

Seksyen 4

Kisah **INSPIRASI**

Membuat
Kebaikan
dengan
Makanan

Menuju ke arah
**Digital demi
Kejayaan**
dalam Perniagaan
Logistik

Jenama
Malaysia
dalam Industri
Minyak & Gas
Global

Formula
Citronella
untuk Berjaya

Mengukir
Kejayaan
daripada Kayu

Perniagaan
Kimia
yang
Memberangsangkan

Inovasi
Kunci Kejayaan
Usahawan Tani
Muda

Perniagaan
'Lekit'
yang
Menguntungkan

WESRIA FOOD SDN BHD

Membuat Kebaikan dengan Makanan

Pada tahun 1999, Mohd Taib Ali, seorang akauntan dan jurubank, melangkah keluar daripada zon selesanya untuk menceburi bidang pengurusan medan selera, iaitu sebuah perniagaan yang beliau tidak miliki sebarang pengalaman. Penglibatannya dalam perniagaan makanan hanya sebagai pemilik bersama sebuah restoran di sebuah pusat membeli-belah.

Dalam mengingati semula bagaimana beliau telah menceburi bidang pengurusan medan selera, Mohd Taib berkata, “Pada masa itu, saya ingin keluar daripada bidang perbankan kerana keadaan merudum akibat krisis kewangan Asia pada tahun 1987. Sebagai seorang yang cenderung kepada bidang keusahawanan, saya mahu menjalankan perniagaan saya sendiri. Saya suka makanan, oleh itu, pada tahun 1989, saya bekerjasama dengan seorang rakan, yang juga seorang akauntan, untuk membuka sebuah restoran di Sungei Wang Plaza, Kuala Lumpur. Perniagaan restoran itu menguntungkan tetapi masalah yang berkaitan dengan pekerja tidak pernah lekang. Akhirnya, saya mula mencari sesuatu yang lain untuk dilakukan kerana masalah itu membimbangkan.”

Pada masa beliau bertugas sebagai seorang jurubank, beliau telah banyak mengembara dan pengembaraannya telah menyebabkan beliau bertemu dengan syarikat-syarikat yang menguruskan medan selera di pusat membeli-belah, terutamanya di Singapura dan Australia. Minat beliau timbul apabila beliau melihat potensi perniagaan segelintir di Malaysia, terutamanya apabila beliau mendapati bahawa pengurusan medan selera di pusat membeli-belah premium didominasi oleh syarikat



“

Jika kita berfikir di luar kotak dan bersungguh-sungguh sepanjang masa yang sukar, kita boleh berjaya dalam pengurusan medan selera.

”

dari Singapura manakala sebahagian besar syarikat tempatan terhad hanya kepada pusat membeli-belah kecil.

Peluang muncul apabila beliau mengetahui bahawa Suria KLCC akan dibuka pada tahun 1997. Terdapat dua medan selera di pusat membeli-belah yang diuruskan oleh dua syarikat, iaitu sebuah syarikat pengurusan Singapura untuk tingkat dua dan sebuah syarikat Bumiputera untuk tingkat empat. Mohd Taib kemudian mempelajari bahawa syarikat tempatan menghadapi banyak masalah dalam menjalankan perniagaan medan selera dan menghadapi kesukaran untuk membayar sewa. Dengan pemikiran bahawa beliau boleh membeli kontrak pengurusan syarikat itu, beliau mendekati pengerusi Petronas pada ketika itu, Tan Sri Azizan Zainal Abidin, dengan usulnya.

Mohd Taib mengimbas kembali mesyuarat itu, “Tan Sri tidak yakin saya boleh mengendalikan kerja itu kerana saya tiada pengalaman dalam pengurusan medan selera. Syukurlah, saya dapat meyakinkan beliau supaya membenarkan saya untuk mencuba. Saya perlu meletakkan wang pendahuluan berjumlah RM1.8 juta untuk mengambil alih medan selera termasuk penyewa yang sedia ada.”

Walau bagaimanapun, proses mendapatkan kontrak itu hanya rintangan yang pertama daripada banyak rintangan lain. Persoalan tentang pembiayaan semakin membimbangkan apabila modal permulaan yang tinggi diperlukan. Mohd Taib menjelaskan bahawa bank tidak begitu jelas dengan perniagaan pengurusan medan selera dan lazimnya enggan memberi pinjaman kepada perusahaan sebegini. Selepas beberapa percubaan, akhirnya beliau memperolehi pembiayaan daripada RHB Bank.

Beliau menyifatkan pengurusan medan selera sebagai perniagaan yang agak kompleks. Tanggungjawab syarikat pengurusan tidak hanya terhad kepada mendapatkan penyewa dan pengawasan operasi sehari-hari tetapi turut termasuk konseptualisasi medan selera, tema dan reka bentuk serta menjalankan kerja-kerja pembinaan atau pengubahsuaian yang berkaitan untuk memenuhi keperluan setiap penyewa, merancang susun atur dapur dan memasang kelengkapan, menyediakan kutleri, pakaian seragam untuk kakitangan, keselamatan dan juga pensijilan halal.

Kemasukan Wesria Food di tingkat empat dilihat dengan kesangsian oleh penyewa sedia ada dan terdapat beberapa tentangan terhadap pengambil alihan medan selera itu. Akhirnya, Mohd Taib terpaksa menukar 60 peratus penyewa.

“Tetapi perkara itu tidak semudah membiarkan penyewa pergi dan mencari yang baharu. Proses itu biasanya mengambil masa kira-kira dua bulan untuk mencari penyewa. Jelas sekali, tiada pendapatan sewa dari gerai yang kosong. Tetapi kosong atau tidak, kami masih perlu membayar sewa bulanan kepada KLCC untuk keseluruhan medan selera. Apabila penyewa baharu ditemui, kami masih perlu menjalankan pengubahsuaian untuk memenuhi keperluan mereka. Itu, sekali lagi, menelan lebih banyak wang.”

Tetapi nasib menyebelahi Mohd Taib kerana naluri keusahawanannya terbukti betul kerana tidak lama kemudian medan selera di tingkat empat yang dijenamakan semula sebagai Rasa Food Arena, telah berjaya, dengan purata jualan bulanan meningkat daripada RM400,000

kepada RM1.4 juta selepas pengambilalihan Wesria Food.

Sudah masuk dua puluh tahun sejak pegawai bank ini menjadi seorang usahawan yang menceburi perniagaan pengurusan medan selera. Wesria Food masih menguruskan medan selera di tingkat empat Suria KLCC tetapi syarikat ini telah melebarkan sayapnya dengan jenama Rasa Food Arena ke pusat membeli-belah lain seperti Alamanda di Putrajaya, KLIA2 dan NU Sentral. Syarikat juga telah bekerjasama dengan Mydin Holdings untuk menguruskan medan selera di kesemua pusat membeli-belah itu. Manakala perkhidmatan syarikat juga sekarang termasuk perundingan dan latihan serta menyediakan reka bentuk untuk kafe-kafe.

Wesria Food juga merupakan syarikat pengurusan medan selera pertama yang mendapatkan pensijilan *Hazard Analysis Critical Control Points* (HACCP) untuk medan selernya. Dalam menerangkan langkah syarikatnya untuk mendapatkan pensijilan itu, Mohd Taib berkata, “Rakyat Malaysia sukakan makanan tetapi kita sering mengabaikan piawaian keselamatan makanan. Saya ingin mengubah sikap orang ramai terhadap pengendalian makanan dan penyediaan makanan dengan mendapatkan pensijilan HACCP untuk semua medan selera yang kami uruskan.”

Menurut Mohd Taib, “Lokasi adalah amat penting bagi mana-mana syarikat untuk berjaya dalam pengurusan medan selera. Juga, jangan sasarkan untuk hanya mendapatkan kepuasan pelanggan tetapi turut menyasarkan untuk menggembarakan mereka dengan sering memberikan menu yang terbaik dengan kualiti yang tinggi. Sentiasa menjaga kebajikan penyewa dan bantu mereka untuk mendapatkan kehidupan yang baik. Ini adalah perniagaan yang agak sukar untuk diceburi. Pelaburan awal adalah tinggi, oleh itu pertimbangan yang teliti terhadap situasi ekonomi adalah penting sebelum mengambil alih pengurusan medan selera. Jika kita berfikir di luar kotak dan bersungguh-sungguh sepanjang masa yang sukar, kita boleh berjaya dalam pengurusan medan selera,” kata Mohd Taib.

