

SEKSYEN IV

KISAH KEJAYAAN

- Kejayaan Pengusaha Muda Didorong Alam Semula Jadi 126
- Mengorak Kejayaan Cara Yogurt 128
- Resepi Daun Sireh Melakar Kejayaan 130
- Usaha Niaga daripada Tanah Liat 132
- Ketersambungan Termaju dengan IX Telecom 134
- Jejaka Batik Sejati 136
- *Suite* Penyelesaian Kad Pintar Tunggal 138
- Jentera Pengiktirafan bagi Inovasi 140

Kejayaan Pengusaha Muda Didorong Alam Semula Jadi

Semuanya bermula empat tahun yang lalu apabila Selvestone Junit, seorang siswazah muda dari Politeknik Kota Kinabalu memutuskan untuk berhenti kerja sebagai eksekutif bank dan menceburkan diri dalam dunia perniagaan bagi mengejar impiannya.

Didorong oleh minatnya yang mendalam terhadap kehidupan alam semula jadi dan alam sekitar, Selvestone menyimpan impian untuk membina sebuah eko-resort di Kota Marudu (tempat kelahirannya), di mana para pengunjung akan bersatu dengan alam semula jadi dan pada masa yang sama dapat mengenali tarikan budaya yang unik di kawasan ini. Beliau juga berhasrat untuk melibatkan masyarakat tempatan dalam eko pelancongan dengan mempamerkan budaya dan tradisi mereka.

Pada tahun 2011, Selvestone memperbadankan Panorama PLT dan dengan ini Panorama Paradise Resort dibangunkan. Terletak di celah ladang rusa dan kelulut dalam persekitaran kampung yang dikelilingi oleh pemandangan indah Gunung Kinabalu dan hutan, resort ini menawarkan pelancong ekologi, pencinta alam semula jadi dan pengembara ekologi pengalaman kembali ke alam semula jadi dan budaya tempatan secara bermalam di rumah panjang, menikmati rasa masakan hidangan tradisional Sabah, merentas hutan di Laluan Mendaki Gunung Cochrane-Mallas Kallas dan pelayaran persiaran hutan bakau nelayan sambil menikmati keindahan matahari terbenam.

Selvestone berkata, "Pasaran untuk resort ini terdiri daripada blogger kembara, pencinta alam, dan jurugambar, pengembara berjalan kaki, pelancong kembara juga pelukis dan pengumpul seni." Namun perjalanan Selvestone untuk merealisasikan impiannya bukanlah mudah. Ramai yang ragu-ragu mengenai rancangan perniagaannya. Usianya yang muda, iaitu 27 tahun, juga merupakan penghalang. Beliau juga tidak mempunyai pengalaman berniaga dan pembiayaan untuk memulakan perniagaannya. Kegigihan beliau dalam mengejar impiannya akhirnya menerima ganjaran dalam bentuk geran RM500,000 apabila beliau muncul sebagai pemenang Program Cabaran Perniagaan Luar Bandar anjuran Kementerian Kemajuan Luar Bandar dan Wilayah (KKLW).



Walau bagaimanapun, impian usahawan muda ini bukan hanya tentang dirinya semata-mata. Wawasannya termasuk melibatkan komuniti tempatan dalam perniagaan ini juga.

Selvestone menjelaskan, "Resort ini bukan untuk membuat keuntungan semata-mata tetapi juga untuk membantu masyarakat tempatan memperoleh pendapatan tambahan. Lebih-lebih lagi, menjadi tuan rumah kepada tetamu dari pelbagai komuniti dan tempat telah menjadi pengalaman yang tidak ternilai bagi kedua-dua pihak. Saya ingin melihat penduduk tempatan menjadi maju dengan mengeksplotasikan potensi dalam eko-pelancongan tempatan secara mempamerkan budaya dan persekitaran kepada orang luar. Hal ini agak sukar dilakukan kerana mereka enggan berubah."

Walaupun mengambil masa tetapi ketika resort ini dibuka, beliau berjaya meyakinkan sebahagian penduduk kampung untuk terlibat dengan mengupah mereka untuk membuat persembahan kebudayaan seperti tarian tradisional dan juga menyediakan makanan tempatan untuk para tetamu. Selvestone berkata, "Mereka akhirnya menjadi biasa dengan kehadiran orang luar dalam persekitaran mereka dan mula terlibat secara aktif dalam program anjuran resort ini."



"Panorama Paradise Resort bermula sebagai tapak perkhemahan dan sekarang, melihat apa yang telah dicapai setakat ini dan penglibatan penduduk tempatan dalam perniagaan ini amatlah memuaskan. Ia bukan hanya tentang impian saya tetapi juga tentang mengubah pemikiran dan minda masyarakat tempatan serta membantu mereka merealisasikan potensi penduduk luar bandar untuk terlibat dalam perniagaan pelancongan."

Setelah resort ini terbina, Selvestone mengambil satu langkah lagi untuk mempromosikan pelancongan tempatan dengan menubuhkan Persatuan Pembangunan Pelancongan Kota Marudu yang dipengerusikan oleh beliau. Persatuan ini menurutnya, telah meningkatkan kesedaran masyarakat tempatan mengenai pentingnya pendidikan, persekitaran dan peluang dalam pelancongan tempatan. Untuk mempromosikan serta mengkomersialkan lagi pelancongan di kawasan ini, Selvestone bercadang untuk menganjurkan 'Bulan Melawat Kota Marudu 2017'. Beliau juga mempunyai impian untuk menjadikan Kota Marudu sebuah Geopark seperti Pulau Langkawi.

Walaupun bagaimanapun, Selvestone masih belum berpuas hati dalam usahanya menimba ilmu dan peningkatan diri. Walaupun sibuk menguruskan resort, beliau juga sedang melanjutkan pelajaran secara separuh masa dalam ijazah pengurusan pelancongan. Keazamannya untuk berjaya dalam bidang pilihannya telah mendapat penghargaan seperti Ikon Politeknik dan Ikon Belia Kota Marudu. Beliau juga merupakan pemenang Anugerah Inovasi 2017 dengan mencipta set penjana kuasa yang menggunakan bateri berkuasa solar.

Apabila ditanya mengenai masalah yang beliau hadapi dalam usaha memulakan perniagaannya, Selvestone berkata pembiayaan dan kekurangan pengalaman merupakan antara cabaran utamanya.

"Saya tidak memperoleh dana daripada mana-mana institusi kewangan. Pembiayaan yang saya peroleh hanya daripada geran RM500,000 yang saya terima daripada memenangi Program Cabaran Perniagaan Luar Bandar pada tahun 2012. Usia saya dan kurangnya pengalaman dalam perniagaan merupakan cabaran paling utama. Saya tidak mempunyai rangkaian sokongan dan pengalaman dalam pemasaran. Saya belajar menerusi kaedah cuba jaya (*trial and error*) serta membina rangkaian dengan mereka yang mempunyai pengalaman dan pengetahuan serta dengan pelbagai agensi Kerajaan dan NGO di seluruh Sabah."

"Cabaran lain termasuk kekurangan infrastruktur seperti jalan raya yang baik dan bekalan elektrik. Kami merupakan perniagaan berkaitan pelancongan yang pertama di kawasan ini. Kekurangan infrastruktur ini menjadikannya lebih sukar untuk menarik pengunjung. Ini merupakan sebab mengapa dalam memasarkan resort ini, saya menamakannya sebagai pelancongan kembara."

Ditanya mengenai faktor yang akan membantu kejayaan sesuatu perniagaan, Selvestone berkata, "Pemilik harus memahami peranan dan tugasnya serta cukup pintar untuk membina organisasi yang kuat dalam pengurusan kewangan, perhubungan awam, pemasaran dan operasi perniagaan. Dia mesti mengeksplorasi keunikan produknya dan menyediakan perkhidmatan yang berkualiti."

Bagaimanakah Kerajaan dapat membantu PKS sepertinya untuk berjaya?

