

BERSAMA KETUA SETIAUSAHA KEMENTERIAN PEMBANGUNAN USAHA WANDAN KOPERASI

Kelolaan :
Tn. Hj. Idris Ismail, Sushila Devi & Hasrin Abu Hassan

Rancangan Malaysia Kesembilan (RMK-9) merupakan sebahagian daripada rancangan Misi Nasional negara. Rancangan ini adalah antara usaha kerajaan untuk menjadikan Malaysia sebuah negara maju menjelang tahun 2020. Setiap Kementerian diberi peranan dan tanggungjawab untuk menjayakan agenda negara ini. Sidang Editor berpeluang mewawancara Y. Bhg. Dato' Mangsor Saad untuk mendapatkan penjelasan berkenaan perkara ini dari sudut kapasitinya sebagai Ketua Setiausaha Kementerian Pembangunan Usahawan dan Koperasi (MECD) serta selaku Pengerusi Majlis Maktab Kerjasama Malaysia (MKM).

Soalan:

RMK-9 telah di rangka untuk tempoh lima tahun dari 2006 hingga 2010 bagi mencapai Misi Nasional. Apakah peranan Kementerian dalam menjayakan RMK-9?

Jawapan:

Seperti yang diketahui umum, Misi Nasional merupakan satu rangka kerja dasar dan pelan pelaksanaan yang menggariskan keutamaan negara untuk tempoh 15 tahun yang akan datang. Lima teras utama telah digariskan dalam misi tersebut yang mesti dilaksanakan bagi mencapai matlamat menjadikan Malaysia sebuah negara maju. Secara langsung, pihak Kementerian turut terlibat untuk melaksanakan tiga teras utama dalam Misi Nasional ini.

Dalam teras pertama, kerajaan berusaha untuk meningkatkan tahap ekonomi negara melalui penglibatan dalam rantaian nilai lebih tinggi.



Dato' Mangsor ketika di wawancara oleh Sidang Editor.

Kementerian yang sememangnya menumpukan kepada pembangunan usahawan dan koperasi, menjadi penyokong kepada perancangan kerajaan

Kementerian yang sememangnya menumpukan kepada pembangunan usahawan dan koperasi, menjadi penyokong kepada perancangan kerajaan bagi memberi tambahan nilai kepada perusahaan yang dijalankan. Sebagai contoh, sekiranya dahulu sesebuah industri itu hanya menghasilkan bahan mentah, tetapi sekarang perlu menumpukan kepada usaha memproses bahan mentah tersebut dan seterusnya mengeluarkan barangan siap (finished product). Bagi industri yang hanya mengeluarkan satu jenis barangan atau perkhidmatan, ianya akan dikembangkan melalui mempelbagaian atau diversification untuk menghasilkan barangan lain.

Teras kedua ialah untuk meningkatkan keupayaan pengetahuan dan inovasi samada di koperasi ataupun di syarikat. Teras ini lebih bertumpu kepada pembangunan modal insan dan Kementerian terlibat secara langsung dalam melaksanakan program-program latihan untuk meningkatkan pengetahuan usahawan, sama ada usahawan individu ataupun usahawan koperasi.

Dalam teras ketiga pula, kerajaan memberi penekanan untuk mengimbangkan pembangunan antara kaum Bumiputera dengan kaum bukan Bumiputera, antara golongan miskin dengan golongan kaya dan antara penduduk bandar dengan penduduk di luar bandar. Kementerian diberi peranan utama untuk menjayakan teras ketiga ini, khususnya usaha untuk membangunkan usahawan Bumiputera yang berdaya saing. Maka, program pembangunan Masyarakat Perdagangan dan Perindustrian Bumiputera (MPPB) akan diteruskan sebagai pendekatan utama dalam menyusun semula masyarakat dan memastikan penyertaan Bumiputera yang lebih luas dalam ekonomi.

Di sini, Kementerian menyediakan persekitaran yang membantu dan menggalakkan pembangunan usahawan tulen yang berkualiti, berdaya maju, berdaya tahan dan berdaya saing dalam semua sektor serta memupuk budaya keusahawanan. Peranan agensi-agensi di bawah Kementerian, syarikat-syarikat yang berkaitan kerajaan (GLC) dan gerakan koperasi akan dipertingkatkan dalam RMK-9 ini untuk melaksanakan program MPPB dengan lebih berkesan.

Kementerian akan melaksanakan lima strategi dalam memperkukuhkan dan membangunkan daya saing para usahawan iaitu dengan menggalakkan penyertaan usahawan tulen dalam sektor perniagaan yang baru, membangunkan golongan kelas menengah usahawan tulen dengan memfokuskan kepada penambahbaikan kualiti produk, aktiviti-aktiviti pemasaran serta penyelidikan dan pembangunan produk. Selain itu, Kementerian akan mengerakkan semula sistem inkubator untuk melahirkan usahawan-usahawan baru secara bergabung dan holistik, membangunkan sumber manusia yang mempunyai kemahiran yang tinggi serta

berpengetahuan luas dan akhir sekali menggerakkan koperasi sebagai pemangkin utama untuk terlibat dalam perindustrian, perdagangan dan pelaburan.

Soalan:

Salah satu fokus strategik Kementerian adalah untuk menggerakkan koperasi sebagai sektor ketiga untuk pembangunan. Bagaimanakah fokus ini akan dicapai oleh Kementerian di bawah RMK-9?

Jawapan:

Kita sedia maklum bahawa sektor awam adalah sektor utama di Malaysia yang menyediakan perkhidmatan. Sektor swasta ialah sektor kedua yang menawarkan barangan dan perkhidmatan. Gerakan koperasi pula ialah sektor baru yang dikenalpasti sebagai penjana pertumbuhan ekonomi negara dan gerakan koperasi boleh dianggotai oleh individu dari sektor awam dan swasta.

Pengalaman di negara Eropah seperti di Belanda dan Sweden telah membuktikan bahawa koperasi boleh membantu dalam pembangunan negara. Sebagai contoh di Belanda, Rabobank mula beroperasi sebagai sebuah koperasi dan kini menjadi sebuah bank yang terkenal bukan sahaja di Belanda tetapi juga di peringkat antarabangsa. Secara pandang rambang di Eropah, banyak kedai dikendalikan oleh koperasi dan di Amerika Syarikat, gerakan koperasi memiliki ladang pertanian yang luas. Maka berdasarkan pengalaman ini, kita boleh memfokuskan koperasi sebagai sektor ketiga yang akan menjana pertumbuhan ekonomi Malaysia.

Seterusnya, RMK-9 jelas menunjukkan komitmen kerajaan menjadikan gerakan koperasi sebagai sektor ketiga yang produktif dan mampu menjadi penyumbang kepada pertumbuhan ekonomi negara. Untuk membantu gerakan koperasi, peruntukan sejumlah RM69.9 juta telah diluluskan kepada Jabatan Pembangunan Koperasi (JPK) oleh kerajaan berbanding hanya RM33.2 juta dalam tempoh RMK-8. Di samping itu, Kementerian akan mewujudkan 100 peluang perniagaan baru dan sebanyak 600 buah koperasi pula akan dibantu untuk mempelbagaikan aktiviti perniagaannya. Peluang dan bantuan ini diberi melalui beberapa program yang dirangka oleh Kementerian seperti program vendor, francais, mentor-mentee dan lain-lain lagi. Dalam RMK-9 juga, di jangka 800 buah koperasi baru akan ditubuhkan. Memandangkan lebih daripada 60 peratus koperasi menumpu kepada penyediaan kredit pengguna, dalam RMK-9 pembiayaan melalui koperasi akan diperkukuhkan dengan memberi keutamaan dalam meningkatkan keupayaan kewangan dan kebolehan beroperasi.

Bagi tujuan ini, Suruhanjaya Koperasi Malaysia (SKM) akan ditubuhkan bagi menggantikan Jabatan Pembangunan Koperasi (JPK) untuk memainkan peranan

Seterusnya, RMK-9 jelas menunjukkan komitmen kerajaan menjadikan gerakan koperasi sebagai sektor ketiga yang produktif dan mampu menjadi penyumbang kepada pertumbuhan ekonomi negara.

Kementerian juga diberi tanggungjawab untuk membudayakan dan menyemai semangat keusahawanan dalam gerakan koperasi.

penting mengawal selia dan mengawasi sektor koperasi dengan berkesan. SKM akan memobilisasikan dana gerakan koperasi untuk meneruskan pembangunan yang lebih berfokuskan kepada sektor koperasi.

Kementerian juga diberi tanggungjawab untuk membudayakan dan menyemai semangat keusahawanan dalam gerakan koperasi. Dijangkakan dalam RMK-9 seramai 200,000 dari kalangan anggota koperasi di pelbagai peringkat akan menerima penyaluran maklumat dan bantuan bagi membudayakan ciri-ciri keusahawanan.

Selain daripada itu, kekuatan yang ada pada gerakan koperasi dari segi bilangan koperasi, aset dan jumlah saham di harap mampu meningkatkan lagi sumbangannya kepada ekonomi Malaysia. Dalam tahun 2005, terdapat 4,771 buah koperasi dengan jumlah saham sebanyak RM6.3 bilion dan aset sebanyak RM26.2 bilion.

Soalan:

Apakah usaha yang dijalankan oleh Kementerian untuk menggalakkan bidang keusahawanan di dalam gerakan koperasi terutamanya di kalangan Bumiputera?

Jawapan:

Penglibatan Bumiputera secara aktif dalam keusahawanan akan digalakkan bagi membangunkan MPPB seperti yang dirangkakan. Banyak program latihan dan peluang keusahawanan akan dibuka kepada gerakan koperasi supaya penglibatannya secara agresif menjadi pemangkin ekonomi Malaysia. Program pembangunan seperti pemberian geran kepada koperasi, SAWARI, Mentor-Mentee, *Groom big, Business matching*, program vendor dan francais merupakan antara usaha yang telah dijalankan dan mendapat sambutan serta hasil yang menggalakkan. Bagi koperasi yang besar dan maju dalam perniagaan akan dipertingkatkan penglibatannya dalam bidang pengedaran seperti peruncitan dan pemborong.

Pendekatan lain adalah dengan mewujudkan rantaian nilai dalam sektor tertentu termasuk menjalinkan kerjasama antara koperasi dengan badan perniagaan lain terutamanya sektor swasta. Ini akan jadi salah satu instrumen bagi melahirkan ramai usahawan bumiputera dan mewujudkan perkongsian pintar dalam sektor tersebut. Program ini telah dilaksanakan menerusi projek perintis ternakan lembu secara fidlot yang diusahakan oleh PEMKOP Livestock Sdn. Bhd. iaitu, syarikat usahasama antara koperasi (pemilikan saham 49 peratus) dan syarikat Pembinaan Waja 2020 Sdn. Bhd. (pemilikan saham 51 peratus).

Bagi program francais pula, ia dimulakan dengan tumpuan kepada bidang tertentu seperti motosikal yang mempunyai potensi pasaran tinggi terutamanya dikawasan luar bandar seperti di rancangan tanah FELDA. Ketika ini, empat koperasi sedang menjalankan perniagaan francais kedai motor iaitu, Koperasi Ukwah Muslimin Jengka Berhad, Koperasi Anib Berhad, Koperasi Serbaguna Dara dan Koperasi Guru-Guru Melayu Besut Berhad. Koperasi-koperasi ini bekerjasama dengan KF Big 1 Motor iaitu francaisor Bumiputera. Peluang koperasi menjadi francais syarikat swasta seperti ini akan memungkinkan usaha Kementerian menghasilkan 1,000 francais dan 50 francaisor dalam RMK-9.

Selain itu, sistem pajak gadai secara Islam atau Ar-Rahnu yang dijalankan oleh Bank Rakyat secara francais mendapat sambutan yang mengalakkan. Melalui cara Ar-Rahnu, konsep pajak gadai ini diperkenalkan sebagai satu sumber pembiayaan untuk memulakan perniagaan (micro credit financing).

Kementerian juga mengajak koperasi turut serta dalam seminar, rombongan perdagangan, ekspo seperti Gerak Usahawan dan pameran-pameran perdagangan supaya memberi hebahan kepada umum akan hasil-hasil yang dikeluarkan oleh gerakan koperasi samada di dalam negeri ataupun di luar negeri. Sebagai contoh, rombongan koperasi di Malaysia ke Pameran Perdagangan Koperasi di Iran dalam bulan Oktober lalu telah berjaya menarik minat koperasi serta usahawan antarabangsa terhadap produk keluaran koperasi tempatan. Difahamkan beberapa usahawan Iran sudah mendapatkan sampel produk makanan koperasi Malaysia yang menyertai pameran itu untuk diuji sebelum ia dipasarkan di negara itu.

Soalan:

Pada pendapat Y.Bhg. Dato', apakah peranan yang perlu dimainkan oleh gerakan koperasi dalam membantu menjayakan RMK-9?

Jawapan:

Sebagai sebuah entiti sosioekonomi, koperasi boleh memainkan peranan yang penting bagi membantu menangani masalah ketidakserataan dalam ekonomi seperti yang disasarkan dalam RMK-9. Budaya keusahawanan dan berfikir sebagai seorang usahawan merupakan fokus utama dan ini hendaklah diterapkan dalam setiap koperasi supaya koperasi dapat bergerak dengan efektif. Di samping itu, koperasi perlu merebut peluang yang ada dan menceburi bidang baru yang berpotensi tinggi kerana ini akan memberi manfaat kepada koperasi dan anggotanya.

Penglibatan koperasi secara aktif dalam perniagaan akan memberi banyak peluang pekerjaan kepada rakyat Malaysia serta dapat mengurangkan jurang pendapatan



dan kemiskinan. Juga perlu ada perubahan paradigma di semua peringkat dalam koperasi untuk membolehkan koperasi memainkan peranan yang berkesan dalam pertumbuhan ekonomi negara tanpa menjejaskan konsep dan prinsip koperasi itu sendiri. Pemimpin dan pengurusan koperasi mesti mengambil tahu dan peka terhadap perubahan yang berlaku dalam persekitaran dan pasaran global supaya tidak ketinggalan dalam menangani persaingan. Mereka perlu melengkapkan diri dengan ilmu dan kemahiran untuk mengembangkan aktiviti dan perniagaan koperasi sesuai dengan keperluan masakini. Penggabungan dan usahasama antara koperasi merupakan alternatif untuk memperkukuhkan kekuatan anggota, dana dan pengurusan koperasi. Perkongsian pengalaman dan kemahiran dari gabungan atau usahasama ini diharap dapat memberi pendedahan kepada pengurus dan anggota lembaga koperasi bagi meningkatkan tahap profesionalisme mereka dalam menguruskan projek-projek koperasi.

Dari segi aspek modal pula, saya difahamkan ada banyak koperasi yang menyimpan dana mereka dalam bentuk simpanan tetap. Sepatutnya, koperasi-koperasi ini melaburkan dana tersebut dalam projek-projek ekonomi yang produktif dan menguntungkan. Sebagai contoh, koperasi di luar bandar boleh berkecimpung dalam aktiviti pelancongan dengan menjalankan program

homestay. Program homestay ini selain daripada menarik pelancong, akan memberi manfaat kepada anggota koperasi dari segi peningkatan pendapatan dan pembahagian keuntungan yang diperolehi. Di bandar pula, koperasi boleh berperanan sebagai organisasi self-help untuk memberi pinjaman kepada anggota, menjalankan projek perumahan atau perniagaan.

Anggota koperasi juga perlu bertanggungjawab terhadap pencapaian koperasi masing-masing. Mereka sepatutnya berusaha mengembleng modal, idea dan tenaga untuk menjana pulangan ekonomi dan manfaat kepada koperasi dan masyarakat. Selain itu, amat penting bagi anggota memberi kerjasama dan menyokong segala usaha oleh anggota lembaga dan pengurusan untuk mencapai matlamat yang diharapkan.

Soalan:

Dalam menggalakkan koperasi menceburi keusahawanan, pada pandangan Y. Bhg. Dato', apakah faktor-faktor penting yang perlu diberi perhatian untuk mewujudkan dan memupuk budaya keusahawanan dalam koperasi?

Jawapan:

Di dalam mewujudkan dan memupuk budaya keusahawanan ini, terdapat empat faktor penting yang perlu diambil kira. Pertamanya, memupuk budaya keusahawanan ini berkait rapat dengan aspek manusia, iaitu berkenaan dengan personaliti pemimpin di sesuatu organisasi. Pemimpin koperasi mesti mempunyai wawasan yang jelas tentang hala tuju dan matlamat yang ingin dicapai oleh koperasi. Seterusnya, mereka mesti berusaha mencari jalan dan sedia menanggung risiko untuk mencapai wawasan tersebut. Maka para pemimpin di koperasi perlulah mempunyai entrepreneurial spirit, iaitu mengubah minda atau mind-set mereka untuk melibatkan koperasi dalam projek yang akan mendatangkan faedah kepada anggota dan koperasi secara keseluruhan. Di samping itu, mereka perlu mengambil langkah-langkah yang berkesan untuk memastikan koperasi terus mampu memenuhi keperluan anggota dan lain-lain stakeholders.

Faktor kedua ialah ketersediaan (availability) modal untuk dilaburkan dalam perniagaan. Di sini, koperasi mesti mempunyai modal atau dana yang cukup untuk menjalankan perniagaan yang telah di kenal pasti. Salah satu sumber modal yang utama ialah dari sumbangan anggota koperasi. Anggota mesti sanggup menambahkan sumbangan mereka kepada koperasi untuk membolehkan koperasi menjalankan perniagaan. Ini kerana akhirnya, keuntungan yang diperolehi dari perniagaan tersebut akan dinikmati oleh anggota sama ada dalam bentuk pemberian dividen ataupun menawarkan perkhidmatan koperasi

Anggota koperasi juga perlu bertanggungjawab terhadap pencapaian koperasi masing-masing

Pengurusan yang profesional juga bermaksud wujudnya amalan tadbir urus yang baik dalam pengendalian operasi koperasi serta membangunkan kemahiran di kalangan pengurus dan kakitangan koperasi.

dengan lebih baik lagi. Selain dari sumbangan anggota, koperasi juga boleh memperoleh bantuan kewangan daripada kerajaan melalui pembiayaan (Tabung Modal Pusingan) yang disediakan oleh Jabatan Pembangunan Koperasi.

Kita tidak dapat menafikan bahawa menceburi bidang keusahawanan memang melibatkan risiko berlakunya kegagalan sesuatu perniagaan. Untuk mengurangkan kemungkinan ini, faktor ketiga yang perlu diambil kira adalah koperasi mesti mempunyai pengurusan yang profesional dan mahir untuk menguruskan sesuatu perniagaan. Koperasi perlu mendapat khidmat bimbingan teknikal (technical consulting services) kerana ini akan membantu pemimpin dan pengurusan koperasi menilai cadangan perniagaan yang ingin diceburi dan memutuskan sama ada perniagaan tersebut berdaya maju (feasible) dari segi kos yang di labur dan pendapatan yang akan di terima oleh koperasi pada masa hadapan.

Pengurusan yang profesional juga bermaksud wujudnya amalan tadbir urus yang baik dalam pengendalian operasi koperasi serta membangunkan kemahiran di kalangan pengurus dan kakitangan koperasi. Amalan tadbir urus yang baik adalah penting untuk memastikan koperasi diuruskan mengikut peruntukan perundangan koperasi serta prosedur pengurusan yang betul. Dengan ini, tiada peluang untuk berlaku penyelewengan dan penyalahgunaan kuasa dalam koperasi. Untuk pembangunan kemahiran, pengurus dan kakitangan koperasi mestilah diberi latihan dalam bidang-bidang yang berkaitan dengan tugas mereka seperti penilaian dan pengurusan projek, pengurusan kewangan, pengurusan pemasaran dan pengurusan sumber manusia.

Soalan 6:

Prestasi koperasi seringkali dikaitkan dengan maklumat seperti pertambahan dalam bilangan koperasi, bilangan keanggotaan, peningkatan dalam jumlah nilai syer dan jumlah nilai aset yang dimiliki oleh gerakan koperasi. Pada pandangan Y. Bhg. Dato' adakah petunjuk ini cukup untuk mencerminkan kejayaan yang dicapai oleh gerakan koperasi di Malaysia?