TRANSCARGO WORLDWIDE (M) SDN BHD

Menuju ke arah Digital demi Kejayaan dalam Perniagaan Logistik



“Malaysia perlu memiliki jenama logistik global seperti FedEx atau DHL. Kami berharap untuk menjadi seperti jenama sedemikian.”

Pada tahun 2006, saudara kembar Ong Chin Kian dan Ong Chin Keong meninggalkan pekerjaan mereka di syarikat perkhidmatan logistik milikan asing untuk memulakan Transcargo Worldwide (M) Sdn. Bhd. Syarikat ini memulakan operasi perniagaan dengan hanya dua orang sahaja tetapi kini merupakan salah satu penyedia logistik terbesar di Malaysia, yang mengambil lebih 140 orang pekerja di empat buah pejabat di Semenanjung Malaysia. Transcargo menyediakan perkhidmatan logistik menyeluruh, dengan operasi perniagaan meliputi penghantaran melalui laut, darat dan udara, pembrokeran kastam, pergudangan pihak ketiga, pengangkutan pedalaman dan merentas sempadan, pengedaran dan perkhidmatan nilai ditambah yang lain.

Perjalanan kerjaya pasangan kembar ini sangat menarik. Kedua-duanya mengambil jurusan kewangan dan telah bekerja di syarikat logistik yang sama kerana mereka tidak dapat mencari pekerjaan yang berkaitan dengan kelayakan mereka selepas tamat pengajian. Majikan pertama mereka adalah syarikat pengangkutan yang berpangkalan di Hong Kong dan diikuti oleh syarikat pengangkutan Denmark. Walau bagaimanapun, selepas enam tahun bekerja untuk orang lain, adik-beradik ini memutuskan bahawa sudah tiba masanya mereka bekerja untuk diri mereka sendiri. Rentetan daripada itu lahirlah Transcargo Worldwide.

Seperti kebanyakan PKS, modal permulaan Transcargo diperolehi daripada kalangan keluarga. “Kami sentiasa membiayai diri sendiri. Satu-satunya pembiayaan luaran yang kami

perolehi adalah bagi pembelian hartanah seperti gudang kami. Tetapi proses itu sukar pada mulanya. Hanya kami berdua pada waktu itu sebelum kami mengambil lima pekerja pada tahun itu. Aliran tunai adalah sukar namun kami beruntung kerana mempunyai pelanggan dan rakan kongsi yang baik yang menyokong kami dengan kredit apabila aliran tunai kami rendah,” kata Chin Keong.

Transcargo telah meneruskan perniagaannya sejak awal perjuangan untuk mencapai kejayaan yang mengagumkan. Chin Kian berkata syarikat mereka telah menikmati pertumbuhan tahunan yang kukuh di antara 25% sehingga 33% walaupun pertumbuhan ini dijangka akan menyederhana ke 20% pada tahun 2019 disebabkan ketidaktentuan ekonomi global.

Ketika ditanya mengenai keperluan untuk berjaya dalam perniagaan yang agak kompleks seperti logistik, Chin Kian menjelaskan bahawa penerapan teknologi adalah penting. “Apa yang telah membantu kami melaksanakannya dengan baik adalah pendekatan kami yang berorientasikan digital. Ini telah memberi manfaat kepada kami kerana Transcargo adalah satu-satunya syarikat logistik milik Malaysia yang telah dilantik sebagai agen kastam dan logistik Alibaba untuk Zon Perdagangan Bebas Digital (*Digital Free Trade Zone, DFTZ*) di Lapangan Terbang Antarabangsa Kuala Lumpur. Kami merupakan salah satu daripada 30 syarikat pengangkutan yang ditemu ramah oleh Alibaba dan merupakan satu-satunya syarikat Malaysia yang dipilih untuk menjadi rakan kongsi logistik mereka.”

Chin Keong menjelaskan bahawa Alibaba menggunakan Platform Perdagangan Dunia Elektronik (*Electronic World Trade Platform, eWTP*) untuk eksport Perniagaan ke Perniagaan (*Business to Business, B2B*) menerusi DFTZ. Apabila eWTP berada dalam talian pada November 2017, Transcargo merupakan syarikat logistik Malaysia pertama yang menggunakannya untuk penghantaran pertama ke Xiamen.

Chin Kian menambah, “Jumlah dagangan tidak besar di DFTZ sekarang, tetapi menjadi rakan kongsi logistik Alibaba mempunyai impak yang besar terhadap profil dan reputasi kami. Sejak perikatan kami dengan Alibaba, kami telah menerima banyak pertanyaan mengenai perkhidmatan kami daripada PKS tempatan. Terdapat juga kesedaran yang lebih besar mengenai syarikat kami di pasaran China.” Hubungan perniagaan dengan Alibaba juga telah menarik perhatian Perbadanan Ekonomi Digital Malaysia (MDEC). Transcargo kini menjadi sebahagian daripada *National eCommerce Strategic Roadmap (NESR) Programme 2019-2020*: Inisiatif Rakan Kongsi e-dagang merentasi sempadan di bawah MDEC.

Adik-beradik ini percaya bahawa ‘masa depan adalah digital’ dan teknologi akan memacu kecekapan dan kemampunan sesebuah syarikat. Seperti yang dijelaskan oleh Chin Keong, “Kami ingin menyediakan perkhidmatan paling cekap dan pengalaman pelanggan terbaik dalam industri logistik. Perniagaan

kami adalah perniagaan yang agak kompleks kerana melibatkan urusan niaga merentas sempadan dengan begitu banyak aktiviti di sepanjang rantai bekalan. Proses perniagaan kami merangkumi integrasi pengangkutan, penyimpanan, pemuatan dan pemunggahan, pembungkusan, pengedaran dan penghantaran, yang semuanya digariskan dengan pemrosesan maklumat untuk memastikan bahawa proses itu bukan sahaja lancar tetapi selamat dan pantas.”

Apakah faktor yang mendorong kejayaan Transcargo? Chin Kian percaya bahawa pengurusan modal insan yang efektif merupakan salah satu daripada faktor utama yang menyumbang kepada kejayaan Transcargo. Beliau berkata dalam era digital, gaya pengurusan dengan Ketua Pegawai Eksekutif yang menguruskan semua bidang secara mikro adalah tidak produktif. Beliau percaya generasi digital memiliki persepsi yang berbeza tentang keseimbangan budaya kerja dan perniagaan perlu memenuhi persepsi generasi muda terhadap kerja dan gaya hidup.

“Pertamanya, kami memperkasa mereka dengan memastikan mereka dilengkapi dengan baik untuk melaksanakan kerja. Kemudian kami meletakkan kepercayaan kepada mereka untuk melakukan kerja dengan memberi ruang untuk berkembang secara profesional, selain mewujudkan persekitaran kerja yang baik dari segi pengurusan dan faedah. Saya berani katakan bahawa manfaat kami adalah antara yang terbaik dalam industri. Saya percaya falsafah modal insan kami adalah faktor utama kepada pertumbuhan kami. Pekerja yang gembira adalah pekerja yang berdedikasi dan akan komited terhadap visi syarikat. Ini penting untuk kejayaan syarikat.”

Transcargo bercita-cita menjadi syarikat pengangkutan digital sepenuhnya dalam tempoh lima tahun. Gudang mereka yang terletak di Pelabuhan Klang telah pun digital sepenuhnya dan meletakkan kedudukan syarikat sebagai penyedia logistik yang paling cekap dan boleh dipercayai menerusi pemanfaatan teknologi.

Adik-beradik ini mempunyai visi untuk Transcargo. Seperti yang dikatakan oleh Chin Kian, “Malaysia perlu memiliki jenama logistik global seperti FedEx atau DHL. Kami berharap untuk menjadi seperti jenama sedemikian.”