"Kerajaan telah membantu PKS dengan menyediakan pembiayaan, promosi, pembangunan kapasiti, pemasaran, serta menerusi banyak program bantuan lain di bawah pelbagai Kementerian dan agensi. Satu aspek di mana Kerajaan dapat membantu perniagaan seperti saya adalah menyediakan infrastruktur serta kemudahan perniagaan yang sesuai di kawasan luar bandar yang tiada talian telefon dan capaian internet, bekalan elektrik, dan air, pengairan dan saliran serta kemudahan asas yang lain."

Apakah rahsia untuk menjadi seorang usahawan yang berjaya?

"Ramai usahawan bercita-cita untuk menjalankan perniagaan tetapi tidak mempunyai motivasi dan perancangan yang jelas. Tanpa objektif dan perancangan perniagaan yang jelas, kegagalan tidak dapat dielakkan. Kenalilah perniagaan anda. Kita mesti tahu dengan terperinci akan perniagaan yang kita jalankan, jika tidak dengan mudah kita ditipu atau dimanipulasi oleh orang lain. Jangan berhenti untuk belajar. Juga belajar merangka strategi agar dapat menetapkan hala tuju perniagaan."

"Kepentingan rangkaian untuk pemilik perniagaan mestilah ditekankan. Perniagaan menjadi lebih baik menerusi rangkaian yang banyak. Menjalin hubungan dengan mereka yang berjaya memberi peluang untuk belajar daripada mereka. Akhir sekali, kita mesti mempunyai semangat serta kesungguhan untuk apa sahaja yang kita lakukan. Semangat dan kesungguhan akan memastikan kita tidak mudah berputus asa apabila keadaan menjadi sukar."



Mengorak Kejayaan Cara Yogurt

Perniagaan yogurt yang bermula dari dapur sebuah rumah tiga puluh empat tahun yang lalu masih berjalan lancar sehingga hari ini.



Malaysian Yoghurt Company Sdn Bhd

Pelanggan yang membeli yogurt Sunglo berkemungkinan besar tidak menyedari akan permulaannya. Sejarah produk ini bermula semenjak tahun 1983, apabila ia dihasilkan di dapur sebuah rumah yang terletak di Petaling Jaya oleh Syarikat Sunglo.

Empat tahun kemudian, yogurt Sunglo berjaya menarik perhatian syarikat gergasi pengeluar makanan iaitu Nestlé yang mengambil alih jenama ini pada tahun 1987 dan kekal sebagai pemilik jenama ini sehingga tahun 1995 apabila ia dijual kepada Sunglo Sdn Bhd.

Pada tahun 2015, Malaysian Yoghurt Company Sdn Bhd, iaitu anak syarikat kepada Sunglo Sdn Bhd dan Magic Foods Sdn Bhd menjadi pengilang, pendedar dan pemasar produk yogurt Sunglo.

Pengarah Urusan Malaysian Yoghurt Company Sdn Bhd, En. Ramesh Gomez bercakap mengenai produk syarikatnya "Rumusan yogurt kami telah dibangunkan semenjak tiga puluh empat tahun yang lalu bagi memenuhi cita rasa penggemar yogurt di Malaysia. Kami mempunyai pelbagai jenis yogurt seperti untuk terus dimakan, memasak, dalam bentuk minuman, yogurt Yunani atau dibungkus terus dalam pek pelbagai saiz dengan pelbagai perisa.

"Kami cuba memastikan rumusan yogurt kami ringkas mungkin dan semula jadi seperti yogurt yang dibuat sendiri di rumah untuk keluarga. Ini

bermakna kami menggunakan lebih banyak susu dan kurang bahan lain untuk menjadikan produk kami lebih likat dan lazat."

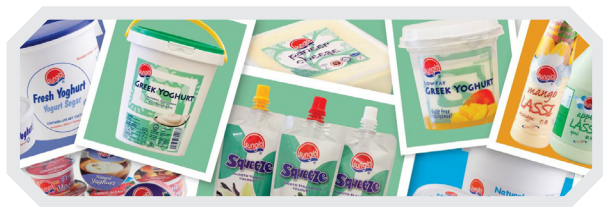
Beliau menjelaskan bahawa jenama Sunglo ini merupakan "satu jenama kecil dalam pasaran yogurt tempatan dengan anggaran bahagian pasaran sebanyak 2%."

"Namun, kami dapat bertahan dalam pasaran yang berdaya saing dengan memanfaatkan kelebihan saiz kami. Kami membina perniagaan kami dengan model kapasiti kecil dan kos tetap yang lebih rendah serta sistem yang lebih fleksibel. Ini membolehkan kami menawarkan pelbagai jenis yogurt nic yang mungkin tidak berdaya maju bagi jenama yang lebih besar. Kami mahu menjadikan yogurt kami mampu dibeli dan boleh dipasarkan seberapa luas yang mungkin.

Strategi ini amat berkesan untuk syarikat ini kerana jenama Sunglo bersaing dan berkongsi ruang rak di pasar raya dengan jenama besar seperti Nestlé, Dutch Lady, Marigold, Farmfresh, Anlene dan Nutrigen.

Seperti yang dijelaskan oleh Gomez, "Kejayaan jenama yogurt Sunglo adalah kebanggaan syarikat." Malaysian Yoghurt dianugerahkan PKS Terbaik (Negeri Sembilan) pada Ekspo Makanan Selamat 2015 dan menduduki tempat kesebelas dalam Anugerah Enterprise 50 (E50) 2016 yang dianjurkan





oleh SME Corp Malaysia. Syarikat ini juga telah menerima pensijilan Jenama Kebangsaan Malaysia oleh SME Corp. Malaysia, pensijilan halal oleh JAKIM, sijil Kesihatan Veterinar Mark oleh Jabatan Veterinar, dan pensijilan MeSTI oleh Kementerian Kesihatan. Yogurt ini telah diiktiraf oleh bahagian Kitchen majalah Her World sebagai 'Produk Jualan Terbaik, Kategori Yogurt Segar.'

Bercakap tentang cabaran yang dihadapi oleh syarikat ini, Gomez berkata, "Cabaran terbesar dalam perniagaan ini adalah mengenai kesedaran jenama dan penembusan pasaran. Cabaran pertama bagi jenama yogurt kecil seperti kami ialah mendapatkan pengiktirafan jenama daripada pengguna, terutamanya apabila bersaing dengan jenama besar yang mendapat pembiayaan yang kukuh dalam pasaran yang sama. Yang kedua adalah untuk membangunkan rangkaian pengedaran yang menjimatkan untuk membolehkan kami menembusi pasaran yang disasarkan secara lebih mendalam. Kawalan kos adalah satu lagi isu dan ini adalah sukar dengan kenaikan kos bahan mentah.

Dengan latar belakang pasaran yang mencabar, syarikat ini menerima rangsangan terutamanya daripada populariti produknya yang konsisten dan daya tarikan produknya yang merentas generasi.

Gomez menjelaskan, "Yang paling menggalakkan ialah apabila pelanggan memberitahu yang mereka amat menggemari yogurt kami dan generasi seterusnya juga amat menggemari jenama kami. Apabila ibu bapa dan anak-anak berterusan membeli produk kami, ia menjadikan kami semua di syarikat ini merasa bahawa usaha kami selama bertahun-tahun sebenarnya berbaloi."

Apakah rahsia jenama ini kekal bertahan lama?

"Saya percaya bahawa kebolehan untuk menguruskan perubahan dan kekal relevan adalah kunci kejayaan. Pasaran telah banyak berubah dalam tempoh tiga puluh empat tahun

yang lalu. Permintaan pelanggan berubah dan sebagai pemilik jenama, kita mesti berubah untuk memenuhi permintaan pasaran atau menghadapi risiko menjadi tidak relevan."