Y. Bhg. Dato' Mangsor:

Maklumat mengenai bilangan koperasi, bilangan keanggotaan, jumlah nilai syer dan jumlah nilai aset hanya menggambarkan kekuatan yang ada pada gerakan koperasi di Malaysia dan bukan kejayaan koperasi. Untuk mencapai hasrat kerajaan menggerakkan koperasi sebagai sektor ketiga penjana pertumbuhan ekonomi negara, maklumat ini tidak mencukupi untuk memberi gambaran sebenar tentang kejayaan koperasi.

Kejayaan diukur apabila kekuatan koperasi digembleng untuk mencipta nilai (*value creation*). Ini dapat dicapai melalui dua cara. Pertama, adalah dengan mencipta nilai baru (*new value creation*), iaitu mencipta barang atau perkhidmatan yang belum wujud lagi. Kedua adalah dengan menambah nilai kepada produk atau perkhidmatan yang sudah wujud. Sebagai contoh, ubi kayu boleh ditambah nilai dengan memprosesnya kepada *chips*, membungkusnya dengan menarik dan menjualnya dengan harga yang lebih tinggi berbanding dengan harga menjual ubi kayu rebus.

Melalui penciptaan nilai tersebut, berlakunya peningkatan dalam peluang pekerjaan kepada anggota koperasi serta masyarakat setempat, penggunaan sumber secara efisien serta peningkatan pulangan kepada anggota dalam bentuk pendapatan dan dividen. Manakala, di peringkat negara pula, pencapaian koperasi yang lebih ketara dapat dilihat dari segi peratus sumbangan kepada Keluaran Dalam Negara Kasar (KDNK), peratus syer pasaran yang dimiliki oleh koperasi dalam industri yang diceburi, peratus sumbangan kepada jumlah nilai eksport negara dan peratus sumbangan kepada jumlah tenaga kerja.

Petunjuk-petunjuk inilah yang sering digunakan oleh gerakan koperasi di negara lain seperti di Denmark, Jepun, Korea, India dan Kanada untuk mencerminkan pencapaian gerakan koperasi. Untuk mendapat gambaran tentang pencapaian koperasi yang lebih menyeluruh, perlu juga diambil kira sama ada perkhidmatan yang ditawarkan memenuhi keperluan anggota koperasi serta masyarakat setempat dan memberi manfaat kepada mereka. Saya yakin usaha-usaha yang telah dan akan diambil oleh Kementerian untuk terus menggalakkan koperasi menceburi bidang keusahawanan dalam RMK-9, akan membolehkan gerakan koperasi tempatan untuk mencapai kejayaan sedemikian.

Soalan:

Sebagai institusi latihan perkoperasian di Malaysia, pada pandangan Y.Bhg. Dato' adakah peranan dan program pendidikan serta latihan yang ditawarkan oleh MKM pada masa kini mampu melahirkan warga koperasi yang berketrampilan dalam menjayakan RMK-9?

Jawapan:

Pembangunan sumber manusia atau modal insan diberi tumpuan dalam RMK-9 kerana ia menjadi elemen paling kritikal untuk mencapai Misi Nasional. Prinsip kelima koperasi yang berkaitan dengan menyalurkan pendidikan, latihan dan maklumat juga memberi tumpuan kepada pembangunan sumber manusia di koperasi.

Maka sebagai sebuah institusi pendidikan dan latihan bagi gerakan koperasi di Malaysia, MKM perlu membuat pembaharuan secara berterusan dalam memastikan latihan yang ditawarkan adalah “*up to date*” dan relevan kepada keperluan koperasi.

Salah satu cara adalah dengan menjalankan analisis keperluan latihan (*training needs analysis*) bagi mengenal pasti jenis pendidikan dan latihan terkini yang diperlukan oleh pemimpin dan warga kerja koperasi di Malaysia. Di samping itu, MKM perlu memberi fokus yang lebih kepada pembangunan pengurus yang profesional untuk mengurus koperasi. Contohnya, jika seseorang itu mempunyai kelulusan ijazah atau sarjana dan ingin bekerja sebagai pengurus di koperasi, ia perlu diberi latihan yang khusus dalam bidang pengurusan koperasi. Di sini, MKM boleh menawarkan kursus berbentuk Sijil atau Diploma Lulusan Ijazah dalam pengajian koperasi (*Post Graduate Certificate or Diploma in Co-operative Studies*). Selain itu, sijil atau diploma dalam bidang keusahawanan atau perniagaan boleh juga diperkenalkan untuk melahirkan lebih ramai pemimpin dan warga kerja koperasi yang kompeten dan berwibawa. Program-program ini bukan sahaja melengkapkan pengurus koperasi dengan kemahiran mengurus koperasi dengan efektif tetapi juga mempunyai keupayaan untuk menangani cabaran perniagaan di peringkat antarabangsa.

Selain daripada itu, program latihan yang kini di tawarkan oleh MKM kepada anggota, Anggota Lembaga dan tenaga kerja koperasi patut di teruskan. Latihan kepada anggota perlu menekankan pendidikan koperasi yang terperinci, mudah difahami serta dihayati oleh anggota. Anggota Lembaga perlu dilatih untuk membuka minda mereka kepada peluang-peluang menceburi bidang perniagaan baru serta dilengkapi dengan kemahiran bagi merancang, melaksana dan mengawal dasar perniagaan koperasi secara sistematik.

Memandangkan MKM mampu menghimpunkan pelbagai lapisan masyarakat dalam gerakan koperasi, maka adalah wajar jika MKM menjadi “*information centre*” bagi menyalurkan maklumat yang dapat membantu warga koperasi, khususnya anggota lembaga dan pengurusan meningkatkan pengetahuan untuk mentadbir dan mengurus koperasi. MKM, Kementerian dan pelbagai agensi seperti SIRIM, MARDI dan SMIDEC perlu bekerjasama dengan lebih rapat supaya pelbagai maklumat dan perkembangan berkaitan perniagaan dan keusahawanan dapat disalurkan dengan mudah kepada gerakan koperasi.

Di peringkat antarabangsa pula, MKM sepatutnya mewujudkan jaringan dengan institusi koperasi di negara-negara membangun seperti India, Cambodia, Vietnam dan juga di negara-negara maju bagi membolehkan pertukaran pengalaman diadakan.

Soalan:

Akhir sekali, apakah harapan Y. Bhg. Dato' terhadap gerakan koperasi di Malaysia pada masa hadapan?

Jawapan:

Harapan saya adalah sama dengan harapan negara dan Kementerian dan merangkumi tiga perkara utama. Harapan pertama ialah gerakan koperasi perlu menjadi penyumbang yang bermakna kepada ekonomi negara melalui sumbangan kepada Keluaran Dalam Negara Kasar (KDNK), tambahan nilai kepada industri yang diceburi serta mewujudkan peluang pekerjaan kepada masyarakat setempat.

Harapan kedua saya ialah gerakan koperasi di Malaysia perlu terus digunakan sebagai alat yang berkesan untuk mengatasi masalah ketidak seimbangan di masyarakat kita. Memandangkan koperasi adalah sebuah entiti yang bertujuan untuk meningkatkan taraf sosio-ekonomi anggotanya, memang ianya merupakan jentera yang paling sesuai dan berkesan untuk mencapai matlamat ini.

Seterusnya, harapan yang ketiga ialah koperasi harus menjadi salah satu *catalyst* atau pemangkin untuk menggerakkan kekuatan kaum Bumiputera melalui penglibatan dalam bidang perniagaan baru secara kumpulan. Secara keseluruhan, saya ingin tegaskan bahawa koperasi adalah satu mekanisma yang masih relevan tetapi terpulang kepada kita yang terlibat untuk menggunakannya ke arah pencapaian matlamat pembangunan negara. Untuk mencapai matlamat ini, koperasi mesti dilihat sebagai sebuah entiti perniagaan dan bukan hanya sebagai satu pertubuhan kebajikan.



PERANANKOPERASI DALAMRANCANGANMALAYSIA KESEMBILAN

Oleh : Kasim Yusof
Pusat Khidmat Pengembangan

Gerakan koperasi di negara ini telah bermula pada 21 Julai 1922 dengan penubuhan koperasi yang pertama di bandar iaitu Syarikat Bekerjasama Jimat Cermat dan Pinjaman Wang Pekerja-Pekerja Jabatan Pos dan Telekom Berhad yang kini dikenali dengan Koperasi Kakitangan Telekom Malaysia Berhad. Di luar bandar pula, pada 3 Disember 1923 Syarikat Kampung Tebuk Haji Musa Bekerjasama Dengan Tanggungan Berhad Parit Buntar, Krian, Perak telah didaftarkan sebagai koperasi kedua di Tanah Melayu.

Pada peringkat awal, koperasi sama ada di bandar atau di luar bandar dilihat sebagai sumber untuk memberi pinjaman wang kepada anggota-anggotanya. Penerokaan dalam bidang perniagaan dan keusahawanan tidak pernah terfikir pada masa itu. Walau bagaimanapun, pada masa sekarang situasi ini telah berubah dengan kebanyakan koperasi terlibat dalam pelbagai aktiviti perniagaan.

Peranan Kerajaan

Peranan kerajaan dalam membantu membangunkan gerakan koperasi tidak dapat dinafikan. Badan-badan kerajaan ditubuhkan untuk menggalakkan perkembangan koperasi dan antaranya ialah Jabatan Pembangunan Koperasi (JPK) dan Maktab Kerjasama Malaysia (MKM). Pada 27 Mac 2004 penyusunan semula Kementerian telah menukar Kementerian Pembangunan Usahawan dengan nama baru iaitu Kementerian Pembangunan Usahawan dan Koperasi. Ini bererti tanggungjawab Kementerian telah bertambah merangkumi sektor koperasi dengan adanya

jabatan seperti JPK, MKM dan Bank Kerjasama Rakyat Berhad (Bank Rakyat).

Objektif utama Kementerian adalah untuk menyediakan persekitaran yang membantu dan menggalakkan pembangunan usahawan tulen yang berkualiti, berdaya maju, berdaya tahan dan berdaya saing dalam semua sektor. Di samping itu ianya memupuk budaya keusahawanan dan koperasi di kalangan rakyat Malaysia bagi membantu merealisasikan sebuah Masyarakat Perdagangan dan Perindustrian Bumiputera (MPPB) yang berkualiti.

Mengikut statistik Jabatan Pembangunan Koperasi, pada tahun 2005, terdapat sejumlah 4,771 koperasi dengan 5.68 juta anggota, modal syer dan yuran berjumlah RM6.85 bilion dan aset bernilai RM34.87 bilion. Dari tahun 2001 hingga 2005, peningkatan yang menggalakkan bukan sahaja terdapat dari segi bilangan koperasi, tetapi juga dari segi jumlah aset koperasi. Kedudukan ini adalah satu kekuatan yang perlu digemblengkan bagi menggerakkan ekonomi negara di samping menggunakan peluang yang

dibuka luas oleh Kementerian Pembangunan Usahawan dan Koperasi untuk mewujudkan keusahawanan dalam koperasi.

Dasar Koperasi Negara (DKN) dan Isu-Isu Berkaitan

Dalam usaha untuk memacu pertumbuhan ekonomi koperasi dan memastikan ianya bergerak di atas landasan yang betul dan diuruskan secara lebih teratur, kerajaan mengambil inisiatif menggubal Dasar Koperasi Negara (DKN) pada tahun 2002. Mengikut DKN, sektor koperasi diiktiraf sebagai pemangkin bersama sektor awam dan sektor swasta dalam pembangunan ekonomi negara. Penubuhan koperasi berasaskan Akta Koperasi 1993 telah mengkategorikan koperasi kepada 3 lapisan iaitu Koperasi Asas, Menengah dan Atasan. Dalam tahun 2005 terdapat sejumlah 4,724 buah koperasi asas, 46 buah koperasi menengah dan

sebuah koperasi atasan. Setiap lapisan mempunyai isunya tersendiri yang perlu diberikan perhatian secara khusus.

Kebanyakan koperasi yang ada sekarang adalah koperasi asas yang bersaiz kecil dari segi modal, keanggotaan yang tidak aktif dan struktur rangkaian (networking) sesama sendiri yang tidak kukuh. Selain dari itu terdapat juga isu seperti pengurusan secara sukarela oleh Anggota Lembaga dan dana lebihan koperasi yang tidak diuruskan secara ekonomik tetapi disimpan dalam bentuk deposit tetap. Apa yang lebih menyedihkan lagi ialah ada beberapa koperasi yang menyimpang dari konsep asal penubuhannya.

DKN mempunyai objektif jangka pendek dan jangka panjang. Objektif jangka pendek adalah untuk meningkatkan kefahaman berkoperasi di kalangan masyarakat sebagai organisasi yang mampu menggerakkan pertumbuhan ekonomi dan

pembangunan sosial. Objektif jangka panjang adalah menjadikan koperasi berdaya saing dan mapan bagi menyumbang ke arah usaha pembasmian kemiskinan, mewujudkan peluang pekerjaan dan perniagaan serta meningkatkan kualiti hidup masyarakat berdasarkan prinsip koperasi.

Arus pembangunan masa kini seperti perkembangan teknologi maklumat dan komunikasi serta pengaruh luaran seperti globalisasi, liberalisasi, deregularisasi dan perubahan dasar dalam negara mencabar keutuhan koperasi untuk mengekalkan identiti, konsep dan falsafahnya. Koperasi juga menghadapi cabaran untuk memperbaiki diri, meningkatkan kualiti perkhidmatan dan produk kepada anggota di samping memerlukan persaingan yang lebih adil dengan sektor swasta. Di samping itu resolusi-resolusi yang dicapai di peringkat antarabangsa yang ada kaitan dengan pembangunan koperasi juga perlu diambil kira seperti cadangan 193 Persidangan Buruh Antarabangsa (ILO) yang bersidang dari 3 hingga 20 Jun 2002 di Geneva. Cadangan tersebut memperakukan koperasi sebagai institusi yang mewujudkan peluang-peluang pekerjaan, menggembeleng sumber-sumber, menjana pelaburan dan menyumbang kepada ekonomi. Cadangan ini juga menekankan hubung kait antara kerajaan, masyarakat dan koperasi.

Rancangan Malaysia Kesembilan (RMK-9)

Perlaksanaan strategi-strategi dalam DKN akan diperkukuhkan lagi dalam tempoh RMK-9. RMK-9 adalah rancangan lima tahun pertama daripada tiga rancangan lima tahun yang akan memacu Misi Nasional ke arah mencapai Wawasan 2020. Rancangan ini merupakan kesinambungan perancangan kerajaan membentuk sebuah negara yang maju ekonominya, seimbang dengan pembangunan sosialnya, memiliki warga yang

bersatu padu, berbudaya, berbudi pekerti mulia, berkemahiran, berfikiran maju dan berpandangan jauh.

Untuk memperkasakan sektor koperasi, dalam tempoh RMK-9, Suruhanjaya Koperasi Malaysia (SKM) akan menggantikan JPK bagi mengawal selia dan mengawasi sektor koperasi dengan berkesan selain merealisasikan potensi sektor ini sebagai penjana ekonomi negara. Di samping itu, sebanyak RM69.5 juta diperuntukkan untuk membangunkan gerakan koperasi dan angka ini merupakan peningkatan sebanyak 109% daripada peruntukan dalam tempoh RMK-8 (RM33.2 juta). Ini mencerminkan kesungguhan kerajaan untuk menggalakkan gerakan koperasi di negara ini.

Peranan Koperasi

Gerakan koperasi perlu mengambil peluang yang disediakan oleh kerajaan untuk membangunkan perniagaan koperasi. Telah sampai masanya gerakan koperasi perlu mempelbagaikan kegiatannya dengan keluar dari ruang lingkup yang selama ini membatasi peluangnya untuk bersaing dalam kegiatan ekonomi yang lebih kompetitif. Untuk menjadikan sektor koperasi sebagai pemacu ketiga ekonomi negara, ianya mampu dicapai sekiranya gerakan koperasi di negara ini melakukan perubahan dan meneroka perniagaan yang berskala besar. Untuk berjaya dalam perniagaan, koperasi perlu mempunyai pengurus yang dapat menguruskan koperasi secara sepenuh masa dengan cara yang profesional, bukannya mengamalkan sistem pengurusan secara sukarela oleh Anggota Lembaga.

Anggota Lembaga Koperasi seharusnya mencari peluang perniagaan dalam bidang yang mereka mempunyai kelebihan. Jumlah dana RM6.84 bilion ringgit yang dimiliki oleh gerakan koperasi jika dimanipulasikan secara optimum mampu membiayai pelbagai projek dan menjana beberapa

sektor lain yang bakal memberi pulangan yang besar kepada para anggotanya. Ini boleh dilaksanakan melalui kerjasama antara koperasi dan syarikat-syarikat swasta.

Koperasi perlu beralih kepada penerokaan bidang-bidang baru yang digalakkan oleh kerajaan selain berpotensi besar untuk menyumbang kepada pertumbuhan lebih kukuh seperti bioteknologi, industri herba, automotif, perkhidmatan teknologi maklumat, industri makanan halal, biokomposit, perkapalan, perabot dan pembuatan melalui program vendor dengan kerjasama syarikat berkaitan kerajaan (GLC) serta syarikat gergasi multinasional.

Kerjasama antara koperasi adalah prinsip keenam tetapi ianya tidak begitu diamalkan oleh koperasi tempatan. Kerjasama dengan agensi-agensi kerajaan seperti MARDI, FAMA, SIRIM dan Lembaga Koko Malaysia dalam bidang penyelidikan dan pembangunan juga perlu dipertingkatkan bagi membantu koperasi meningkatkan kualiti dan mutu produk serta berpeluang untuk mengkomersialkan produk koperasi.

Gabungan kekuatan yang ada pada sektor koperasi dari segi modal dan saiz pasaran (anggota koperasi) yang dipadankan dengan kepakaran dan pengalaman usahawan di sektor swasta merupakan elemen penting dalam konsep kerjasama. Melalui kerjasama ini, perniagaan koperasi dapat dikembangkan untuk menjana pulangan yang lebih tinggi.

Untuk memastikan kejayaan koperasi, latihan yang berterusan perlu diberikan kepada anggota, kakitangan dan Anggota Lembaga Koperasi. Latihan dalam aspek pengurusan koperasi boleh di perolehi dari MKM. Pada tahun 2007 MKM telah merancang sejumlah 380 jenis kursus jangka pendek dalam dan luar kampus dalam semua bidang di samping kursus jangka panjang di

peringkat Diploma. Untuk mendapat manfaat daripada peluang latihan yang disediakan, koperasi perlu mempunyai perancangan keperluan latihan yang teratur bagi anggota lembaga, pengurus, kakitangan dan anggota koperasi.

Kesimpulan

Sokongan dan bantuan yang disediakan oleh kerajaan dalam RMK-9 memberi peluang kepada koperasi untuk meningkatkan prestasi dan memberi sumbangan yang bermakna kepada pembangunan ekonomi dan sosial negara. Oleh itu, koperasi perlu mengambil langkah-langkah yang wajar untuk memastikan ia masih relevan boleh terus hidup dan mampu memainkan peranannya dengan berkesan.

Rujukan

1. Dasar Koperasi Negara dan Tindakan 2002-2010, Jabatan Pembangunan Koperasi, 2003.
2. Dato' Mangsor bin Saad, Development of Cooperative Entrepreneurship, Ministry of Entrepreneur and Cooperative Development, 23 AUGUST 2006
3. Koperasi Pacu Ekonomi, Utusan Malaysia – 25 Julai 2006
4. Md. Yusof Hj. Samsudin, Isu dan Peluang Kepada Gerakan Koperasi, Jabatan Pembangunan Koperasi, 2006
5. Program latihan MKM 2007
6. Rancangan Malaysia Kesembilan. 2006-2010, Unit Perancangan Ekonomi, Jabatan Perdana Menteri, 2006

RANCANGAN MALAYSIA KESEMBILAN DAN PEMBANGUNAN MODAL INSAN DALAM GERAKAN KOPERASI DI MALAYSIA

Oleh: Mohd Safaai Said
Maktab Kerjasama Malaysia, Cawangan Sabah

Malaysia mempunyai pendekatan tersendiri untuk memacu pembangunan ekonominya. Melalui rancangan pembangunan 5 tahun yang telah diperkenalkan sejak merdeka, Wawasan 2020 kini menjadi matlamat iaitu ke arah pembentukan Malaysia sebagai sebuah negara maju. Walau bagaimanapun, proses pencapaian taraf negara maju memerlukan lebih daripada pembangunan infrastruktur dan pendapatan per kapita yang tinggi di kalangan penduduk. Aspek-aspek lain perlu diambil kira seperti tahap pendidikan, kesihatan dan kualiti sumber manusia atau modal insan.