VG OFFSHORE CONTAINERS INTERNATIONAL

Jenama Malaysia dalam Industri Minyak & Gas Global



Apabila Ramasamy Menon, pengasas dan pengerusi eksekutif VG Offshore Containers International ditanya mengenai kejayaannya sebagai seorang usahawan, jawapannya adalah, “Bekerja keras. Belajar dengan baik. Perolehi pengetahuan dan pengalaman dari bawah. Dan apabila anda telah dilengkapi secukupnya, beranikan diri dan kejar impian anda.”

“VG Offshore adalah jenama global Malaysia untuk kontena luar pesisir.”

Jawapan Ramasamy sebenarnya merupakan ringkasan perjalanan keusahawanannya sendiri. Lelaki berusia 70 tahun ini menggambarkan dirinya sebagai ‘seorang jurutera yang belajar sendiri tanpa kelulusan kertas’ yang telah mempelajari dan memperoleh pemahaman perniagaan dari bawah. Sejak bertahun-tahun, beliau memperoleh kemahiran teknikal daripada bekerja di pelbagai barisan pengeluaran, dan dinaikkan pangkat menjadi seorang penyelia dan akhirnya seorang pengurus.

Namun, kehilangan pekerjaan ketika syarikat tempatnya bekerja ditutup telah mendorongnya untuk menceburi bidang keusahawanan. Semasa mengenang kembali detik penting itu, beliau berkata, “Penutupan syarikat itu adalah satu rahmat kepada saya, jika tidak, saya hanya berpuas hati dengan menjadi seorang pekerja sehingga bersara.”

Pengetahuan dan pengalaman yang diperolehi oleh Ramasamy daripada pekerjaannya telah menjadi platform untuk beliau menubuhkan VG Offshore seperti hari ini, iaitu sebuah jenama global untuk kontena luar pesisir. Pada tahun 1994, industri minyak dan gas melambung dan beliau melihat peluang ini terutamanya untuk kontena luar pesisir.

Ramasamy mengingati tahun-tahun permulaannya. “Saya tidak memperolehi sebarang pembiayaan, tetapi terdapat potensi besar untuk kontena luar pesisir terutamanya di pasaran yang baharu dibuka seperti Vietnam. Justeru, itu adalah pasaran pertama yang saya fokuskan. Peluang besar pertama saya adalah menjadi subkontraktor untuk membekalkan tali wayar kepada pelanggan dari Singapura.”

Menerusi perjanjian itu, hubungan perniagaan bertambah baik. Walau bagaimanapun, nasihat yang diperolehi daripada pelanggannya adalah untuk menjaga kos overhead dengan tidak menjalankan proses pembuatan sendiri sebaliknya mendapatkan khidmat atau produk dari sumber luar. Walaupun berjalan dengan baik pada awalnya, tidak lama selepas itu Ramasamy berasa kecewa kerana beliau tidak mampu mengawal kualiti produk jualannya. Kualiti merupakan sesuatu yang beliau sangat pentingkan.

Pada akhir tahun 1994, beliau memutuskan untuk menceburi sektor pembuatan dengan memulakan sebuah kilang kecil di Shah Alam bersama dua orang pekerja. Pesanan pertama yang diterima adalah sebanyak 10 buah kontena. Perniagaannya berkembang pesat dan pada tahun 2010, beliau membuka kilang di Pulau Indah, Pelabuhan Klang

dengan keluasan tapak 60,000 kaki persegi. Dalam tempoh sebulan beroperasi, beliau telah kehabisan ruang dan tapak sebelah seluas 70,000 kaki persegi dipajak, dan akhirnya dibeli. Syarikat ini kini berada di tapak seluas 5.5 hektar dan mengambil kira-kira 100 orang pekerja.

Jenama VG telah mengukir reputasi yang sangat baik dalam industri minyak dan gas global bagi produk berkualiti yang mematuhi piawaian antarabangsa yang tertinggi. VG mengeluarkan pelbagai modul perkhidmatan darat dan luar pesisir yang bersesuaian, seperti modul penginapan dan tempat tinggal, modul darat dan kabin, modul perkhidmatan luar pesisir serta peralatan khusus lain.



Ramasamy yang telah mengambil peranan sebagai pengerusi eksekutif telah melepaskan jawatan itu kepada anaknya, Arvin Menon yang merupakan pengarah urusan syarikat itu. Arvin berkata, “Kami adalah pengeluar perintis kontena luar pesisir dan peneraju pasaran, dengan 25% bahagian pasaran domestik. Perniagaan kami berorientasikan eksport, dengan 95% produk kami dijual di seluruh dunia. Dari hari pertama, kami memutuskan untuk tidak akan bersaing dalam pasaran yang sesak. Kami lebih suka beroperasi di dalam pasaran khusus dengan produk yang sesuai dan itu cara kami menjenamakan diri sendiri.”

Ditanya mengenai cabaran yang dihadapinya pada permulaan, Ramasamy berkata, “Masa yang baik atau masa yang buruk tidak akan kekal selamanya. Caranya adalah dengan membuat yang terbaik pada masa yang baik dan bertahan pada

masa yang buruk. Pengurusan kewangan yang baik penting untuk kemampuan.”

VG sentiasa dibiayai sendiri. “Pada masa-masa awal, saya telah menjual kereta keluarga untuk mendapatkan modal kerja. Kami juga bernasib baik kerana sesetengah pelanggan memberi deposit yang membolehkan kami membeli bahan untuk menyiapkan tempahan mereka. Pembekal juga memberikan kami kredit. Bahkan seorang pembekal menawarkan kepada kami kredit sebanyak RM1 juta selepas melihat rekod pembelian kami. Falsafah pengurusan kewangan kami telah memastikan keberlangsungan kami dan kami mempunyai sumber untuk pertumbuhan seterusnya. Malah, kami sedang membina kilang baharu dan lebih besar pada tahun ini.”

Satu-satunya pembiayaan yang diterima oleh VG adalah untuk membeli dua hartanah syarikat yang beroperasi kini. “Terima kasih kepada Malaysian Industrial Development Finance (MIDF), MATRADE dan geran yang diterima daripada program *National Mark of Malaysian Brand* dari SME Corp. Malaysia yang menyokong kami,” kata Arvin.

VG telah memenangi pelbagai anugerah dan pengiktirafan selama ini. VG merupakan syarikat pertama di Asia Tenggara yang dianugerahkan Perjanjian Pembuatan untuk Pelaksanaan Pensijilan Kontena Luar Pesisir. Pada tahun 2018, syarikat ini adalah pemenang Anugerah Perniagaan ASEAN bagi kategori Kecemerlangan PKS. Syarikat juga merupakan penerima Anugerah Enterprise 50 (E50), SME Corp. Malaysia bagi tahun 2014, 2016 dan 2017 serta Anugerah *SME100 Fast Moving Companies* bagi tahun 2015.

Apakah nasihat Ramasamy sebagai inspirasi kepada usahawan? “Terdapat banyak perbincangan bagi menggalakkan golongan muda dan graduan baharu untuk menyertai bidang perniagaan. Jadi nasihat saya ialah bekerja untuk orang lain terlebih dahulu. Dapatkan pengetahuan dan pengalaman dalam bidang yang anda ceburi. Kuasai kemahiran teknikal dan insani yang anda perlukan apabila anda menubuhkan perniagaan sendiri. Bekerja keras untuk orang lain supaya anda belajar bekerja keras untuk diri sendiri. Kemudian kejar impian anda.”

AFY HANIFF GROUP (M) SDN BHD

Formula *Citronella* untuk Berjaya

Amirul Firdaus bin Haji Yunus, pengarah urusan AFY Haniff Group (M) Sdn Bhd masih berada di bangku sekolah pada tahun 2006 apabila ayahnya Haji Yunus bin Haji Haniff diperkenalkan dengan penghalau serangga yang diperbuat

daripada bahan semula jadi seperti serai wangi (*citronella*). Melihat potensi produk itu, beliau, dengan sifat keusahawanan yang dimilikinya, telah mengumpul ahli keluarganya untuk menubuhkan sebuah syarikat bagi menghasilkan produk isi rumah dengan bahan herba semula jadi sebagai alternatif yang lebih selamat berbanding dengan produk berasaskan kimia yang terdapat di pasaran.