"Cabaran terbesar yang kami, selaku PKS yang mengusahakan perniagaan makanan perlu hadapi adalah cara untuk kekal relevan dengan pengguna dalam dunia yang begitu pesat berubah. Seni pembuatan yogurt mungkin tidak banyak berubah sejak berabad lama, tetapi pengguna mengharapkan jenama yogurt memperkenalkan produk inovatif yang selari dengan keperluan dan keinginan gaya hidup mereka yang berubah-ubah.

Adakah Malaysian Yoghurt merancang untuk berkembang ke peringkat antarabangsa?

"Model perniagaan kami adalah khusus untuk memenuhi pasaran Malaysia. Kami sedang berusaha untuk mengembangkan perniagaan kami dengan membangunkan pelbagai jenis yogurt premium untuk memenuhi segmen nic dalam pasaran. Harapan saya agar dalam masa sepuluh tahun lagi jenama yogurt Sunglo akan dikenali dan diterima oleh majoriti penggemar yogurt di Malaysia sebagai jenama yogurt premium pilihan mereka.

Bagaimanakah Kerajaan dapat membantu PKS agar berjaya?

"PKS bukanlah versi kecil perniagaan bersaiz besar, sebaliknya, mereka adalah jenis entiti perniagaan yang agak berbeza. Sebagai contoh, perniagaan besar mungkin mempunyai lapisan kepakaran dalam bidang kewangan, teknikal, sumber manusia, pemasaran dan pematuhan terhadap peraturan. Dalam perniagaan kecil, peranan ini biasanya akan diambil oleh pemilik perniagaan yang mungkin memiliki kepakaran dalam bidang yang khusus tetapi tidak semestinya dalam bidang lain yang disebutkan tadi. Apabila perniagaan berkembang, kelemahan ini, jika tidak ditangani, boleh menyebabkan masalah yang serius. Kerajaan boleh membantu PKS menangani isu sebegini dengan membangunkan program khusus untuk usahawan, PKS bagi memperolehi pengetahuan dalam bidang ini. Walau bagaimanapun, saya percaya bahawa, akhirnya tugas untuk mengembangkan sesebuah perniagaan adalah tanggungjawab setiap pemilik dan bukan Kerajaan."



Resepi Daun Sireh Melakar Kejayaan

Nik Juzailah Juhairi menceburi bidang keusahawanan dicetuskan oleh naluri yang kuat

Pada tahun 2002, graduan pengajian perniagaan dari Universiti Malaya ini menjumpai sebuah syarikat yang mengusahakan produk herba yang mengalami masalah di Pulau Pinang. Nik Juzailah melihat potensi dalam perniagaan ini dan seterusnya membeli syarikat ini. Dari situlah bermulanya kembara keusahawanannya sebagai pemilik Sireh Emas Marketing Sdn Bhd.

Peringkat awal kehidupannya sebagai peniaga amatlah sibuk, seperti yang diterangkan olehnya.

“Saya terpaksa merombak keseluruhan operasi, menaik taraf tertib pengeluaran, merombak semula strategi pemasaran dan mengkaji semula keseluruhan aspek yang pelbagai dalam operasi perniagaan. Ia mengambil masa tetapi perlu untuk membina asas yang mantap bagi perniagaan.”

Syarikat ini pada waktu itu beroperasi dari sebuah kilang di lot kedai dan produknya terdiri daripada losyen badan herba dan pencuci kebersihan feminin yang diperbuat daripada bahan semula jadi, terutamanya daripada daun sireh. Hari ini, Sireh Emas Marketing menghasilkan 48 produk penjagaan kulit dan badan – tidak termasuk jenama antarabangsa – dan menggajikan 38 orang pekerja.

Pada mulanya, produk Sireh Emas kebanyakannya dijual menerusi outlet produk herba. Pada tahun 2016, ia berjaya menembusi pasar raya besar seperti Tesco. Ia boleh didapati di Giant mulai Ogos 2017. Nik Juzailah berharap syarikat ini dapat memasuki outlet AEON tidak lama lagi memandangkan mereka berminat dengan jenama Miusuki, barisan produk eksport syarikat ini.

Ditanya mengenai cabaran yang dihadapinya dalam perniagaan, beliau menyatakan “Kadangkala untuk mencari sumber bahan berkualiti adalah sukar. Sebagai contoh, pada satu masa, kami memerlukan beberapa ratus tan herba temu lawak, tetapi hanya seratus kilogram sahaja yang diperoleh. Kami mencari di merata tempat tetapi hampa dan akhirnya kami berjaya mengikat kontrak dengan FAMA untuk membekalkan kepada kami.”



Cabaran lain adalah dana untuk pemasaran. “Dengan sumber kewangan yang terhad, kami berbelah bahagi antara memberikan tumpuan kepada pengiklanan atau mengembangkan fasiliti pengeluaran. Mujurlah kami menerima bantuan kewangan, kira-kira RM200,000 daripada SME Corp. Malaysia di bawah Program *Business Accelerator* (BAP) untuk pembungkusan dan pengiklanan di papan iklan di sepanjang lebuhraya. Kami juga memperoleh RM200,000 lagi untuk membeli mesin pembotolan.”

Pada tahun 2006, syarikat ini bekerjasama dengan SIRIM selaku agensi penyelidikan untuk mengkomersialkan hasil penyelidikannya dalam penjagaan kulit. Projek ini dapat dimajukan ke tahap pra-pengkomersialan berdasarkan penemuan dan penyelidikan oleh SIRIM. Memandangkan dana yang besar diperlukan pada peringkat ini yang memerlukan tiga tahun sebelum pengkomersialan - Sireh Emas bekerjasama dengan SIRIM untuk mendapatkan dana.

Nik Juzailah berkata Sireh Emas memperoleh dana pra-komersial pertama dari Kementerian Sains, Teknologi dan Inovasi (MOSTI). “Kami bernasib baik permohonan menjadi lebih mudah disebabkan kami telah bekerjasama dengan SIRIM yang merupakan agensi di bawah MOSTI.”



Nik Juzailah bersyukur kerana Kerajaan melaksanakan banyak program bagi membantu PKS seperti syarikatnya, namun berharap agar ia dapat membantu PKS meningkatkan pendedahan pasaran, sebagai contoh, dengan menganjurkan lebih banyak ekspo perdagangan bagi usahawan mempamerkan produk mereka.

Dalam pasaran penjagaan badan dan kulit yang berdaya saing, bagaimana produk Sireh Emas boleh menonjol berbanding produk pesaing?

"Kualiti merupakan pembeza yang amat besar. Produk penjagaan badan dan kulit kami mempunyai pembawa lipid berstruktur nano yang merupakan sistem pembawa bioaktif yang memudahkan penyerapan bahan aktif. Selain itu, bagi menjamin kualiti ekstrak dan sireh, yang merupakan bahan utama, kami mendapatkan bekalan daripada pembekal tunggal."

Satu pencapaian yang dibanggakan oleh Nik Juzailah ialah menjadi pemenang Cabaran Teknologi Tinggi Halal pada tahun 2016 dengan produk pencuci kebersihan femininnya. Kemenangan itu membolehkan syarikat ini menerima geran bernilai RM500,000 bagi membangunkan produk feminin anti-mikrob dwi fungsi — pencuci kebersihan feminin dan pencuci tangan. Syarikat diberi tempoh 18 bulan untuk membangunkan produk ini. Konsep dan penyelidikan telah dilengkapkan dan diluluskan, manakala pembangunan produk ini sedang dijalankan.

Syarikat ini juga merancang untuk ke peringkat antarabangsa.

"Kami menjangkakan untuk pelancaran di peringkat antarabangsa pada November 2017. Buat masa ini, kami telah menerima pesanan untuk satu barisan produk Xanzwhite dari Kemboja. Kami juga merancang untuk mengeksport ke Indonesia dan Myanmar. Barisan produk yang akan diedarkan di Myanmar ialah Penjagaan Kulit Miusuki yang terdiri daripada tujuh SKU. Indonesia juga merupakan pasaran kerana bilangan penduduknya yang amat besar dan kami menyasarkan kepada pasaran nic. Strategi antarabangsa kami ialah untuk memberi tumpuan kepada negara yang dalam lingkungan tiga jam penerbangan bagi memastikan pengurusan produk kami yang lebih baik di pasaran ini.