Memang wujud sinergi antara pertumbuhan ekonomi sesebuah negara dengan tahap pengetahuan sains dan teknologi di kalangan rakyatnya. Bagi negara-negara 'Harimau Asia' seperti Jepun, Korea dan Taiwan misalnya, kekurangan sumber semulajadi tidak menghalang mereka daripada mencatatkan pertumbuhan ekonomi menakjubkan dalam dekad-dekad terakhir ini. Sumber manusia atau tenaga kerja mereka sangat terlatih, berpendidikan, rajin serta menggunakan secara meluas teknologi moden.

Pengertian Modal Insan

Istilah modal insan (*human capital*) sering dikaitkan dengan kebolehan dan kemahiran manusia. Modal insan juga pernah dirujuk sebagai buruh (*labour*) atau sumber manusia iaitu salah satu daripada faktor-faktor pengeluaran yang terdiri daripada manusia (buruh), mesin dan modal. Konsep modal adalah luas dan ia meliputi 'aset ketara' (*tangible asset*) milik individu seperti akaun bank, saham syarikat dan kilang. Ini dianggap sebagai aset kerana berupaya menghasilkan pendapatan dan keluaran pada jangka masa panjang. Modal juga boleh berbentuk 'aset tidak ketara' (*intangible asset*). Contohnya pendidikan formal seperti kursus-kursus kemahiran, perbelanjaan penjagaan kesihatan atau ceramah kepentingan masa juga dianggap sebagai modal kerana berkemampuan menjana pendapatan, meningkatkan kesihatan dan memperbaiki kelakuan/tabiat seseorang.

Konsep modal insan juga melibatkan pelaburan terhadap sumber manusia. Dalam hubungan ini, aspek pendidikan dan latihan merupakan satu bentuk pelaburan yang amat penting serta dianggap sebagai elemen dalam modal insan

kerana fitrah manusia tidak boleh dipisahkan daripada pengetahuan, kemahiran, kesihatan dan nilai-nilai yang mereka miliki.

RMK-9 dan Pembangunan Modal Insan

Kerajaan telah melancarkan RMK-9 iaitu rancangan pembangunan negara untuk tempoh 2006-2010. RMK-9 merupakan sebahagian daripada perancangan 15 tahun kerajaan bagi merealisasikan 'Misi Nasional' iaitu Wawasan 2020. Ia mempunyai teras atau rangkaian strategi bersepadu. Teras kedua menyatakan tentang usaha "Meningkatkan keupayaan pengetahuan dan inovasi negara serta memupuk minda kelas pertama, di kalangan rakyat negara ini". Empat strategi utama telah dikenal pasti ke arah pencapaian matlamat tersebut iaitu:

- (i) Meningkatkan keupayaan dan penguasaan ilmu pengetahuan.
- (ii) Memupuk keupayaan sains, R&D dan inovasi.

- (iii) Memupuk masyarakat berbudaya dan memiliki kekuatan moral.
- (iv) Memperkasakan golongan belia dan wanita.

Daripada strategi-strategi di atas, jelas bahawa penduduk negara ini disifatkan sebagai satu sumber yang bermanfaat atau dikenali modal insan. Kerajaan mahu rakyat negara ini menjadi modal yang berkualiti dan menjadi aset berharga kepada negara yang boleh disandarkan harapan dan digembleng bagi melaksanakan strategi yang ditetapkan dalam RMK-9 dan seterusnya berupaya memacu usaha negara untuk mencapai status negara maju menjelang tahun 2020.

Pembangunan Modal Insan dan Gerakan Koperasi

Dalam era globalisasi yang melanda dunia dewasa ini, gerakan koperasi di negara ini mestilah berusaha dan berupaya menyesuaikan diri dengan perubahan yang berlaku di sekeliling mereka. Kegagalan mereka untuk berbuat demikian boleh menyebabkan koperasi-koperasi terpinggir daripada arus pembangunan pesat ekonomi negara, berbanding dengan sektor lain seperti swasta dan awam.

Oleh itu, sumber-sumber yang terdapat dalam sektor koperasi perlu diperkemas dan ditingkatkan bagi menangani cabaran tersebut. Justeru, pembangunan dan peningkatan tahap sumber manusia atau modal insan yang terdapat di koperasi-koperasi negara ini merupakan aspek yang perlu diberi perhatian serius oleh warga koperasi di negara ini.



Ke arah menjadikan gerakan koperasi negara ini sebagai sektor ketiga yang menyumbang kepada pembangunan sosio ekonomi negara selain daripada sektor awam dan swasta, kerajaan telah memperkenalkan 'Dasar Koperasi Negara' atau DKN. Dalam DKN, soal pembangunan modal insan dalam gerakan koperasi telah disentuh dan diberi penekanan. Misalnya, DKN telah menyatakan tentang masalah kelemahan pengurusan di kalangan koperasi-koperasi yang rata-rata dijalankan secara sukarela dan kurang melibatkan golongan profesional yang mampu merancang dan melaksana aktiviti perniagaan koperasi dengan berkesan. Dinyatakan dalam DKN juga permasalahan koperasi di negara ini berkait rapat dengan kurangnya minat dan penyertaan aktif anggota-anggota terhadap koperasi mereka sendiri.

Untuk mencapai objektifnya iaitu, menjadikan sektor koperasi pemangkin pembangunan ekonomi negara, DKN telah menggariskan strategi-strategi tertentu serta pelan tindakannya. Dalam hubungan ini, soal pembangunan modal insan sekali lagi diberi penekanan. Contohnya dalam strategi pertama DKN ada dinyatakan "untuk memastikan bahawa prinsip dan falsafah koperasi difahami dan diamalkan dalam gerakan koperasi". Ini bermakna aktiviti dan pelan tindakan tertentu perlu dilaksanakan oleh agensi-agensinya pelaksana seperti Jabatan Pembangunan Koperasi (JPK), Maktab Kerjasama Malaysia (MKM) dan ANGKASA.

Sehubungan perkara di atas, beberapa langkah telah dicadangkan oleh DKN untuk tujuan tersebut di atas, antaranya:

- (i) Menjalankan program pendidikan dan latihan mengenai falsafah dan prinsip koperasi.

- (ii) Mengkaji semula kandungan modul latihan yang dijalankan oleh agensi pelaksana supaya keberkesanan dan *standard* dapat dipastikan.
- (iii) Memperkenal dan mengedarkan bahan bacaan berkaitan koperasi.
- (iv) Memperkenalkan kurikulum koperasi di sekolah, maktab dan institusi pengajian tinggi.

Isu-Isu Berkaitan Pembangunan Modal Insan dalam Gerakan Koperasi Malaysia

Jika strategi RMK-9 adalah untuk membangunkan modal insan di negara ini iaitu, dengan usaha meningkatkan keupayaan dan penguasaan ilmu pengetahuan di kalangan rakyat, gerakan koperasi di negara ini juga seharusnya menggunakan pendekatan yang serupa. Dari segi penyediaan dasar dan program, telah jelas bahawa DKN merupakan garis panduan yang boleh dijadikan pandu arah bagi gerakan koperasi di negara ini dalam usaha meningkatkan kualiti modal insan di kalangan warga koperasi.

Usaha membangunkan modal insan dalam gerakan koperasi di negara ini melibatkan isu-isu berikut:

- (i) Strategi pertama dalam DKN menyatakan tentang pelan tindakan "untuk memastikan prinsip dan falsafah koperasi difahami dan diamalkan oleh warga koperasi di negara ini". Sehubungan dengan itu, Ketua Pendaftar negara ini telah mewajibkan semua Anggota Lembaga koperasi (ALK) dan ahli Jawatankuasa Audit Dalaman (JAD) menghadiri kursus-kursus wajib berkaitan

pengurusan/pentadbiran/kewangan/ pengauditan yang dijalankan oleh MKM dan ANGKASA. Soalnya, sejauh mana ALK dan JAD di negara ini telah mematuhi arahan tersebut dan apakah mereka benar-benar telah mendapat manfaat daripadanya?

- (ii) Bagaimana pula dengan program pendidikan dan latihan kepada golongan warga koperasi yang lain, terutamanya anggota-anggota biasa yang jumlahnya mencecah lebih 5 juta orang? Pembangunan modal insan bagi golongan ini tersangat penting kerana selain hakikat bahawa mereka merupakan majoriti dalam koperasi, komitmen, sokongan dan penglibatan mereka dalam aktiviti koperasi masing-masing boleh menentukan tahap kemajuan dan survival sesebuah koperasi. Soalnya, apakah koperasi-koperasi di negara ini telah mempunyai perancangan dan program bagi melatih dan mendidik para anggota mereka? Jelas bahawa peranan agensi kerajaan seperti MKM dan ANGKASA tidak memadai. Koperasi-koperasi sendiri perlu memberi perhatian serius dan tindakan konkrit berkaitan perkara ini.
- (iii) Pembangunan modal insan dalam gerakan koperasi di negara ini juga perlu melepasi soal kefahaman tentang konsep, falsafah, prinsip dan nilai-nilai koperasi sahaja. Dalam era globalisasi, deregulasi dan ledakan ICT dewasa ini, warga koperasi di negara ini, terutamanya para pemimpinnya perlu memiliki ciri-ciri kompetensi dan tahap profesionalisme yang kukuh. Mereka

seharusnya berusaha untuk meningkatkan kelayakan akademik, mencapai tahap kemahiran yang tinggi dalam bidang pengurusan, kewangan dan teknikal serta mempunyai sikap yang positif. Dalam konteks ini, koperasi-koperasi perlu diberi penekanan aspek latihan dan pendidikan yang sewajarnya dimiliki atau diperoleh warga koperasi, terutamanya kepada pucuk pimpinan masing-masing.

- (iv) Para pemimpin dan warga koperasi di negara ini juga harus bijak menguruskan perubahan di persekitaran mereka. Oleh kerana kehendak dan keperluan anggota-anggota juga turut berubah, mereka harus berusaha memahami dan menguasai bidang-bidang perniagaan baru yang berupaya menawarkan pulangan ekonomi dan keuntungan lebih lumayan kepada koperasi. Mereka juga harus berani untuk meninggalkan cara-cara lama dalam menguruskan dan mentadbir koperasi. Di sinilah pentingnya para pemimpin koperasi mengutamakan penguasaan mereka dalam bidang sains dan teknologi (S&T), penyelidikan dan pembangunan (R&D) serta inovasi. Ini bermaksud dalam soal pembangunan modal insan ini, mereka harus mempelajari dan menguasai bidang perniagaan baru/non-konvensional bagi koperasi mereka. Contohnya seperti perniagaan dalam bidang eko-pelancongan, bioteknologi, kewangan Islam serta teknologi maklumat dan komunikasi (ICT).

- (v) Pembangunan modal insan dalam koperasi juga harus memberi penekanan kepada pembentukan warga koperasi yang berbudaya dan bermoral, selaras dengan falsafah dan prinsip koperasi yang menekankan nilai-nilai murni seperti keterbukaan, kejujuran, tanggungjawab sosial dan keprihatinan terhadap orang lain. Dalam konteks ini, Ketua Pendaftar telah mengeluarkan garis panduan mengenai kod etika bagi ALK, pegawai dan pekerja koperasi. Kod etika tersebut bertujuan mengelakkan percanggahan kepentingan, mencegah penyalahgunaan kuasa, ketepatan dan kelengkapan rekod serta penyediaan layanan yang adil dan saksama oleh pemimpin dan pekerja koperasi kepada anggota-anggota koperasi mereka. Bagaimanapun, kesedaran dan pengetahuan mengenai kod etika tersebut semata-mata tidak memadai dan tidak berkesan. Apa yang lebih penting ialah sejauh mana warga koperasi di negara ini berupaya menghayati dan mempraktikkan kod etika tersebut, sama ada di dalam mahupun di luar koperasi mereka.

Penutup

Sama ada dalam konteks sebuah negara ataupun sebuah koperasi, tahap pembangunan modal insan merupakan perkara yang sangat penting dan perlu diberi perhatian. Sejarah telah membuktikan kualiti modal insan atau sumber manusia telah menjadi faktor penentu bagi pencapaian pembangunan sosio ekonomi bagi sesebuah negara dan dalam hubungan ini, gerakan koperasi

juga tidak terkecuali. Oleh itu, semua pihak dalam gerakan koperasi termasuk agensi kerajaan, badan puncak koperasi dan koperasi-koperasi sendiri perlu mempunyai perancangan, strategi dan program bagi mempertingkatkan kualiti sumber manusia atau modal insan secara terancang dan berterusan. Dalam hubungan ini, aspek latihan dan pendidikan merupakan elemen paling penting dan ampuh dalam usaha membangunkan tahap serta kualiti modal insan dalam gerakan koperasi di negara ini.

Rujukan

1. 'Membina Tamadun Menjulung Martabat Negara: Ucapan Perdana Menteri YAB Dato' Seri Abdullah Ahmad Badawi Semasa Membentangkan Usul Mengenai RMK-9, 2006-2010, Website JPM, 7 November 2006.
2. Noor Azlan Ghazali, 'Modal Insan Berkualiti Aset Berharga Negara, Berita Harian, 6 November 2006.
3. Becker, G.S., "Human Capital" in <http://www.econlib.org/library/Enc/HumanCapital.html>, 20 November 2006.
4. National Cooperative Policy and Plan of Action 2002-2010, Jabatan Pembangunan Koperasi Malaysia, KL, 2002.
5. 'Garis Panduan Mengenai Kod Etika Bagi Anggota Lembaga Koperasi, Pegawai dan Pekerja Koperasi', Garis Panduan Penyeliaan Koperasi, JPK, KL, 2005.
6. Idris Ismail & Mohd Safaai Said, Pengenalalan Koperasi, Utusan Publications, Kuala Lumpur, 2003.

KEUSAHAWANANDALAMRANCANGAN MALYSIAKESEMBILAN

Oleh: Muhammad Yusuf Ibrahim
Pusat Pengurusan Perniagaan dan Keusahawanan

Rancangan Malaysia Kesembilan (RMK-9) merupakan sebahagian daripada fasa (2006-2010) rancangan pembangunan negara dalam usaha untuk menjadikan Malaysia sebuah negara maju menjelang 2020. Antara tumpuan utama RMK-9 ialah memberi penekanan kepada usaha-usaha untuk meningkatkan kualiti kehidupan rakyat melalui pertumbuhan ekonomi yang lebih tinggi, dan keupayaan daya saing usahawan kita di peringkat global. Untuk mencapai sasaran tersebut, RMK-9 membuka ruang yang begitu luas kepada usahawan yang berkebolehan untuk mengambil kesempatan daripada program-program galakan dan bantuan yang diberikan.

Artikel ini memberikan gambaran mengenai senario dan peluang-peluang yang boleh dimanfaatkan oleh usahawan, terutama sekali usahawan Bumiputera di dalam beberapa industri atau sektor tertentu yang mempunyai potensi yang begitu besar seperti bidang berteknologi tinggi, bioteknologi, perindustrian asas tani, akuakultur, peruncitan, pembinaan dan pelancongan.

Keusahawanan dan Globalisasi

Perdana Menteri Malaysia, Dato' Seri Abdullah Haji Ahmad Badawi, dalam kata pendahuluan beliau di dalam buku laporan RMK-9 telah memberi peringatan tentang perlunya melaksanakan program-program yang dapat meningkatkan keupayaan negara untuk bersaing di peringkat global kerana, dalam tempoh lima belas tahun sebelum menjelang tahun 2020, Malaysia terpaksa menangani pelbagai perubahan besar dalam persekitaran global.

Di dalam persekitaran ekonomi global yang menyaksikan persaingan yang semakin sengit, usahawan kita tidak boleh berjaya dengan hanya menumpukan kegiatan perniagaan mereka di peringkat pasaran domestik. Ted Miller(1991), melalui tulisannya dalam Kiplinger's Personal Finance Magazine bertajuk, "Can America Compete in the Global Economy" telah mengatakan, "In the global economy, the competitor six time zones away is potentially as serious a threat as the competitor six blocks away". Sebagai contoh, dalam tahun 1950-an hanya 5% daripada produk keluaran Amerika Syarikat menghadapi persaingan dari luar tetapi kini angka itu sudah melebihi 80%. Di sini, jelas kepada kita bahawa kegagalan para usahawan untuk mengambil kira faktor globalisasi dalam konteks perniagaan moden merupakan kesilapan yang sangat besar yang juga akan merugikan negara dalam jangkamasa panjang.

Usahawan-usahawan kita perlu mengambil iktibar daripada pengalaman usahawan daripada negara

lain yang sudah lama menikmati faedah daripada perniagaan global ini. Antara kelebihanannya ialah:

- Mengimbangi atau mengurangkan kesan kejatuhan dalam pasaran domestik.
- Peningkatan di dalam jualan dan keuntungan.
- Memanjangkan lagi kitaran hayat sesuatu produk. Ini sering berlaku apabila sesuatu keluaran itu sudah mencapai tahap kematangan dalam kitaran hayatnya tetapi ia masih dapat mengekalkan tahap jualan apabila diperkenalkan di negara lain.
- Mengurangkan kos pembuatan apabila ia dikeluarkan di negara lain.
- Meningkatkan kualiti. Syarikat yang bersaing di peringkat antarabangsa perlu menghasilkan keluaran yang berkualiti tinggi untuk berpeluang menembusi pasaran di negara-negara tertentu. Salah satu sebab mengapa kebanyakan syarikat dari Jepun berjaya menembusi pasaran seluruh dunia ialah kerana produk mereka sudah teruji di pasaran tempatan oleh para pengguna Jepun yang meletakkan harapan yang amat tinggi terhadap kualiti.

Ada juga pihak yang berpendapat *going global* hanya adalah sesuai untuk organisasi besar seperti General Motors, IBM, Boeing, Sony, Samsung dan sebagainya. Tetapi, John Naisbitt dalam bukunya, "The Global Paradox", mendapati sebenarnya globalisasi ini banyak memberikan kelebihan kepada syarikat-syarikat yang lebih kecil. Kata Naisbitt:

"In the huge global economy, there will be smaller and smaller market niches." In this global economy, the competitive edge is swiftness to market and innovation. Small units are much better at speed to market and innovate. As a result, they can innovate faster, not just in products but in internal operations, to take advantage of the new technologies."

Membangunkan Usahawan Bumiputera yang Berdaya Saing

RMK-9 akan meneruskan usaha-usaha dalam program Pembangunan Masyarakat Perdagangan dan Perindustrian Bumiputera (MPPB). Dalam fasa kedua program ini penumpuan akan diberikan kepada pembentukan usahawan Bumiputera yang berkualiti dari segi produktiviti dan daya saing, terutama sekali dalam bidang pertumbuhan baru dan memperkemaskan program-program sedia ada seperti, pembangunan francais dan vendor, skim modal teroka dan Projek Usahawan Bumiputera dalam Bidang Peruncitan (PROSPER). Di antara usaha-usaha untuk mempercepatkan lagi pembangunan usahawan Bumiputera, program-program akan diatur bagi menggalakkan perkembangan rangkaian dan kelompok perniagaan di kalangan Bumiputera, antara Bumiputera dan bukan Bumiputera serta antara Syarikat Berkaitan Kerajaan (Government-Linked Companies) dengan perusahaan Bumiputera.