Haji Yunus akhirnya meninggalkan syarikat yang diasaskannya dan menubuhkan sebuah syarikat sendiri. Setelah itu, lahirlah AFY Haniff yang menawarkan produk isi rumah yang lebih selamat, mesra alam dan mampan yang diperbuat daripada bahan herba, khususnya pati serai wangi.

Amirul mengimbuai kembali tahun-tahun awal perniagaannya, “Seperti kebanyakan usahawan, pembiayaan merupakan halangan terbesar yang dihadapi oleh ayah saya ketika menubuhkan perniagaan. Beliau memerlukan lebih daripada simpanannya sendiri untuk wang permulaan dan modal operasi namun beliau agak kreatif dalam mendapatkan pembiayaan. Beliau sebenarnya mengamalkan satu bentuk pemfaktoran untuk memperoleh modal operasi. Sebagai contoh, apabila beliau menerima pesanan bernilai RM30,000 dari Mydin dan memerlukan wang untuk pengeluaran, beliau akan menunjukkan pesanan pembelian itu kepada saudara mara dan memujuk mereka untuk meminjamkan wang dengan menggunakan dokumen itu sebagai

cagaran. Beliau juga menggunakan pesanan pembelian untuk mendapatkan pembiayaan daripada TEKUN Nasional.”

Amirul menambah bahawa bapanya, yang merupakan pemilik tanah di kampung juga akan menggunakan tanah itu sebagai cagaran untuk mendapatkan pinjaman daripada rakan-rakan.

Pembiayaan daripada agensi pembangunan usahawan menjadi semakin mudah apabila syarikat mula mendapat kredibiliti dengan senarai pelanggan yang semakin meningkat. Walau bagaimanapun, apabila syarikat melancarkan produk pada awalnya, mereka menghadapi satu lagi halangan. Amirul menjelaskan, “Apabila anda memperkenalkan produk baharu yang belum dikenali dalam pasaran, anda perlu melakukan lebih banyak promosi dan menjalankan lebih banyak demonstrasi produk untuk mendapatkan penerimaan serta jualan. Ayah saya mula menjual produk di restoran, kantin, kedai-kedai kecil dan kemudian ke kedai keluarga terbesar

“

Sasaran kami tinggi. Kami mahu empayar perniagaan menjadi seperti sebuah syarikat multinasional. Kami mahu melihat produk kami menjadi jenama terkemuka.

”

di Melaka. Kaedah itu memerlukan kerja keras tetapi dalam masa kurang daripada satu tahun beliau berjaya menjual produk beliau di sembilan cawangan Mydin.”

AFY Haniff sememangnya telah maju sejak penubuhannya tiga belas tahun yang lalu. Bermula sebagai pengeluar dengan hanya dua produk, kini syarikat mempunyai 37 produk, daripada penghalau serangga semula jadi kepada cecair pencuci pinggan, pencuci tangan dan penyegar rumah. Di antara jenama isi rumah yang popular adalah SWiPEL dan D'Menc. Pada tahun 2019, syarikat memperkenalkan produk pilihan semasa, SWiPEL Serai Wangi (penghalau serangga yang diperbuat daripada pati serai wangi) dengan lebih daripada satu juta unit dihasilkan setiap tahun.

Jenama AFY Haniff kini dijual di 2,000 pasar raya di Malaysia, Brunei, Singapura dan Thailand. Bagi pasaran domestik, produk AFY Haniff dijual di pasar raya terkemuka seperti Giant, Mydin, Aeon dan Aeon Big, Jaya Grocer, Tesco serta KK Mart. Terdapat juga pembeli dari Nigeria dan Australia. Jualan tahunan syarikat pada tahun pertama beroperasi adalah sebanyak RM75,000. Menjelang tahun kedua, jualan tahunan meningkat kepada RM150,000 dan seterusnya RM200,000 pada tahun ketiga. Pada tahun 2018, jualan tahunan berjumlah hampir RM13 juta.

Syarikat mula mengeksport pada tahun 2014 ke Brunei melalui Sabah. Amirul menjelaskan, “Kami mula memasuki pasaran Sabah menerusi program Citarasa Malaysia anjuran pasar raya Giant. Maklum balas terhadap produk kami

sangat baik dan Giant Sabah mula membeli produk kami tetapi menerusi pengedar pihak ketiga. Kami memantau jualan di sana dan mendapati bahawa jualan meningkat secara konsisten dari bulan ke bulan. Akhirnya, kami mendapati bahawa kami boleh memperolehi margin keuntungan yang lebih baik dengan menjual produk kami secara langsung.”

Pada ketika itu, syarikat mempunyai seorang pekerja dari Sabah yang telah bekerja dengan mereka selama lima tahun tetapi mahu meletakkan jawatan untuk pulang ke kampung dan menjaga ayahnya yang sakit. Amirul mengambil kesempatan itu untuk memasuki pasaran Sabah secara langsung dengan melantik pekerja yang dipercayainya untuk memulakan perniagaan di negeri itu. Rumah yang disewa dijadikan tempat kediaman untuk pekerja dan juga sebagai outlet jualan di tingkat bawah. Daripada permulaan yang rendah itu, AFY Haniff kini mengendalikan sebanyak 126 cawangan di Sabah. Dari Sabah, perniagaan berkembang secara semula jadi ke Sarawak dan Brunei.

“Maklum balas yang diterima sangat menggalakkan dan kami memutuskan untuk mencari rakan kongsi di Brunei untuk menjual produk kami bagi memperolehi lebih keuntungan untuk jangka masa yang panjang. Kami akhirnya menjumpai rakan kongsi itu dan menubuhkan AFY Haniff Brunei. Kami mempunyai aturan yang serupa dengan rakan-rakan kongsi kami di Singapura dan Thailand yang berpusat di Hat Yai.”





Syarikat kini mempunyai tenaga kerja seramai 105 pekerja, yang merupakan penduduk tempatan, di kilangnya di Melaka. Pelajar industri desa dari Indonesia juga kerap menjalankan latihan amali di kilang AFY Haniff. Amirul berkata mengenai falsafah syarikat, “Perniagaan kami adalah perniagaan keluarga dan kami melihat pekerja kami sebagai sebahagian daripada keluarga. Kami percaya dengan konsep membincangkan perihal perancangan dan berkongsi idea bersama keluarga dan kakitangan. Kami fokus dengan apa yang kami mahu capai, pengembangan pasaran, bagaimana untuk kekal berdaya saing dan terus meningkatkan jumlah jualan.”

Ditanya mengenai cabaran utama yang dihadapi syarikat, Amirul berkata, “Kos pengeluaran semakin meningkat tetapi sukar untuk menaikkan harga kerana pelanggan mempunyai kesedaran mengenai perbelanjaan pada masa kini. Modal pusingan juga boleh menjadi masalah kerana pasar raya beroperasi pada syarat kredit selama enam puluh hari. Selain itu, terdapat pengurangan margin keuntungan ketika pasar raya memotong harga untuk kempen promosi. Kami tidak mempunyai pilihan selain mengurangkan harga jualan kami jika kami mahu mengambil bahagian dalam kempen mereka.”

Berkenaan bantuan Kerajaan, Amirul berkata, “Pengiklanan sangat mahal, terutamanya untuk PKS. Kerajaan boleh membantu dengan

menyediakan platform - saluran iklan - untuk PKS mempromosikan produk mereka. Kami sudah bertapak dalam e-dagang menerusi Alibaba dan Lazada serta di *Tesco Online* dan *Mydin Online*. Walau bagaimanapun, platform pengiklanan khusus untuk produk dan perkhidmatan PKS akan sangat berguna dalam membantu PKS untuk meningkatkan akses pasaran mereka, sekurang-kurangnya di dalam negara.”

“Sasaran AFY Haniff tinggi. Kami mahu empayar perniagaan menjadi seperti sebuah syarikat multinasional. Kami mahu melihat produk kami menjadi jenama terkemuka. Kami juga melihat kemungkinan disenaraikan di bursa saham.”