Bagaimana Sireh Emas mengaplikasikan teknologi untuk mempromosikan perniagaannya?

"Pada tahun 2009, kami mula memasarkan barisan produk Xanzwhite secara dalam talian sepenuhnya. Ini bertujuan menghubungkan kami dengan pelanggan secara langsung. Kami juga mempunyai sesi bersemuka dengan pelanggan untuk mendapatkan maklum balas terhadap produk kami. Kami juga menggunakan media sosial sebagai alat pemasaran. Terdapat juga laman sesawang SirehEmas2You untuk pelanggan membuat pesanan produk dan membayar secara dalam talian."

"Kami juga menggunakan peralatan IT dalam pentadbiran syarikat, contohnya menyimpan dokumen menggunakan *iCloud*. Ini membolehkan pemfailan dilakukan dengan lebih cepat dan mudah untuk dijejaki di mana-mana dan pada bila-bila masa. Kami juga menggunakan teknologi khas untuk memeriksa bahan aktif dalam produk kami."

Perjalanan Nik Juzailah sebagai seorang usahawan setakat ini amat mencabar tetapi menghasilkan ganjaran yang lumayan. Walau bagaimanapun beliau tidak akan berhenti daripada berusaha dengan lebih gigih. Beliau telah membuat perancangan untuk fasa pertumbuhan seterusnya seperti mempunyai kilang ekstraksi sireh sendiri, dan lebih banyak barisan produk termasuk barisan kosmetik.

Sebagai kata-kata nasihat kepada yang bercita-cita untuk menjadi usahawan, pesan beliau, "Bina rangkaian, sama ada dengan pihak Kerajaan atau di pasaran. Rasailah nadi pasaran. Kita tidak mampu untuk hanya duduk di pejabat sahaja."



Usaha Niaga daripada Tanah Liat

Zurenawatte Zaidil menjana pendapatan daripada tanah liat. Pemilik Heliconia Craft Collection di Kuching, Sarawak ini menghasilkan manik yang diperbuat daripada tanah liat dan produk seramik lain. Manik yang dihasilkannya digunakan untuk membuat rantai, gelang, subang dan perhiasan lain berdasarkan kehendak pelanggan.

Ujar beliau, "Reka bentuk saya diilhamkan oleh alam semula jadi dan berdasarkan reka bentuk pasaran kontemporari."

Zurenawatte berkata, beliau tidak tahu apa-apa tentang manik sebelum ini tetapi berminat untuk belajar mengenainya. Inilah bagaimana beliau akhirnya menghadiri Kursus Rekaan Manik Seramik yang dianjurkan oleh SIRIM pada tahun 2008 dan juga kursus INKSEN mengenai aksesori seramik. Heliconia Craft Collection ditubuhkan setelah beliau menamatkan kursus dalam reka bentuk manik seramik. Namun, hanya pada tahun 2010 beliau akhirnya merasa cukup yakin untuk memperkenalkan produknya ke dalam pasaran di Ekspo Kuching Waterfront yang dianjurkan oleh SIRIM. Penerimaan yang baik terhadap produknya menjadi daya pendorong kepada beliau untuk meneruskan perniagaannya.

Seperti semua perniagaan pada peringkat permulaan, banyak cabaran yang dihadapi Zurenawatte, antaranya ialah penolakan pasaran terhadap sebahagian produknya.

"Pasaran ketika itu pasaran belum bersedia untuk menerima manik seramik. Terdapat banyak komen yang tidak menggalakkan daripada orang ramai tetapi saya tetap komited dan terus bertekad untuk menghasilkan produk yang memiliki kualiti yang pada satu masa nanti akan diterima di pasaran antarabangsa."

Sejak itu, Zurenawatte telah mencapai beberapa kejayaan dalam perjalanan keusahawannya, antaranya tersenarai sebagai 400 Usahawan Berjaya oleh Amanah Ikhtiar Malaysia (AIM). Usahawan yang tersenarai akan dikunjungi oleh Menteri Kewangan. Syarikat ini juga dipilih untuk mengambil bahagian dalam FashionMATRADE 2016 dan diberi penampilan dalam program TV3 'Nona'.





Beliau bersyukur atas bantuan kewangan dan bantuan lain yang disediakan oleh Kerajaan di peringkat Persekutuan dan negeri. Beliau berkata modal permulaan dalam memulakan perniagaan ini adalah pinjaman berjumlah RM1,000 daripada AIM. "Kemudian, saya menerima Geran Inkubator daripada SIRIM. Saya mula beroperasi dari Pusat Seramik selepas memperoleh modal tambahan dari AIM. Bermula dari sini, perniagaannya semakin berkembang. Apabila perniagaan berjalan lancar, saya memperoleh lebih banyak pembiayaan daripada AIM untuk terus mengembangkannya".

"Saya menyertai Program MIED-SIRIM dan juga menerima bantuan dalam aspek teknikal dan promosi bagi menjalankan perniagaan. Saya juga menghadiri kursus peningkatan kemahiran setiap tahun. Kraftangan Malaysia cawangan Sarawak juga telah memberikan bantuan dalam bentuk peningkatan reka bentuk dan promosi sehingga kini."

Agensi lain yang menyediakan pelbagai bentuk bantuan – kewangan, latihan, bimbingan – termasuk Majlis Kraf Sarawak, INSKEN, MARA, UPUIH, Kementerian Pertanian dan Industri Asas Tani (MOA), KEMAS, SEDC, Pelancongan Sarawak dan SME Corp. Malaysia.

Setelah mengharungi perjalanan sejauh ini, Zurenawatte masih bertekad dan berharap agar dapat merealisasikan impiannya untuk melihat produknya diiktiraf di pasaran antarabangsa.

Apakah nasihat beliau kepada mereka yang bercita-cita menjadi usahawan?

"Jika anda bercita-cita untuk menjadi seorang usahawan, teruskan, cuba dan buat yang terbaik. Terdapat banyak rintangan dan halangan dalam perniagaan tetapi kita tidak boleh berputus asa. Cabaran adalah perkara biasa dalam bidang perniagaan dan jika kita bertekad, kita akan berjaya."



Ketersambungan Termaju dengan IX Telecom

Perniagaan yang bermula dengan berbekalkan modal RM30,000 pada tahun 2008 kini mewujudkan kehadirannya di 200 buah lokasi di seluruh dunia

Noor Helmi Nong Hadzmi, pengasas dan Ketua Pegawai Eksekutif IX Telecom Sdn Bhd, sentiasa bercita-cita untuk menjadi seorang usahawan dan impiannya adalah untuk memiliki perniagaan telekomunikasi sendiri. Seorang graduan kejuruteraan telekomunikasi di Universiti Multimedia, beliau memulakan kerjaya dengan sebuah syarikat telekomunikasi dan kemudian menyertai Air Asia, syarikat permulaan penerbangan. Tugas beliau bersama Air Asia telah terbukti amat penting kerana di situlah beliau memperoleh pengetahuan serta pengalaman berharga dan yang paling penting bagi seorang usahawan yang mempunyai cita-cita, adalah sikap serba boleh, dan 'tidak pernah katakan tidak' seperti yang dimiliki oleh bos syarikat penerbangan itu, Tan Sri Tony Fernandes.

Pada tahun 2008, Noor Helmi yang berusia 29 tahun meninggalkan kerjayanya bagi meneruskan impiannya untuk menubuhkan IX Telecom Sdn Bhd dengan rakan kongsinya, dengan hanya dibiayai modal sebanyak RM30,000.