Dalam bidang pembuatan, usaha-usaha akan dilakukan untuk menggalakkan usahawan-usahawan Bumiputera untuk melabur dalam bidang pembuatan secara lebih luas. Tumpuan yang lebih akan diberikan di dalam sektor yang dijangka mengalami kadar pertumbuhan yang tinggi seperti bioteknologi, ICT, perusahaan kreatif termasuk kandungan digital, elektronik termaju

(high-end), alat ganti dan komponen automotif khusus dan juga industri-industri yang berasaskan sumber-sumber bernilai tinggi. Untuk tujuan ini, kerajaan akan menyediakan bantuan dan sokongan yang diperlukan oleh usahawan Bumiputera yang berkebolehan melalui program peningkatan produk dan kualiti, latihan teknikal, pemasaran dan promosi serta pembangunan dan penyelidikan, kemudahan pembiayaan dan kemudahan-kemudahan lain mengikut keperluan perniagaan masing-masing.

Mengkomersialkan Hasil Penyelidikan dan Teknologi

Peruntukan untuk penyelidikan dan pembangunan yang semakin meningkat, dari RM1.7 bilion (tahun 2000), RM2.5 bilion (tahun 2002) kepada RM4.3 bilion (tahun 2005), menunjukkan kesungguhan kerajaan untuk mempertingkatkan keupayaan daya saing serta merealisasikan hasrat kita menjadi masyarakat yang maju dalam bidang sains dan teknologi. Di dalam tempoh antara tahun 2000 hingga tahun 2005, di dapati terdapat defisit dalam imbangan bayaran negara dari segi teknologi, royalti dan yuran. Pada tahun 2005 sahaja defisit imbangan bayaran tersebut adalah sebanyak RM5.7 bilion. Kedudukan ini memberikan kesedaran kepada kita untuk memperkasakan kemampuan teknologi tempatan.

Melalui kajian yang dibuat ke atas projek penyelidikan dan pembangunan dalam program IRPA (Intensification of Research in Priority Areas) dalam tempoh RMK-7, hanya 3.4% sahaja projek-projek tersebut telah dikomersialkan dalam RMK-8. Menyedari hakikat ini kerajaan telah mengambil langkah untuk menggalakkan usahawan dan pelabur tempatan merebut peluang mengkomersialkan hasil penyelidikan dan

pembangunan dengan berbagai cara. Antaranya ialah membantu syarikat-syarikat tempatan untuk memulakan proses pengeluaran, bantuan kewangan daripada Tabung Pemerolehan Teknologi untuk membiayai pembelian teknologi strategik dari luar, pemberian insentif fizikal seperti taraf perintis selama 10 tahun dan pengurangan cukai yang setara dengan pelaburan sebenar. Salah satu usaha kerajaan untuk meningkatkan keupayaan teknologi perusahaan kecil dan sederhana ialah melalui program inkubator di mana teknopreneur akan di bimbing dalam penggunaan teknologi baru, pengurusan kewangan dan pengurusan risiko perniagaan sehingga mereka boleh berdikari, seperti yang dijalankan di SIRIM, Taman Teknologi Malaysia, Perbadanan Pembangunan Multimedia, Kulim Hi-Tech Park dan juga di beberapa institusi pengajian tinggi tempatan seperti Universiti Sains Malaysia dan Universiti Teknologi Malaysia. Setakat ini sebanyak 400 buah syarikat telah bermanfaat dari perkhidmatan yang diberikan termasuk penggunaan kemudahan yang sama, bantuan teknikal dan pembangunan usahawan.

Sektor Pertanian

Kesungguhan kerajaan untuk memajukan sektor pertanian dapat dilihat daripada peningkatan yang signifikan dari segi peruntukan yang diberikan kepada sektor ini dalam RMK-9, iaitu sebanyak RM11.4 bilion berbanding dengan hanya RM6.20 bilion dalam RMK-8. Dari segi prestasinya, sektor pertanian telah menunjukkan peningkatan yang memberangsangkan dengan melebihi sasaran pertumbuhan sebanyak 2% dalam RMK-8 kepada 3% dalam RMK-9. Pembangunan sektor pertanian dalam RMK-9 akan ditumpukan kepada pembangunan “pertanian baru” yang melibatkan perkembangan pertanian komersial berskala besar dan

penerokaan aktiviti pengeluaran dan pemprosesan berkualiti yang mempunyai nilai ditambah yang tinggi serta memanfaatkan sepenuhnya potensi dalam bioteknologi. Dalam tempoh rancangan, teras dasar pembangunan sektor pertanian adalah seperti berikut:

- meningkatkan pengeluaran pertanian termasuk penerokaan sumber pertumbuhan baru dengan penyertaan sektor swasta yang lebih besar;
- mengembangkan aktiviti pemprosesan berasaskan pertanian dan kepelbagaian produk;
- memperkukuhkan pemasaran dan rangkaian global;
- meningkatkan pendapatan pekebun kecil, petani dan nelayan; dan
- menambah baik sistem penyampaian perkhidmatan.

Dalam rancangan RMK-9, sasaran kadar pertumbuhan pengeluaran sesetengah komoditi seperti getah dan minyak kelapa sawit adalah stabil, tetapi kerajaan mensasarkan pertumbuhan yang lebih tinggi berbanding dengan tempoh RMK-8 untuk komoditi tertentu seperti koko (15.5% setahun) sebagai memenuhi jangkaan permintaan industri hiliran tempatan. Begitu juga dengan padi (5.9%), akuakultur (21.5%), telur (6.3%), susu (10.7%), lada hitam (9.5%), nanas (22.1%) dan buah-buahan (10%). Oleh itu, para usahawan tani seharusnya mengambil peluang ini untuk meneroka bidang pertanian yang lebih berpotensi disamping menikmati pelbagai insentif dan kemudahan yang disediakan oleh kerajaan.

Sektor Pembinaan (Perumahan)

Sasaran bagi sektor pembinaan perumahan berdasarkan keperluan untuk perumahan sehingga tahun 2010 adalah sebanyak 709,400 unit, di mana 197,805 (27.9%) unit akan di bina melalui program sektor awam dan sebahagian besarnya, iaitu sebanyak 511,595 (72.1%) unit oleh sektor swasta. Pembinaan oleh syarikat swasta ini termasuk 19,000 unit oleh pertumbuhan-pertumbuhan koperasi. Bagi memudahkan pemaju-pemaju perumahan swasta mencapai sasaran jualan rumah bagi projek-projek kos rendah-sederhana, keperluan kuota 30% akan dikaji semula terutama sekali di kawasan yang mempunyai permintaan yang lemah terhadap rumah kos rendah. Dari perangkaan di atas, terdapat potensi yang begitu besar dalam sektor ini bukan sahaja kepada pemaju-pemaju perumahan tetapi, terdapat juga potensi mewujudkan peluang-peluang perniagaan lain yang berkaitan seperti pembekalan bahan binaan, pengangkutan, jualan alat-alat kelengkapan rumah, perkhidmatan hiasan dalaman, landskap taman, sistem penggera dan pintu pagar automatik.

Bidang Pelancongan

Walaupun persaingan yang sengit dijangka akan dihadapi daripada negara-negara lain dirantau ini dalam tempoh RMK-9, Malaysia dijangka akan mengalami pertumbuhan yang memberangsangkan dari segi bilangan ketibaan pelancong asing, iaitu sebanyak 8.4% setahun. Juga seramai 24.6 juta orang akan melawat ke Malaysia sehingga tahun 2010 dan pelancong-pelancong ini akan berbelanja sebanyak RM59.4 bilion. Ini merupakan angka yang amat signifikan dari segi sumbangannya kepada imbang

pembayaran negara. Antara produk dan perkhidmatan berkaitan yang dijangka mendapat sambutan yang baik oleh pelancong ialah eko-pelancongan, agro-pelancongan, program Inap Desa (Homestay), pelancongan kebudayaan dan warisan, pelancongan sukan dan rekreasi, pelancongan kesihatan dan pelancongan pendidikan.

Industri pelancongan ini menawarkan skop yang luas kepada pembangunan daya cipta dan inovasi usahawan untuk memikirkan jenis perkhidmatan yang sesuai diberikan kepada pelancong disamping meningkatkan penglibatan dalam bidang perniagaan komersial yang berkaitan dengan pelancongan seperti penyediaan makanan, perkhidmatan rekreasi dan pembangunan produk kraftangan. Untuk memberi peluang yang lebih kepada usahawan yang bercadang menceburi dalam bidang pelancongan, kerajaan akan memperluaskan dana khas pelancongan yang sedia ada. Satu pakej pelaburan khusus juga akan dibangunkan untuk meningkatkan penyertaan bumiputera dalam pelancongan termasuk pengendalian logistik pelancong yang tiba dan juga dalam aspek menubuhkan operasi pelancongan di pasaran baru seperti di Asia Tengah, China dan India. Untuk memajukan sektor ini, kerajaan telah memperuntukkan dana sebanyak RM1.8 bilion bagi program-program perlindungan alam sekitar dan pengindahan, kemudahan infrastruktur dan penyenggaraan, penginapan dan lain-lain. Ini juga membuka peluang penyertaan usahawan di dalam projek-projek pembangunan pelancongan tersebut.

Perdagangan Pengedaran (Pemborongan dan Peruncitan)

Sektor perdagangan menghadapi cabaran yang getir dalam tempoh RMK-8 yang lalu ekoran

daripada kelembapan ekonomi dalam tempoh tersebut. Walau bagaimanapun, sektor ini masih mencatatkan pertumbuhan positif sebanyak 4.3% setahun ekoran daripada peningkatan pendapatan boleh guna (disposable income), peningkatan pambandan, perubahan pola demografi dan peningkatan di dalam kemewahan penduduk negara ini.

Antara bidang-bidang baru yang diberi tumpuan untuk dimajukan adalah bidang francais dan e-dagang. Bidang francais ini memberikan peluang kepada usahawan untuk menyertai perniagaan-perniagaan yang sudah terbukti berjaya melalui kaedah perniagaan yang berstruktur dan sistematik bagi menjamin kualiti yang baik dari segi produk dan perkhidmatan. Dalam tempoh RMK-8, daripada keseluruhan 204 francais baru yang diwujudkan, hanya 49 adalah francais bumiputera. Dalam RMK-9, Perbadanan Nasional Berhad (PNB), agensi yang bertanggungjawab untuk membangunkan perniagaan francais, akan memperkemaskan sistem yang sedia ada untuk menghasilkan pepadanan francais-or-francaisi yang lebih berkesan. Francaisor tempatan yang berjaya akan digalakkan untuk meluaskan pasaran ke luar negara untuk mengambil kesempatan daripada peluang-peluang yang wujud daripada peraturan serantau seperti Kawasan Perdagangan Bebas ASEAN dan Perjanjian Perdagangan Bebas.

Perdagangan melalui internet juga menunjukkan prestasi yang memberangsangkan di mana ia mencatatkan pertumbuhan tahunan sebanyak 81.8% setahun daripada RM11.1 bilion dalam tahun 2003 kepada RM36.7 bilion dalam tahun 2005. Ini menunjukkan penerimaan masyarakat yang semakin meningkat terhadap perdagangan melalui internet. Antara langkah-langkah yang diambil oleh kerajaan untuk meningkatkan penyertaan bumiputera dalam sektor perdagangan

pengedaran ini termasuklah pembiayaan, latihan keusahawanan, pemasaran dan promosi serta bantuan untuk memiliki premis perniagaan di lokasi strategik melalui Projek Usahawan Bumiputera dalam Bidang Peruncitan (PROSPER) di bawah kelolaan dan pengawasan Perbadanan Usahawan Nasional Berhad (PUNB).

Kesimpulan

RMK-9 jelas membuka ruang yang cukup luas kepada usahawan tempatan untuk mengambil

peluang daripada program pembangunan kerana ekonomi Malaysia dijangka mengalami pertumbuhan yang menggalakkan dalam tempoh lima tahun dari 2006 hingga 2010. Melalui polisi kerajaan yang menggalakkan perkembangan ekonomi kita mengharapkan lebih ramai lagi usahawan yang berkebolehan dan berwibawa akan tampil ke hadapan dan mengambil kesempatan daripada peluang yang disediakan untuk membantu negara mencatatkan pertumbuhan ekonomi yang diharapkan dan seterusnya untuk mencapai sasaran kita yang lebih besar iaitu, bagi merealisasikan wawasan 2020.



FRANCAIS SEBAGAI SATU ALTERNATIF PERNIAGAAN KOPERASI

Oleh: Syarifah Rohaya binti Wan Idris
Maktab Kerjasama Malaysia, Cawangan Sarawak

Rancangan Malaysia Kesembilan (RMK-9) jelas menunjukkan komitmen kerajaan menjadikan koperasi sebagai sektor ketiga yang mampu menjadi penyumbang kepada pertumbuhan ekonomi negara. Sejumlah RM69.9 juta peruntukan untuk memperkasakan gerakan koperasi telah diluluskan bagi memastikan matlamat dan sasaran yang ditetapkan dapat dicapai dalam tempoh RMK-9.

Penglibatan gerakan koperasi secara aktif dalam keusahawanan akan digalakkan dan dibantu seiring dengan perkembangan ekonomi yang kian meluas dewasa ini. Gerakan koperasi perlu memikirkan satu perniagaan lain sebagai alternatif kepada perniagaan konvensional sedia ada bagi meningkatkan pulangan yang lebih lumayan kepada anggota-anggotanya. Banyak peluang-peluang perniagaan keusahawanan kini dirangka dan dibuka kepada gerakan koperasi supaya penglibatannya secara agresif menjadi pemangkin ekonomi Malaysia. Salah satu program perniagaan yang boleh diceburi oleh koperasi ialah perniagaan melalui francais.

Perniagaan Secara Francais

Definisi francais di dalam Akta Francais 1998 adalah sangat luas dan agak terperinci kerana

mencakupi aspek-aspek perjanjian kontrak, pemberian hak, penggunaan harta intelektual, pembayaran yuran dan royalti serta tanggungjawab franchisor dan francais. Walau bagaimanapun dari sudut perundangan, francais adalah kontrak atau perjanjian sama ada secara nyata atau tersirat, secara lisan atau tertulis di antara dua (2) orang atau lebih di mana antaranya; franchisor memberi francais hak untuk mengendalikan perniagaan mengikut system francais yang ditentukan oleh franchisor selama tempoh yang ditentukan oleh franchisor. Manakala dari sudut komersil pula, francais merupakan satu kaedah pemasaran yang berasaskan pemberian hak dan tanggungjawab bagi menjalankan sesuatu perniagaan menggunakan tanda nama atau tanda niaga, sistem, lokasi atau kawasan dan jangkamasa yang ditentukan.

Sebagaimana yang telah didefinisikan, sistem francais melibatkan hubungan dua pihak iaitu franchisor dan francais. Hubungan ini boleh dibahagikan kepada beberapa bentuk, antaranya:

i) Francaisi Induk

Francaisor memberi hak kepada francais untuk sesuatu wilayah, negara atau negeri tertentu. Francaisi induk mempunyai hak untuk mewujudkan subfrancais sama ada bentuk francais kawasan atau francais unit. Contohnya, McDonald

Corporation selaku franchisor telah melantik sebuah syarikat di Malaysia sebagai francais induknya. Francaisi ini akan membuka restoran McDonald di Malaysia ini.

ii) Francaisi Kawasan

Francaisor (francaisi induk) memberi hak kepada francais untuk sesuatu kawasan yang lebih kecil dari wilayah yang diberi kepada francais induk. Terdapat 2 pendekatan pelaksanaan francais kawasan iaitu francais kawasan diberi hak eksklusif untuk menjalankan perniagaan secara sendiri tanpa membabitkan subfrancais. Contohnya seperti di praktikkan oleh Kentucky Fried Chicken (KFC) di Semenanjung, Sabah dan Sarawak.

Selain itu, francais kawasan juga diberi hak dan dibenarkan melaksanakan subfrancais. Contohnya seperti Fastway Courier melantik Kurier Nasional Sdn.Bhd menjadi francais induk dan melaksanakan subfrancais (francaisi kawasan). Manakala subfrancais ini pula melantik francais lain (francaisi unit) untuk menawarkan perkhidmatan.

iii) Francaisi Unit

Merupakan usahawan individu atau syarikat kecil yang diberi hak oleh franchisor untuk menjalankan operasi perniagaan francais tertentu di lokasi,



kawasan atau premis sebagaimana yang ditetapkan sahaja. Francaisi unit tidak dibenarkan untuk mempraktikkan subfrancais tetapi digalakkan untuk mempunyai lebih daripada 1 unit *outlet*. Contohnya seperti Edaran Otomobil Nasional (EON), Nelsons, Marrybrown dan sebagainya.

Bidang Perniagaan Secara Francais

Diantara bidang perniagaan secara francais yang boleh diceburi adalah seperti berikut :

Industri Pemakanan

Francais dalam industri pemakanan merupakan bidang yang paling popular dan kebanyakan peniaga memilih bidang ini untuk menjadi francais. Di antara jenama yang terkenal dalam bidang perniagaan secara francais ini adalah seperti McDonalds, Kentucky Fried Chicken, Pizza Hut, Sate Ria, Ramli Burger, DeliFrance dan Sugar Bun. Jenama francais yang terbesar iaitu McDonalds mempunyai jualan tahunan sebanyak RM9.3 bilion.

Peruncitan

Francais dalam bidang peruncitan pula merupakan bidang yang kedua terbesar dan di antara jenama yang paling berjaya dalam bidang ini adalah 7-Eleven dan Toys-R-Us.

Pendidikan

Bidang pendidikan juga merupakan satu bidang francais yang mudah untuk dilaksanakan malah memulangkan hasil yang lumayan. Banyak universiti di seluruh dunia telah memfrancaiskan program-program mereka untuk di buka di luar negara. Situasi ini berlaku memandangkan bidang

pendidikan dewasa ini telah banyak berubah yang mana universiti membuka kampus di negara lain bertujuan untuk mendapatkan pelajar. Contohnya, University of Sunderland di United Kingdom telah memfrancaiskan program mereka kepada beberapa kolej dan institusi pendidikan di seluruh dunia.

Kebaikan dan Kelemahan Perniagaan Secara Francais

Kebiasaannya, kemungkinan untuk berjaya dalam perniagaan secara francais ini adalah lebih tinggi berbanding dengan perniagaan secara individu. Statistik menunjukkan peratusan perniagaan baru yang akan gagal dalam dua tahun pertama ialah antara 50 hingga 60 peratus, manakala untuk perniagaan yang dijalankan melalui sistem francais pula adalah sekitar 80 peratus untuk berjaya.

Sistem sokongan yang disediakan oleh francaisor kepada francaisi merupakan salah satu faktor yang menyumbang kepada kejayaan perniagaan. Menerusi sistem sokongan ini, francaisi bukan sahaja diberi hak menggunakan jenama ataupun mengedarkan produk keluaran francaisor, bahkan menduplikasikan keseluruhan sistem perniagaan yang dipraktikkan oleh francaisor dan francaisi-francaisi di dalam rangkaian perniagaan yang sama. Francaisor juga akan menyediakan kemudahan-kemudahan dari pembangunan konsep dan pemilihan lokasi sehinggalah kepada manual operasi, latihan, sistem perakaunan, pakej pengiklanan dan promosi serta khidmat nasihat sokongan yang berterusan.

Selain penjimatan kos pemasaran, faktor lain yang menyumbang kepada kejayaan perniagaan ini adalah dari segi imej dan jenama yang

difrancaiskan. Kebanyakan jenama francais ini sudah unggul dan mendapat tempat di hati pelanggan serta mempunyai imej yang positif sama ada di peringkat nasional mahupun antarabangsa.

Salah satu kelemahan sistem perniagaan secara francais ialah kebanyakan francaisor mengenakan pelbagai yuran kepada francaisi. Yuran seperti Royalty Fee merupakan yuran yang terbesar dan perlu dibayar sebaik sahaja kontrak francais ditandatangani. Contohnya, dalam perniagaan francais McDonalds mengenakan yuran tersebut mencecah RM800,000.00 untuk kawasan Kuala Lumpur. Keadaan ini memerlukan francaisi mempunyai kewangan yang kukuh dan mencukupi untuk menampung yuran tersebut. Selain itu, terdapat yuran lain yang mungkin dikenakan seperti yuran jualan bulanan dan yuran jualan tahunan. Keadaan ini boleh menyukarkan francaisi sekiranya keuntungan yang diperolehi tidak setanding dengan yuran yang dikenakan.