Nasihat Amirul kepada mereka yang memiliki aspirasi untuk menjadi usahawan, “Pastikan bidang yang anda mahu ceburi dan fokus kepada visi anda. Tanya diri anda sendiri siapa yang akan menggunakan produk yang anda ingin jual. Hal ini berkaitan dengan kedudukan dan penjenamaan. Apabila kita berada dalam dunia perniagaan, rangkaian perniagaan adalah sangat penting. Sebagai contoh, kita perlu bekerjasama dengan rangkaian pasar raya. Kerjasama bersama mereka adalah cara yang termurah dan terpantas bagi kita untuk memasuki pasaran kerana kita menjual di pasaran sedia ada dengan ratusan ribu pelanggan. Bayangkan kosnya untuk kita menjangkau para pelanggan ini dengan sendiri.”

WARISAN CRAFT WOOD

Mengukir Kejayaan daripada Kayu

Rohani Md Piah meminati kerjaya dalam bidang pendidikan tetapi takdir sebaliknya menjadikan beliau seorang usahawan dalam perniagaan ukiran kayu. Pada tahun 1991, bakal usahawan dari Temerloh ini diterima untuk menyertai kursus membuat kraf tangan yang dijalankan oleh Perbadanan Kemajuan Kraftangan Malaysia cawangan negeri Pahang. Pengambilan kursus ini telah menjadi titik perubahan bagi laluan kerjayanya.

Selepas tamat kursus, Rohani mula bekerja di sebuah syarikat di Pulau Pinang dan kemudian di Kuala Lumpur. Pada tahun 2001, dilengkapi dengan pengetahuan dan pengalaman yang telah dikumpulkan, beliau kembali ke tempat asal di Temerloh untuk memulakan perniagaan sendiri pada usia dua puluh tujuh tahun bersama suami beliau, Mohamad Mat Nor yang juga merupakan pelatih dari Kraftangan Malaysia. Lanjutan daripada itu, lahirlah Warisan Craft Wood di bawah program Satu Daerah, Satu Industri yang dikendalikan oleh cawangan Kraftangan Pahang.

Perjalanan keusahawanannya bermula dengan modal permulaan sebanyak RM1,500 yang dilengkapi dengan sokongan daripada Kraftangan dalam bentuk bengkel percuma dan beberapa mesin kayu. Sejak permulaan, Rohani dan suami telah memastikan bahawa produk mereka menonjol daripada produk yang lain. Kraf tangan yang direka secara eksklusif menampilkan unsur-unsur motif tradisional seperti bunga pekan, bunga matahari, ketam guri dan paku pakis serta reka bentuk kontemporari *heliconia*, pucuk buluh dan padi. Produk lain beliau termasuk set sofa, panel,



skrin, gazebo dan pagar. Tidak ada bahan yang terbuang kerana sisa-sisa kayu digunakan untuk membuat barangan kecil, seperti rantai kunci, penanda buku serta cenderamata lain dengan ukiran kaligrafi. Kekangan kewangan dihadapi dalam tempoh tiga tahun pertama. Mereka masih baharu di pasaran dan pelanggan tidak pasti dengan kemampuan mereka dalam perniagaan sementara aliran tunai pula sentiasa menjadi masalah.

“Oleh kerana kami mempunyai modal yang sangat sedikit, kami akan meminta pelanggan memberikan wang pendahuluan apabila mereka membuat tempahan. Pelanggan lazimnya enggan berbuat demikian. Kami selalu kekurangan wang tunai untuk membeli bahan mentah. Margin keuntungan yang kami perolehi untuk tempahan yang diterima sedikit kerana kebanyakannya untuk barangan dengan kuantiti kecil dan bernilai rendah. Pada satu ketika, kewangan peribadi kami sangat teruk. Saya tidak dapat membayar pinjaman kereta saya selama tiga bulan. Kami tidak akan dapat bertahan tanpa bantuan daripada ahli keluarga yang telah memberi pinjaman untuk membantu kami melalui masa-masa sukar.”



“Berani menjadi berbeza, anda akan menonjol dalam pasaran yang sesak.”

Mujurlah bagi usahawan baharu, kos overhed rendah kerana mereka tidak perlu membayar sewa dan mesin pada permulaannya. Pada tahun kedua perniagaan, satu sinar harapan muncul apabila sebuah syarikat besar memberi mereka subkontrak untuk membekalkan perabot ke sekolah. Hasil kejayaan kontrak kerja itu menyebabkan syarikat besar itu yakin terhadap kemampuan mereka dan telah memberikan Rohani perniagaan secara berterusan sejak itu.

Pada tahun 2006, selepas lebih lima tahun di premis Kraftangan, pasangan ini beralih ke lokasi mereka kini. “Tetapi lokasi ini hanya tapak kecil berkeluasan 14 kaki lebar dengan 40 kaki panjang dan apabila hujan kami akan basah di bahagian depan dan belakang,” kenang Rohani.

Kejayaan mereka tercapai dalam tahun kelima perniagaan dalam bentuk kontrak kerja yang besar daripada Kementerian Komunikasi dan Multimedia. Rohani berkongsi mengenai detik penting dalam perniagaan beliau, “Tempahan itu adalah tempahan terbesar yang pernah kami terima pada ketika itu. Kami telah diberi kontrak untuk membekalkan pintu berukir dan produk lain untuk bahagian dalaman sebuah dewan di salah sebuah bangunan kementerian.”

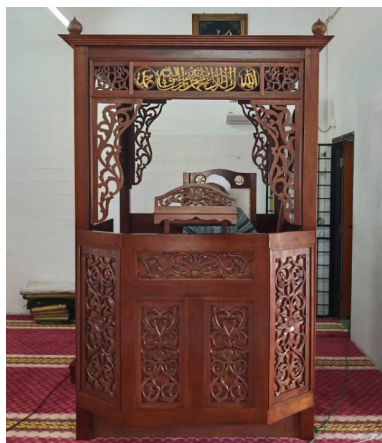
Keuntungan yang diperolehi daripada kerja itu membolehkan mereka mengembangkan bengkel. Aset mereka juga meningkat selepas

mereka membeli sebidang tanah seluas satu hektar dengan keuntungan daripada perniagaan mereka.

Rohani menggambarkan masa-masa permulaan sebagai sangat sukar. “Kami berjaya bertahan dengan berkat sokongan Kraftangan. Mereka telah menyediakan premis percuma untuk enam bulan pertama serta penggunaan mesin kayu secara percuma. Apabila kami memerlukan mesin lain untuk membuat produk tertentu, kami dibenarkan menggunakan mesin itu di pusat Kraftangan dan hanya perlu membayar peratusan kecil daripada nilai jualan kami kepada mereka sebagai bayaran. Kraftangan juga menyokong kami dengan membolehkan kami mempamerkan produk di promosi tetap di Kuala Lumpur serta pameran di Thailand, Vietnam dan Kemboja. Produk kami juga dipamerkan di pameran Kraftangan di Dubai baru-baru ini.”

Rohani juga berterima kasih atas sokongan Lembaga Industri Kayu Malaysia (MTIB), yang menyediakan kursus latihan untuk usahawan kraf kayu dan membolehkan mereka menyertai pameran di dalam dan luar negara dengan menaja perbelanjaan perjalanan mereka. Syarikat ini telah mengambil bahagian dalam pameran di Indonesia, Brunei dan Singapura di bawah naungan MTIB. Mengimbas kembali pada tahun 2006, dengan jemputan daripada Kerajaan negeri Pahang, produk Rohani telah dipamerkan di eksplo kraf tangan di gedung terkemuka Harrods di London.





Pada tahun-tahun awal, syarikat mengalami kesukaran untuk mendapatkan kedudukan dalam perniagaan kraf tangan. Kini, produk-produk syarikat mendapat tempat bukan sahaja di pasaran dalam negara tetapi di beberapa negara ASEAN seperti Singapura dan Brunei. Hari ini, pelanggan beliau termasuklah kerabat diraja. Baru-baru ini, Rohani telah menerima Anugerah Usahawan Kraf Wanita 2019.