IX Telecom merupakan pengendali rangkaian maya dengan perkhidmatan termasuk akses internet global, IP VPN, sambungan *point-to-point*, pengehosan, mesin ke mesin, serta penyumberan luar IT, proses perniagaan dan proses pengetahuan. Ia telah menubuhkan perkongsian dengan penyedia perkhidmatan di lebih daripada 200 buah negara. Pada masa ini, ia mempunyai enam pejabat di Malaysia, Indonesia, Singapura, Hong Kong dan Amerika Syarikat (San Francisco dan Washington DC). Ia juga memberi perkhidmatan kepada syarikat telekomunikasi utama di Malaysia serta syarikat multinasional (MNC) yang mempunyai cawangan di luar negeri.

Noor Helmi berkata, "Saya percaya tidak ada pesaing langsung dengan model perniagaan yang sama seperti kami di Malaysia. Walaupun kami kecil, IX Telecom adalah bersifat global dengan warga negara dari ASEAN dan Eropah yang bekerja untuk kami. Kami juga menjadi tuan rumah kepada



pelatih MBA dari Massachusetts Institute of Technology Sloan yang terkenal, yang memberikan saranan strategik tentang bagaimana untuk membawa syarikat ini ke tahap yang seterusnya."

Namun, tidak semua yang berjalan dengan lancar pada peringkat awal permulaan syarikat ini. Untuk memperoleh penerimaan di negara sendiri merupakan satu perkara yang sukar untuk dicapai. Hanya setelah syarikat ini diiktiraf kelayakannya di peringkat antarabangsa, barulah ia mendapat penerimaan tempatan. Pelanggan tempatan utama syarikat ini adalah syarikat telekomunikasi, dengan Telekom Malaysia sebagai pelanggan utama. Air Asia juga merupakan salah satu pelanggannya.

Noor Helmi berkata, "Pasaran Malaysia lebih mudah menerima produk kami hanya setelah kami membuktikan diri di peringkat antarabangsa. Saya rasa ia berkaitan dengan kredibiliti. Kami telah mewujudkan kehadiran kami dalam kalangan syarikat yang lebih besar dan juga beberapa syarikat kecil tetapi perjalanan kami masih jauh untuk mencapai pengiktirafan yang kami mahukan untuk jenama kami."

"Kami pada dasarnya merupakan perniagaan B2B dan sudah tentu, rangkaian adalah penting untuk pertumbuhan. Sebagai sebahagian daripada strategi promosi, kami mengambil bahagian dalam persidangan dan acara berkaitan industri seperti pameran komunikasi dan penyedia perkhidmatan. Ini juga membantu dalam menjalinkan rangkaian dengan rakan industri."



Dengan perkembangan pesat yang berlaku dalam dunia digital, bagaimanakah IX Telecom akan diijarkan semula untuk menghadapi cabaran yang muncul daripada Industri 4.0 dan Megatrend?

"Industri 4.0 secara asasnya adalah mengenai automasi dan pertukaran data. IX Telecom akan sentiasa diijarkan dengan teknologi gangguan, yang datang bersama budaya syarikat yang inovatif. Perkembangan berasaskan platform akan lebih mempercepatkan evolusi perkhidmatan sedia ada dan kami akan bersama-sama mengikuti trend yang sedang muncul ini. Pada masa ini, kami sedang mengusahakan data besar dan analitik perniagaan, rangkaian berasaskan perisian dan Internet Perkara (IoT). Kami amat yakin bahawa semua perkembangan ini akan secara holistiknya meningkatkan pertumbuhan perniagaan kami."

Apakah cabaran yang dihadapi sejak bergelar usahawan?

"Pembiayaan sentiasa menjadi cabaran. Kami kini stabil dari segi kewangan tetapi pembiayaan akan sentiasa menjadi cabaran apabila keperluan pembiayaan menjadi lebih besar seiring dengan pertumbuhan perniagaan. Satu lagi cabaran ialah mencari bakat. Kualiti pekerja yang kami ambil adalah sangat penting bagi menentukan kejayaan syarikat ini. Bagi mendapatkan bakat yang boleh dipadankan dengan budaya kerja syarikat kami bukannya mudah. Walau bagaimanapun, kini, saya boleh mengatakan bahawa kami mempunyai pasukan yang terbaik."

Adakah keadaan ekonomi semasa menyebabkan perniagaan terjejas?

"Ya, tetapi ia tidak seburuk tahun sebelumnya kerana perniagaan luar negeri kami telah membantu mengurangkan kesannya."

IX Telecom, yang kini mempunyai 30 orang tenaga kerja, merupakan penerima Geran Pembangunan Pasaran (MDG) dari MATRADE dan baru-baru ini telah mendapat tempat pertama dalam Anugerah Enterprise 50 (E50) 2016 anjuran SME Corp. Malaysia.

Noor Helmi berkata ia merupakan satu kejutan bagi syarikat untuk memenangi anugerah ini kerana mereka mengambil bahagian buat julung kalinya. "Terdapat persaingan yang hebat daripada syarikat lain yang telah dicalonkan tahun demi tahun.



Mungkin konsep perniagaan kami yang membawa perbezaan. "

Apabila ditanya mengenai harapannya sepuluh tahun dari sekarang, Noor Helmi berkata beliau pasti ingin melihat perniagaannya terus berkembang.

"Kami sudah menjadi syarikat global tetapi ini tidak memadai. Kami mahu meneroka bidang lain, membina pasukan yang lebih besar, dan memperoleh bahagian pasaran yang lebih besar. Cabaran kami kini ialah sumber yang terhad dalam kewangan dan modal insan tetapi itu tidak akan menghalang kami daripada mengejar impian. Kami melihat kepada perniagaan global yang berjaya seperti Grab, Agoda dan Facebook sebagai model panduan bagi kami. "

Apakah ciri-ciri yang diperlukan untuk berjaya dalam perniagaan?

"Ini semua berkenaan usaha dan kesungguhan serta mempunyai sikap positif. Kami percaya dengan peningkatan berterusan dalam prestasi dan pertumbuhan. Kami menyasarkan untuk mencapai trend peningkatan yang konsisten dalam laluan pertumbuhan kami. Pengurusan insan juga amat mustahak, manakala budaya syarikat akan menarik bakat yang sesuai. Sebagai contoh, dalam IX Telecom, kami menggabungkan kerja dengan elemen yang menyeronokkan."

Bagaimana anda terus mengorak langkah dalam persekitaran yang penuh cabaran?

"Saya bukanlah seorang yang mudah berputus asa. Sentiasa bersikap positif dan sebarkan sikap positif kepada orang di sekeliling anda. Lihatlah apa yang telah dicapai oleh Tan Sri Tony Fernandes dengan sikap sebegini. Percaya, belajar dari pengalaman dan kesilapan. Percaya yang anda boleh, dan anda pasti boleh. "



Jejaka Batik Sejati

Amir Harith, yang popular dengan panggilan Bujin, adalah seorang jejaka batik sejati, dan bersama dengan rakan kongsi perniagaannya, Taufiq Hussien telah membangunkan perniagaan yang berjaya hasil semangat dan kesungguhannya terhadap bentuk kesenian tradisional ini

Bujins L Batik Sdn Bhd merupakan pengeluar pakaian dan aksesori batik yang berkualiti tinggi dengan reka bentuk kontemporari dan futuristik untuk pelanggan dari peringkat sederhana ke peringkat atasan.

Seperti yang terbukti dalam reka bentuk produknya, Amir merupakan seorang pereka batik berbakat dengan karya yang mencerminkan apresiasi generasi muda terhadap kesenian tradisional tetapi dengan sentuhan kontemporari. Beliau mendapat inspirasi daripada alam sekitar – flora, fauna dan orang di sekelilingnya. Reka bentuknya segar serta unik dan setiap satunya adalah tersendiri. Setiap karya beliau mempunyai rasional, rupa yang tersendiri dan kisah yang tersirat.