Kelemahan yang kedua ialah sistem pengurusan perniagaan secara francais ini sememangnya telah ditetapkan oleh francaisor dan tidak boleh ditukar dan diubah sesuka hati. Ini boleh bercanggah dengan pengalaman francaisi dan kemungkinan percanggahan ini boleh menjejaskan kemajuan sistem francais yang diambil.

Faktor Kejayaan Francaisi

Walau apa perniagaan sekalipun, sama ada perniagaan yang diceburi oleh individu mahupun koperasi, beberapa ciri perlu ada pada anggota koperasi yang akan menerajui perniagaan ini.

Sebelum sesebuah koperasi terlibat dalam perniagaan secara francais ini, terdapat beberapa faktor utama yang perlu diambil kira untuk

memastikan kejayaan perniagaan tersebut. Faktor tersebut ialah:

- a) Memilih francaisor dan sistem francais yang mempunyai rekod kejayaan yang cemerlang.
- b) Memilih produk atau perkhidmatan yang sesuai dengan minat, latar belakang dan kecenderungan anggota-anggota koperasi.
- c) Mempunyai sikap positif yang berterusan, motivasi yang tinggi dan bersedia untuk bekerja keras.
- d) Mempunyai hala tuju yang jelas dan melaksanakan sendiri penyelidikan, perancangan dan pelan perniagaan yang realistik.
- e) Mempunyai modal yang mencukupi, sesuai dengan kos pelaburan yang diperlukan. Pinjaman bank seratus peratus bukanlah sesuatu yang praktikal. Ini kerana pinjaman yang terlalu besar akan menuntut bayaran balik yang tinggi dan mendedahkan kepada masalah aliran tunai. Koperasi sebagai francais harus bersedia untuk menyediakan modal sendiri sekurang-kurangnya 30 peratus daripada kos pelaburan keseluruhan.
- f) Memiliki dan menjalankan sendiri perniagaan francais berkenaan secara sepenuh masa dan tidak mengharap kepada pengurus atau pihak luar yang menguruskan operasi harian perniagaan tersebut.
- g) Mematuhi sistem yang ditetapkan sebagaimana yang termaktub di dalam manual-manual operasi, pemasaran dan latihan yang disediakan. Percubaan untuk menyimpang daripada sistem yang ditetapkan bukan sahaja

memungkinkan kegagalan operasi, malah akan menyebabkan hubungan renggang dan konflik di antara francaisor dan francais dan akhirnya boleh berlaku penamatan perjanjian.

- h) Mempunyai keupayaan komunikasi dan melaksanakan perkhidmatan pelanggan yang baik. Keupayaan menjalinkan hubungan komunikasi yang baik diperlukan bukan setakat di antara francais dengan pelanggan, tetapi juga dengan francaisor, pembekal, pihak-pihak berkuasa dan francais-francaisi yang lain.
- i) Koperasi yang ingin menjalankan perniagaan secara francais adalah dinasihatkan supaya mendapatkan khidmat nasihat samada daripada Bahagian Francais dan Vendor, Kementerian Pembangunan Usahawan dan Koperasi, Persatuan Francais Malaysia, Pusat Pembangunan Keusahawanan atau mana-mana agensi yang terlibat dengan sistem francais ini.

Selain itu, khidmat nasihat daripada perunding, akauntan atau peguam yang dilantik hendaklah berterusan kerana ini penting bagi memahami kehendak francaisor seperti spesifikasi, perjanjian yang akan ditandatangani dan sebagainya.

Kesimpulan

Setiap perniagaan pasti mempunyai cabaran dan risikonya. Kejayaan sesebuah perniagaan adalah bergantung atas usaha berterusan yang dilakukan. Untuk menceburi sesuatu perniagaan, sama ada gerakan koperasi atau individu perlulah mempertingkatkan ilmu dari pelbagai sudut. Ini adalah bagi memastikan apa yang dimatlamatkan tercapai dan secara tidak langsung akan membantu Malaysia menuju ke arah negara maju pada tahun 2020.

PERNIAGAAN MELALUI SUBSIDIARI: ISU DAN PELUANG KEPADA GERAKAN KOPERASI

Ringkasan dari Forum Eksekutif di Maktab Kerjasama Malaysia,
Petaling Jaya pada 21 September 2006

Perniagaan melalui subsidiari merupakan salah satu alternatif yang dilaksanakan oleh gerakan koperasi dalam menjalankan aktiviti perniagaan dengan cekap dan efisien. Koperasi-koperasi di negara maju sememangnya menubuhkan subsidiari untuk menstabilkan pendapatan anggota malah mampu bersaing di arena perdagangan antarabangsa. Sebagai contoh, Koperasi di Belanda, Amerika Syarikat, England, Australia dan New Zealand menubuhkan subsidiari sebagai anak syarikat milik koperasi yang menjalankan aktiviti perniagaan yang bersifat value-added seperti aktiviti pemprosesan, pembungkusan, penjenamaan, pemasaran dan lain-lain lagi. Secara tidak langsung, koperasi menjadi pemangkin kepada ekonomi negara.

Inilah antara matlamat kerajaan dalam memajukan gerakan koperasi di Malaysia. Rancangan Malaysia Kesembilan (RMK-9) jelas menunjukkan komitmen kerajaan dalam memantapkan dan menjayakan gerakan koperasi sebagai sektor ketiga yang menyumbang kepada ekonomi Malaysia. Banyak peruntukan dan peluang kini dibuka kepada gerakan koperasi bagi melibatkan diri secara meluas dalam pelbagai bentuk perniagaan. Salah satu cabang perniagaan yang dipergiat dan dipertingkatkan lagi bagi memperkasakan ekonomi gerakan koperasi ialah perniagaan melalui subsidiari. Sehingga 31 Disember 2005, nilai pelaburan semasa dalam subsidiari melebihi RM 844 juta dengan bilangan subsidiari sebanyak 168 yang melibatkan 66 buah koperasi.

Salah satu contoh koperasi di Malaysia yang menubuhkan subsidiari ialah Koperasi Telekom Malaysia Berhad (KOTAMAS). Koperasi ini telah mewujudkan tiga subsidiari sebagai cabang

perniagaannya iaitu Kota Mas Net Sdn. Bhd. Kota Mas Trading & Services Sdn. Bhd., dan Kota Mas Travel & Tours Sdn. Bhd.

Subsidiari dalam Koperasi

Seksyen 19 Akta Koperasi 1993 memperuntukkan bahawa koperasi dibolehkan membentuk, mempunyai, memperolehi atau memegang subsidiari dengan mendapat kelulusan Ketua Pendaftar bagi tujuan menjalankan perniagaan tertentu. Dalam hal ini, Akta telah memberi takrif subsidiari seperti berikut:

“Subsidiari sesuatu koperasi berdaftar ertinya sesuatu syarikat, sebagaimana yang ditakrifkan dalam Akta Syarikat 1965, yang komposisi Lembaga Pengarahnya atau lebih daripada separuh kuasa mengundi dikawal oleh koperasi berdaftar itu, atau yang lebih daripada separuh modal syer

diterbitkannya dipegang oleh koperasi berdaftar itu, dan termasuklah sesuatu subsidiari, sebagaimana yang ditakrifkan dalam Akta itu, bagi syarikat itu.”



Secara ringkasnya, sesebuah syarikat dikatakan subsidiari koperasi sekiranya berlaku keadaan di mana:

- **Koperasi Menguasai Komposisi Lembaga Pengarah Syarikat**

Kuasa bagi menguasai komposisi Lembaga Pengarah ini diperolehi sama ada melalui undang-undang seperti perjanjian ataupun perintah Mahkamah. Di sini koperasi mempunyai kuasa untuk melantik atau menyingkir lebih daripada separuh ahli Lembaga Pengarah tanpa perlu persetujuan pihak ketiga. Oleh itu sesebuah syarikat itu menjadi subsidiari koperasi apabila lebih dari separuh ahli Lembaga Pengarah Syarikat dikuasai oleh Koperasi.

- **Lebih daripada separuh kuasa mengundi dikawal oleh koperasi**

Dalam sesetengah keadaan terdapat koperasi mempunyai kuasa majoriti dalam pengundian walaupun mempunyai saham kurang daripada 50%. Keadaan ini wujud apabila pegangan saham koperasi dicampur dengan pegangan saham subsidiari lain yang dimiliki sepenuhnya oleh koperasi dalam sesuatu syarikat. Jumlah pegangan saham ini akan melebihi dari 50%.

- **Koperasi memiliki lebih daripada separuh modal saham yang diterbitkan oleh syarikat**

Sesebuah syarikat itu menjadi subsidiari dengan sendirinya apabila lebih daripada separuh modal sahamnya dipegang oleh koperasi.

Justifikasi Pembentukan Subsidiari

Subsidiari koperasi diwujudkan pada dasarnya bagi mengatasi masalah koperasi yang sukar menjalankan urusan perniagaan kerana tertakluk pada masalah perundangan, pengurusan dan lain-lain. Beberapa perkara yang dipertimbangkan oleh koperasi untuk menubuhkan subsidiari adalah seperti berikut:

Keperluan Kepada Subsidiari

- i. Aktiviti yang dijalankan ada kaitan dengan tujuan penubuhan koperasi.
- ii. Aktiviti yang dicadangkan tidak dapat dilaksanakan oleh koperasi akibat adanya halangan perundangan. Sebagai contoh: Akta Perindustrian Pelancongan 1992 menghalang koperasi menjalankan

aktiviti 'perniagaan pengendalian pelancongan dan perniagaan agensi pengembaraan [Seksyen 5].

- iii. Memberikan pulangan dan faedah kepada koperasi dan anggotanya.
- iv. Pembentukan subsidiari tidak menjejaskan aktiviti koperasi yang sedia ada.
- v. Aktiviti subsidiari yang dicadangkan adalah sebagai penyumbang kepada aktiviti semasa koperasi atau merupakan aktiviti hiliran dan huluan dan bukannya merupakan pesaing kepada kegiatan yang sedia ada.

Kedudukan Koperasi

- i. Undang-undang Kecil Koperasi juga ada memperuntukkan tentang penubuhan subsidiari iaitu mempunyai wang berlebihan untuk dilaburkan di dalam subsidiari.
- ii. Pelaburan hendaklah dibiayai dari sumber kewangan sendiri iaitu wang yang berlebihan yang tidak diperlukan bagi kegunaan segera modal perniagaan koperasi.
- iii. Dengan lain perkataan, pelaburan bukannya dibiayai dari sumber luar yang diperolehi dari pinjaman mana-mana institusi kewangan atau pihak lain mengikut peruntukan seksyen 54(2), Akta Koperasi 1993.
- iv. Rasionalnya di sini, kebiasaannya sesuatu pelaburan bertujuan untuk

mendapatkan pulangan yang lebih tinggi malah kemungkinan juga kerugian yang tinggi.

- v. Keputusan untuk menubuhkan subsidiari bagi sesebuah koperasi mestilah mendapat kelulusan Mesyuarat Agung dan Mesyuarat Lembaga serta tidak melibatkan kepentingan diri anggota dalam subsidiari.

Prospek Subsidiari

- i. Subsidiari yang bakal dibentuk hendaklah mempunyai projek yang berdaya maju dan jangka hayat berterusan.
- ii. Bagi menentukan daya maju sesebuah subsidiari elemen-elemen seperti kedudukan pembekal, pelanggan, saiz pasaran dan pertandingan merupakan elemen yang perlu diberikan pertimbangan.
- iii. Subsidiari yang bakal ditubuhkan hendaklah mempunyai prestasi yang memuaskan dan munasabah.

Isu: Pengurusan dan Kawalan Ke atas Subsidiari

Bagi memastikan subsidiari sesebuah koperasi bergerak dengan jayanya, pengurusan dan kawalan terhadap aktivitinya perlu dikendali dan ditangani dengan cekap. Segala maklumat yang berkaitan dengan perjalanan operasi subsidiari perlulah diketahui dengan telus oleh semua anggota koperasi. Anggota Lembaga Koperasi (ALK) diberi tanggungjawab untuk membentangkan akaun/

penyata subsidiari dalam Mesyuarat Agung seperti di bawah seksyen 59 (1) Akta. Setiap akaun/penyata perlu diedarkan kepada setiap anggota. Pihak Jawatankuasa Juruaudit Dalaman (JAD) juga bertanggungjawab memastikan pengurusan subsidiari sentiasa berjalan mengikut tujuan yang telah ditetapkan. Peranan ini seperti di nyatakan dibawah Seksyen 49 Akta Koperasi 1993.

Melalui Mesyuarat Agung, anggota koperasi hendaklah memainkan peranannya memberi pandangan, cadangan dan idea dalam setiap agenda mesyuarat yang melibatkan subsidiari. Ini adalah selaras dengan Peraturan 12, Peraturan-Peraturan Koperasi 1995.

Selain itu, Ketua Pendaftar mempunyai peranan di bawah Akta dan Peraturan dari segi urusan koperasi dan subsidiarinya. Setiap pinjaman koperasi kepada subsidiari perlulah terlebih dahulu mendapat kelulusan Ketua Pendaftar. Disamping itu menurut Seksyen 64 Akta Koperasi 1993, Ketua Pendaftar diberi kuasa memeriksa buku-buku dan lain-lain dokumen koperasi berdaftar termasuklah apa-apa dokumen berkaitan subsidiari koperasi. Bagi mempercepatkan urusan memberi kelulusan ke atas permohonan untuk membentuk subsidiari, Ketua Pendaftar telah menurunkan kuasa kepada Pendaftar Negeri (Pengarah Jabatan Pembangunan

Koperasi Negeri) untuk tujuan tersebut. Dari segi pelaburan pula, Pendaftar Negeri telah diberi kuasa untuk meluluskan permohonan pelaburan yang tidak melebihi RM1 juta.

Kesimpulan

Bagi mempergiatkan perniagaan melalui subsidiari kerjasama dari kerajaan, pihak swasta dan koperasi perlulah dipereratkan. Ini adalah kerana setiap sektor mempunyai peranan untuk dimainkan sama ada dari segi pemantauan undang-undang, pengurusan, pentadbiran, pemasaran dan lain lain lagi. Bagi gerakan koperasi khususnya, prinsip utama penubuhan subsidiari perlu bersesuaian dengan aktiviti yang dijalankan di koperasi masing-masing. Sememangnya tiada sebarang formula untuk menyatakan bahawa subsidiari perlu ditubuhkan untuk memajukan dan menjayakan aktiviti perniagaan koperasi. Setiap perniagaan sudah tentu mempunyai risikonya.

Oleh itu perlulah setiap koperasi mempersiapkan dan mempertingkatkan pengetahuan serta hubungan dengan pihak-pihak yang berkaitan sebelum sesuatu keputusan untuk menubuhkan subsidiari dilaksanakan.

PANDUAN DALAM PEMBELIAN PERALATAN ICT

Oleh: Azlifah Abas
Pusat Teknologi Maklumat dan Komunikasi

Dalam Rancangan Malaysia Kesembilan (RMK-9), kerajaan telah memperuntukkan sebanyak RM12.9 bilion untuk memajukan bidang teknologi maklumat dan komunikasi (ICT). Saranan kerajaan kepada sektor koperasi adalah untuk mempertingkatkan usaha-usaha bagi membolehkan koperasi meneroka bidang-bidang baru dalam k-ekonomi, e-dagang dan penggunaan teknologi maklumat dan komunikasi (ICT) semasa sebagaimana yang terkandung dalam Dasar Koperasi Negara (DKN). Usaha ini selaras dengan strategi ketujuh dalam DKN iaitu untuk:

“Mempertingkatkan kualiti produk dan perkhidmatan secara berterusan supaya anggota sentiasa menerima produk dan perkhidmatan yang terbaik”.

Melalui usaha ini, kerajaan telah memberi penekanan yang tinggi terhadap penggunaan ICT. Koperasi juga perlu ada kesedaran untuk melengkapkan prasarana ICT di koperasi masing-masing untuk meningkatkan produktiviti dan memberi perkhidmatan yang terbaik. Masih banyak koperasi di negara ini yang belum memiliki peralatan ICT seperti komputer. Bagi menyahut saranan kerajaan, setiap koperasi mesti mempunyai sekurang-kurangnya sebuah komputer dalam satu koperasi. Jika anda adalah orang yang bertanggungjawab dalam pembelian peralatan ICT, anda seharusnya mengetahui secara mendalam berkenaan peralatan ICT sebelum membelinya.

Sebelum membuat keputusan untuk membeli mana-mana peralatan ICT, anda perlu mempunyai panduan bagaimana membeli peralatan ICT dengan bijak.

Panduan Membeli Peralatan ICT

Pembelian sesuatu perkakasan komputer seharusnya dilakukan dengan bijak agar pembelian tersebut tidak merugikan. Apa yang paling penting ialah jangan tertipu dengan apa jua muslihat para penjual. Bagi mengelakkan situasi demikian daripada berlaku, langkah beringat perlu diambil disamping melengkapkan diri dengan pelbagai ilmu pengetahuan berkaitan sebanyak mungkin. Antara perkara-perkara yang perlu dikenalpasti adalah seperti berikut:

- Tujuan menggunakan komputer.
- Bajet yang dimiliki.
- Memahami komponen-komponen asas komputer.
- Memahami keupayaan/prestasi sesebuah komputer.
- Memeriksa komputer yang dibeli.

Tujuan Penggunaan Komputer

Sebelum membeli komputer, kenal pasti tujuan menggunakan komputer tersebut. Komputer mempunyai pelbagai kegunaan. Setiap kegunaan memerlukan perisian tertentu. Kegunaan yang

paling biasa ialah untuk menaip teks seperti menaip surat, minit mesyuarat dan sebagainya. Aplikasi lain yang biasa digunakan adalah seperti lembaran elektronik yang digunakan untuk bekerja dengan nombor seperti membuat pengiraan, aplikasi persembahan dan lain-lain.

Aplikasi-aplikasi ini biasanya terdapat dalam satu pakej. Sekiranya hendak membeli komputer untuk melaksanakan tugas yang hanya menggunakan MS. Word, MS. Excel, MS. Powerpoint dan MS. Access, komputer yang terlalu canggih tidak diperlukan. Sebuah komputer yang sederhana keupayaannya sudah memadai untuk semua ini dan ianya tidak perlu mempunyai keupayaan multimedia. Komputer yang ada di pasaran sekarang seperti Celeron, AMD dan Pentium di peringkat kelajuan 450 MHz sudah terlalu laju untuk tujuan di atas. Bagi komputer yang digunakan untuk internet sahaja, komputer 486 atau Pentium keluaran terdahulu masih boleh digunakan. Modem dan talian telefon juga diperlukan untuk melayari internet.

Walau bagaimanapun, untuk selesa membuat kerja dengan keperluan semasa di mana internet dan e-mel menjadi kebiasaan, anda boleh memilih Pentium III. Jika mampu, belilah Pentium IV supaya anda boleh memanfaatkan kandungan Internet yang mengandungi elemen teks, grafik, audio dan video. Kad-kad yang canggih di atas tidak diperlukan melainkan jika ingin bermain games di dalam internet dengan pihak ketiga.

