sehingga gagal untuk menampung perbelanjaan perniagaan mereka.

⇒ ***Tidak menyimpan dokumen dan rekod dengan betul***

Dokumen seperti resit, invois dan bil misalnya adalah bukti sesuatu transaksi dijalankan di antara dua pihak. Kelemahan dari segi penyimpanan dokumen yang tidak teratur menyebabkan akaun tidak disimpan secara sempurna. Kesilapan ini menyebabkan ada transaksi yang tidak direkodkan, ada bayaran kepada penyumbang modal gagal dilunaskan serta kutipan hasil jualan kredit tidak dikutip sepenuhnya.

⇒ ***Tidak mempunyai masa yang cukup serta tidak mempunyai staf yang berkebolehan dalam menguruskan perakaunan***

Kebanyakan usahawan terlalu sibuk dengan aktiviti operasi perniagaan menyebabkan tumpuan pada hal - hal berkaitan pengurusan kewangan kurang ditekankan. Mereka juga tidak mengajik kerani akaun yang berkebolehan, sebaliknya menyerahkan tugas ini kepada kerani am yang tidak mempunyai latarbelakang simpankira. Staf yang berkenaan juga tidak menghadiri latihan bagi meningkatkan kemahiran perakaunan.

Tanpa pengetahuan kepada penyediaan akaun yang baik dan tersusun, kesannya, bukan sahaja gagal dalam perniagaan tetapi hilang modal pelaburan dan wang yang dihutang untuk perniagaan tidak dibayar sehingga diisytihar muflis. Oleh itu, keupayaan mengurus kewangan merupakan satu aspek kritikal yang

Sambungan ms 31

perlu diberi perhatian.

RUJUKAN

1. <https://www.smecorp.gov.my/index.php/my/polisi/2015-12-21-09-09-49/statistik-pks>
2. <http://e-muamalat.islam.gov.my/ms/bahan-ilmiah/petikan-akhbar-majalah/item/9-276-753-bankrap-sehingga-disember-2015>
3. <https://www.smecorp.gov.my/index.php/my/polisi/2015-12-21-09-09-49/statistik-pks>

Walaupun ramai usahawan yang mampu memperolehi jualan yang tinggi namun ramai juga yang akhirnya terpaksa 'gulung tikar' disebabkan oleh pengurusan kewangan yang lemah. Tanpa pengurusan yang terancang menyebabkan berlakunya kerugian serta cairan tunai berada pada tahap negatif.

SELAMA KITA MASIH
PUNYA **TEKAD**
YANG TERPELIHARA DALAM
SEMANGAT, MAKA TIADA KATA
TERLAMBAT
UNTUK MEMULAI SEBUAH
AWAL YANG BARU!



Entrepreneurs and digital workforce

Muhammad Faisal Bin Ahmad Fadzil¹, Kardina Kamaruddin¹

¹FACULTY OF BUSINESS AND MANAGEMENT,

UNIVERSITI TEKNOLOGI MARA, KEDAH, MALAYSIA

*Email Penulis:kardina@uitm.edu.my

During this pandemic era., entrepreneurs are one of the people that being effected by the pandemic and it effect their income too. One of the strategies to overcome this issue by learning on digital workforce. What is digital workforce? The digital workforce is a term recently coined to describe a range of robotic and automated technologies to improve employee productivity and efficiencies. Although many companies have adopted and implemented automated technologies, many innovations are still at the early stages. However, the paces of change are rapid, and the transitions are wide-ranging from big to small organizations and from old to new entrepreneurs. Digital Transition is best described as technological fusion, blurring the lines between the two areas of physics, digital, and biology. This rapid pace of change means that whole industries and organizations have a rapidly narrowing window of opportunity for future-readiness. Digital Workforce and advances in HR Technologies such as communications, combined with lifestyle trends, point to a future workforce that is more productive and more capable than ever before.

The digital workforce, in most cases, is not a physical worker but refers to software that assists in organization operation. Early users of the implementation and adoption of the digital workforce will gain an advantage from the fast-moving economy. Digital workforce technology has a major impact on physical worker. The digital-physical-workers can develop many competencies during their interactions with technology at their work. The most obvious of these competencies is their proficiency and digital fluency (Briggs & Makice, 2012). Digital fluency is not just knowing to use the technology but also proficient in conducting and mastering them. The competencies possessed by digital-physical-workers go beyond digital fluency; they are engaged in to be exposed to opportunities for the development of other skills as well. For example, results from research found that gamers may develop important leadership skills while playing multiplayer games (Yee 2014). Used of technology is beneficial to all generations not just in increasing their competencies but also in the employees who can gain a world of information on a fingertip and can collaborate with their co-workers across the world.