Sebagai cara membalas balik sokongan yang telah beliau terima semasa hari-hari permulaan syarikatnya, Rohani juga melatih peserta-peserta yang sedang menjalani program pembangunan kraf tangan yang dikendalikan oleh Kraftangan, MTIB dan Kerajaan negeri Pahang.

Rohani berkata seseorang itu harus mempunyai minda yang kuat dalam menjalankan perniagaan. Beliau menambah, “Saya agresif dalam menjalankan perniagaan saya. Saya sentiasa bersedia untuk mempelajari perkara-perkara baharu jadi saya menghadiri apa sahaja latihan dan mengambil bahagian dalam seberapa banyak aktiviti promosi yang ditaja oleh Kerajaan.” Beliau juga menganjurkan aktiviti promosi sendiri. “Aktiviti ini boleh menelan kos yang banyak, sebab itulah ramai yang tidak berani untuk melakukannya. Saya mengambil risiko kerana saya ingin meningkatkan jualan saya. Malah, aktiviti promosi kami sendiri telah membantu meningkatkan jumlah jualan kami.”

Beliau menasihati usahawan yang beraspirasi, “Bakat artistik sahaja tidak mencukupi untuk berjaya dalam perniagaan. Membuat kraf tangan

tidak mudah. Jelas sekali, anda mesti mempunyai minat dan komitmen untuk mempelajari kemahiran. Seni pembuatan kraf tangan telah diturunkan dari generasi ke generasi. Kita mesti menunjukkan rasa hormat terhadap warisan kita dengan meneruskannya dengan perasaan bangga dan penuh komitmen. Bakat artistik harus dilengkapi dengan kepintaran perniagaan. Berani untuk mengambil risiko. Berani menjadi berbeza, anda akan menonjol dalam pasaran yang sesak. Jadi kreatif. Sealiran dengan trend pasaran jika anda mahu produk anda dikenali. Harus mempunyai rancangan perniagaan dan tetapkan sasaran. Selalunya akan ada cabaran dalam menjalankan perniagaan, contohnya, kenaikan harga bahan mentah, peningkatan persaingan, perubahan dalam trend pasaran. Jika kita tidak bercadang untuk menangani cabaran-cabaran tersebut, amat sukar untuk kita berjaya.”

Untuk memiliki kerjaya yang mampan sebagai seorang usahawan, beliau berkata, “Jangan berhenti dalam mengejar impian anda. Dan jangan berasa megah. Sebagai contoh, apabila anda memperolehi tempahan kecil yang tidak mendapat banyak keuntungan, terima juga. Berikan yang terbaik dan siapkan seperti yang dijanjikan dari segi kualiti dan ketepatan. Sekiranya pelanggan berpuas hati, mereka akan hebahkan. Sentiasa ingat, pengiklanan mulut ke mulut adalah salah satu pengiklanan yang berkesan untuk sebarang perniagaan.”

ALLIED CHEMISTS LABORATORY SDN BHD

Perniagaan Kimia yang Memberangsangkan

Pada tahun 1998, semasa krisis kewangan global, seorang ahli kimia, Soh Song Chaw, meninggalkan pekerjaannya di sebuah firma antarabangsa untuk memulakan perniagaan ujian makmal sendiri bersama tiga orang rakan ahli kimia lain sebagai rakan kongsi. Lanjutan daripada itu, lahirlah Allied Chemists Laboratory Sdn Bhd yang berpangkalan di Johor Bahru yang kini menguasai 70% pasaran dalam bidang ujian makmal di negeri itu.

Syarikat ini, yang merupakan makmal ujian pihak ketiga, menawarkan perkhidmatan termasuk analisis kimia dan pemeriksaan mikrobiologi makanan dan bahan suapan, air dan efluen, farmaseutikal dan ubatan tradisional, minyak dan lemak, tanah serta perkhidmatan yang berkaitan dengan alam sekitar dan pemantauan kebersihan perindustrian untuk kualiti udara sekitar, pengeluaran wasap cerobong, garis sempadan bunyi dan air serta penilaian tapak persekitaran.

Allied Chemists telah menjadikan kewujudannya dirasai di Johor sejak ditubuhkan lebih 20 tahun yang lalu dan kini diakui sebagai penyedia perkhidmatan ujian makmal terkemuka di negeri itu. Syarikat ini membuka cawangan di Kuala Lumpur pada tahun 2018 dengan Soh Ee Shan, anak kepada pengasas, menguruskan cawangan itu. Beliau menjelaskan bahawa perpindahan syarikat ke Kuala Lumpur akan memanfaatkan potensi pasaran di wilayah tengah.

Bercakap tentang cabaran dalam perniagaan ujian makmal, Ee Shan berkata, “Terdapat banyak cabaran yang dihadapi dalam menubuhkan perniagaan sedemikian. Salah satu daripadanya termasuklah kos permulaan yang agak tinggi. Kami perlu membeli peralatan makmal yang mahal. Halangan kemasukan juga sangat tinggi kerana kakitangan kami mestilah ahli kimia yang berkecuali dengan pengetahuan analisis kimia. Manakala terdapat keperluan yang ketat untuk mendapatkan akreditasi daripada pelbagai badan yang berkaitan jika kami ingin memiliki kredibiliti dalam pasaran. Kami amat percaya kepada pengurusan kewangan yang berhemah demi kemampanan dan bakat untuk kredibiliti.”

Ee Shan menambah, “Bapa saya selalu berkata bahawa setiap sen yang dibelanjakan mestilah memenuhi objektif perbelanjaan itu, jika tidak, jangan berbelanja. Oleh itu, kami berhasrat untuk mendapatkan nilai maksimum daripada



“ Kami amat percaya kepada pengurusan kewangan yang berhemah demi kemampanan dan bakat untuk kredibiliti. ”



perbelanjaan kami. Penekanan kami terhadap kefahaman kewangan telah menjadikan kami berdikari dari segi kewangan. Dalam situasi yang memerlukan pembiayaan luaran, Malaysian Industrial Development Finance Berhad (MIDF) sentiasa memberikan sokongan. Kebijaksanaan dalam pengurusan kewangan ialah kunci kepada kesinambungan kewangan. Sebagai sebuah perniagaan, kita tidak boleh mengambil mudah tentang hal kewangan hanya kerana pelabur atau Kerajaan memberikan sokongan kewangan.”

Cabaran utama lain bagi perniagaan ini adalah dalam mendapatkan dan mengekalkan bakat. Ee Shan menjelaskan, “Kami berada dalam bidang yang khusus. Kerja ini tidak mudah dan melibatkan banyak kerja lapangan. Kami memerlukan ahli kimia yang berkelayakan dan berdedikasi dan mereka juga mesti mempunyai pengetahuan analisis kimia. Setakat ini semuanya amat baik, kami mempunyai sekumpulan orang muda yang berdedikasi - kira-kira 70 orang pekerja - yang bekerja untuk kami di kedua-dua cawangan. Kami mahu memupuk dan membangunkan mereka untuk mencapai potensi mereka.”

Allied Chemists merupakan salah satu daripada makmal persendirian pertama Malaysia yang dilantik sebagai ahli panel untuk ujian dan analisis produk perubatan tradisional oleh Agensi Pengawalseliaan Farmaseutikal Kebangsaan Malaysia di bawah Kementerian Kesihatan Malaysia. Syarikat juga mendapat kelulusan daripada Jabatan Alam Sekitar untuk menjalankan analisis bagi bahan buangan berjadual.

Allied Chemists telah menyediakan perkhidmatan ujian makanan untuk pengeluar selama 18 tahun. Menegaskan bahawa

perkhidmatan ini sebagai satu fungsi yang penting, Ee Shan menjelaskan bahawa ujian bagi produk akhir oleh makmal pihak ketiga adalah penting dalam memastikan keselamatan makanan kerana pencemaran dan formulasi *off-spec* boleh terjadi dalam rantai nilai sama ada daripada bahan mentah, alam sekitar, kebersihan diri ataupun sabotaj.