Peruntukan/Bajet Yang Dimiliki

Berapakah bajet yang perlu diperuntukkan? Pada masa sekarang, komputer boleh didapati dengan harga yang berpatutan, iaitu dari RM1,600 sehingga RM3,000. Dengan harga RM2,500, anda mungkin dapat memiliki sebuah komputer Pentium

IV 3.0GHz bersama dengan printer, scanner dan meja serta ditambah dengan beberapa perisian yang popular pada masa kini. Jika berkesempatan, anda boleh berkunjung dan membuat tinjauan di pusat-pusat jualan komputer di Kuala Lumpur seperti di Plaza Low Yat, Plaza Imbi, Sungai Wang ataupun Mid Valley untuk mendapatkan spesifikasi komputer dan perbandingan harga terbaik. Dapatkan brosur-brosur dari kedai-kedai komputer yang dikunjungi untuk melihat semua spesifikasi dan harga yang ditawarkan. Kita juga perlu sedar bahawa harga komputer akan sentiasa berubah mengikut masa dan perkembangan teknologi. Spesifikasi komputer yang sama pada masa kini mungkin akan menjadi lebih murah sebanyak 20 peratus pada 6 bulan akan datang. Anda boleh melayari internet untuk melihat senarai serta harga perkakasan atau komputer secara online. Antara laman web yang boleh anda lawati adalah seperti:

- <http://www.hargapc.com>
- <http://www.imaginative.com.my/hardware/prices.html>

Memahami Komponen-Komponen Asas Komputer

Jika anda lihat pada sebuah kereta, ia memerlukan komponen-komponen serta peralatan yang tertentu untuk berfungsi. Bayangkan jika kereta itu tiada tayar, brek, lampu ataupun enjin yang sesuai, bolehkah ia berfungsi sebagai sebuah kereta? Begitulah juga dengan komputer yang memerlukan komponen dan peralatan asas untuk ianya berfungsi sebagai sebuah komputer. Berbeza dengan barangan elektrik yang lain, komputer bukannya barangan pasang-siap. Ia merupakan satu gabungan komponen perkakasan menghasilkan satu sistem yang dikenali sebagai komputer. Antara komponen perkakasan yang terpenting adalah seperti berikut:

1. Cip Pemrosesan Pusat (Central Processing Unit/CPU)

Bahagian utama sebuah kereta adalah bahagian enjinnya. Bagi komputer peribadi, CPU adalah nadi utama sebuah komputer yang akan menghidupkan sistem komputer dan kelajuannya bergantung kepada jenis CPU yang digunakan di mana kelajuannya diukur dalam unit MHz (MegaHertz) dan kini sudah menjangkau ke GHz (GigaHertz). Pendekatan CPU ini merupakan kuasa kuda (cc) sesebuah komputer. Contoh CPU yang ada pada masa kini adalah seperti Pentium IV 1G, Pentium III 500 MHz, Pentium II 350 MHz dan sebagainya. Dua perkataan di hadapan bermakna model CPU tersebut dan nombor terakhir memberitahu kelajuan pemproses tersebut. Intel Corporation (INTEL), pengeluar cip terbesar dunia memperkenalkan cip pemproses Intel Core 2 Duo yang dikatakan lebih laju dan menjimatkan tenaga.

2. Memori – RAM (Random Access Memory)

Komputer memerlukan RAM untuk menyimpan secara sementara semua arahan yang diberikan oleh CPU untuk diproses. Biasanya keupayaan RAM ini ditunjukkan di dalam ukuran Megabyte (MB) dan lagi besar RAM yang ada di dalam komputer, lagi berkeupayaan ianya dapat melaksanakan arahan dengan lebih cepat. Komputer masa kini memerlukan sekurang-kurangnya 128 MB RAM untuk berfungsi dengan berkesan bergantung kepada jenis kerja yang dilakukan. Walau bagaimanapun, jumlah RAM ini dapat ditingkatkan untuk menghasilkan kekuatan komputer yang lebih. Komputer masa kini menggunakan RAM jenis SDRAM 100Mhz atau 133Mhz. Adalah dicadangkan pilihan saiz RAM yang lebih besar adalah lebih baik untuk kegunaan pada jangka masa lama (5 tahun akan datang) walaupun penggunaan komputer hanya untuk membuat tugas yang mudah seperti pemrosesan kata dan lembaran kerja. Bagi tujuan permainan komputer, ia

memerlukan lebih banyak RAM untuk menampung grafik dan bunyi.

3. Cakera Keras (Hard-disk)

Cakera keras diperlukan untuk menyimpan perisian dan data sesebuah komputer dan boleh disamakan dengan ruang simpanan sesebuah kereta. Lebih besar cakera keras ini, lebih banyak perisian (software) dan data yang dapat disimpan oleh sesebuah komputer. Komputer masa kini menggunakan sekurang-kurangnya 5.2GB (gigabyte) ruang cakera keras tetapi sebaiknya pengguna mendapatkan cakera keras yang berkapasiti besar di pasaran. Jika cakera keras tidak cukup besar, cakera keras luaran juga boleh digunakan.

4. Pemacu CD Rom (CD Rom Drive)

CD ROM ataupun Compact Disk Read Only Memory telah menjadi satu kemestian bagi setiap komputer. Dengan wujudnya perisian-perisian multimedia dan juga saiz perisian yang didapati di pasaran sekarang, CD merupakan salah satu platform untuk menampung saiz perisian yang besar. Kebanyakan perisian aplikasi sekarang seperti Windows, Microsoft Office dan perisian-perisian games hanya datang dalam bentuk CD. Oleh yang demikian, CD ROM drive perlu untuk tujuan installation atau pemasangan perisian-perisian tersebut ke komputer. CD ROM drive atau pemacu dijual dalam berbagai kelajuan dan pemacu yang paling laju adalah yang paling baik. Walaupun banyak jenama CD ROM drive menunjukkan kelajuan sehingga mencecah 50x, kelajuan sebenar pemacu tersebut adalah kurang dari nilai yang dinyatakan.

5. Pemacu Disket (Floppy Disk Drive)

Cakera lembut ataupun floppy disk adalah satu jenis alat pacuan yang membolehkan data

disimpan ke dalam disket. Satu disket hanya dapat menyimpan tidak lebih dari 1.44MB data dan sesuai untuk memindahkan data dari satu komputer ke komputer yang lain. Kini, komputer dilengkapi dengan USB port untuk membolehkan peralatan USB digunakan seperti pen/thumb drive yang dapat menyimpan saiz data yang lebih besar sehingga 1 GB.

6. Papan Kekunci (Keyboard)

Keyboard ataupun papan kekunci adalah satu lagi peralatan asas bagi sesebuah komputer. Ia biasanya dibekalkan semasa komputer dijual.

7. Tetikus (Mouse)

Tetikus adalah satu lagi keperluan asas komputer. Ianya digunakan khusus untuk menu dan memilih arahan dalam sesuatu perisian. Ia dibekalkan dengan setiap pembelian komputer.

Memahami Keupayaan/Prestasi Sesebuah Komputer

Anda juga boleh membuat pilihan sama ada untuk membeli komputer berjenama atau klon di pasaran. Kedua-duanya mempunyai kebaikan dan keburukan masing-masing.

Komputer klon adalah ibarat sebuah kereta kerana kebanyakan kilang kereta sebenarnya bukan membuat kereta, sebaliknya lebih kepada memasang komponen-komponen bagi menghasilkan sebuah kereta. Harga bagi komputer berjenama seperti NEC, Gateway, Acer, DELL, HP dan lain-lain adalah lebih tinggi dibandingkan dengan komputer klon tetapi dari segi keupayaannya tidak banyak berbeza. Walau bagaimanapun, alat ganti bagi komputer klon adalah lebih mudah didapati di pasaran. Kos servis pula biasanya adalah murah. Kerja-kerja pembaikan atau servis juga cepat tetapi tiada

jaminan diberikan.

Bagi komputer berjenama, mudah untuk dapatkan sokongan, perkhidmatan dan tunjuk ajar walaupun selepas warranty ataupun jaminan. Tetapi dari segi kos untuk mendapatkan sokongan dan perkhidmatan adalah agak tinggi dibandingkan dengan komputer klon. Walau bagaimanapun, kadang kala pemilih komputer berjenama menghadapi masalah membaiki komputer mereka kerana alat ganti hanya boleh didapati di pusat servis atau syarikat jenama komputer tersebut sahaja. Kadangkala alat ganti tidak didapati di pusat servis dalam negara. Ini menyebabkan tempoh untuk membaiki komputer adalah lama kerana komputer terpakai menunggu sehingga alat ganti sampai.

Pendekatan pada jenis-jenis pemproses ini adalah seperti berikut :

Celeron, AMD dan Pentium adalah antara nama pemproses utama komputer ataupun dipanggil CPU dan semuanya menggunakan perisian yang dipanggil WINDOWS sebagai sistem pengoperasiannya. Celeron adalah versi murah cip Pentium. Harganya memang lebih murah tetapi keupayaan di dalam menghasilkan grafik lebih tinggi. Dari segi kelajuannya adalah kurang sedikit dari Pentium dan AMD (bergantung kepada kelajuan pemproses) tetapi ia sesuai digunakan untuk perisian Microsoft Office dan lain-lain. AMD pula adalah cip pemproses yang bersaing dengan INTEL. Harganya lebih murah dari Pentium tetapi keupayaan pemproses adalah seimbang. Ianya mampu menyaingi komputer dari pemproses INTEL Pentium tetapi dengan harga lebih murah. Pentium ialah pendahulu pemproses di dalam pasaran komputer sekarang. Ianya terletak di tahap harga yang termahal tetapi mendahului dari segi teknologi. Kebanyakan komputer yang berada di pasaran adalah dari pemproses jenis ini.

Ada pendapat yang menyatakan, seseorang yang suka mengambil tahu tentang perkembangan perkakasan komputer, akan memperoleh sistem yang jauh lebih

berkualiti jika mendapatkan komputer klon kerana segala perkakasnya boleh ditentukan mengikut keperluan masing-masing. Ada antara pengguna memberikan alasan bahawa mereka lebih suka memilih komputer berjenama kerana ia lebih berkualiti, stabil dan mempunyai khidmat lepas jualan yang baik. Dari aspek menilai kualiti dan kestabilan sesebuah komputer, jika ia diukur mengikut jenis perkakasan yang digunakan, alasan tersebut masih boleh dipersoalkan. Syarikat yang menjual komputer berjenama tidak membina perkakasan sendiri. Oleh itu, mereka menggunakan perkakasan yang sama sepertimana yang boleh didapati oleh syarikat yang memasang komputer klon.

Memeriksa Komputer Yang Dibeli

Sepertimana enjin sesebuah kereta, tidak semua orang mengetahui bagaimana untuk mengenali perkakasan dalamannya melainkan orang-orang yang betul-betul pakar. Berikut merupakan panduan bagaimana untuk memeriksa komputer sebelum membawanya balik dan menggunakannya.

- Pastikan komputer dibeli itu mempunyai kelajuan sepertimana yang dinyatakan oleh penjual. Minta penjual tersebut menunjukkan kelajuan atau speed komputer tersebut semasa ia menghidupkan komputer.
- Pastikan RAM mencukupi sepertimana dibekalkan. Ini dapat ditunjukkan di dalam sistem maklumat komputer semasa ianya dipasang. Minta penjual menunjukkan keupayaan RAM komputer tersebut.
- Semua pembelian komputer akan dibekalkan dengan manual serta beberapa disket/CD yang mengandungi driver dan sistem konfigurasi (configuration system) yang diperlukan oleh komputer untuk

berfungsi. Pastikan penjual membekalkan perkara-perkara tersebut semasa pembelian. Pastikan semua kabel dan aksesori yang lain (seperti disebutkan dalam manual) dibekalkan bersama. Simpan benda-benda ini dengan selamat. Ianya amat perlu sekiranya sesuatu berlaku kepada komputer.

- Minta penjual membuka kekisi (casing) komputer dan menunjukkan semua penambahan kad jika ada dan pastikan juga semua komponen adalah yang asli. Komputer yang baik tidak menggunakan komponen tiruan.
- Pastikan borang jaminan (warranty) komputer tersebut diisi dan serahkan bahagian tersebut kepada syarikat komputer berjenama tersebut (sekiranya komputer berjenama).
- Pastikan pembelian disertakan dengan manual papan induk (motherboard). Manual ini sangat penting sekiranya berlaku kerosakan papan induk dan juga untuk menaik taraf komponen komputer.
- Akhir sekali, pastikan komputer yang dibeli berfungsi dengan baik. Sekiranya komputer yang dibeli dipasang oleh penjual di rumah, pastikan penjual atau juruteknik tersebut menunjukkan bahawa semua peralatan berfungsi. Dapatkan nombor telefon untuk berhubung sekiranya berlaku sesuatu.

Kesimpulan

Semua perkara yang anda lakukan pasti memerlukan perancangan terlebih dahulu. Semasa merancang, pengetahuan yang mendalam adalah perlu supaya apa yang dirancang berjalan dengan lancar dan sesuai dengan bajet atau peruntukkan yang diberikan.

PENGURUSAN KREDIT KOPERASI

Oleh: Sharina Abdullah
Pusat Perakaunan dan Kewangan

Kredit (pinjaman) merupakan salah satu medium bagi sesebuah perniagaan menjalankan urus niaga dengan lebih lancar, cekap dan mampu kekal dalam persaingan dunia perniagaan. Urus niaga kredit juga membolehkan sesebuah perniagaan itu berkembang dengan lebih baik berbanding jika urus niaga kredit tidak digunakan langsung. Pada zaman dulu perniagaan bermula dengan menggunakan 'Sistem Barter' di mana barangan ditukarkan dengan barangan lain yang dipersetujui oleh kedua-dua belah pihak. Kemudian dunia perniagaan semakin berkembang dan penggunaan mata wang yang merupakan barangan berharga digunakan sebagai perantara di dalam urus niaga. Penggunaan wang kertas sebagai medium transaksi menggalakkan perkembangan ekonomi. Pada abad ini, penggunaan kemudahan kredit atau hutang merupakan medium yang diterima ramai sebagai salah satu alat untuk mengurus niaga. Koperasi juga merupakan sebuah entiti yang tidak terkecuali menggunakan kredit di dalam urus niaga hariannya.

Pinjaman dalam Koperasi

Urus niaga kredit tidak hanya terhad kepada pembelian barang-barang perniagaan sahaja tetapi juga di antara koperasi dengan anggotanya. Koperasi Jimat Cermat Pinjam Meminjam (JCPM) mempunyai fungsi utama untuk memberi pinjaman kepada anggotanya. Dewasa ini, pemberian pinjaman atau kredit kepada anggotanya tidak hanya terhad di kalangan koperasi-koperasi JCPM sahaja bahkan koperasi-koperasi lain yang di dalam Undang-Undang Kecilnya termaktub bahawa aktiviti pinjaman merupakan salah satu daripada aktiviti-aktivitinya.

Dengan pertambahan anggota koperasi, bererti koperasi terlibat dengan lebih banyak urus niaga pemberian pinjaman kepada anggota koperasi. Melihat kepada perkembangan urus niaga kredit di dalam gerakan koperasi, sudah sampai masanya Anggota Lembaga Koperasi (ALK) memberi

perhatian yang serius terhadap pengurusan fungsi kredit yang lebih teratur, cekap dan berkesan di koperasi. Keadaan ini adalah perlu bagi memastikan senario di mana hutang tertunggak dan hutang yang tidak dapat dikutip kembali atau hutang lapuk koperasi dapat dielakkan atau sekurang-kurangnya berada di tahap yang munasabah yang tidak menjejaskan keuntungan koperasi.

Pengurusan kredit yang baik seharusnya meliputi proses sebelum, semasa dan selepas pinjaman diberi. Setiap dasar dan polisi haruslah dirangka dengan teliti agar setiap aspek dalam pemberian pinjaman diliputi. Setiap dasar haruslah bertulis dan perlulah ada ketetapan mengenai had pinjaman yang diberikan, tempoh masa pembayaran, jaminan terhadap pinjaman yang dikeluarkan dan sama ada pinjaman bertindih dibenarkan atau tidak. Dasar ini perlu ada di dalam aturan sesebuah koperasi yang menjalankan fungsi kredit.

Seksyen 51(1) Akta Koperasi 1993 menghadkan koperasi memberi pinjaman atau kemudahan kredit lain kepada anggotanya, pekerjaanya dan subsidiarinya serta koperasi lain tertakluk kepada peraturan-peraturan dan Undang-Undang Kecil sesebuah koperasi itu. Sungguhpun demikian, di dalam situasi koperasi memberi pinjaman kepada subsidiari atau koperasi lain, kelulusan Ketua Pendaftar perlu diperolehi terlebih dahulu. Ini adalah untuk memastikan bahawa koperasi benar-benar mempunyai keupayaan dari segi kewangan untuk memberi pinjaman. Langkah ini juga adalah untuk mengelakkan berlakunya penyelewengan atau salah guna wang koperasi yang akhirnya akan merugikan koperasi.

Walaupun Akta Koperasi 1993 dengan jelas menentukan pihak-pihak yang boleh diberi pinjaman, koperasi perlulah lebih teliti dan tegas dalam memberikan pinjaman kepada anggotanya. Dasar dan polisi pinjaman koperasi yang longgar boleh menyebabkan koperasi mengalami masalah kutipan hutang pada masa akan datang. Oleh itu langkah pertama yang perlu dipastikan bahawa pinjaman yang diberikan itu benar-benar layak mengikut ketetapan yang telah ditentukan oleh koperasi seperti kelayakan gaji yang mencukupi untuk memastikan kemampuan membayar balik, peminjam mempunyai rekod yang bersih, bilangan penjamin berpadanan dengan jumlah pinjaman yang diberikan, maklumat-maklumat kewangan seperti slip gaji telah diteliti dengan rapi untuk mengelakkan peminjam meminjam di institusi lain pada masa yang sama dan maklumat-maklumat lain yang relevan bagi keputusan koperasi membuat pinjaman.

Koperasi juga boleh menilai peminjam melalui kaedah 5C [modal (*capital*), perwatakan (*character*), kemampuan (*capability*), keadaan (*condition*) dan jaminan (*collateral*)]. Melalui

kaedah 5C, setiap aspek diberi perhatian yang teliti untuk menentukan kemampuan peminjam membayar balik pinjaman. Setelah dipastikan bahawa bakal peminjam memenuhi syarat-syarat yang ditetapkan barulah pinjaman diberikan.

Pengurusan kredit atau hutang tidak hanya terhenti apabila pinjaman telah diberikan. Di sinilah koperasi perlu memberi perhatian yang lebih kerana tugas menguruskan pinjaman baru sahaja bermula apabila pinjaman diluluskan. Sering kali dilihat, koperasi lebih menumpukan kepada aspek memberi pinjaman berbanding aspek kutipan kembali pinjaman. Kebiasaannya koperasi mempunyai aturan yang lengkap mengenai tatacara sebelum pinjaman diberi tetapi aspek kutipan adalah sebaliknya. Akibatnya banyak koperasi yang mengalami masalah hutang tertunggak atau lebih serius hutang lapuk. Sebagaimana koperasi memiliki aturan yang lengkap semasa memberi pinjaman koperasi begitulah juga halnya dengan tatacara pengurusan kutipan hutang koperasi.

Satu garis panduan yang lengkap mengenai kutipan balik pinjaman perlulah disediakan oleh



setiap koperasi yang memberi pinjaman. Tugas mengutip kembali pinjaman harus dilakukan dengan konsisten pada setiap bulan. Koperasi boleh membuat jadual pengumuman/pengusiaan penghutang bagi menentukan pinjaman-pinjaman tidak berbayar atau tertunggak. Pinjaman yang tertunggak ini harus ditangani seawal mungkin untuk mengelakkannya menjadi hutang lapuk. Susulan lanjut perlu dibuat untuk mengingatkan peminjam membayar hutang yang tertunggak. Koperasi juga perlu menggariskan tindakan-tindakan yang lebih tegas apabila tempoh hutang tertunggak menjadi semakin bertambah.

Antaranya ialah peringatan melalui surat kepada peminjam dan penjamin, telefon atau lawatan ke premis peminjam. Terdapat pihak yang menyelitkan petikan ayat-ayat Al-Quran dan hadis-hadis berkaitan hutang di dalam surat-surat peringatan yang dikeluarkan. Selain itu, ada juga yang membuat lawatan ke rumah peminjam di luar waktu pejabat kerana semasa waktu pejabat peminjam tidak berada di premisnya. Apa pun caranya tetapi tujuannya adalah sama iaitu untuk memberi peringatan kepada peminjam agar menjelaskan pinjaman.

Terdapat juga khidmat agensi pemungut hutang (*debt collecting agency*) yang menyediakan khidmat memungut hutang kepada pelanggan. Kebiasaannya caj yang dikenakan oleh agensi pemungut hutang ini adalah sekitar 20-30% daripada jumlah amaun yang berjaya dikutip. Mana-mana amaun yang tidak dapat dikutip tidak akan dicajkan. Walaupun pada dasarnya caj yang dikenakan agak tinggi tetapi adalah lebih baik koperasi berbelanja lebih sedikit agar pinjaman yang tidak bergerak tadi dapat dicairkan.