Mengenai bagaimana beliau terlibat dalam mereka bentuk batik, Amir menjelaskan, "Sejak berusia dua belas tahun, saya selalu terpesona melihat lukisan batik. Minat ini bertambah kuat tahun demi tahun terutamanya ketika saya melihat ayah yang merupakan seorang guru seni bekerja."

Amir berkata, "Menghasilkan batik artisan berkualiti tinggi merupakan proses yang memakan masa, maka pengeluaran secara besar-besaran untuk produk kami adalah mustahil. Kami telah bekerjasama dengan beberapa toko mewah untuk menjual batik kami, terutamanya koleksi yang sedia untuk dipakai. Kami juga mengembara ke seluruh dunia untuk mempromosikan dan menjual kisah Malaysia ini."

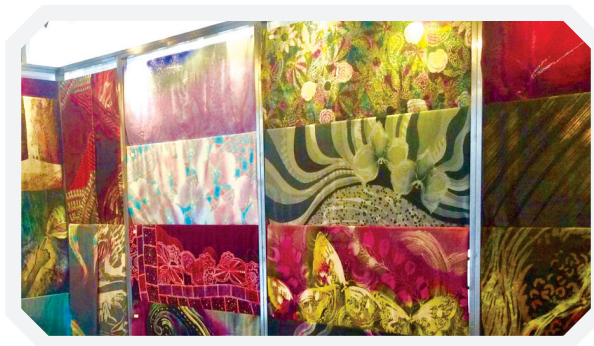
Perniagaan ini ditubuhkan tiga tahun yang lalu dengan Taufiq selaku rakan kongsi. Ia kini



mempunyai seramai enam orang pekerja. Amir berkata, "Perniagaan ini masih di peringkat awal. Jelas sekali, terdapat banyak lagi yang perlu dilakukan untuk mengembangkannya. Kami juga memerlukan lebih ramai bakat untuk kerja mereka bentuk. Kami bernasib baik kerana telah menubuhkan Akademi Bujin pada tahun 2015 untuk membangunkan satu kumpulan pereka batik berbakat yang dapat kami manfaatkan untuk membantu kami berkembang. Terdapat juga cabaran lain yang perlu diatasi, seperti peningkatan kos bahan. Sebagai contoh, harga kain telah meningkat sebanyak 30% namun kami terpaksa menyerapnya untuk mengekalkan piawaiian batik kami yang terbaik."

Amir yang bakatnya dicungkil oleh Kraftangan Malaysia, telah menunjukkan potensi beliau walaupun sebelum menubuhkan Bujins L Batik dengan memenangi Pertandingan





Piala Seri Endon 2012 anjuran Yayasan Budi Penyayang. Pada tahun 2014, karya-karya beliau telah dipamerkan di pertunjukan fesyen sedia dipakai antarabangsa, *Who's Next* di Paris, Perancis dan Cape Town, Afrika Selatan, di bawah naungan Kraftangan Malaysia dan Pelancongan Malaysia.

Selain butik, syarikatnya juga menjual produk secara dalam talian, disokong oleh pengiklanan di Instagram dan Facebook. Syarikat ini menggunakan pelbagai media seperti platform e-dagang serta media sosial untuk mencapai pasarnya, terutamanya generasi milenia. Pada masa yang sama, ia menggunakan analitik yang tersedia untuk meningkatkan lagi kebolehpasarannya.

Ditanya mengenai cabaran menceburi e-dagang, Amir berkata "ia lebih sukar daripada mempelajari bagaimana membuat batik".

"Terdapat banyak pilihan yang ada dan kami tidak tahu yang mana akan lebih berkesan. Dalam hal ini, kami bertuah kerana mendapat bimbingan dari SME Corp. Malaysia dan rakan yang lain sepanjang perjalanan."

Syarikat ini merancang untuk menaik taraf laman sesawang mereka untuk memberikan pengalaman yang lebih baik kepada pelanggan dan meletakkannya di barisan hadapan ke arah TN50. Walaupun rakan kongsi ini sedar akan kepentingan untuk berada seiring dengan perkembangan dalam ekonomi digital, mereka juga bersemangat untuk memastikan agar tradisi kekal berterusan.

Taufiq, rakan kongsi Amir, juga merupakan pemilik beberapa syarikat teknologi. Beliau

berkata, "Kita sering berbincang mengenai kemajuan teknologi, IoT dan perkara-perkara sebegini tetapi kadangkala, kita perlu melangkah ke belakang untuk tidak melupakan sejarah dan budaya kita. Kita perlu menggabungkan teknologi dan tradisi untuk mendapatkan yang terbaik daripada keduanya, terutamanya dalam perniagaan seperti kami."

Memandang ke hadapan, Taufiq berkata, "Pasaran untuk batik sangat besar bukan hanya di Malaysia dan ASEAN tetapi juga di seluruh dunia. Kami sentiasa meneroka pasaran antarabangsa yang lain dan menyebarkan kisah batik ke seluruh dunia. Kami mencari peluang untuk bekerjasama dengan organisasi, terutamanya pereka fesyen, bagi menghasilkan produk batik yang direka khas dengan menggunakan bahan yang berbeza yang akan menjadikannya unik di pasaran. Dalam hal ini, kerjasama dengan pembekal dan rakan teknologi adalah penting. Kami amat berterima kasih kerana dapat bekerjasama rapat dengan mereka dan khususnya SME Corp. Malaysia yang membimbing serta membantu kami meneroka pasaran baharu."

Amir yakin bahawa Bujins L Batik akan terus berkembang.

"Faktor pelaris kami yang unik adalah produk yang dihasilkan mengikut tempahan. Kini, kami sedang mencari cara bagaimana untuk meningkatkan proses pengeluaran bagi memenuhi permintaan pasaran. Sepuluh tahun yang akan datang, saya ingin melihat jenama Bujin Batik diiktiraf di pasaran antarabangsa."



Suite Penyelesaian Kad Pintar Tunggal

Pemikiran seorang usahawan sebenarnya agak berbeza. Koh Lee Ching, Ketua Pegawai Eksekutif CALMS Technology, adalah satu contoh sedemikian. Sewaktu bekerja untuk sebuah syarikat penyelesaian kad pintar, beliau melihat potensi yang tidak dilihat orang lain dan memutuskan untuk meninggalkan kerjayanya bagi mengejar peluang ini.

Koh, seorang graduan kejuruteraan aeronautik dari Imperial College, UK, menceritakan bagaimana CALMS Technology diasaskan.

“Saya memulakan perniagaan pada tahun 2002 setelah bekerja lebih dari sembilan tahun sebagai jurutera produk, memasarkan program kejuruteraan bantuan komputer. Seterusnya, syarikat tempat saya bekerja memutuskan untuk memasarkan penyelesaian kad pintar. Penglibatan dalam perniagaan baharu membuka mata saya kepada potensinya. Teknologi kad pintar menawarkan kemungkinan yang tidak terhad, yang tidak terbatas dengan formula kejuruteraan, namun ini merupakan satu keperluan yang tidak dipenuhi kerana pada masa itu kos teknologi ini tinggi dan hanya boleh didapati dari luar negeri.”

“Malaysia pada masa itu sedang memperkenalkan teknologi kad pintar dalam sistem pengenalan diri kebangsaan dengan pengenalan MyKad dan juga penghijrahan kad kredit ke arah sistem berasaskan kad pintar. MyKad akhirnya menjadi kad pintar pelbagai guna yang berfungsi sebagai kunci sepunya kepada lebuhraya maklumat dan keperluan perniagaan yang lain. Ia digunakan dengan begitu meluas sekarang, daripada sektor Kerajaan kepada kewangan dan swasta. Terdapat potensi untuk membolehkan pelbagai aplikasi menggunakan teknologi kad pintar. Pada masa itulah saya memutuskan untuk mengejar peluang ini dengan membangunkan sistem saya sendiri.”