Syarikat ini mempunyai trajektori pertumbuhan yang konsisten, setelah mencatat pertumbuhan purata tahun ke tahun sebanyak 15%. Petronas, Tiger Balm dan Toshiba adalah antara pelanggan utama mereka. Bagi perancangan masa hadapan, syarikat mahu mewujudkan kesedaran yang lebih besar terhadap cawangan di Kuala Lumpur dan memasuki pasaran Singapura sebaik sahaja kemudahan baharu di ibu pejabat Johor Bahru tersedia. Rancangan untuk beroperasi di rantau ASEAN dalam jangka masa 10 tahun dilancarkan dengan visi untuk ‘diiktiraf serantau sebagai rakan pilihan untuk menyediakan perkhidmatan makmal.’

Allied Chemists adalah makmal ujian MS ISO / IEC 17025 yang bertauliah dalam bidang ujian kimia dan mikrobiologi di bawah Skim Akreditasi Makmal. Pentauliahannya ini diiktiraf oleh International Laboratory Accreditation Cooperation dan juga di negara-negara yang termasuk dalam Perjanjian Pengiktirafan Bersama dengan organisasi.

Syarikat ini juga merupakan ahli berdaftar panel makmal untuk Bahagian Keselamatan dan Kualiti Makanan serta Agensi Pengawalseliaan Farmaseutikal Kebangsaan manakala pakar teknikalnya berdaftar dengan Jabatan Keselamatan dan Kesihatan Pekerjaan sebagai Juruteknik Kebersihan Industri dan Penaksir Risiko Bising.

KUNDASANG AQUAFARM PLT

Inovasi Kunci Kejayaan Usahawan Tani Muda

Graduan berusia 28 tahun ini melaksanakan projek inovatif yang pertama untuk meningkatkan kehidupan masyarakat petani di dataran tinggi Kundasang, Sabah. Azizul Julirin, pemilik Kundasang Aquafarm, merupakan perintis sistem pertanian akuaponik yang mengintegrasikan teknik hidroponik dan akuakultur untuk menanam sayur-sayuran.



“Kami beroperasi dengan konsep sifar sisa, yang menekankan kepada penjimatan dengan mengoptimumkan penggunaan semua sumber yang ada.”

Azizul, yang berkelulusan dari Universiti Malaysia Sabah, berasal dari perkampungan kecil di Mesilou - dengan populasi 50 isi rumah - di dataran tinggi Kundasang, pembekal utama sayuran tanah tinggi di Sabah. Keluarga beliau telah berkecimpung dalam bidang pertanian sayur-sayuran selama lebih dari tiga puluh tahun dan beliau sentiasa bersemangat untuk meneruskan tradisi keluarga. Namun begitu petani sayuran di Mesilou menghadapi masalah serius dengan kualiti tanah yang semakin merosot.

“Selama beberapa dekad, ekonomi Mesilou bergantung kepada pertanian sayuran tetapi nutrien yang terkandung dalam tanah semakin berkurangan akibat pertanian selama bertahun-tahun. Hasil pertanian menurun, begitu juga kualiti. Keadaan ini memaksa para petani untuk meningkatkan penggunaan baja serta menggunakan racun perosak untuk melindungi tanaman mereka. Situasi sedemikian tidak mampan,” kata Azizul. Masalah ekologi ditambah lagi oleh bencana alam seperti gempa bumi pada tahun 2015 di Ranau. Gempa bumi telah menyebabkan aliran lumpur mencemari

sumber air, hakisan tanah yang serius dan juga menghalang akses ke ladang. Kesemua peristiwa ini mendorong Azizul untuk mencari kaedah pertanian alternatif.

Minatnya dalam bidang pertanian telah mendorong beliau mengambil pengajian ijazah dalam bidang akuakultur. Ketika beliau menjalani latihan industri di Jepun pada tahun 2011, gempa bumi yang besar diikuti tsunami melanda negara itu. Semasa operasi bantuan, beliau mendapati sebuah pertubuhan bukan Kerajaan memberikan kit akuaponik kepada mangsa sebagai kit pengeluar makanan untuk membantu mereka menanam makanan mereka sendiri supaya tidak terlalu bergantung kepada bantuan luar. Apabila gempa bumi melanda Kundasang, beliau teringatkit kit pengeluar makanan itu dan tercetus idea untuk memulakan pertanian akuaponik.

Pada akhir tahun 2016, selepas memperoleh keyakinan yang cukup dalam sistem akuaponik, Azizul memulakan Kundasang Aquafarm, yang pertama seumpamanya di Sabah. Mengimbuu kembali masa itu, Azizul berkata, “Cabaran

terbesar ketika saya memulakan perniagaan ini ialah pengetahuan tentang pengurusan perniagaan serta pembiayaan dan juga bimbingan yang tidak mencukupi. Mujurlah saya menemui iklan dalam talian dari SME Corp. Malaysia yang menawarkan program Tunas Usahawan Belia Bumiputera (TUBE) kepada usahawan muda. Saya muncul sebagai peserta terbaik bagi program TUBE 3.0 Sabah dan diberikan geran permulaan sebanyak RM15,000.

Geran lain diperoleh melalui penyertaannya dalam pelbagai pertandingan inovasi yang dianjurkan oleh agensi-agensi Kerajaan.

Kesemua bantuan pembiayaan yang diterima oleh Azizul dilabur semula ke dalam pembangunan prototaip yang sewajarnya untuk ladang akuaponiknya. Selepas kira-kira satu tahun membuat percubaan, beliau akhirnya menemui formula yang sempurna untuk membolehkan prototaipnya dikomersialkan. Semenjak itu, syarikatnya telah menunjukkan kemajuan yang baik. Sejak ditubuhkan pada tahun 2016, syarikat beliau telah mencapai perolehan jualan lebih daripada RM500,000. Ladang seluas 5,000 kaki persegi boleh menghasilkan sehingga 1.2 tan sayur-sayuran dan buah-buahan seperti strawberi, tomato, timun Jepun dan pak choy dalam sebulan dengan pendapatan purata bulanan sebanyak RM20,000.

Azizul berkata, “Pasaran kami adalah restoran rangkaian seperti McDonalds serta restoran dan hotel lain di Kota Kinabalu. Kami mula menjual hasil kami di Brunei pada tahun 2018. Pasaran Brunei tidak mudah untuk ditembusi kerana kebimbangan mereka terhadap penggunaan baja dan racun serangga yang digunakan semasa penanaman. Walau bagaimanapun, sayur-sayuran hidroponik kami kini diterima dengan baik oleh orang Brunei.”

Beliau menambah, perniagaan ini sedang berjalan dengan baik meskipun dalam ketidaktentuan ekonomi. “Terdapat peningkatan dalam permintaan untuk sayur-sayuran yang bebas daripada bahan kimia toksik kerana orang ramai sekarang mula mempunyai kesedaran yang lebih terhadap kesihatan. Kami juga beroperasi dengan konsep sifar

sis, yang menekankan kepada penjimatan dengan mengoptimalkan penggunaan semua sumber yang ada. Sistem akuaponik kami telah mengurangkan kos operasi dan pengeluaran. Untuk menjimatkan kos pengiklanan dan promosi, kami menggunakan platform e-dagang untuk mengembangkan pasaran.”

Azizul percaya bahawa menjadi seorang yang didorong oleh inovasi merupakan faktor utama kejayaan perniagaannya. Beliau menyatakan sebagai contoh, penjimatan kos yang diperoleh daripada sistem akuaponik di ladangnya, “Kos operasi bulanan adalah rendah kerana kami memperoleh penjimatan sebanyak 90% dalam penggunaan air manakala produktiviti adalah tiga kali lebih tinggi berbanding dengan kaedah pertanian konvensional. Saya juga telah memasukkan konsep Jepun kaizen - pembaikan berterusan - ke dalam budaya syarikat kami supaya kami sentiasa melakukan penambahbaikan. “

Mengenai visinya untuk Kundasang Aquafarm sepuluh tahun dari sekarang, Azizul berkata, “Saya mahu meningkatkan pengeluaran kepada sekurang-kurangnya 30 tan sayuran sebulan menjelang tahun 2025. Saya ingin mengembangkan penerapan sistem akuaponik kepada petani di Kundasang khususnya dan Malaysia secara keseluruhan supaya semua dapat menikmati manfaatnya. Ini juga akan mempertingkatkan keselamatan makanan. Saya juga berharap untuk membuka akademi usahawan tani untuk melatih orang muda yang berminat untuk menceburi bidang perniagaan ini.”