Tindakan mengutip hutang yang tertunggak secepat mungkin adalah penting bagi

mengelakkan semakin sukar untuk dikutip. Hasil daripada kajian yang dijalankan oleh *Comercial Collection Agency of Commercial Law League of America*, kebarangkalian untuk mengutip balik hutang yang tertunggak selama 24 bulan hanyalah 14% sahaja. Bayangkan peluang yang ada untuk mengutip kembali hutang yang telah tertunggak lebih daripada dua tahun apatah lagi jika tertunggak selama 10 tahun. Sudah pasti kemungkinan untuk mendapatkan kembali baki pinjaman adalah amat rendah. Ini bermakna tindakan untuk mengutip hutang yang tertunggak haruslah bermula serta merta apabila koperasi mengenal pasti bahawa terdapat pinjaman yang tidak berbayar pada bulan tersebut. Lebih lama masa yang diperuntukkan untuk mengambil tindakan maka lebih tipislah peluang untuk mendapatkan kembali baki pinjaman tersebut.

Tindakan boleh diambil berdasarkan kepada garis panduan sedia ada di dalam koperasi. Di sini komitmen, kerjasama dan peranan kakitangan yang terlibat dan ALK koperasi adalah penting dalam mengelakkan hutang tertunggak sehingga berbulan-bulan lamanya bahkan ada yang menjangkau sehingga bertahun-tahun. Perlu diingat bahawa tuntutan terhadap pinjaman yang tertunggak perlu dibuat dalam masa tidak melebihi tempoh 6 tahun.

ALK juga haruslah melatih kakitangan koperasi untuk melakukan tindakan susulan kepada pinjaman tertunggak. Kesedaran dan latihan kakitangan koperasi adalah elemen penting bagi memantau pinjaman yang dikeluarkan. Terutamanya bagi koperasi JCPM, perlu ada kakitangan yang dikhaskan untuk menjalankan tugas ini. Kakitangan juga perlu dilatih untuk menangani tatacara kutipan hutang dengan cara yang sebaiknya. Peranan mengutip hutang tidak boleh dianggap sebagai '*second class job*'. Di mana

tugas membuat susulan bagi mengutip hutang dikemudiankan selepas tugas-tugas pentadbiran yang lain. Sikap ini harus dikikis daripada diri setiap kakitangan koperasi. Sungguh pun demikian, peranan ALK dalam memberikan bimbingan, latihan dan arahan adalah penting untuk memastikan kejayaan mengutip pinjaman tidak berbayar.

Kesimpulan

Pinjaman atau hutang yang tertunggak akan menyebabkan dana koperasi terikat tanpa boleh digunakan untuk menjana pendapatan yang sepatutnya kepada koperasi. Ini akan menyebabkan kerugian kepada koperasi secara keseluruhannya dan juga kepada anggota-anggota

koperasi sendiri. Sungguhpun demikian perkara ini dapat dielakkan sekiranya koperasi mengambil langkah yang lebih berhati-hati sebelum dan selepas pinjaman dibuat untuk mengelakkan daripada berlakunya hutang yang tertunggak. Bukan bermakna koperasi tidak digalakkan memberi pinjaman kepada anggotanya. Tetapi perlu ada keseimbangan di antara kebajikan anggota dengan keuntungan yang diperoleh oleh koperasi. Ini kerana koperasi adalah satu pertubuhan yang mementingkan kebajikan anggotanya. Peranan pelbagai pihak termasuk ALK, pengurus koperasi dan kakitangan kewangan adalah faktor penting untuk menentukan pengurusan kutipan koperasi berjalan dengan lancar dan seterusnya mengurangkan risiko pinjaman yang tidak berbayar.



SISTEM PENARAFAN DALAMAN KOPERASI (FLAME-T)

Ringkasan dari buku Sistem Penarafan Dalam Koperasi FLAME-T
oleh: Ahmad Faizal Shaarani dan Dino Faizal Abdullah Pusat Pentadbiran, Perundangan dan Kepimpinan

Sistem Penarafan Dalam Koperasi FLAME-T ini dihasilkan oleh pihak Jabatan Pembangunan Koperasi (JPK) seiring dengan strategi keempat di dalam Dasar Koperasi Negara (DKN) iaitu untuk memperkukuh dan memperkemaskan tadbir urus, pengurusan, kewangan dan kawal selia koperasi.

Sistem ini bertindak sebagai garis panduan kepada koperasi untuk menilai sendiri prestasi keseluruhan operasi dan kedudukan kewangan masing-masing sesuai dengan sistem penarafan yang digunakan oleh JPK dalam membuat penilaian terhadap koperasi-koperasi. Sistem penarafan dalaman ini membolehkan koperasi meningkatkan tadbir urus serta kecekapan pengurusannya bagi mencapai kecemerlangan organisasi.

Sistem ini adalah diasaskan daripada sistem CAMEL (Capital, Asset, Management, Earnings and Liquidity) dan PEARLS (Protection, Effective Financial Structure, Asset Quality, Rates of Return and Costs, Liquidity & Signs of Growth) bagi menilai struktur dan kedudukan kewangan serta operasi koperasi.

Sistem Penarafan Dalam Koperasi FLAME-T ini mempunyai tiga objektif utama, iaitu:

1. Sebagai Alat Pengurusan Koperasi

Sistem ini membantu pengurusan koperasi dalam membuat penilaian ke atas pencapaiannya serta mengenal pasti kelemahan-kelemahan yang timbul dalam pengurusan, kewangan dan operasi koperasi serta membuat pembaikan yang sewajarnya.

2. Sistem Penilaian yang Seragam

Memastikan koperasi menggunakan sistem penilaian dalaman yang seragam bagi mengelakkan penggunaan kriteria penilaian yang berbeza di kalangan koperasi.

3. Menentukan Kedudukan Koperasi (Ranking)

Pencapaian penilaian FLAME-T dapat dijadikan sebagai penunjuk bagi menentukan kedudukan sesebuah koperasi berbanding dengan koperasi lain yang sama saiz dan aktiviti. Ini membolehkan Anggota Lembaga membuat kajian semula ke atas pelan perniagaan dan pengurusannya untuk meningkatkan lagi kedudukan koperasi.

Skop Penilaian

Enam komponen yang dinilai dalam sistem penarafan ini adalah seperti berikut:

Komponen	Keterangan
Struktur kewangan (Financial Structure)	Struktur kewangan yang efektif
Likuiditi (Liquidity)	Kedudukan likuiditi
Aset (Asset)	Kualiti Aset
Pengurusan (Management)	Kompetensi dan komitmen Anggota Lembaga dan pengurusan
Perolehan (Earnings)	Keberuntungan dan pendapatan
Teknologi Maklumat (Information Technology)	Keberkesanan sistem maklumat

Singkatan yang diberi bagi penilaian komponen-komponen di atas ialah **FLAME-T**.

Parameter Penarafan

Dalam membuat penarafan ke atas setiap komponen FLAME –T, faktor-faktor kuantitatif dan kualitatif digunakan bagi menentukan penarafan yang sewajarnya. Faktor- faktor kuantitatif dan kualitatif bagi setiap komponen adalah seperti berikut:

Komponen	Kuantitatif	Kualitatif
Struktur Kewangan (F) -Struktur kewangan yang efektif	a. Pelaburan dalam saham tersiar harga b. Pelaburan dalam harta tak alih c. Pengambilan deposit atau meminjam wang d. Nisbah pelaburan dalam saham tak siar harga e. Nisbah keumpilan (gearing ratio)	a. Sokongan daripada anggota terhadap aktiviti koperasi b. Pelan untuk meningkatkan modal c. Prestasi keseluruhan kewangan koperasi d. Arah aliran dan jumlah aset yang bermasalah e. Kecukupan peruntukan pinjaman lapuk dan ragu
Likuiditi (L) -Kedudukan likuiditi	a. Nisbah mudah tunai b. Nisbah aset semasa c. Unjuran aliran tunai untuk 6 atau 12 bulan	a. Pengurusan aset dan liabiliti yang cekap b. Keupayaan untuk menyediakan kemudahan pinjaman kepada anggota dan membayar balik wang anggota yang berhenti. c. Mempunyai aset semasa yang berkualiti d. Arah aliran perolehan yang meningkat untuk tiga tahun kewangan.

		<ul style="list-style-type: none"> e. Mengamalkan perbelanjaan yang berhemat. f. Liabiliti kontigen seperti tindakan undang-undang ke atas koperasi.
Aset (A) - Kualiti aset	<ul style="list-style-type: none"> a. Nisbah Pinjaman Tak Berbayar (Pinjaman Anggota) b. Nisbah Pinjaman Tak Berbayar Bersih (Pinjaman Anggota) c. Nisbah Aset Tak Berhasil 	<ul style="list-style-type: none"> a. Pinjaman tak berbayar dan membuat peruntukan hutang lapuk dan ragu b. Arah aliran pinjaman anggota yang berpotensi menjadi pinjaman tak berbayar c. Pertumbuhan portfolio pinjaman anggota berbanding keupayaan dana koperasi d. Kualiti subsidiari dan syarikat bersekutu berdasarkan nilai aset ketara e. Kualiti pelaburan dalam saham tersiar harga berdasarkan nilai harga pasaran terkini. f. Peruntukan pinjaman lapuk dan ragu serta rosot nilai atas pelaburan g. Mempunyai polisi dan prosedur pinjaman dan pelaburan yang jelas dan lengkap
Pengurusan (M) - Kompetensi dan tadbir urus Anggota Lembaga dan Pengurusan		<ul style="list-style-type: none"> a. Prestasi keseluruhan koperasi, pencapaian F, L, A, E, T dan tahap risiko yang dihadapi. b. Kepatuhan terhadap perundangan dan polisi dalaman koperasi. c. Penyeliaan koperasi ke atas subsidiari, cawangan, bahagian dan unit. d. Maklum balas dan tindakan susulan atas cadangan Juruaudit Luar dan Ketua Pendaftar.

		<ul style="list-style-type: none"> e. Kewajaran bayaran elaun dan honorarium Anggota Lembaga serta gaji dan bonus kakitangan f. Komitmen, produktiviti, kepimpinan dan hala tuju koperasi daripada Anggota Lembaga. g. Keberkesanan fungsi JAD h. Keberkesanan fungsi sistem teknologi maklumat i. Perancangan strategik dan pelaksanaannya j. Kecukupan polisi, prosedur dan garis panduan dalaman k. Kecukupan rekod, sistem dan kawalan dalaman
<p>Perolehan (E) -Prestasi pendapatan, perbelanjaan dan keberuntungan</p>	<ul style="list-style-type: none"> a. Pulangan Atas Aset b. Pulangan Atas Ekuti 	<ul style="list-style-type: none"> a. Unjuran perolehan bagi enam bulan <ul style="list-style-type: none"> • Peruntukan pinjaman tak berbayar • Peningkatan kadar faedah pinjaman luar • Kenaikan atau penurunan margin keuntungan b. Arah aliran dalam pendapatan dan perbelanjaan bagi tiga tahun kewangan c. Kualiti perolehan (sumber dan kualiti perolehan yang stabil) d. Polisi peruntukan pinjaman tak berbayar dan faedah tergantung koperasi yang lebih ketat

Teknologi Maklumat (T)

Komponen ini digunakan untuk menilai fungsi teknologi maklumat (IT) berdasarkan kepada kualiti pengurusan IT termasuk pemantauan, sokongan serta kepatuhan terhadap peraturan, pengawalan dan PKP Bil.6/2005.

Penarafan Komposit

Bagi menentukan kedudukan keseluruhan operasi dan kewangan koperasi, penilaian perlu dibuat berdasarkan penarafan komponen-komponen FLAME-T. Penarafan komposit diperolehi dengan menganalisa setiap komponen-komponen FLAME-T dengan mengambil kira faktor kuantitatif dan kualitatif. Setiap komponen diberi penarafan satu (1) hingga lima (5) seperti berikut:

Sangat Memuaskan (1)	Koperasi yang baik dalam semua aspek, kelemahan kecil yang mudah diperbaiki. Koperasi yang teguh dan boleh menghadapi perubahan persekitaran.
Memuaskan (2)	Koperasi yang mempunyai asas yang baik, terdapat kelemahan yang tidak serius tetapi kelemahan itu boleh jadi serius jika tidak dibendung.
Sederhana (3)	Koperasi yang mempunyai kelemahan yang sederhana dalam kewangan, operasi dan kepatuhan perundangan. Memerlukan pengawasan rapi oleh Anggota Lembaga dan pengurusan.
Tidak Memuaskan (4)	Koperasi yang mempunyai kelemahan yang ketara dalam pengurusan, kewangan, operasi dan lain-lain. Memerlukan pengawasan yang lebih rapi dan tindakan pembetulan hendaklah dilaksanakan segera.
Sangat Tidak Memuaskan (5)	Koperasi yang menghadapi masalah kewangan yang meruncing dan penarafan yang sangat tidak memuaskan. Perkara ini memerlukan tindakan pemulihan drastik dan berkesan.

Wajaran bagi setiap komponen dan contoh pengiraan bagi mendapatkan penarafan komposit:

Komponen	Wajaran (%)
F	20
L	15
A	15
M	30
E	15
T	5

Struktur Kewangan (F) : Sederhana (3)
 Likuiditi (L) : Memuaskan (2)
 Aset (A) : Sederhana (3)
 Pengurusan (M) : Tidak Memuaskan (4)
 Perolehan (E) : Sederhana (3)
 Teknologi Maklumat (T) : Tidak Memuaskan (4)

Rumusan : penarafan komposit adalah **Sederhana (3)**

	Wajaran (%)	Memuaskan	Sangat Memuaskan	Sederhana	Tidak Memuaskan	Sangat Tidak Memuaskan	Jumlah
F	20			3			0.6
L	15		2				0.3
A	15			3			0.45
M	30				4		1.2
E	15			3			0.45
T	5				4		0.2
Komposit							3.2*

*nilai komposit dibundarkan kepada angka terdekat

Penutup

Semua koperasi digalakkan untuk menggunakan sistem penarafan FLAME-T supaya Anggota Lembaga dan pengurusan koperasi dapat memantau prestasi koperasi dari masa ke semasa dengan sistematik

dan berkesan. Sistem ini diharapkan dapat membantu koperasi menentukan kedudukannya dan mengambil langkah yang perlu bagi meningkatkan pencapaiannya. Walau bagaimanapun, penarafan oleh JPK melalui audit usaha wajar adalah merupakan penarafan yang muktamad.

KAJIAN JAWATANKUASA AUDIT DALAM GERAKAN KOPERASI DI MALAYSIA

Oleh: Sharina Abdullah
Pusat Perakaunan dan Kewangan

Audit, sama ada audit luar atau audit dalaman merupakan komponen penting yang menyumbang kepada tadbir urus yang baik. Audit Luar merupakan satu komponen yang wujud di dalam kebanyakan entiti perniagaan. Tujuan utama kewujudannya adalah untuk memberi jaminan terhadap kebolehpercayaan maklumat-maklumat kewangan yang terkandung di dalam penyata kewangan yang dipersembahkan. Walaupun pada awalnya tidak semua perniagaan diwajibkan mempunyai audit dalaman, tetapi dengan perkembangan dunia perniagaan yang semakin berkembang dan kompleks telah menyebabkan peranannya semakin penting. Ini kerana pengauditan dalaman dikenali sebagai elemen penting dalam memberi nilai tambah kepada tadbir urus yang baik, akauntabiliti dan ketelusan dalam sesebuah perniagaan.

Pada Ogos 1993, semua syarikat yang disenaraikan di Bursa Saham Kuala Lumpur yang kini dikenali sebagai Bursa Malaysia telah diwajibkan supaya menubuhkan satu jawatankuasa yang dikenali sebagai Jawatankuasa Audit di mana anggotanya terdiri daripada tiga (3) orang Ahli Lembaga Pengarah. Di dalam gerakan koperasi, konsep audit dalaman wujud dengan terpakainya Akta Koperasi 1993 pada 22 Januari 1994.

Jawatankuasa Audit Dalaman Di Dalam Gerakan Koperasi

Di bawah Akta Koperasi 1993, setiap koperasi diwajibkan untuk melantik JAD di dalam Mesyuarat Agung Tahunannya. Jawatankuasa yang dilantik hendaklah tidak kurang daripada tiga (3) dan tidak lebih daripada enam (6) anggota yang terdiri di kalangan anggota-anggota koperasi. Sehingga 31

Disember 2005 terdapat 4,771 buah koperasi yang didaftarkan. Jika setiap koperasi (tidak termasuk koperasi sekolah) melantik sekurang-kurangnya 3 orang anggota sebagai JAD, gerakan koperasi di Malaysia akan mempunyai sekurang-kurangnya 8,853 orang anggota JAD. Ini merupakan satu bilangan yang agak besar.

Antara tugas-tugas JAD yang digariskan oleh Sekseyen 79 Akta Koperasi 1993 adalah :

- Memeriksa segala rekod perakaunan dan rekod untuk menentukan sama ada hal ehwal koperasi dijalankan mengikut matlamat-matlamatnya, peruntukan Undang-Undang Kecil koperasi dan ketetapan yang dibuat di mesyuarat agungnya. Secara khususnya, JAD hendaklah :

- Memastikan kuasa dan keesahan segala perbelanjaan.
 - Memeriksa akaun-akaun koperasi atau melantik orang yang kompeten tidak kurang daripada sekali dalam tiap-tiap tempoh tiga bulan.
 - Memberitahu Lembaga apa-apa ketakselarasan yang berlaku dalam pengurusan koperasi.
- Mengemukakan dalam Mesyuarat Agung Tahunan, laporan tentang pengurusan dan hal ehwal koperasi termasuk apa-apa pelanggaran Undang-Undang Kecil koperasi.
 - Peraturan 32 (2) menghendaki JAD untuk bersidang dan membuat syornya tidak kurang daripada dua kali tiap-tiap tahun dan laporan-laporan itu hendaklah dikemukakan kepada Ketua Pendaftar.

Sungguhpun gerakan koperasi sudah lama bertapak di Malaysia dan Akta Koperasi 1993 telah mewajibkan penubuhan JAD, namun inilah kali pertama kajian mengenai JAD dalam gerakan koperasi di Malaysia dijalankan. Tujuan utama kajian ini adalah untuk mengenal pasti amalan pengauditan semasa JAD dan latihan yang diikuti oleh jawatankuasa ini.

Penemuan Kajian

Kajian ini telah dijalankan dengan menggunakan borang soal selidik yang diisi oleh responden sendiri. Instrumen kajian mengandungi lima (5) bahagian yang mengumpulkan maklumat

mengenai pengetahuan responden mengenai fungsi sebagai JAD, persepsi responden terhadap kepentingan tugas sebagai JAD, amalan pengauditan JAD, latar belakang demografi, pengalaman dan latihan yang diikuti oleh responden. Seramai 473 responden telah memberikan maklum balas mereka.

Demografi

Statistik penemuan menunjukkan 82.2% daripada JAD adalah lelaki. Umur responden pula berada di dalam lingkungan 19-78 tahun. Di mana, responden yang berumur antara 50-59 tahun merupakan kumpulan yang paling ramai iaitu sebanyak 36.8%. Hanya 10.1% daripada responden berada di dalam lingkungan umur 39 tahun ke bawah. Ini menunjukkan majoriti di kalangan responden terdiri daripada mereka yang berada di dalam lingkungan umur yang masih bekerja. Daripada segi pendidikan, 41.4% daripada responden hanya memiliki kelayakan Sijil Pelajaran Malaysia (SPM) dan 28.3% memiliki Sijil Pelajaran Malaysia (SRP) dan kebawah. Didapati hanya 12.9% responden memiliki Ijazah Sarjana atau kelayakan profesional. Keadaan ini mungkin memberi kesan terhadap kebolehan responden menjalankan kerja-kerja JAD dengan lebih komprehensif.