Penyertaan Koh ke dunia perniagaan dibuat tepat pada masanya. Ia merupakan masa apabila syarikat modal teroka tempatan sanggup melabur dalam syarikat peringkat awal, dan beliau mempunyai teknologi yang berpotensi besar. Syarikat ini menerima pelaburan setelah bertemu dengan enam pelabur berpotensi. Pelaburan ini digunakan sebagai pendanaan modal benih untuk mengambil bekerja pengaturcara bagi membangunkan produk terasnya yang dikenali sebagai Sistem Pengurusan Kitar Hayat Aplikasi Kad atau singkatannya CALMS, maka wujudlah nama syarikat ini. Produk ini terus menjadi komponen utama dalam penyelesaian syarikat yang



membolehkan pelaksanaan kad pintar pelbagai aplikasi.

Kemudian, sebagai syarikat penerima pelaburan Perbadanan Pembangunan Teknologi Malaysia (MTDC), syarikat ini juga menerima pembiayaan untuk mengembangkan perniagaan. Untuk pembangunan produk, pembiayaan diperoleh daripada Dana Pengkomersialan Produk menerusi Perbadanan Ekonomi Digital Malaysia (MDEC).

Adakah sukar untuk menjadi pemilik perniagaan?

Memang amat sukar pada permulaannya, seperti semua perkara yang baharu, untuk memperoleh penerimaan pasaran bukanlah mudah kerana pelanggan mempersoalkan kredibiliti syarikat dan produknya.

“Bukan mudah untuk memperoleh penerimaan pasaran bagi produk baharu dari perniagaan baru. Pelanggan menganggap produk kami sebagai prototaip. Mereka juga bimbang kami mungkin tidak akan bertahan dan meninggalkan mereka terkapai-kapai tanpa khidmat sokongan. Pelanggan awal kami, iaitu institusi pendidikan, mempunyai kesangsian terhadap kami. Untuk meyakinkan mereka, kami memberitahu mereka bahawa kami akan memberikan kod sumber kami kepada pihak yang dipercayai, katakan, seorang peguam. Kini apabila pelanggan meminta rujukan, kami bertanya mereka, daripada beratus-ratus klien kami, yang mana satu ingin mereka lawati?”



Syarikat ini kini mempunyai tenaga kerja berjumlah tiga puluh empat orang dengan pengedar di Singapura, Indonesia, Thailand dan Vietnam. Perancangan sedang dibuat untuk terus berkembang di ASEAN. Sementara itu, ia sedang membangunkan rangkaian ekosistem sendiri untuk dihubungkan dengan rakan kongsi berpotensi di peringkat global.

Urusniaga CALMS yang pertama dibuat lima tahun lalu di Indonesia.

"Kami mengambil masa yang agak lama untuk menembusi pasaran Indonesia tetapi akhirnya kami memeterai perjanjian luar negeri yang pertama di Jakarta lima tahun lalu. Pengajaran yang kami pelajari dari pengalaman ini adalah perlunya diadakan pertemuan bersemuka untuk bergerak. Dan apa yang baik untuk satu negara tidak semestinya boleh diusahakan di negara yang lain."

Syarikat ini kini menawarkan *suite* penyelesaian kad pintar tunggal kepada lebih daripada 400 organisasi dari pelbagai sektor di Malaysia, Indonesia, Singapura dan Thailand. Pelanggan utama termasuk Kolej Antarabangsa INTI, Panasonic Manufacturing Malaysia, Steelcase Manufacturing, F&N Diaries, The International School of Penang, Malaysia Airports Holdings, Air Asia dan Sunway City.

Model perniagaan syarikat telah berubah sedikit sebanyak sejak penubuhannya. Ia bermula dengan menggunakan model pelesenan biasa dengan memasang perisian di premis perniagaan pelanggan dan mereka akan dikenakan bayaran pelesenan satu kali dengan yuran penyelenggaraan tahunan pilihan. Pelayan dimiliki dan diuruskan oleh pelanggan.

Koh berkata, "Pada tahun 2016, kami melancarkan produk terbaharu kami EDUPurS (dompet pendidikan) atas awan. Kini kami mengehoskan dan mengurus aplikasi teras, dan caj yang dibayar oleh pelanggan adalah berdasarkan model pelesenan tahunan bersama dengan bayaran mengikut setiap kali penggunaan." "Produk syarikat ini memenuhi keperluan pelbagai organisasi."

Sebahagian daripada produk kami termasuk Sistem Pengurusan Kehadiran Masa yang menguruskan rekod kedatangan dan urus niaga bagi kakitangan dalam sebuah organisasi perniagaan atau institusi pendidikan; Sistem Pengurusan CALMS E-Purse yang membolehkan pewujudan persekitaran tanpa tunai, sekaligus menghapuskan tugas mengendalikan tunai yang menjerihkan, serta menghapuskan kebocoran dan meningkatkan akauntabiliti; serta Pengurusan Pelawat CALMS

membolehkan pengurusan yang lebih baik dalam keselamatan bangunan dan pemprosesan pelawat."

Apakah falsafah perniagaan Koh?

"Budaya teras CALMS berkisar mengenai profesionalisme, mempunyai pemikiran global dan ketangkasan. Profesionalisme adalah penting kerana pelanggan kami adalah perusahaan dan kami harus memastikan keperluan mereka dipenuhi. Ini merupakan prasyarat sekiranya anda bercita-cita untuk menjadi jenama global. Ketangkasan bermakna membolehkan pelbagai aplikasi dalam kad pintar tunggal. Kami perlu mempunyai kebolehan untuk mengintegrasikan penyelesaian kami dengan sistem, perkakasan dan peranti yang berbeza di luar sana. Kami juga percaya dengan menggabungkan apa yang pelanggan telah laburkan, supaya kami dapat memaksimumkan pulangan pelaburan mereka dengan kos yang minimum."

Beliau menyatakan bahawa satu lagi elemen kejayaan penting bagi sesebuah perniagaan adalah mempunyai anggota yang sesuai dalam sesebuah pasukan.

"Masalah berterusan adalah untuk memperoleh dan mengekalkan bakat, terutamanya dalam jualan dan pengaturcaraan. Gaji untuk pengaturcara tempatan adalah tinggi dan mereka cenderung untuk menukar pekerjaan. Pada masa ini, pengaturcara kami kebanyakannya datang dari India. Kerja berpasukan adalah penting jika ingin menyediakan khidmat pelanggan yang cemerlang. Tahap kualiti perkhidmatan yang tinggi dan konsisten amat penting untuk mengekalkan pelanggan sedia ada serta menarik pelanggan baharu. Adalah penting untuk terus berhubung dengan pelanggan, menyelesaikan masalah apabila diperlukan dan menunjukkan bahawa kami benar-benar peduli terhadap kepentingan mereka.

Bagaimanakah beliau melihat perniagaannya sepuluh tahun dari sekarang?

"Kami mahu menjadi *unicorn* global (*unicorn* adalah syarikat permulaan bernilai lebih daripada USD1 bilion). Buat masa ini, kami sedang menumpukan kepada pengembangan serantau. Kemudian, kami akan melihat ke arah global, ke pasaran di Barat dan Timur Tengah."

CALMS Technology adalah syarikat MSC, Rakan Kongsi Global HID dan syarikat penerima pelaburan MTDC yang memperoleh pensijilan ISO 9001: 2008.



Jentera Pengiktirafan bagi Inovasi

Recogine Technology Sdn Bhd menggambarkan syarikatnya sebagai “syarikat pemboleh ICT yang bersemangat dan berkesungguhan untuk menyediakan sistem pengangkutan pintar bertaraf dunia bagi industri pengangkutan dan keselamatan”

Recogine merupakan salah sebuah syarikat yang telah mengambil bahagian dalam Program Berimpak Tinggi (HIP) 2 yang dianjurkan oleh PlaTCOM Ventures. HIP 2 adalah Program Platform Pengkomersialan Teknologi di bawah Pelan Induk PKS yang membawa inovasi ke pasaran untuk pengkomersialan. Syarikat ini diasaskan oleh Dr Tay Yong Haur bersama rakan bersekutunya pada tahun 2005. Nama 'Recogine' berasal daripada gabungan dua perkataan, iaitu '*Recognition Engine*'. Syarikat ini ditubuhkan untuk merealisasikan impian bagi mewujudkan syarikat teknologi berasaskan pengenalpastian corak, kecerdasan buatan dan algoritma pembelajaran mesin bagi memberi kuasa kepada pelbagai produk dan penyelesaian dalam menyelesaikan masalah industri.