In the field of human resources, the adoption of HR technology can benefit an organization in several ways such as an increase in productivity while reducing the time taken in completion of a task, in turn, means better process efficiency. The evolution of human resources technology such as, first is the most mature technology solution, Robotic Process Automation (RPA) is the most widely adopted automation solution in business today. The technology enables the automation of repeatable business procedures, removing the less complicated tasks usually performed by back-office teams. Next is, Cognitive Computing, moving beyond RPA and chat-bots in the world of cognitive computing. Cognitive computing is the simulation of human thought processes in a computerized model. Lastly is Artificial Intelligence (AI) which means “an ideal ‘intelligent’ machine in computer science is a versatile rational agent that perceives its environment and takes action that maximizes its chance of succeeding to some goal.” (Russell & Norvig, 2003).

Furthermore, the use of technology can increase the quality of data cleansing processes, therefore, can reduce the number of human errors. HR software can store all the information in a centralized secured place while also ensuring the accessibility of the data at any time. For example, the use of cloud base talent management to make sure employees' data is protected and always available (Elizabeth Quirk, 2018). A well-structured HR technology implementation will ensure to give the organization a competitive advantage and will attract new potential employees to the organization.

There are several challenges faces by the organization in the implementation of HR technologies in the organization such as employee orientation and acceptance of the change (Banerji, 2013). Work culture also affects the acceptance of the implementation of HR technology in the organization. Employees do not convince that the implementation of the new system will positively impact their performance. Cost is an important factor to be taken into consideration before the implementation of HR technology. The organization must ensure that the return of investment in implementation is acceptable and favourable. The cost also will come from the training and development of employee's competencies to effectively operates the technology. The most important challenge is an organization cannot heavily depend on the technology because technology needs regular maintenance and easily damage if not implemented carefully. Nowadays, the workplace Is changing rapidly with the advancement of technology in the world. Work has shifted from the traditional use of physical tasks to the users of the digital workforce. Change in lifestyle and preferences toward digital-oriented by employees will lead to a successful implementation and acceptance of HR technologies. The gen-

eral purpose of implementing technologies is for convenience and to lower the burden on humans while also ensuring the effectiveness and efficiency of the job. It is understandably that the use of HR technology will revolutionize due to the demands of the industrial revolutions trends in the future.

References

Briggs, C., & Makice, K., (2012), Digital fluency: Building success in the digital age. Bloomington, IN: SocialLens.

Dessler Gary (2004) Human Resource Management, Florida International University.

Elizabeth Quirk, (2018), Benefits of HR Technology, retrieved from <https://solutionsreview.com/talent-management/2018/11/13/5-benefits-of-hrtechnology/>

Sanchita C. Banerji, (2013), A Study of Issues & Challenges of Implementation of Information Technology in HRM, Global Journal of Management and Business Studies

Yee, N. (2014). The Proteus paradox: How online games and virtual worlds change us—and how they don't. New Haven, CT: Yale University Press.

Furthermore, the use of technology can increase the quality of data cleansing processes, therefore, can reduce the number of human errors. HR software can store all the information in a centralized secured place while also ensuring the accessibility of the data at any time. For example, the use of cloud base talent management to make sure employees' data is protected and always available (Elizabeth Quirk, 2018).

MASMED UITM CAWANGAN

CAWANGAN TERENGGANU
23000 DUNGUN
TERENGGANU DARUL IMAN
0984001000

**PENAUNG***PROF Madya TS DR MAZJDAH PUTEH**DR ROSMAN MAHMUD***EDITORIAL MASMED UITMCT***YAK'Mee HAYATI HJ MOHAMED YUSOF**NJK FAZIJN HJRYATI NJK JAAFAR**WAN AHMAD KHUSAJRJ WAN CHEK**NAJLAA' NASUHA MOHD RADJN*

Sumbang artikel anda ke pautan ini :-

<https://tinyurl.com/INFOUSAHAUITMCT2020>

Ingin dapatkan produk MASMED,

hubungi

Unit MASMED UIITMCT : 09-8400281

PRODUK MASMED UITMCT**Madu Kelulut Asli**

RM39 - madu tanpa proses

RM50 - madu proses

Dituai dari ladang selian UiTM Cawangan Terengganu sendiri iaitu MyHoney Trigona Farm. Ia juga diproses di makmal kelulut UiTM utk menambahbaikn kualiti madu keluaran MASMED.

**Keropok Ikan Tamban Pilihan**

RM10 400g

Keropok merupakan makanan tradisi kegemaran semua. Ia juga melambangkan identiti Terengganu. Oleh itu, MASMED mengambil peluang utk meluaskan pasaran produk ini. Pengeluar dipilih dengan teliti bagi memastikan kualiti produk dan memenuhi keperluan pelanggan.