Latihan

Pada tahun 2002, Ketua Pendaftar telah mengeluarkan Pekeliling Ketua Pendaftar Bilangan 1 Tahun 2002 yang mewajibkan semua JAD untuk menghadiri kursus wajib. Kursus wajib selama dua (2) hari ini telah direka untuk memberi pendedahan asas kepada JAD berhubung tatacara pengauditan dan perakaunan koperasi apabila

mereka dilantik sebagai JAD. Berdasarkan Jadual 1, penemuan yang diperolehi menunjukkan seramai 64.5% daripada responden telah menghadiri kursus wajib ini. Walau bagaimanapun masih terdapat satu per tiga responden yang masih belum lagi mengikuti kursus wajib walaupun setelah tiga (3) tahun pekeliling ini dikeluarkan.

Jadual 1 : Latihan yang diikuti oleh JAD

Jenis Kursus Kehadiran	Kursus Wajib		Latihan Lain	
	N	%	N	%
Ya	305	64.5	336	71
Tidak	168	35.5	137	29
Jumlah	473		473	

Selain daripada kursus wajib 71% daripada reponden telah menghadiri program latihan selain daripada kursus wajib. Antara bidang-bidang latihan yang dihadiri adalah perakaunan, pengauditan, pengurusan kewangan, pentadbiran koperasi, perundangan koperasi, pengurusan perniagaan dan lain-lain.

Perbandingan antara Kursus Wajib dan Pengetahuan

Kajian ini juga melihat sama ada kursus wajib memberi kesan terhadap pengetahuan responden terhadap tugas dan tanggungjawab mereka yang digariskan di bawah Akta Koperasi 1993. Merujuk kepada Jadual 2, didapati lebih ramai responden yang menghadiri kursus wajib mendapat skor pengetahuan yang lebih tinggi berbanding mereka yang tidak menghadiri kursus wajib. Seramai 62% responden yang menghadiri kursus wajib mendapat skor 85-100 berbanding seramai 37.5% mereka yang tidak menghadiri kursus wajib. Hanya 12.8% responden yang telah menghadiri kursus

wajib memiliki skor pengetahuan yang rendah iaitu 0-64 berbanding 33.3% bagi mereka yang tidak hadir kursus wajib.

Jadual 2 : Perbandingan antara Kursus Wajib dan Pengetahuan

Skor Pengetahuan	Latihan Hadir Kursus Wajib		Tidak Hadir Kursus Wajib	
	N	%	N	%
0-64	39	12.8	56	33.3
65-84	77	25.2	49	29.2
85-100	189	62.0	63	37.5
JUMLAH	305	100	168	100

Ujian statistik lanjut telah dijalankan untuk melihat sama ada kursus wajib memberikan kesan kepada pengetahuan atau sebaliknya. Daripada analisis, didapati nilai-p yang diperolehi ialah 0.000 pada tahap signifikan 0.01. Senario ini membuktikan bahawa kursus wajib mempunyai kesan terhadap tahap pengetahuan responden terhadap tugas mereka sebagai JAD.

Laporan Jawatankuasa Audit Dalaman

Akta Koperasi 1993, menggariskan bahawa JAD perlu mengemukakan laporan berkenaan penemuan audit kepada Anggota Lembaga Koperasi (ALK) sebanyak empat (4) kali, kepada Ketua Pendaftar sebanyak dua (2) kali dan kepada anggota koperasi di dalam Mesyuarat Agung Tahunan sebanyak satu (1) kali. Kajian telah dibuat terhadap perbandingan antara kursus wajib dan laporan JAD. Daripada Jadual 3, didapati kadar peratusan responden yang telah menghadiri kursus wajib dan menghantar laporan berdasarkan kehendak akta adalah lebih tinggi daripada mereka yang tidak hadir kursus wajib. Ini dibuktikan dengan seramai 95% daripada

responden telah menghantar laporan kepada ALK sebanyak 4 kali atau lebih, 91.9% telah menghantar laporan kepada Ketua Pendaftar. Jadual 3 juga menunjukkan bahawa terdapat hubungan yang signifikan antara menghadiri kursus wajib dan

kepatuhan mengemukakan laporan kepada ALK dan kepada Ketua Pendaftar. Walau bagaimanapun, tiada hubungan signifikan antara kursus wajib dan kepatuhan mengemukakan laporan di Mesyuarat Agung.

Jadual 3 : Perbandingan antara Kursus Wajib dan Laporan JAD

Kekerapan Laporan Kepada		Faktor		Kursus Wajib		χ^2	Nilai - P
		Hadir	Tidak Hadir	Hadir	Tidak Hadir		
ALK	• 4 (patuh)	95.0	5.0	13.363	0.001**		
	< 4 (ketidak patuhan)	71.6	28.4				
Ketua Pendaftar	• 2 (patuh)	91.9	8.9	4.970	0.026*		
	< 2 (ketidak patuhan)	75.6	24.4				
Mesyuarat Agung	1 (patuh)	80.2	19.8	0.068	0.795		
	0 (ketidak patuhan)	78.6	19.8				

Kesimpulan

Sungguhpun ramai di kalangan responden telah menghadiri kursus wajib, masih terdapat seramai 35.5% responden yang masih belum menghadiri kursus wajib. Ini perlu diberi perhatian agar JAD mampu menjalankan tugas dan fungsinya dengan baik. Selain kursus wajib, JAD juga seharusnya mengikuti kursus-kursus lain yang dapat

meningkatkan mutu kerja-kerja audit. Didapati juga mereka yang telah mengikuti kursus wajib juga mendapat skor markah yang lebih tinggi tentang pengetahuan dalam tugas sebagai JAD. Ini bermakna kursus wajib membantu responden mengetahui tugas mereka yang digariskan di dalam Akta Koperasi 1993. Penemuan-penemuan ini membuktikan bahawa latihan merupakan salah satu medium untuk memperkasakan JAD.

LESSON FROM ABROAD

AMUL: A SUCCESS STORY

Edited by: Sushila Devi
Center for Research and Consultancy

GAMUL (website: www.amul.com), registered on 14 December 1946, is a dairy cooperative movement in India. The name AMUL, sourced from the Sanskrit word Amoolya, means priceless. AMUL is marketed and managed by an apex cooperative organisation, Gujarat Co-operative Milk Marketing Federation Ltd. (GCMMF), and jointly owned by some 2.5 million milk producers in Gujarat, India.

GCMMF is India's largest food products marketing organisation and is a sterling example of a co-operative organisation's success in the long term. It is a state level apex body of milk cooperatives with its headquarters in the town of Anand in Gujarat. AMUL has enabled India to become one of the largest milk producers in the world. The primary goal of AMUL has been to build a strong Indian society economically through an innovative cooperative network, to provide quality service and products to end-consumers and good returns to the farmer members.

AMUL originated as a result of the determination of farmers in the Kheda District (Gujarat) to liberate themselves from the clutches of private traders and middlemen who controlled the milk marketing system and exploited them with low prices. The farmers realised that this exploitation could be checked only if they pooled their resources and marketed their milk themselves. This

realisation thus led to the establishment of the Kheda District Cooperative Milk Producers' Union limited (popularly known as AMUL).

Since the mid-1990's, AMUL has entered areas not related directly to its core business. Its product range includes milk powder, liquid milk, flavoured milk, sweetened condensed milk, infant milk, butter, ghee, cheese, chocolate, ice cream, yoghurt, cream, Indian sweets, pizza and health food drinks. The introduction of ice cream was successful due to the large market share it was able to capture within a short period of time – primarily due to its reasonable price and the strong brand name. It also entered the pizza business, where the recipes were made available to restaurant owners who could price it as low as 30 rupees per pizza when others were charging 100 rupees or more. It is currently the largest food brand in India with an annual turnover of US\$868 million in 2005-2006. Besides the Indian market, AMUL has penetrated into overseas markets such as Mauritius, United Arab Emirates, USA, Bangladesh, Australia, China, Singapore, Hong Kong and some South African countries. Other potential markets being considered are Japan and Sri Lanka.

Information technology has played a significant role in developing the AMUL brand. In 1996, AMUL was one of the first major organisations in India to have a website. This site has been used both to develop an intranet of AMUL distributors as well as a cyber-store for consumers and was one

of the first examples of e-commerce activity in India. In addition, the installation of 4000 Automatic Milk Collection System Units (AMCUS) at village societies to capture member information, milk fat content, the volume collected and amount payable to each member has helped ensure that fairness and transparency exist throughout the AMUL organisation.

One of the members of GCMMF, the Banas Dairy, has also started a unique initiative called the Internet Sewa Project in their district. This is a village-level effort at bridging the Digital Divide by providing information kiosks at the village cooperative level. Each village has one information kiosk, which is the single point of contact for internet and other e-governance activities for the cooperative. Official forms, rural jobs, veterinary, agriculture and matrimonial details, educational applications and local market prices with buy and sell options are provided at the information kiosk so that people do not have to travel all the way to the district headquarters for these information.

Indeed, the AMUL pattern has established itself as a uniquely appropriate model for rural development and the following features make AMUL a model for emulation elsewhere. Specifically, AMUL has been able to:

- Produce an appropriate blend of the policy makers comprising of farmers and professionals with each group appreciating its role and limitations;
- Bring at the command of the rural milk producers the best of the technology and harness its benefits for the betterment of members;
- Provide a support system to the milk producers without disturbing their agro-economic systems;

- Plough back the profits, by prudent use of men, material and machines, in the rural sector for the common good and betterment of the member producers; and
- Despite growth in the scale of operations, it has remained with the smallest producer members.

AMUL : Some Vital Statistics (2005-2006)

Members : 2 district cooperative milk producers' Unions

Number of Producer Members : 2.5 million

Number of Village Societies : 11,962

Total Milk Handling Capacity : 9.91 million litres per day

Total Milk Collection : 2.28 billion litres

Daily Average Milk Collection : 6.3 million litres

Milk Drying Capacity : 511 metric tons per day

Cattle feed Manufacturing Capacity : 2340 metric tons per day

Sales Turnover : US \$868 million

References

1. <http://www.amul.com>
2. Amul - Wikipedia, the free encyclopedia.

ULASANBUKU

*Ulasan oleh: Shamsiah Abu
Unit Perkhidmatan Perpustakaan*

Tajuk : **Rahsia Bisnes Orang Cina**
Penulis : **Ann Wan Seng (2006)**
Penerbit : **PTS Professional, Kuala Lumpur**

Orang Cina tidak mempunyai formula khusus yang digunakan dalam perniagaan. Mereka berniaga berpandukan pengalaman yang diperoleh dalam kehidupan seharian. Bagi orang Cina, sesuatu perniagaan yang dijalankan perlu praktikal dan tidak perlu melecehkan. Orang yang berniaga tidak boleh cerewet dan perlu berusaha mempermudah sesuatu perkara. Untuk menjadi peniaga yang baik dan berjaya terdapat tip niaga orang Cina. Tip tersebut senang tetapi tidak mudah untuk dilaksanakan. Tanpa sebarang tindakan, tip tersebut tidak akan berguna.

1. Peniaga perlu menunjukkan kejujuran dan keikhlasan semasa melaksanakan urusan niaga.
2. Peniaga perlu mewujudkan kepercayaan dan ikatan mesra dengan pelanggan tidak kira pelanggan yang besar atau kecil dan yang tetap atau pelanggan baru.
3. Peniaga perlu melayan para pelanggannya dengan saksama kerana setiap daripada mereka adalah penting.
4. Peniaga tidak boleh menurut perasaan dan kehendak sendiri.
5. Peniaga perlu akur dengan permintaan dan keperluan pelanggan.
6. Peniaga perlu sentiasa memamiskan muka dan kaya dengan senyuman.
7. Peniaga tidak boleh marah dan menengking pelanggan.
8. Peniaga bukan tauke kerana bos yang sebenar adalah pelanggan.
9. Peniaga tidak boleh sombong, angkuh dan bongkak.
10. Peniaga perlu ringan tulang dan mudah menghulurkan bantuan.
11. Peniaga perlu bersedia memberikan perkhidmatan tambahan dan dalam konteks perniagaan runcit, menghantar barangan ke rumah pelanggan.
12. Peniaga tidak boleh ragu-ragu menjawab segala pertanyaan orang ramai.

13. Peniaga perlu menunjukkan beliau seorang yang serba tahu terutamanya dalam bidang berkaitan dengan perniagaannya.
14. Peniaga perlu mengambil berat hal ehwal masyarakat dan isu semasa.
15. Peniaga perlu mempunyai kepekaan yang tinggi dan rasa simpati yang mendalam pada pelanggannya.
16. Peniaga perlu menjadikan para pelanggan sebagai sahabat, bukannya pembeli yang datang dan pergi.
17. Peniaga tidak perlu kedekut memberikan diskaun, pujian dan penghargaan kepada pelanggan.
18. Peniaga tidak boleh mengambil cuti kecuali kecemasan dan ada urusan yang tidak dapat dielakkan.
19. Peniaga perlu bangun awal dan membuka perniagaannya secepat yang mungkin.
20. Peniaga perlu memberikan perkhidmatan yang cepat dan pantas serta jangan membiarkan pelanggan tertunggu-tunggu.
21. Peniaga perlu mudah dibawa, dibicara dan berunding.
22. Peniaga tidak boleh bersikap prejudis pada pelanggan dan orang ramai.
23. Peniaga kena sentiasa berfikiran terbuka dan positif.
24. Peniaga tidak boleh cepat melatah dan terburu-buru.
25. Peniaga perlu menunjukkan kepada pelanggan yang dia sentiasa sibuk.
26. Peniaga tidak boleh tidur semasa menjalankan urusan niaga.
27. Peniaga perlu menimbulkan keceriaan, bukan mencetuskan kebosanan.
28. Peniaga perlu memastikan premisnya penuh dengan barangan dan tidak membiarkan ada ruang kosong.
29. Peniaga perlu memberikan kebebasan kepada pelanggan membuat pilihan.
30. Peniaga jangan sesekali campur tangan dan membuat keputusan bagi pihak pelanggan kecuali jika diminta.
31. Peniaga perlu membuatkan pelanggan merasakan kehadiran mereka dialu-alukan.
32. Peniaga tidak boleh berkata 'tidak' kepada pelanggan.
33. Peniaga tidak boleh mewujudkan jurang dengan pelanggan apatah lagi menjadi kera sumbang.
34. Peniaga perlu berperanan sebagai peniaga, bukannya kaki umpat, kaki judi dan kaki arak.
35. Peniaga perlu belajar menggunakan wang dan meningkatkan kemahiran menabung.
36. Peniaga harus sentiasa menyediakan duit kecil untuk ditukar dengan para pelanggan.
37. Peniaga tidak boleh menunjuk-nunjuk kemewahannya di depan pelanggan kerana

imej bukannya datang daripada perhiasan diri tetapi perkhidmatan yang diberi.

38. Peniaga jangan sesekali makan di depan pelanggan kerana dianggap sebagai perbuatan yang tidak sopan. Pelanggan tidak suka.
39. Peniaga perlu menampal notis apabila premisnya ditutup untuk sementara waktu.
40. Peniaga jangan mencari musuh kerana ia tidak baik bagi perniagaan.
41. Peniaga jangan terlalu suka dan bercakap mengenai keuntungan.
42. Peniaga perlu tahu membezakan keuntungan jangka pendek dengan keuntungan jangka panjang.
43. Peniaga tidak boleh terlalu yakin. Kena juga berwaspada dan berjaga-jaga.
44. Peniaga sebaik-baiknya tidak menjadikan premis perniagaan sebagai tempat tinggal untuk keluarga bertandang dan bersembang.
45. Peniaga perlu menyimpan lebih dan stok jualan supaya tidak berlaku kekurangan.
46. Peniaga perlu tepati janji dan menjelaskan hutang.
47. Peniaga tidak akan rugi jika memberikan sedikit insentif kepada pelanggan dalam bentuk potongan harga, hadiah atau menambahkan berat barangan yang dibeli oleh mereka.
48. Peniaga tidak boleh menipu kerana kepercayaan menjadi asas utama dalam perniagaan.
49. Peniaga tidak boleh menyalahkan orang lain apabila berlaku kerugian dan kecelakaan. Semuanya perlu diterima dengan hati yang cekal.
50. Peniaga perlu mewujudkan situasi menang-menang antara dirinya dengan para pelanggan. Dengan itu, hubungan mereka akan berkekalan dan perniagaan akan dapat bertahan.

Justeru itu, semua koperator diharap dapat mengaplikasikan tip-tip tersebut dalam koperasi masing-masing agar koperasi terus mempunyai daya saing yang tinggi dalam membina perniagaan.



STATISTIK GERAKAN KOPERASI ANTARABANGSA

Sumber: Co-operatives Newsletter
terbitan Republic of Mauritius

Gerakan Koperasi mempunyai lebih daripada 800 juta orang di seluruh dunia. Adalah dijangka hampir 3 bilion orang bergantung kepada koperasi untuk mata pencarian mereka. Berikut adalah beberapa fakta tentang gerakan koperasi yang mencerminkan kepentingan dan sumbangan koperasi kepada pembangunan ekonomi dan sosial:

- Di Argentina, terdapat 17,941 koperasi dengan 9.1 juta anggota.
- Di Belgium, terdapat 29,933 koperasi dalam tahun 2001.
- Di Canada, 33 peratus daripada penduduknya adalah anggota koperasi; gerakan koperasi Desjardins di Quebec mempunyai lebih daripada 5 juta anggota.
- Di Colombia dan Costa Rica, lebih daripada 10 peratus penduduk kedua negara adalah anggota koperasi.
- Di Finland, S-Group mempunyai keanggotaan individu sejumlah 1,468,572 dan ini mewakili 62 peratus daripada jumlah rumah tangga yang sedia ada.
- Di Jepun, untuk setiap tiga keluarga, satu keluarga adalah anggota koperasi.
- Di Kenya, 5.9 juta individu adalah anggota koperasi manakala 20 juta penduduk Kenya secara langsung atau tidak langsung mencari nafkah daripada koperasi.
- Di India, lebih daripada 239 juta orang adalah anggota koperasi.
- Di Malaysia, 5.4 juta orang adalah anggota koperasi.
- Di Singapura, 32 peratus daripada penduduknya adalah anggota koperasi.
- Di Amerika Syarikat, 25 peratus daripada penduduknya adalah anggota koperasi.

Kandungan

Bersama Ketua Setiausaha Kementerian Pembangunan Usahawan dan Koperasi Malaysia	1
Peranan Koperasi Dalam Rancangan Malaysia Kesembilan	12
Rancangan Malaysia Kesembilan Dan Pembangunan Modal Insan Dalam Gerakan Koperasi Di Malaysia	16
Keusahawanan Dalam Rancangan Malaysia Kesembilan	21
Francais Sebagai Satu Alternatif Perniagaan Koperasi	27
Perniagaan Melalui Subsidiari: Isu Dan Peluang Kepada Gerakan Koperasi	31
Panduan Dalam Pembelian Peralatan ICT	35
Pengurusan Kredit Koperasi	40
Sistem Penarafan Dalaman Koperasi (FLAME-T)	44
Kajian Jawatankuasa Audit Dalaman Dalam Gerakan Koperasi Di Malaysia	50
Lesson From Abroad AMUL: A Success Story	54
Ulasan Buku	56
Statistik Gerakan Koperasi Antarabangsa	59

Sidang Redaksi

Penasihat

En. Kamaludin b. Hj Othman
Hj. Idris b. Ismail

Ketua Editor

Sushila Devi a/p S. Rajaratnam

Sidang Editor

Hj. Ramlan b. Kamsin
Siti Fatimah bt. Sajadi
Hjh. Morni bt. Md Salleh
Sharina bt. Abdullah
Nur Faeza bt. Yahya
Ahmad Faizal b. Shaarani
Mohd. Faisal b. Shariff
Suraya bt. Husin
Hasrin b. Abu Hassan
Azman b. Mohd. Ghazali

Terbitan

MAKTABKERJASAMAMALAYSIA
103, Jalan Templer,
46700 Petaling Jaya, Selangor
Tel: 03-7957 4911
Faks: 03-7957 0434
E-mel: mkm@mkm.edu.my