Seperti yang dinyatakan oleh Ketua Pegawai Teknikal syarikat ini, Ng Kam Sin, “Kami melihat syarikat kami sebagai peneraju dan pencetus inovasi dalam penyelesaian sistem pengangkutan pintar serta produk yang menggabungkan kreativiti dan teknologi terbaik. Kami membangunkan penyelesaian dari hujung ke hujung untuk membantu pelanggan kami memberi manfaat kepada pelanggan mereka.”

Namun semuanya bermula secara kecil-kecilan, dengan tugas pertama Recogine ialah memasang televisyen litar tertutup, telefon kecemasan, kamera kawalan dan kabel gentian optik di sepanjang lebuh raya.

Ng menjelaskan, “Menyediakan penyelesaian trafik untuk lebuh raya adalah perniagaan teras kami bagi sepuluh tahun pertama. Saya percaya 70% daripada lebuh raya di Malaysia mempunyai Sistem Pengangkutan Pintar (ITS) kami. Pelanggan kami termasuk KESAS, LEKAS, SKVE, BesRaya, SILK dan projek MRT. ’

Syarikat ini kemudiannya berkembang dan menembusi segmen pasaran lain seperti hospital, keselamatan serta pengangkutan awam termasuk LRT, MRT dan monorel



Ng berkata, “Kami percaya sektor ini boleh mendapat manfaat daripada produk dan penyelesaian kami. Kami turut terlibat secara langsung dalam projek MRT. Kami juga telah memulakan sistem keselamatan untuk persekitaran kediaman secara kecil-kecilan. Ia sebenarnya dihasilkan berasaskan produk analitik video lebuh raya yang kami dapati boleh disesuaikan untuk aplikasi kediaman. Dari sini, kami berganjak ke sektor lain seperti infrastruktur ringan, misalnya hospital dan universiti.”

Antara produk utama Recogine adalah ITS untuk pengurusan lalu lintas, serta bagi sektor penjagaan kesihatan Sistem Maklumat Hospital Menyeluruh (THIS) dan Sistem Maklumat Hospital (HIS).

“ITS kami,” jelas Ng, “adalah aplikasi maju yang menyediakan perkhidmatan inovatif untuk pelbagai jenis pengangkutan dan pengurusan lalu lintas. Ia menyediakan maklumat yang membolehkan pengguna menggunakan rangkaian pengangkutan secara lebih selamat, terselaras, dan bijak.”

Satu lagi produk hakmilik syarikat ialah RecoSecure, iaitu sistem pengurusan keselamatan untuk persekitaran industri, komersial dan kediaman. Ng



berkata bahawa RecoSecure merupakan sistem kepolician pintar yang mengoptimalkan rondaan keselamatan dan menambah baik komunikasi untuk meningkatkan keselamatan.

Sistem Maklumat Hospital Keseluruhan (THIS), sebuah projek Kementerian Kesihatan, menyediakan sistem ICT lengkap dan persekitaran hospital tanpa kertas. Ia juga mengintegrasikan sistem klinikal, pentadbiran dan kewangan. Rekod perubatan pesakit, garis panduan dan protokol klinikal tersedia dengan serta-merta dan boleh dinilai dalam satu stesen kerja bersepadu di mana-mana tempat dan pada bila-bila masa di sesebuah hospital, dengan syarat pengguna mempunyai kebenaran untuk mengakses maklumat tersebut.

Produk dan penyelesaian Recogine telah berjaya membolot pelbagai anugerah. Syarikat ini memenangi anugerah Pameran Ciptaan, Inovasi dan Teknologi Antarabangsa Malaysia (ITEX) yang berprestij pada tahun 2013. Pada tahun 2016, syarikat ini merupakan pemenang pingat emas dan perak pada forum yang sama. Pada tahun 2017, ia merupakan finalis yang tersenarai pendek pada ITEX Malaysia. Selain beberapa anugerah lagi, penyelesaian lebuh rayanya juga telah menerima pengesahan daripada Lembaga Lebuhraya Malaysia. Recogine juga telah menerima Sijil ISO 9001:2008 daripada UKAS.

Walaupun syarikat ini telah memperoleh pasaran yang mantap dan reputasi yang baik bagi produknya, ia tidak selalunya berlaku, terutamanya pada peringkat awal perniagaan.

Ng menjelaskan, "Menjual produk atau perkhidmatan baharu bukan mudah. Sebagai contoh, apabila kami mula memperkenalkan perisian analitik video di sini, adalah sukar untuk memperoleh penerimaan pasaran. Jenama yang diimport dari Eropah dan Amerika Syarikat telah lama berada di pasaran dan pelanggan berasa sangsi terhadap kualiti produk tempatan. Justeru, kami terpaksa melakukan sedikit sebanyak promosi. Kami melakukan demonstrasi dan juga percubaan percuma kepada bakal pelanggan berpotensi. Kami mengambil bahagian dalam banyak pameran. Kini, setelah berniaga selama lebih sepuluh tahun, produk kami telah diyakini."

Namun begitu, Recogine tidak hanya berpuas hati dengan pencapaian lalu.

"Kami komited untuk menjadi pencipta teknologi terkemuka bagi industri ITS dan pengawasan serta akan terus menyediakan produk yang inovatif. Itulah sebabnya mengapa kami mempunyai bahagian penyelidikan & pembangunan (R&D) sendiri iaitu RecoVision. Kami mempunyai sepuluh orang yang terlibat dalam R&D yang menumpukan terhadap pembangunan teknologi perkakasan. R&D adalah kritikal untuk kelestarian sesebuah syarikat. Ia memerlukan kerja keras dan mahal namun itulah satu-satunya kaedah yang ada untuk mengatasi cabaran yang timbul daripada teknologi baharu."

Apakah cabaran dan peluang yang Recogine jangkakan?

"Pasaran dan teknologi berubah dengan kadar yang pantas. Kami perlu mengikuti perkembangan pasaran jika tidak mahu ketinggalan. Kami berada dalam pasaran yang sangat kompetitif. Ia bukan sahaja mengenai penghasilan produk yang lebih baik tetapi juga untuk memasarkan produk di pasaran dengan lebih cepat daripada pesaing kami."

"Sebagai contoh, analitik video. Terdapat pelbagai cara untuk menggunakannya. Kami perlu melihat kepada aplikasi mudah alih, *iCloud*, Data Besar dan IoT supaya produk kami sejajar dengan trend yang baru muncul. Di sinilah kepentingan R&D. Untuk menghadapi cabaran dan peluang yang akan datang, kami bekerjasama dengan beberapa organisasi seperti universiti (buat masa ini, UTAR dan UNITEN) dan syarikat telekomunikasi seperti JetTV, syarikat internet seperti NarrowBand dan juga NVIDIA. Kami turut melihat kepada kecerdasan buatan (AI).

"Kami mahu menjadi pemain utama dalam analitik video, bukan hanya di Malaysia tetapi juga di peringkat global. Produk kami cukup baik untuk berada di persada dunia dan bersaing dengan syarikat antarabangsa yang lain. Mengambil selangkah pada satu masa, kami sudah mula menembusi negara-negara ASEAN seperti Thailand, Indonesia, Vietnam dan Filipina."

Apakah faktor utama kejayaan Recogine setakat ini?

"Budaya organisasi dinamik yang memupuk idea inovatif adalah penting untuk membina perniagaan yang mampan. Kami juga perlu berdaya tahan, punyailah sikap tidak mahu mengalah dalam menghadapi kesukaran."