Beliau menasihatkan generasi muda, terutamanya graduan baharu, yang ingin menjadi usahawan tani, “Bersedia untuk melengkapkan diri anda dengan pengetahuan tentang bidang yang anda ingin ceburi. Terdapat banyak maklumat mengenai keusahawanan yang tersedia oleh Kerajaan. Sebagai seorang usahawan, anda juga memerlukan kemahiran insaniah dan belajar untuk membina rangkaian. Akhirnya, jika anda ingin berjaya, anda perlu bersikap tegar dan gigih dalam mengejar impian anda. Jadilah seorang usahawan. Jadilah seorang pencipta kerja bukan pencari kerja.”

INTER STICKER TRADING CO.

Perniagaan ‘Lekit’ yang Menguntungkan

Pada tahun 1986, Mohd Noor bin Che Man memulakan Inter Sticker Trading Co. di sebuah kedai di Stadium Muhammad VI di Kota Bharu, Kelantan dengan membekalkan pelekat berasaskan kertas ke sekolah-sekolah. Mohd Noor yang memiliki sifat berdaya usaha tidak menunggu lama untuk mengenal pasti potensi pelekat untuk pakaian, terutamanya untuk sekolah-sekolah dan seterusnya mengubah perhatiannya kepada produk baharu. Dari situ, beliau hanya menunggu masa sebelum mula menjual pelekat tekstilnya kepada agensi Kerajaan dan sektor swasta.

Hari ini syarikatnya telah berkembang menjadi pengeluar pelekat untuk pelbagai pakaian seperti t-shirt dan pakaian seragam serta pakaian sukan dan peralatan. Syarikat juga membekalkan pelekat mengikut kehendak pelanggan untuk acara khas dan pelbagai jenis kemasan untuk produk tekstil dan pencetakan serta sulaman. Pelekat pakaian sukan dan peralatan digunakan pada jenama yang dikenali di seluruh dunia seperti Adidas, Yonex, Mikasa, Tibar, Nike, Darrows Dart Technology dan Molten.

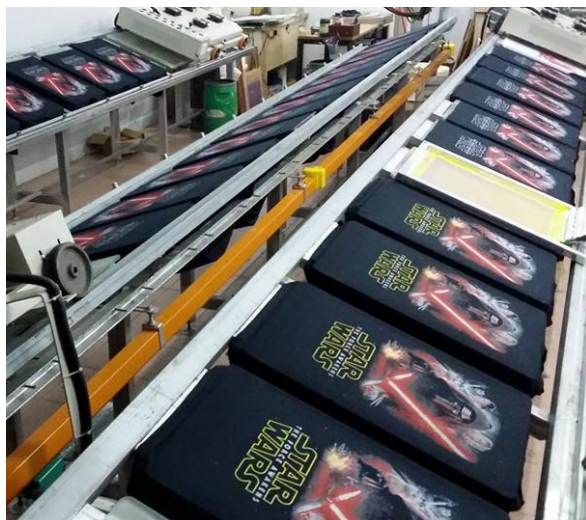
Tetapi semua tidak selalunya berjalan lancar pada permulaannya. Sama seperti pengalaman kebanyakan usahawan, pembiayaan sering menjadi isu. Bagi memastikan perniagaan berterusan, Mohd Noor membuat pinjaman

daripada saudara-mara dan rakan-rakan. Apabila perniagaan mula berkembang, beliau mampu memperoleh pinjaman daripada bank. Pada tahun 2017, syarikat menerima geran padanan daripada SME Corp. Malaysia di bawah Program Peningkatan Enterpris Bumiputera (*Bumiputera Enterprise Enhancement Programme*, BEEP) untuk membeli mesin pencetakan.

Semenjak itu, Mohd Noor telah mengundur diri dan memberi laluan kepada anaknya, Muhammad Ikhwan untuk menguruskan perniagaannya. Di bawah pengurusan Muhammad, yang memiliki Ijazah Sarjana dalam bidang teknikal tekstil dari Universiti Manchester, UK, perniagaan syarikat telah berkembang menjadi sebuah perniagaan



“ Kami bersemangat dengan perniagaan kami. Bersemangat dengan apa yang anda lakukan akan membolehkan anda pergi jauh. ”



yang memiliki pelanggan tempatan dan antarabangsa yang terdiri daripada sektor awam dan swasta, sekolah, universiti serta runcit.

Tahun-tahun awal berjuang dalam perniagaan masih segar dalam ingatannya. “Kami mempunyai modal yang sangat sedikit jadi kami terpaksa mengoptimalkan sumber-sumber kami. Tetapi kami belajar untuk berhemat cermat. Kemudian masalah teknikal timbul kerana kami tidak biasa dengan mesin yang digunakan. Perkara ini sangat mengecewakan kerana kami menyasarkan kerosakan sifar dan kualiti terbaik untuk produk kami. Tetapi sejak itu kami belajar tentang betapa pentingnya pengetahuan teknikal mengenai mesin pengeluaran. Saya berbangga dengan kenyataan bahawa perniagaan kami bertahan selama lebih daripada 29 tahun dan kini kami merupakan salah satu pengeluar utama pelekat tekstil di negara ini. Kami bersemangat dengan perniagaan kami. Bersemangat dengan apa yang anda lakukan akan membolehkan anda pergi jauh.”

Muhammad menyatakan kelanjutan perniagaan mereka adalah disebabkan oleh budaya penambahbaikan berterusan. Beliau menjelaskan, “Sejak dari hari pertama, kualiti sentiasa menjadi asas bagi syarikat kami. Itulah sebabnya kami terus melabur dalam teknologi pengeluaran untuk menambah baik kecekapan

dan memastikan kualiti untuk semua produk kami. Pendekatan kualiti diutamakan yang kami amalkan telah menarik perhatian beberapa jenama antarabangsa, dan kini kami merupakan pengeluar asli peralatan mereka.”

Pelaburan Muhammad dalam teknologi, seperti dalam mendapatkan mesin cetak 12-warna dari Amerika Syarikat dan mesin sulaman automatik 12-kepala dari Jepun pastinya membuahkan hasil dari segi produktiviti dan kualiti yang lebih tinggi. Syarikat ini mempunyai keupayaan untuk mencetak 3,000 helai t-shirt dan menyulam 2,000 pakaian setiap hari.

Dengan adaptasi teknologi, Muhammad berkata, “Syarikat kami dapat beroperasi dengan kekangan teknikal yang kurang dan memberikan kebebasan kepada kami untuk berimajinasi dan mencipta kreativiti untuk membawa kami lebih jauh.” Muhammad merupakan seorang yang percaya kepada kuasa inovasi dan beliau menyifatkan kejayaan syarikat ini adalah daripada semangat untuk berinovasi dan penambahbaikan yang disokong oleh semangat berpasukan yang tinggi.

Beliau berkata, “Kami sentiasa berusaha untuk meningkatkan kualiti produk kami. Kami juga meletakkan syarikat kami sebagai Organisasi Peningkat Imej, yang bermaksud produk yang dibeli oleh pelanggan daripada kami membantu untuk meningkatkan imej mereka kerana kualiti kami adalah yang terbaik.”

Bercakap mengenai perancangan masa hadapan, Muhammad ingin bersedia dan melengkapkan dirinya untuk memenuhi trend masa hadapan. “Kami menuju ke arah tempahan mengikut kehendak pelanggan secara besar-besaran dan pada masa yang sama juga memberi personifikasi dalam industri tekstil dan fesyen. Saya telah memulakan projek perintis untuk tempahan mengikut kehendak pelanggan secara besar-besaran serta projek penyelidikan dan pembangunan dalam pemrosesan imej 3D untuk pengukuran badan. Wawasan saya untuk syarikat dalam tempoh sepuluh tahun adalah kami akan menjadi perniagaan yang mengagihkan kuasa pusat, tidak beroperasi di hanya satu lokasi tetapi tersebar di rantau ASEAN.”